



"نقش زنان در مدیریت مصرف در بخش خانگی"

نام و نام خانوادگی: نفیسه بروغنی

شاغل در امور آب و فاضلاب روستایی سبزوار

مسئول امور اداری و روابط عمومی

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

چکیده:

مصرف به معنای استفاده از چیزی است که در اختیار انسان بوده و است و مصرف بی رویه را می توان استفاده نا بجا و نامناسب تعریف کرد. تعبیر مصرف بی رویه در برابر تعبیر مصرف بهینه است. معیار مناسب و بهینه بودن مصرف را می توان بر اساس اصول مصرفی اسلام و شرایط زمانی و مکانی تبیین نمود. گفتنی است، الگوی مصرف در کشورهای مختلف بسته به فرهنگ ها و سنت های مردمان آن زاد بوم، متفاوت است. الگوی مصرف در جامعه ما از دیرباز مترادف با اصول مصرفی اسلامی چون قناعت، خودداری از اسراف بوده است. بدون تردید اصلاح الگوی مصرف در کشور ما به معنای ترویج و جامعه پذیری الگوی مصرف ایرانی-اسلامی است.

مصرف بهینه، کم مصرف کردن نیست. رعایت الگوی مصرف و تعهد به انجام آن مهم ناشی از احساس مسئولیتی است که هر کدام از ما نسبت به هم نوع و همشهری های خود خواهیم داشت. در این میان، زنان نه تنها در خرید لوازم و مواد مصرفی نقش مهمی دارند، بلکه در درست مصرف کردن و همچنین نگهداری موارد مصرفی نیز باید مدیریت داشته باشند. اگر احساس وظیفه و حفظ سرمایه های کشور در زنان ایجاد شود، آنان در حفظ منابع ملی نیز تأثیر بسزایی دارند و این امر خود به خود عاملی برای ایجاد الگوی مناسب مصرف برای نسل های بعدی خواهد بود.

مقدمه

امروز چشم دشمن به نقطه حساس اقتصادی است. تا کشور را از این لحاظ دچار اختلال کند، راه مقابله با آن " انضباط مالی و صرفه جویی " است. (مقام معظم رهبری)

بر اساس اسناد موجود سفیر انگلیس در سال ۱۳۵۲ به بازرگانان انگلیسی گفته بود سرمایه گذاری را در ایران فقط در بخش کالاهای مصرفی انجام دهید، مبدا در این کشورها زیرساخت درست کنید. ایران از حیث بازار مصرف بهترین کشور خاورمیانه است. ما باید غیر از موارد ضروری، سرمایه گذاری هایمان را به سمت مصرف سوق دهیم .

نکته دیگری که کارشناسان مطرح می کنند این است که در جوامع جدید، برای مصرف ضرورت نمایی می شود، یعنی نهادهای مختلف به خصوص نهادهای تبلیغی برای افراد نیاز تعریف می کنند. زمانی، نیاز واقعی برای ما به وجود می آمد و بعد به سمت خرید می رفتیم، اما اکنون نیاز برای ما تعریف و مدیریت می شود و این از روش های کشورهای سرمایه داری برای بازاریابی در سایر کشورها است.

وقتی از اصلاح و ضرورت الگوی مصرف سخن به میان می آید و میزان مصرف کالاها و خدمات، به ویژه کالاهای گران قیمتی مانند: انرژی و فرآورده های نفتی در کشور ایران با کشورهای دیگر و به ویژه کشورهای پیشرفته مقایسه می شود، در درجه نخست این گونه به نظر می رسد که با وجود اینکه مردم ایران مسلمان هستند و در آموزه های دینی به آنها توصیه شده است که به صورت صحیح و به قدر نیاز از نعمت های خدادادی استفاده کرده و ضمن رعایت قناعت در زندگی، " اسراف و تبذیر نکنند" با علم و اطلاع از ارزش کالاهای در دسترس آنها، بی رویه مصرف می کنند و منابع با ارزش و تجدید ناپذیر را هدر می دهند.

نگرانی از وضعیت نام مناسب فعلی، به ویژه درباره مصرف انواع انرژی که هزینه های غیر قابل تحمل اقتصادی و زیست محیطی را به دنبال دارد، مخصوصاً در مقایسه با میزان مصرف در کشورهای دیگر، همه توجه را به مصرف کنندگان معطوف داشته است.

اگر تصمیم داریم یک برنامه منظم و هدفمند داشته باشیم، باید الگوی مصرف صحیحی برای خانواده ایرانی تهیه کنیم که در اینجا زن به عنوان همسر، مادر، مدیر برنامه ریز خانواده و کسی که نقش اصلی در تنظیم خرید و چگونگی مصرف را به عهده دارد و همچنین به عنوان مربی، فرهنگ ساز نسل آینده و سرانجام به عنوان پیوند دهنده کودکان به خانه و جامعه می تواند نقش بسیار مهمی در تغییر الگوی مصرف و در نتیجه اقتصاد پویا داشته باشد.

با این مقدمه به نقش زنان در فرایند الگوی مصرف و مدیریت مصرف می پردازیم.

اهمیت نقش زن در مدیریت مصرف خانواده

زن به خاطر حضور بیشتر در خانه و بین فرزندان نقش کلیدی و تعیین کننده ای در ادب، تربیت و فرهنگ رفتار فرزندان و احساسات آنها دارد.

زنان به دلیل بهره مندی از حس مسئولیت پذیری و قانون مندی می توانند نقش موثری در نقاط قوت و ضعف خانواده ها و از همه مهم تر جامعه داشته باشند. از اینرو برخورداری از دانش و آگاهی در تمامی زمینه های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی برای زنان و بالخصوص مادران امری اجتناب ناپذیر می باشد که این امر با حضور فعال آنها در اجتماع امکان پذیر می گردد.

می توان یکی از مهم ترین جایگاه های زن در خانه را ، جایگاه مدیریت دانست. زنان با تکیه بر وضعیت احساسی و روانی خود می توانند مصرف در خانه را مدیریت نمایند که لازمه ی کنترل اقتصاد و سبب خانواده می باشد.

زنان با کسب آگاهی های لازم درمورد نحوه مصرف قادر خواهند بود که هزینه های یک جامعه را کنترل نمایند و باعث ارتقا سطح مدیریت بهره وری ملی شوند. که این امر از طریق بهینه سازی مصرف در خانواده حاصل می شود (برادران رضایی، ۱۳۸۵).

پیشرفت هر جامعه در گرو پایین آوردن هزینه ها و مصارف و افزایش سطح تولید می باشد که زنان نقش ویژه ای در کاهش این هزینه ها در خانواده که جزئی از جامعه می باشد، دارند.

زنان به خاطر اینکه بیشترین خریدها را انجام می دهند، می توانند در نوع تولیدات وارد شده، مد و تعداد کالاها به بازار نیز دخالت داشته باشند (تفضلی، ۱۳۷۶).

بخش عمده ی مصرف درون خانواده ها اتفاق می افتد مانند مصرف غذایی، سوخت، انرژی، بهداشت، ... شناخت میزان ضرورت این نیازها، تاثیر چشمگیری در کاهش هزینه ها و حفظ تعادل مالی خانواده دارد که در این راستا نقش زنان مهم است چون آنها بسیار موثرتر از مردان در اقتصاد عمل می کنند.

این نقش زمانی در جهت بهبود الگوی مصرف و کاهش هزینه ها پیش می رود که زنان برنامه ی آموزشی و توجیهی مناسبی در این زمینه ببینند. هر اندازه درک آنها از اهمیت و حساسیت این موضوع بالاتر رود، نتیجه ی بهتری در خانواده ها و سطح کلان ، جامعه، خواهیم داشت.

اگر فرزندان و دیگر اعضاء خانواده ، الگوی مناسبی از نحوه مصرف نداشته باشند این نبود الگوی مناسب به شکل دیگر جبران می گردد که خسارات بسیاری هم به خانواده و هم به جامعه وارد خواهند نمود؛ لذا تدابیر هوشمندانه زنان در کنترل موارد مصرفی بالاخص انرژی در خانواده می تواند بهترین راه حل برای مصرف بهینه از منابع و انرژی را به همراه داشته باشد .

مدیریت مصرف در خانواده

مصرف در واحد کوچک جامعه، خانواده، آغاز می شود و آموزش آن توسط مادر خانواده نقش اساسی در رفتار خانواده دارد. نحوه استفاده صحیح از انرژی خود نیازمند آموزش است که اگر رعایت شود بسیار زیاد به اقتصاد

کمک خواهد نمود و فشار کمتری به شبکه های آب و برق وارد می نماید. به عنوان مثال تعویض لامپ های پرمصرف با لامپ های کم مصرف، استفاده از لوازم برقی خانگی کم مصرف یا استفاده از لوازم برقی در ساعات مناسب شبانه روز که فشار کمتری به شبکه برق وارد می نماید از نمونه های الگوی مصرف مناسب است که می تواند در خانواده ها اجرا شود.

در خصوص مصرف صحیح آب نیز می توان به تعویض یا تعمیر شیرهای آب خراب، کاهش زمان استحمام، بستن شیر در هنگام مسواک زدن و وضو گرفتن و ... اشاره نمود که مادر می تواند با اصلاح الگوی مصرف به خانواده خود آموزش درست ارائه دهد.

اینها نمونه ها و اتفاقات بسیار ساده هستند که می توان در مدیریت مصرف انرژی نام برد. این مدیریت می تواند در دیگر زمینه ها که در زندگی روزمره جاری هستند، اجرا شود. در ادامه به برشمردن مثال هایی که سعی می شود در سطح خانواده مدیریت مصرف گردند، می پردازیم:

- کاهش ایجاد ضایعات و زباله از طریق بازیافت

کاهش تجملات افراطی در زندگی

- استفاده از محصولات با دوام تر در منزل

- صرفه جویی در مصرف مواد غذایی غیر ضروری

نتیجه:

نگرانی تمام والدین، زندگی بهتر برای فرزندان است. اما زندگی بهتر به ازای داشتن اتومبیل، وسایل لوکس، غذای یخ زده بیشتر و مراکز خرید بزرگتر نیست. فرزندان ما باید وارث دنیایی باشند که نیاز همگان به غذا، آموزش، کار، سرپناه و بهداشت مناسب را برآورد. این مهم فقط زمانی امکان پذیر است که مردم جوامع مصرفی در شیوه زندگی خود تجدید نظر کنند، زیرا کره زمینه دیگر توان پاسخگویی به این مصرف روزافزون را ندارد.

قرآن مجید می فرماید :

یا بنی آدم خذوا زینتکم عند کل مسجد و کلوا واشربوا و لا تسرفوا انه لا یحب المرفین قل من حرم زینة الله التي اخرج لعباده والطیبات من الرزق قل هی للذین آمنوا فی الحیاء الدنیا خالصةً یوم القیامة (۴۰)

(ای فرزندان آدم! زینت خود را به هنگام رفتن به مسجد با خود بردارید و بخورید و بیاشامید و اسراف نکنید که خداوند مسرفان را دوست نمی‌دارد. بگو چه کسی زینت‌های الهی را که برای بندگان خود آفریده و روزیهای پاکیزه را حرام کرده است؟ بگو اینها در زندگی دنیا برای کسانی است که ایمان آورده‌اند) اگرچه دیگران نیز با آنها مشارکت دارند) ولی در قیامت‌خالص (برای مؤمنان) خواهد بود این چنین آیات خود را برای کسانی که آگاهند، شرح می‌دهیم ▪

مادر از ارکان اصلی تربیت و عامل مهم شکل‌گیری شخصیت رفتاری فرزندان است. شیوه‌های رفتاری فرزندان، انعکاسی از نوع تربیت مادران آنهاست؛ از این رو بسیاری از دختران و پسران رفتارهای فردی و اجتماعی، اقتصادی و اخلاقی را از والدین خود می‌آموزند و در موقع لزوم آن را به کار می‌گیرند. یک مادر خوب و فهمیده که در خانه الگوی صحیحی برای مصرف داشته باشد و از مصارف غیر ضروری و مسرفانه پرهیز کند، قهراً دختری خواهد داشت که در زندگی فردی و اجتماعی آینده خود، دچار ضعف شخصیت و تقلید از دیگران نخواهد شد. اما در نقطه مقابل، مادری که بدون داشتن الگوی صحیح مصرف، به زیاده‌روی و ولخرجی خو گرفته است، این روش او در ساختار روحی فرزندش اثر گذاشته و قهراً او در زندگی آینده‌اش آن را به کار خواهد گرفت.

اصلاح الگوی مصرف نیازمند بازنگری است چون بسیاری از خریدهایی که توسط بانوان صورت می‌گیرد، نیاز واقعی نیستند که نتیجه تقلید از دیگران و چشم و همچشمی می‌باشد که منجر به پاسخ به نیازهای کاذب و غیر ضروری آنها شده است. حال اگر دانش، آگاهی و فرهنگ زنان بیشتر شود و درک اقتصادی بهتری از مسائل و نیازهای خانواده داشته باشند، باعث مدیریت مصرف بهینه در خانه می‌گردد.