

همایش بررسی و تحلیل اصول، مبانی، مدلها و راهکارهای علمی و اجرایی اصلاح الگوی مصرف

عنوان مقاله:

نقش سازمانهای غیردولتی در اصلاح الگوی مصرف

حسین رضازاده

فوق لیسانس مدیریت دولتی از دانشگاه تهران
کارشناس ارشد دفتر نظارت و ارزشیابی سازمان تامین اجتماعی
کارشناس سابق واحد پژوهشی جهاد دانشگاهی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران
Rezazadeh_h@yahoo.com

آدرس: تهران - خیابان آزادی - جنب وزارت کار - ستاد مرکزی سازمان تامین اجتماعی - ساختمان شهید
معیری - طبقه اول - دفتر نظارت و ارزشیابی امور استانها - تلفن: ۰۶۴۵۰۳۱۹۰ - موبایل: ۰۹۱۲۵۷۸۴۲۲۷

نقش سازمانهای غیردولتی در اصلاح الگوی مصرف

حسین رضازاده

کارشناس ارشد دفتر نظارت و ارزشیابی سازمان تامین اجتماعی

فوق لیسانس مدیریت دولتی از دانشگاه تهران

Rezazadeh_h@yahoo.com

چکیده:

در دنیای آشفته کنونی با توجه به تغییرات سریع و پرشتاب نیاز به حرکت‌های جمعی (فکری و جسمی) انسانها جهت اداره امور عمومی می باشد. در این راستا، نقش مشارکتی سازمان های غیر دولتی و تشکل های محلی به خوبی می تواند مشکل گشا باشد. داوطلبانه بودن خدمات این گونه سازمان ها و لمس نزدیک تر معضلات - به دلیل تشکیل شدن بی واسطه آن از سوی افراد جامعه - سبب خواهد شد تا سازمان های غیر دولتی به خوبی بتوانند ضمن شناخت جنبه های آشکار و پنهان این گونه معضلات، با کارآیی بیشتری به رفع آنها بپردازند. این سازمانها به دلیل مردمی بودنشان از نفوذ اجتماعی قابل توجهی برخوردارند و این امتیازی است که دستگاههای دولتی به راحتی قادر به کسب آن نیستند.

امروزه نیاز به کالاهای مصرفی و خدمات یک نیاز ضروری و اجتناب ناپذیر است که هرگونه اختلال در تولید و توزیع آنها می تواند جامعه و مدیریت آن را به چالش بکشاند و علاوه بر زیانهای مادی صدمات و زیانهای معنوی را نیز متوجه مصرف کننده نماید. همچنین با توجه به محدودیت شدید منابع مادی و اهمیت بهره وری در رشد و توان رقابتی سازمانها، اصلاح الگوی مصرف و بهینه کردن استفاده از امکانات مادی کشور برای رفع احتیاجات فردی و اجتماعی از ضروری ترین نیازهای فعلی کشور است.

با توجه به اینکه اصلاح الگوی مصرف در بیشتر موارد یک امر داوطلبانه است، بنابراین با فرهنگ سازی، اطلاع رسانی و اقدامات تبلیغی و ترویجی مناسب میتوان گامهای موثری را در این راستا برداشت. بر همین اساس سازمانهای غیردولتی که ماهیتی داوطلبانه، مشارکتی، غیردولتی، غیرسیاسی و غیرانتفاعی دارند می توانند بیشترین تاثیرگذاری را در این خصوص داشته باشند. این سازمانها تعهد اجتماعی بالایی دارند، همواره با مردم در ارتباط بوده و از توانایی نوآوری و خلاقیت عملی برخوردارند.

سازمانهای غیردولتی، هم توانایی تاثیرگذاری بر رفتار افراد در زمینه اصلاح الگوی مصرف داشته و هم توانایی نظارت بر اصلاح الگوی مصرف و بهینه سازی مصرف در سازمانهای عمومی را دارا می باشند. بنابراین زمینه سازی، هدایت و حمایت از سازمانهای داوطلبانه فعال در زمینه اصلاح الگوی مصرف از عوامل اصلی موفقیت جامعه در این خصوص می باشد.

کلیدواژه

سازمانهای غیردولتی، جامعه مدنی، اصلاح الگوی مصرف، مشارکت، فرهنگ سازی، نظارت

مقدمه :

شاید بتوان یکی از خصایص هریک از جوامع انسانی را، درگیر بودن آن با برخی یا بسیاری از معضلات های اجتماعی دانست. مسائلی از قبیل فقر، مصرف مواد مخدر، شیوع برخی بیماری ها، اشاعه فساد، و بی بند وباری، معضلات زیست محیطی، عدم مصرف بهینه، تنش های اجتماعی، فقر فرهنگی، فاصله های زیاد طبقاتی، فقدان فرهنگ مناسب شهر نشینی و صدها مورد دیگر، از مسائل و مشکلات عمده غالب جوامع شهری به ویژه کلان شهرها به حساب می آیند.

اگر چه در بسیاری موارد، بخشی رسمی و دولتی با اختصاص بودجه هایی ویژه و تأسیس سازمان هایی خاص، سعی در غلبه بر این معضلات دارد؛ اما غالباً گستردگی حیطه معضلات اجتماعی - که با گسترده شدن جوامع شهری و هم عصری آن با عصر ارتباطات، عرصه ای نوین یافته است کارآیی کامل و مطلوب این نهادهای دولتی را به زیر سوال می برد.

در دنیای آشفته کنونی با توجه به تغییرات سریع و پرشتاب نیاز به حرکت های جمعی (فکری و جسمی) انسانها جهت اداره امور عمومی می باشد. در این راستا، نقش مشارکتی سازمان های غیر دولتی و تشکل های محلی به خوبی می تواند مشکل گشا باشد. داوطلبانه بودن خدمات این گونه سازمان ها و لمس نزدیک تر معضلات - به دلیل تشکیل شدن بی واسطه آن از سوی افراد جامعه - سبب خواهد شد تا سازمان های غیر دولتی به خوبی بتوانند ضمن شناخت جنبه های آشکار و پنهان این گونه معضلات، با کارآیی بیشتری به رفع آنها بپردازند. (گلشن پژوه، ۱۳۸۱، ص ۷۱)

سازمانهای غیر دولتی^۱ (NGOS) به عنوان سازمانهای داوطلبانه بصورت غیر انتفاعی با اهداف خدمتگزاری و انسان دوستانه، خلاء بین نخبگان^۲ و توده مردم^۳ که همواره مورد توجه دانشمندان علوم سیاسی، مدیریت و جامعه شناسی بوده است را پر می کند و موجب موفقیت در رشد اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی.....جامعه می شوند.

سازمانهای غیر دولتی سمبل یکی از مصادیق جامعه مدنی در ارتباط با دموکراسی و حاکمیت ارزشهای مردمی، زمینه های مشارکت بیشتر افراد را در اداره امور فراهم نموده و به عنوان عوامل اثر گذار، بر سیاستگذاری (استاندارد سازی)، اجرا و پیگیری آنها در اداره امور عمومی می توانند صاحب نقش باشند. سازمانهای غیر دولتی با جلب اعتماد و کمکهای مردمی، ملی و بین المللی به رفع معضلات اجتماعی می پردازند و بار سنگینی را از دوش دولت بر می دارند. همچنین انسانها در سازمانهای غیر دولتی (خودجوش) کارگروهی و مدیریت مشارکتی را با اعتماد به یکدیگر و همدلی تجربه می کنند. (قشقائی، ۱۳۷۸، ص ۴۱)

1. Non-governmental organization

2. Elite

3. Mass

در حال حاضر، سازمانهای غیر دولتی به عنوان نهادها و مؤسساتی کار آمد و مکمل بخش دولتی در تأمین اهداف توسعه جایگاه ویژه ای یافته اند. این سازمانها به دلیل مردمی بودنشان از نفوذ اجتماعی قابل توجهی برخوردارند و این امتیازی است که دستگاههای دولتی به راحتی قادر به کسب آن نیستند.

گرایش جدی سازمانهای بین المللی و برخی حکومتها به سوی مشارکتهای مردمی، به دلیل کارکردهای مثبت آن در حیات اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی جامعه است. در واقع عده ای مشارکت را عنصری کلیدی در توسعه قلمداد کرده اند. چنانچه بتوان مشارکت را به طور معناداری در فرایند توسعه دخالت داد، موفقیت آن تضمین خواهد شد. (سعیدی، ۱۳۸۰، ص ۱۳)

امروزه به دلیل تنوع نیازها و تخصصی شدن مشاغل، افراد یک خانواده برای تامین حداقل مایحتاج مصرفی خود نیازمند استفاده از کالاها و خدمات عرضه شده توسط دیگران هستند. از اینرو نیاز به کالاهای مصرفی و خدمات یک نیاز ضروری و اجتناب ناپذیر است که هرگونه اختلال در تولید و توزیع آنها می تواند جامعه و مدیریت آن را به چالش بکشاند و علاوه بر زیانهای مادی صدمات و زیانهای معنوی را نیز متوجه مصرف کننده نماید. همچنین با توجه به محدودیت شدید منابع مادی و اهمیت بهره وری در رشد و توان رقابتی سازمانها، اصلاح الگوی مصرف و بهینه کردن استفاده از امکانات مادی کشور برای رفع احتیاجات فردی و اجتماعی از ضروری ترین نیازهای فعلی کشور است.

الگوی مصرف هر جامعه نقشی تعیین کننده در تخصیص منابع تولید، نوع کالاهای تولیدی و شیوه توزیع آنها دارد، زیرا تخصیص بهینه منابع برای تولید کالاها و ارائه خدمات به منظور تامین نیازهای ضروری و حیاتی جامعه و رفع فقر و محرومیت، تا حد زیادی به شناخت الگوی صحیح مصرف و حاکمیت آن بستگی دارد و این امر مبتنی بر جهت دهی معقول و منطقی به افکار، عقاید، آداب و رسوم و ارزش های مورد قبول جامعه یا بطور خلاصه، فرهنگ عمومی مردم می باشد. (خلیلیان اشکذری، ص ۲۶)

در کشور ما، سازمانهایی که برای اصلاح الگوی مصرف پیش بینی شده اند روی کاغذ از توجیه کافی و قانونی برخوردارند اما در عمل کارایی کافی ندارند. بنابراین با توجه به تجربیات سایر کشورها، جلب مشارکتهای مردمی در قالب سازمانهای غیردولتی برای فرهنگ سازی و همچنین نظارت و اعمال فشار در موارد لازم، ضروری می نماید.

اصلاح الگوی مصرف نیازمند فرهنگ سازی پایدار است، و این خود نیازمند راهکاری است تا همه افراد جامعه الزام رفتارهای اصلاح مصرف را احساس کنند، و به تدریج این اصلاح نهادینه شده و به یک رفتار پایدار و نهایتاً به یک فرهنگ در تمامی عرصه مصرف تبدیل شود.

بنابراین ایجاد تشکیلات خودجوش مردمی با رعایت ضوابط و مقررات موجود کشور، که نیاز به ایجاد قانون یا تصویب در مجلس شورای اسلامی ندارد و در حال حاضر نیز امکان پذیر بوده از ضروری ترین مواردی است که در خصوص فرهنگ سازی و اصلاح الگوی مصرف می بایست مورد توجه قرار گیرد.

در اصلاح الگوی مصرف در سطح جامعه عوامل متعددی تاثیر گذار هستند از جمله سیاستها و اقدامات دولت در زمینه یارانه ها و مقررات الزام آور جهت رعایت نکات و استانداردهای مناسب و ...، علی ایحال تاکید این مقاله بر اهمیت فرهنگ سازی و نظارت مردمی از طریق سازمانهای غیر دولتی فعال در زمینه

اصلاح الگوی مصرف می باشد. نگارنده معتقد است بدون جلب مشارکتهای مردمی، سیاستهای الزام آور دولتی چندان موفق نخواهد بود.

سازمانهای غیر دولتی و نقش آنها در عصر حاضر

سازمان غیر دولتی به تشکلهایی اطلاق می شود که توسط گروهی از اشخاص حقیقی و یا حقوقی غیر حکومتی بصورت داوطلبانه با رعایت مقررات مربوط تأسیس شود .

سازمان ملل متحد، اصطلاح NGO را به هر گروه غیر انتفاعی داوطلبانه از شهروندان جهانی اطلاق می کند که در سطح محلی، ملی و بین المللی تشکیل شده باشد. آنها نظرات و ارزیابیهای کارشناسی خود را ارائه می دهند و به مثابه مکانیسم هشدار دهنده عمل می کنند. همچنین آنها در اجرای توافق نامه های بین المللی، همکاری و نظارت دارند. (کاظمی، ۱۳۷۸، ص ۹۱)

شورای اروپا به هنگام بررسی ضوابط خود در رابطه با نحوه همکاری با سازمانهای غیر دولتی، این گونه سازمانها را تعریف کرده است: " سازمانهای غیر دولتی، جمعیتها، جنبشها یا گروههایی هستند که با استقلال از دولت، بدون قصد منفعت طلبی در جهت دفاع از منافع خاصی همچون مسایل شغلی، اجتماعی، فرهنگی، تجاری، سیاسی، علمی، انسان دوستانه، مذهبی و..... تشکیل گردیده اند ". (قشقائی، ۱۳۷۸، ص ۴۲)

از مجموع بررسیهای صورت گرفته در زمینه سازمانهای غیر دولتی و نیز شناسائی و تمیز سازمانهای مختلفی که با چنین هدف و فلسفه ای فعالیت می کنند می توان در مورد سازمانهای غیردولتی ویژگیهای زیر را مورد تاکید بیشتری قرار داد:

۱. **غیر انتفاعی بودن**: این سازمانها با انگیزه سودجویی شکل نگرفته اند و در پی کسب سود برای اشخاص یا دسته های خاص نیستند. هر چند سازمانهای غیر دولتی می توانند در فعالیتهای بازرگانی مشارکت کرده تولید سود و سرمایه کنند، سود و سرمایه آنها باید صرفا برای اجرای ماموریت سازمان به مصرف رسد یا در سازمان سرمایه گذاری شود.

۲. **نداشتن وابستگی به دولت**: سازمانهای غیر دولتی را مردم تاسیس می کنند و عموما دولتها در ایجاد و مدیریت آنها نقش چندانی ندارند؛ از قبیل انجمنها، مجامع، گروههای حرفه ای، سازمانهای خیریه و مذهبی. به دیگر سخن این سازمانها در ساختار دیوانسالاری دولتی جایی ندارند. با وجود غیر دولتی بودن این سازمانها، برخی دولتها با هدف گسترش مشارکتهای مردمی در تاسیس و مدیریت این سازمانها دخالت می کنند.

۳. **داوطلبانه**: خصلت عمده سازمانهای غیر دولتی آن است که مردم به صورت داوطلبانه آنها را تشکیل داده اند. با وجود آنکه این سازمانها باید تابع قوانین و مقررات موجود باشند هیچ تشکیلات دولتی نباید در شرایط عادی دستور ایجاد، اداره و انحلال آنها را صادر کند و هر چند این سازمانها به استخدام کارمند اقدام می کنند، به مشارکت داوطلبانه بسیاری از افراد علاقمند، برای خدمت در هیات مدیره و کمکهای دیگر متکی هستند.

۴. برخورداری از شخصیت حقوقی: برای گسترش فعالیت سازمانهای غیر دولتی، قوانینی وضع می شود که بر اساس آن سازمانها به ثبت رسیده، از شخصیت حقوقی مستقل برخوردار می شوند. این امر موجب جلب اعتماد مردم به آنها شده و از این طریق آنها می توانند با سازمانهای دولتی قرارداد امضاء کرده از تسهیلات مختلفی نظیر وام بانکی استفاده کنند.

۵. مدیریت دموکراتیک و مشارکتی: محققان معتقدند که در این سازمانها فرایند دموکراتیک یا مردم سالاری اهمیت بالایی دارد؛ زیرا این روند، مشارکت مستمر افراد داوطلب را تضمین می کند (ریچارد، ۱۳۷۶).

ماهیت مردمی سازمانهای غیر دولتی اقتضا می کند که فرایند اداره آنها از پایین به بالا و مشارکتی باشد. بر همین اساس نیز مدیران آنها از سوی اعضا انتخاب و در صورت عدم رضایت از عملکردشان برکنار می شوند. این ویژگی سبب می شود که اعضا همواره بر عملکرد مدیران نظارت داشته باشند و مدیران پاسخگوی عملکردشان در برابر اعضا باشند و به این ترتیب نیز سازمان از پویایی بیشتر برخوردار شود. بنابراین، هر چه سازمانها به سوی نخبه گرایی حرکت کنند از ماهیت دموکراتیک بودن به دور خواهند شد.

۶. خودگردان: سازمانهای غیر دولتی، از نظر مالی خود گردان هستند. هرچند آنها از دولت، افراد خیر، سازمانهای بین المللی و... کمکهایی دریافت می کنند، این کمکها نباید به گونه ای باشد که وابستگی شان را به منابع کمک دهنده فراهم کرده آنها را از اهداف و تعهدات اجتماعی شان دور سازد.

۷. غیر سیاسی بودن: این سازمانها تعهد اجتماعی دارند. هدف اساسی آنها خدمت به اجتماع، فقرا، گروههای آسیب پذیر، رفع تبعیضهای جنسی، نژادی، مشکلات محیطی و... است. ساز و کارهای تاسیس سازمانهای غیر دولتی نیز با سازمانهای سیاسی (احزاب) متفاوت است و معمولاً آنها در زمان تاسیس تعهداتی مبنی بر وارد نشدن به حوزه های سیاسی می سپارند. در برخی کشورها- نظیر اندونزی- زمانی که سازمانهای غیر دولتی با احزاب همدستی داشته اند، دولت مانع گسترش آنها شده است. با این همه، این ویژگی نباید به معنی اجتناب از حرکتهای جمعی و انتقادی به برنامه ریزیهای دولتی و بین المللی تلقی شود. آنها می توانند از سازمانهای ملی و بین المللی انتقاد کنند، برنامه هایشان را افشا کنند و راهپیماییهای مسالمت آمیزی ترتیب دهند.

۸. معافیت مالیاتی: همان طور که سازمانهای غیر دولتی به صورت غیر انتفاعی اداره می شوند و با هدف خدمات رسانی به اقشار آسیب پذیر و توسعه اجتماعی فعالیت می کنند، از پرداخت مالیات معاف هستند. (سعیدی، ۱۳۸۲، ص ۴۸-۴۶)

« میشل ادوارد »، « دیوید هالم » و « تینا والاس » براین باورند که در سالهای آتی، سازمانهای غیر دولتی فعالیتهای خود را از سطح ملی به عرصه جهانی خواهند کشاند و در این فرآیند رویه ها و نقشهایشان را تغییر خواهند داد. جهانی شدن، الگوی فقر و ناامنی داخلی و بین المللی را تغییر خواهد داد که این امر، پاسخهای نوین بین المللی را می طلبد؛ همچنین با پیدایش جامعه مدنی جهانی، سازمانهای غیر دولتی قدرتی فزاینده کسب خواهند کرد و از طریق توزیع مجدد فرصتها و کمک به مردم یاری خواهند رساند. بدین ترتیب، آنها در کاهش مشکلات و شفاف سازی سیاستهای بشر دوستانه سهم عمده ای خواهند داشت. آینده

جهان در سیطره سازمانهای غیر دولتی خواهد بود و بر همین اساس هر کشوری احتمال بقای قدرتمندی خود را از طریق گسترش سازمانهای غیر دولتی رقم خواهد زد. (سعیدی، ۱۳۸۲، ص ۲)

ضرورت و اهمیت سازمانهای غیردولتی

دیدگاهی که اکثر برنامه ریزان و سیاستگذاران دولتی از مفهوم توسعه دارند، با آنچه در عمل وجود دارد متفاوت است. این امر باعث شده است مردم، که اغلب مخاطبان اصلی فرایند توسعه می باشند، برداشتی متفاوت و گاهی متناقض از آن داشته باشند.

توسعه در مفهوم درست آن به معنای مشارکت دادن مردم در تمام مراحل آن است. تنها در این مورد است که مردم به طور مستقیم یا غیر مستقیم از نتیجه آنچه ساخته و پرداخته اند بهره مند خواهند شد. تحقق مشارکت، موجب توسعه مردمی خواهد شد. در کشورهای توسعه یافته، مردم از طریق نهادهای مختلف اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و حزبی، آموزشی، کاری و امثال آن، در تصمیم گیریهای کارگری، علمی و تخصصی، تجاری در قالب سازمانهای رسمی و غیر رسمی در زمینه های مختلف فعال می باشند. همگی این گروهها در مراکز پارلمانی، دولتی، قضائی و بین المللی، گروههای فشار محسوب شده و ناظر بر آنها هستند. این در حالی است که در کشورهای در حال توسعه، به دلیل اشتباه فاحش در تعریف جایگاه مردم و دولت، مردم از نقش ضعیفی برخوردار می باشند.

اندیشمند آلمانی، کورت لوین^۱ معتقد است که مشارکت از ایستادگی مردم در برابر دگرگونی، نوسازی و نوآفرینی می کاهد و بر سازگاری آنان می افزاید. در فضای مشارکتی، تعارضات و ستیزه ها جای خود را به همکاری و تعاون می دهند. تحقیقات روانشناختی نیز نشان داده است که هرگاه مردم فرصت بیان اندیشه های خود را بیابند و در تصمیمی که بر سر نوشت آنان اثر می گذارد شریک شوند، خلاقیت و نوآفرینی آنان با احساس مسئولیت بیشتری افزایش می یابد. (طوسی، ۱۳۷۲، ص ۸).

با وجود قدمت فعالیت و حضور سازمانهای مردمی در کشور، که به نوعی جزء لاینفک فرهنگ ملی و مذهبی ایرانیان بوده است، در سالهای اخیر به دلیل مفهوم سازی جدید آنها، به ویژه در مطالعات اجتماعی و اقتصادی و همچنین اظهار مراجع تعیین صلاحیت این سازمانها برای به رسمیت شناختنشان تحت عنوان: سازمانهای غیر دولتی، تاریخچه حضور و ایفای نقش این سازمانها در سطوح محلی، ملی و منطقه ای نادیده انگاشته شده است.

لازمه تشکیل جامعه مدنی غیر از احزاب و مطبوعات و دیگر تشکلهای اجتماعی، سازمانهای غیر دولتی هستند که متأسفانه در جامعه ما در مسایل اجتماعی چندان پررنگ و قوی نیستند. شاید علت اصلی آن عادت جامعه به نقش محوری دولت باشد و یا به دلایلی، تعریف روشن و شفاف از سازمانهای غیر دولتی و نحوه اداره و نقش آنها به دست نیآورده ایم. (کازمی، ۱۳۷۸، ص ۹۱)

1. kurt lewin

جامعه مدنی جامعه ای است که در آن روابط مردم با هم و مردم با دولت و نهادهای دولتی از یکسو و بالعکس بر اساس قانون تنظیم و مرتب گردیده است که سازمانهای غیر دولتی شفاف ترین نهادهای جامعه مدنی می باشند. (وجودی و سعیدی، ۱۳۸۳)

در سالهای اخیر، با افزایش توجه «اعطا کنندگان رسمی کمکهای مالی»^۱ و بسیاری از دولتها، به کاهش فقر و حفظ محیط زیست در سیاست «کوچک سازی دولت»^۲ نیز هر جا که دولتها بیش از حد بزرگ شده اند، بیشترین اولویت به سازمانهای غیر دولتی و بخش خصوصی داده شده است. علاوه بر آن در بحث «دولت خوب» نیز گفته شده است که دولتها در فرایند توسعه ملی نیازمند «کثرت گرایی»^۳ و کسب دیدگاههای شهروندان خود هستند.

سازمانهای غیر دولتی می توانند از طریق بهبود توسعه مشارکتی سهم عمده ای در توسعه ملی داشته باشند. فعلیت یافتن ظرفیت «بالقوه»^۴ یک سازمان غیر دولتی، به پیشینه فعالیتهای داوطلبانه و سطوح تحصیلی اعضا و رهبران آن بستگی دارد. معمولاً تاسیس و رهبری سازمانهای غیر دولتی بومی را کسانی صورت می دهند که تحصیلات دانشگاهی دارند. (سعیدی، ۱۳۸۲، صص ۶۹-۷۱)

تجربه گسترش سازمان غیر دولتی موضوع بسیاری از تحقیقات مهم در سالهای اخیر بوده است. این سازمانها همگام با گسترش خود از طریق ظرفیت سازی می توانند به عنوان جانشینی برای خدمات رسانی و اجرای پروژه های توسعه ای عمل کنند در چنین حالتی، بخش داوطلبانه می تواند از راههای ذیل جریان توسعه را تحت تاثیر قرار دهد:

۱. تشویق موسسات کمک دهنده رسمی و وزارتخانه های دولتی برای پذیرش دیدگاههای موفق توسعه بخش داوطلبانه.

۲. آموزش و حساس کردن مردم نسبت به حقوق خویش در برنامه های دولت.

۳. هماهنگ کردن برنامه های دولت با نیازهای عمومی با عمل کردن به عنوان محوری ارتباطی برای افکار عمومی و تجارب محلی.

۴. «تشریک مساعی عملیاتی»^۵ با مجموعه دولت.

۵. تاثیر بر سیاستهای توسعه محلی نهادهای ملی و بین المللی، مانند عدم تمرکز و «برنامه های اصلاحی شهرداریها»^۶

۶. کمک به دولت و اعطا کنندگان کمکهای مالی از طریق تقویت نهادها، آموزش کارکنان و بهبود قابلیتهای مدیریتی برای رسیدن به راهبردی کارآمد. (سعیدی، ۱۳۸۲، صص ۷۰)

1. official donors

2. rolling back the state

3. pluralism

4. potential

5. operational collaboration

6. municipal reform programmes

موانع و مشکلات در سازمانهای غیر دولتی

افراد در امور مدیریتی سازمان غیر دولتی خود زمانی می توانند با مشکلات دست و پنجه نرم کنند که موانع و عوامل باز دارنده را به درستی شناسایی و در جهت رفع آنها قدمهای مؤثری بردارند. موانع و مشکلات در این گونه موارد را می توان به دو دسته تقسیم بندی کرد :

۱- موانع و عوامل باز دارنده جهت ایجاد سازمانهای غیر دولتی :

- عدم آشنایی جامعه با سازمانهای غیر دولتی و نقش آنها در اداره امور عمومی ؛
- عدم خود باوری به تشکیل چنین سازمانهایی ؛
- عدم دسترسی به اطلاعات کافی جهت مراحل انجام کار (رسمی و غیر رسمی) برای ایجاد سازمان.

۲- عدم موفقیت و تداوم فعالیتها به دلیل :

- ضعف مدیریتی در سازماندهی NGO ؛
 - کمبود اطلاعات درون و برون سازمانی؛
 - دور شدن از هدف اصلی؛
 - از دست دادن انگیزه به دلایل مشکلات و موانع قانونی؛
 - از دست دادن انگیزه به دلیل عدم دسترسی به منابع مالی و غیر مالی؛
 - عدم به کارگیری خلاقیت و نوآوری در اداره سیستم.
- موارد ذکر شده در دسته دوم موجب: پس رفت، و چه بسا به انحلال بینجامد.
- آن چه مسلم است این است که هیچ چیز استراتژیک تر از این نیست که دریابیم به دنبال چه هدفی هستیم. افراد باید استراتژی رقابتی را پی بگیرند و با استراتژی رقابتی مزیت رقابتی ایجاد کنند، و با محیط و شدت تغییر آن نیز آشنا باشند.

اگر انجام کار، بخصوص کارگروهی را ضریبی از عوامل $E^1 \cdot M^2 \cdot A^3$ بدانیم می بینیم که فرد یا گروه اگر فاقد هر یک از آنها باشند به نتیجه دلخواه نخواهند رسید. فرض کنیم در یک سازمان غیر دولتی، اشخاص از بهره هوشی و انگیزه بالایی برخوردار باشند ولی محیط، مناسب نباشد یا اصلاً منفی باشد، سرانجام نتیجه- ای کسب نخواهد شد.

برخی از دانشمندان مطرح کرده اند که محیط (E)، توانایی (A) و انگیزه (M) را ممکن است تقویت کرد اما آن چه در این جا مطرح خواهد بود تأثیر پذیری از محیط و تأثیر گذاری بر محیط از طریق سازمانهای غیر دولتی است.

1. Environment
2. Motivation
3. Ability

جهت مقابله با مشکلات سازمانهای غیر دولتی در مورد هر یک از پدیده ها باید سیاستگذاری کرد. اگر این عوامل به هم متصل نباشند حرکت انجام نمی شود و اگر همه آنها در جهت هدف خاصی هماهنگ نشوند موجب هرز رفتن انرژیها می شود. (قشقائی، ۱۳۷۸، ص ۵۲)

حوزه های فعالیت و سطوح مشارکت سازمانهای دولتی و غیردولتی

سازمان خواروبار جهانی (FAO) مدیریت مشارکتی منابع را تابع میزان تمایل به همکاری بخشهای دولتی و سازمانهای غیردولتی می داند. میزان همکاری بین این دو بخش به ماهیت مشارکت آنها باز می گردد. ماهیت مشارکت و همکاری این دو بخش شامل پنج سطح نسبتاً مجزا می شود:

سطح اول : مشارکت از نوع مشاوره ای

هرگاه سازمان و یا موسسه ای با هدف مبادله اطلاعات روابط، مناسبات خود را با سایر سازمانها گسترش دهد و یا مناسبات جدیدی با آنان برقرار نماید. این سطح از مشارکت قابل تعریف است . برای عملی کردن این سطح از مشارکت، دو طرف با برگزاری سمینارها، کارگاههای آموزشی، گردهمایی های مشورتی و امثال آن دانسته ها و نظرهای خود را با یکدیگر مبادله می کنند. به این ترتیب، آنان از نقطه نظرات یکدیگر درباره مسائل مشترک موردبحث، مطلع می شوند.

از عوامل ارزیابی میزان عملی شدن این سطح از مشارکت، استمرار در فعالیتهای مشترک، تسهیم هزینه ها، بازبودن و گشودگی محیط جلسات، (به نحوی که حق اظهارنظر و مبادله اطلاعات به هر دو طرف داده شود) و همکاری و تشریک مساعی است.

سطح دوم : مشارکت از نوع هماهنگ سازی

هدف این نوع از مشارکت متوجه بالابردن کارایی و اثربخشی دوطرف مشارکت کننده در دست یابی به اهداف سازمانی متبوع هریک از آنان است. جلوگیری از دوباره کاری و همزمان کردن فعالیتهای مهمترین اهداف این سطح از همکاری می باشند.

این نوع مشارکت می تواند در تقویت ارتباط میان دو طرف یاری رسان باشد. در این سطح از مشارکت، در مواقع بروز حوادث غیرمترقبه و بلایای طبیعی مانند سیل، زلزله، آتش سوزی در جنگل و امثال آن، این سازمانها با ایجاد کمیته های مشترک می توانند در یاری رسانی به مردم نقش اساسی داشته باشند.

سطح سوم : مشارکت در کنار یکدیگر و تکمیلی

در این سطح از مشارکت، هربخش، دیدگاهها و ایده های خاص و خود را دارد. ولی دو طرف با تعریف چارچوب و برنامه ای مشترک، تلاشهای هدفمند خود را برای حمایت از یکدیگر مشخص و پیگیری می کنند. در این سطح هریک از دو طرف دارای علایق متفاوتی هستند ولی برای دست یابی به کنشی مشترک، این علایق را هدایت و برنامه ریزی می نمایند.

تعریف و برنامه ریزی شیوه انجام و تحقق بخشیدن به اهداف مشترک، تدوین راهکارهای حمایتی، توسعه توان و ظرفیتهای دو طرف، از زمینه هایی اساسی می باشند که در این سطح از مشارکت لازم است. برنامه ریزی برنامه هایی که دارای منافع برای دو طرف باشد، ایجاد برنامه های مشترک و تسهیم شده، انجام

حمایتهای مدیریتی و تشریک مساعی در امور، از عوامل اساسی در ارزیابی میزان موفقیت در این سطح می باشد.

سطح چهارم: مشارکت از نوع عمگرایبی

در این سطح از روابط، هر دو طرف نسبت به همکاری میان یکدیگر، تسهیم در یک دیدگاه مشترک، اتخاذ اهداف مشترک، اجرای طرحهای عملی در سطوح یک برنامه و امثال آن با یکدیگر همکاری و اتفاق نظر دارند. روابط و مکانیزمهای استفاده شده در این سطح از مشارکت در جهت تسهیل دست یابی به اهداف جمعی نهادینه شده اند.

هدف این سطح از همکاری، برنامه ریزی بلندمدت پروژه های مشترک و پیگیری برنامه مصوب به طور همگام و مستمر با اتخاذ روش تصمیم گیری مشترک در پیشبرد آنها است.

برخی از عواملی که می باید در ارزیابی میزان موفقیت در دستیابی به اهداف این سطح از مشارکت مدنظر قرار گیرند، سطح و میزان همکاری اقتصادی و مالی دوجانبه، تسهیم در دیدگاهها، توافق در راهبردها، رهبری امور، میزان تفکیک صریح و روشن مسئولیتها و وظایف می باشند.

سطح پنجم: مشارکت از نوع نهایی

این رابطه احتمالاً بالاترین شکل و سطح از همکاری میان سازمانهای غیردولتی ودولتی را شامل می شود که در آن هر دو طرف یکدیگر را به عنوان بخشهای لازم و ملزوم در فرایند توسعه و دستیابی به اهداف دیدگاههای مشترک می بینند. در این سطح از همکاری هر دو موسسه با یکدیگر براساس نظم و ترتیبی پایدار و بلندمدت و استراتژیک و باتوجه به جنبه های مختلف زندگی سیاسی، اجتماعی و اقتصادی از جامعه کار می کنند. در این سطح از مشارکت، سازمانهای غیردولتی به منابع دولتی امکان دسترسی دارند و به این سازمانها، فرصت و امکان مشارکت کافی و مورد درخواست آنها در تنظیم و برنامه ریزی سیاستها و فرایند تصمیم گیری محلی و ملی داده شده است.

هدف از این نوع همکاری برنامه ریزی، تصمیم گیری و اجرای امور به شیوه استراتژیک می باشد. مشخصه این شیوه مشارکت و همکاری، نهادینه شدن روابط کاری بین آنها در بلندمدت است که این روابط در بیشترین جنبه های زندگی جمعی، سیاسی، اجتماعی، اقتصادی قابل پیگیری و مشاهده می باشد. (آزادی و علی پور، ۱۳۸۳)

دکتر مشاعی کارشناس سازمان ملی جوانان نیز حوزه های فعالیت سازمانهای غیر دولتی را به شرح زیر بیان نموده اند:

الف - حوزه سیاسی

حکومتها باید حضور و فعالیت سازمانهای غیردولتی را بپذیرند و در مقابل آنها صف آرایی نکنند و یا آنها را رقیب خود ندانند .

معمولاً در جوامع در حال توسعه چنین مشکلاتی وجود دارد. دولتها می توانند از طریق تشویق برای شکل گیری جامعه مدنی و ایجاد محیطی مناسب برای پاسخگویی نهادهای دولتی و توسعه مشارکتی، بسترهای سیاسی را برای رشد و گسترش سازمانهای غیردولتی ایجاد کنند. کنترلهای بی رویه، دخالتهای

آشکار و پنهان، نگرشهای بدبینانه، تقلب در قوانین، عدم ایجاد زمینه های حضور جدی در سمینارها و کنفرانسهای جهانی و یا عضویت در سازمانهای جهانی و... و یا ایجاد تسهیلات فوق الذکر می تواند ساختارهای سیاسی متعددی را ایجاد نماید که در گسترش و یا عدم توسعه سازمانهای غیردولتی فوق العاده موثر باشد.

ب - حوزه دیوانسالاری

چنانچه حکومتها بخواهند از مشارکت بخش غیردولتی در برنامه های خود استفاده کنند باید راهکارهای اجرایی آن را در نظام دیوانسالاری خود طراحی کنند. پیشنهادات زیر می تواند در این زمینه اثربخش باشد:

۱. تفکیک وظایف و حوزه های فعالیت بخشهای دولتی و غیردولتی.
۲. هموارکردن زمینه برای مشارکت بخش غیردولتی در تصمیم گیری، اجرا، نظارت و ارزشیابی.
۳. ارائه زمینه های اجرایی برای کاهش تصدی گری دولتی.
۴. همکاری در بخش دولتی و غیردولتی از طریق سه رسمیت شناختن، عضویت و شرکت ازمانهای غیردولتی در جلسه و کمیته های برنامه ریزی دولتی.
۵. تسهیل در وضعیت مقررات اداری از نظر صدور مجوز تاسیس سازمانهای غیردولتی.
۶. برخورداری از معافیتهای مالیاتی، گمرکی و... و نیز تسهیل در اعطای اعتبارات و تسهیلات.

ج - حوزه قانونی

سازمانهای غیردولتی از طریق ثبت شدنشان در مراجع قانونی از شخصیت حقوقی برخوردار می شوند و در غیر این صورت برای عقد قراردادها با سازمانهای غیردولتی، بانکها و همکاریهای بین المللی مشکل خواهند داشت. پیشنهادات زیر می تواند کارساز باشد:

۱. کاهش محدودیتهای قانونی چگونگی ثبت تشکلهای غیردولتی، فعالیت، تامین منابع مالی، نظارت و کنترل و... آنها.
 ۲. وضع قوانینی که تشکلهای مردمی را به رسمیت بشناسد.
 ۳. بازنگری و اصلاح ساختار قانونی کشورها به نحوی که مانعی برای گسترش سازمانهای غیردولتی ایجاد نکند.
 ۴. تغییر ساختار اجتماعی و فرهنگی با معرفی سازمانهای غیردولتی از طریق کتب آموزشی متوسطه، دانشگاهی، رسانه های گروهی و رسانه ملی .
- یکی از عوامل تعیین کننده مشارکت سازمانهای غیردولتی در مدیریت منابع عمومی، مردم سالارانه بودن حکومت و سطح آزادی و دموکراسی در هر کشور است وجود و گسترش مردم سالاری و دموکراسی، امکان حضور و فعالیت سازمانهای غیردولتی را در صحنه های اجتماعی و اقتصادی بیشتر می کند و مدیریت منابع را از حالت انحصارگرایی دولتی می رهاوند. مردم سالاری و دموکراسی موجب پذیرش نقش نظارتی مردم از طریق سازمانهای غیردولتی بفعالیتهای دولتی می شود و در نهایت موجب گسترش روحیه تفاهم ملی و منطقه ای خواهد شد. (آزادی و علی پور، ۱۳۸۳)

اصلاح الگوی مصرف چیست؟

الگوی مصرف عبارت است از رفتار افراد، خانوارها یا کل جامعه در انتخاب، خرید و مصرف کالاها و خدمات. رفتار مصرفی افراد متأثر از رجحان ها، سلايق و محیط اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی آنها می باشد. (خداداد کاشی، ۱۳۸، ص ۴۴)

اصلاح الگوی مصرف را نباید به معنای ریاضت اقتصادی یا صرفاً صرفه جویی تفسیر و تعبیر کرد. زیرا تجربه بشری نشان دهنده این واقعیت است که در جوامعی که نقشه صحیحی برای مصرف تدوین و عملیاتی شده است، سطح رفاه عمومی بسیار بالاتر از سایرین می باشد. بنابراین هدف از این سیاست تامین رفاه بیشتر با مصرف کمتر منابع اساسی که اغلب تجدیدنپذیر نیز می باشند، است. به عنوان مثال استفاده از لامپ هایی با مصرف کمتر و قدرت روشنایی بخشی بیشتر، اصلاح سیستم های سوخت رسانی خودروها، تعویض شبکه های فرسوده انتقال آب یا انرژی در شهرها و داخل منازل، دورنریختن اضافی غذاها بویژه در میهمانی های بزرگ، اصلاح روش های آبیاری کشاورزی و برداشت محصولات؛ اصلاح مهندسی و مصالح ساختمانها و بسیاری فعالیتهای از این قبیل عموماً ممکن است چه ریاضت یا سختی را برای افراد جامعه ایجاد کنند؟

مسئله صرفه جویی شاید جزء توابع اصلاح الگوی مصرف باشد ولی هرگز معادل دقیق آن نیست زیرا اساساً صرفه جویی می بایست براساس یک الگوی مصرف تعریف شود تا با کمک آن و براساس الگوی مصرف به سوی وضعیت ایده آل حرکت کرد و عملاً طراحی الگوی مصرف یک گام قبل از صرفه جویی قرار دارد. صرفه جویی بدون تدوین یک الگوی مناسب مصرف، حتی ممکن است آسیب آفرین باشد به عنوان نمونه ممکن است برای کاهش و صرفه جویی هزینه ساختمان از پنجره های معمولی استفاده شود ولی یک الگوی مصرف صحیح ایجاب می کند حتی در صورت هزینه بالاتر از پنجره های دوجداره با عایق بندی مناسب در دیوارها استفاده شود.

همانطور که اشاره شد رعایت الگوی مصرف همیشه کمتر هزینه کردن نیست و این موضوع می تواند پاشنه آشیل این سیاست باشد. لذا لازم است تا در تدوین روندهای الگوهای مصرف از کارشناسان خبره و اهل فن بهره گیری شود و از برخی کارهای گزارشی، نمایشی یا غیراصولی به شدت پرهیز شود و می بایست به این نکته توجه کرد که جریان اصلاح الگوی مصرف بیشتر بر طراحی مدل ها و روندهای جدید استوار است تا امور سلبی و دستوری و ممنوعیت و محرومیت، به هر حال عدم دقت کافی در این مهم ممکن است شیرینی و سودمندی عظیم این سیاست هوشمندانه را به تلخی برخوردهای غیرعلمی و فنی عوامل اجرایی حتی دست چندم بدل نماید.

سیاست اصلاح الگوی مصرف صرفاً یک موضوع اقتصادی نیست بلکه هم فرهنگ در آن موثر و هم آن در فرهنگ جامعه موثر است. باید دقت کرد که در «اصلاح الگوی مصرف» که با «اصلاح مصرف» تفاوت دارد- سخن از تدوین یک الگو و نقشه ای است که اگر مصرف جامعه براساس آن الگو ساماندهی شود، جامعه به همان میزان مصرف نسبت به حالت قبل از سطح ثروت و رفاه چند برابری برخوردار شود، بنابراین باید دستگاههای فرهنگی وظایف خود را با شناخت کافی از جوانب انجام دهند. (ابراهیمی، ۱۳۸۸)

مقوله «اصلاح الگوی مصرف» از آنجا که در پی اصلاح و ترمیم رفتارهای فردی و جمعی ناظر بر مصرف است نیازمند یک حرکت اصلاحی، تدریجی، فرهنگی و آموزشی در سطوح مختلف اجتماع و فرد است به عبارت دیگر هر نوع الگوی مصرف، محصول طبیعی جامعه ای با مختصات معین است و تغییر این الگو در گرو تغییر و اصلاح این مختصات است. به عنوان مثال، وقتی که اصلاح یک پدیده فرهنگی و اجتماعی مورد توجه قرار می گیرد، بواسطه تنوع متغیرهای دخیل در شکل گیری پدیده های اجتماعی و تعاملات بین این متغیرها، با حجم گسترده ای از موضوعات روبه رو هستیم که اهتمام به این گستره از یک سو به دلیل تنوع و کثرت متغیرها بسیار دشوار و پیچیده است و از سوی دیگر به دلیل غفلت از ریشه ها و منشا پیدایش موضوع، این اهتمام با دستاوردهای کوتاه مدت و محدود روبه رو خواهد بود.

در موضوع «اصلاح الگوی مصرف» ما از یک سو با تنوع منابع مصرفی و ارزش آنها، نوع مصرف، و تنوع مصرف کننده روبه رو هستیم که با توجه به گستردگی دامنه، اهتمام به آن فوق العاده پیچیده و دشوار است حال آنکه با ارجاع مسائل به سطوح ریشه ای و بنیادی تر و شناسایی منشا شکل گیری الگوی مصرف با عوامل محدود تری روبه رو هستیم که میتوان با سهولت و اطمینان بیشتری به اصلاح آن اهتمام نمود. در این راستا به موانع و چالشهای بر میخوریم که در حقیقت منشا بروز رفتارهای غلط و هنجارهای ناجای ناظر بر مصرف گرایی و مصرف زدگی هستند. (www.farsnews.net)

اصلاح الگوی مصرف صرفا با سیاستهای الزام آور رسمی تحقق نخواهد یافت. کما اینکه به اعتقاد کارشناسان، الگوی مصرف انرژی در کشور نتیجه سازوکار فرایندی بلندمدت است که در طول چندین دهه شکل گرفته و محکم گردیده است. انسان الگوی رفتاری خود را بر اساس باورهای پیشین، الگوی رفتاری جامعه و جهت گیری سیاست های بلندمدت کشور ترسیم می نماید. بنابراین چنانچه رفتاری هرچند منفی به هر دلیلی در جامعه رایج گردد، به سختی می توان آن را اصلاح نمود، زیرا مصرف کنندگان پیش از آنکه متأثر از آموخته های کنونی خود باشند تحت تاثیر فرهنگ مصرفی قرار دارند که از دیرباز با آن انس گرفته اند.

تغییر در الگوی اجتماعی مصرف انرژی نیازمند ایجاد مکانیسم های آموزشی، فرهنگی و اجتماعی ویژه ای است که در بکارگیری آن می بایست از کلیه فرایندهای مناسب نظیر پاداش و جریمه نیز استفاده نمود. بدون در نظر گرفتن این موارد هرگونه سیاست گذاری شتابزده و یا اصرار بر افزایش قیمت انرژی نه تنها نتیجه ای در بر نخواهد داشت، بلکه مقاومت و واکنش جامعه را نیز در بردارد.

برای اصلاح الگوی مصرف انرژی در پیش گرفتن برنامه های مدیریت مصرف به شدت ضروری و شرط اساسی تحقق اصلاح می باشد. این سیاست ها تنها هنگامی اثربخش خواهد بود که هماهنگ و متناسب با سایر برنامه های کشور در عرصه سیاسی و اجتماعی باشد. (فروزنده و سیف نیا، ۱۳۸۵)

راهکارهای اجرایی اصلاح الگوی مصرف

مصرف کلا هزینه است و زمانی که مصرف می کنیم، بابت آن باید پول پرداخت کنیم و این مصرف می تواند در ارتباط با انرژی، مواد غذایی و حتی زمان باشد. به عبارتی وقتی صحبت از کاهش هزینه ها و

تغییر نگاه به کنترل هزینه‌ها به میان می‌آید، منظور فقط کنترل مصرف انرژی نیست بلکه در استفاده از زمان و فرصت نیز معنی پیدا می‌کند، وقتی بتوانیم بهره‌وری نیروی انسانی را افزایش دهیم و به اصلاح سیستم بپردازیم با رقابت در فضای عادلانه تغییر الگوی مصرف می‌تواند در انعطاف‌پذیری بیشتری تحقق یابد. بهره‌وری باید تفکیک شود و باید دید چه بخشی از کاهش بهره‌وری مربوط به قوانین، چه بخشی مربوط به دولت و چه بخشی مربوط به بخش خصوصی است. نوع عملکرد واحدها در بخش خصوصی نشان داده است که بهره‌وری در قیاس با بخش دولتی بالاتر است. البته تا رسیدن به نقطه مطلوب فاصله است و در این زمینه نیازمند اصلاح قوانین دست و پاگیر از جمله قانون کار و فضای کسب و کار هستیم. (نوروزی، ۱۳۸۸)

اصلاح الگوی مصرف که به معنی نهادینه کردن روش صحیح استفاده از منابع کشور است، سبب ارتقای شاخص‌های زندگی و کاهش هزینه‌ها شده و زمینه‌ای برای گسترش عدالت است. از طرفی الزام مصرف بهینه باعث می‌شود تا علاوه بر پیشرفت علمی ناشی از ارتقای فن آوری در طراحی و ساخت وسایل و تجهیزات بهینه مطابق با استانداردهای جهانی، فرصت توزیع مناسب منابع و به تبع آن پیشرفت در دیگر بخش‌هایی که کمتر مورد توجه بوده است نیز فراهم گردد.

اصلاح الگوی مصرف نیازمند فرهنگ‌سازی پایدار است و این خود نیازمند راهکارهایی است تا همه افراد جامعه الزام رفتارهای اصلاح مصرف را احساس کنند و به تدریج این اصلاح نهادینه شده و به یک رفتار پایدار و نهایتاً به یک فرهنگ در تمامی عرصه‌های مصرف تبدیل شود.

اصلاح الگوی مصرف در دو سطح "تولید کالا" و "مصرف کالا" قابل بررسی است. در سطح "تولید کالا" که از مرحله تبدیل مواد خام تا انتقال و توزیع به مصرف‌کننده را شامل می‌شود، نیاز است که سازندگان و تولیدکنندگان هر دو بخش دولتی و خصوصی علاوه بر رعایت ضوابط زیست‌محیطی، فن آوری تولید کالاهای خود را با استانداردهای جهانی و حتی الامکان مناسب با اقلیم هر منطقه مطابق کنند.

در سطح "مصرف کالا" باید برای فرهنگ‌سازی نحوه مصرف بهینه خصوصاً آب، برق و گاز که تهیه آنها برای مصرف‌کننده سهل‌الوصول‌تر است آموزش از طریق مدارس، رسانه‌ها، تولیدکنندگان، وزارت نیرو و شرکت گاز بسیار موثرتر باشد. همچنین مردم ایران به علت پیوند با دین و مظاهر مقدس دینی به خوبی سنت‌های نهادینه شده را می‌پذیرند و بدان ارجح می‌نهند لذا می‌توان در بخش آموزش از تعالیم و آموزه‌های دینی که بر صرفه‌جویی تأکید دارند نیز بیشتر بهره برد.

بطور کلی اجرای اصلاح مکانیزم قیمت، فرهنگ‌سازی و اطلاع‌رسانی صحیح، هدفمند کردن یارانه‌ها، ایجاد انضباط در بازارهای پولی و سرمایه‌گذاری، ایجاد موازنه در آمدی و کاهش نرخ تورم از جمله راهکارهای اصلاح الگوی مصرف می‌باشند.

باید اذعان داشت با افزایش بهره‌وری نیروی کار و سرمایه و نیز برقراری ارتباطی منطقی بین تکنولوژی و نیروی کار می‌توان از اتلاف منابع در بین مردم و دولت جلوگیری کرد که این مهم میسر نمی‌شود مگر با اجرای سیاست‌های هماهنگ و همکاری دو جانبه بین مردم و دولت. (فزون‌بال، ۱۳۸۸)

مدیران و مسوولان باید برای زمان متعلق به کار خود، هزینه فرصت را مشخص کنند و ساعات مفید کاری در ادارات و سازمان‌های دولتی را ارتقاء دهند و از هدر رفت زمان و انرژی بکاهند.

دو رویه را در خصوص اصلاح الگوی مصرف باید مد نظر داشت، این موضوع باید هم از دید نظری و هم از دید عملی بررسی شود و در مسیر اجرا تمامی ابعاد آن باید مورد توجه قرار گیرد. (روزنامه جام جم، ۸۸/۱/۱۶)

هم اکنون در کشور به دلیل غنی بودن منابع انرژی، این نعمت خدادادی با قیمتی بسیار کمتر از هزینه های واقعه عرضه می گردد و این ارزانی نسبی انرژی، خود موجب مصرف بی رویه آن می گردد. در حال حاضر حدود ۲۶ میلیون نفر از جمعیت کشور ما را افراد زیر ۱۵ سال تشکیل می دهند بنابراین آموزش این نسل جوان، گام بسیار مؤثری در جهت تحقق هدف ملی بهینه سازی مصرف انرژی خواهد بود. (نوری خاکشیر، ۱۳۸۸)

اصلاح الگوی مصرف و بالا بردن بهره‌وری، بدون قانونمند کردن چرخه پولی در تمام بخش‌های اقتصادی، واگذاری بنگاه‌های تولیدی به بخش خصوصی و نظارت بر فعالیت‌های اقتصادی، امکان پذیر نخواهد بود.

بر کسی پوشیده نیست که یکی از موجبات رشد و توسعه اقتصادی در جوامع توسعه یافته، وجود انضباط مالی، قانون مند بودن فعالیت‌های اقتصادی حتی در بنگاه‌های خصوصی و بالاخره تن دادن عالی‌ترین مقامات سیاسی در آن جوامع به الزامات مالی از جمله پرداختن مالیات و ثبت کردن میزان دارایی و هزینه‌های آنان از سوی دولت می‌باشد.

در کشور ما به نظر می‌آید که نظام گردش پولی، از چندگانگی و نبودن نظارت رنج می‌برد. به این معنا که تعدد مراکز تصمیم گیرنده، وجود بنگاه‌های بزرگ اقتصادی غیر پاسخگو و بیرون از نظارت دولت، عادی بودن سازوکارهای غیر قانونی یا بیرون از شمول قانون بودن برخی بنگاه، میزان بهره‌وری در بخش تولید را کاهش داده و موجب از هم گسیختگی در نظام پولی کشور را فراهم آورده است. (دادخواه، ۱۳۸۸)

اصلاح الگوی مصرف باید ابتدا در کالاهای مصرفی انجام شود. برای اصلاح الگوی مصرف در کالاهای مصرفی علاوه بر فرهنگ سازی، باید کنترل و تعرفه های آن افزایش یابد درمورد مدیریت اصلاح الگوی مصرف و پیشرفت همه جانبه به جای مدیریت ساختار محور باید به محوریت پروسه محور روی آوریم چرا که کشورهای توسعه یافته از طریق مدیریت قطره ای ویا پروسه ای توانسته اند ضمن فرهنگ سازی در جامعه به اصلاحات لازم برسند. البته این امر به حوصله، کار تدریجی و به فضای غیر سیاسی و آموزشی و تربیتی نیازمند است. (شاه اویسی پور، ۱۳۸۸)

وضعیت الگوی مصرف در ایران

بر اساس گزارش، موسسه «مارکت اوراکل» ایران از نظر ارائه بنزین ارزان سومین کشور و از نظر میزان یارانه پرداختی به این کالا نخستین کشور در میان کشورهای جهان است و بیش از ۳۶ درصد کل مصرف بنزین خاورمیانه در سال ۲۰۰۷ در ایران مصرف گردیده است. متوسط مصرف سوخت خودروهای بنزینی در کشورمان حدود ۱۱ لیتر در روز است در حالی که متوسط مصرف سوخت در کشورهای دیگر نظیر آلمان و ژاپن ۲/۵، در انگلیس ۳/۵، در فرانسه ۱/۹، در کانادا ۶/۵ و در کشور آمریکا ۷/۳ لیتر در روز است. هر ۱۰ سال

یک بار میزان مصرف سوخت در ایران ۲ برابر می‌شود اما این نرخ رشد در مقیاس جهانی یک تا ۲ درصد بیشتر نیست و میزان سوخت مصرفی جهان در حدود هر ۵۰ سال یک بار ۲ برابر می‌شود.

یعنی ایران در مقایسه با میانگین جهانی ۴ تا ۵ برابر بیشتر سوخت مصرف می‌کند. هم‌اکنون ۹ درصد سوخت جهان در ایران و توسط تنها یک درصد جمعیت جهان مصرف می‌شود. و هر ساله بیش از ۳۸ درصد از بودجه سالانه دولت ایران به یارانه بنزین اختصاص می‌یابد در حالی که در صورت مصرف استاندارد، ایران می‌تواند یکی از صادر کنندگان بنزین باشد.

سرانه مصرف نان در ایران به گفته معاون وزیر بازرگانی حدود ۱۶۰ کیلوگرم در سال است که نسبت به کشورهای اروپایی نظیر فرانسه که ۵۶ کیلوگرم و در آلمان ۷۰ کیلوگرم در سال است بیش از ۲ تا ۳ برابر است.

براساس گزارش صندوق بین‌المللی پول، ایران دومین کشور جهان از نظر پرداخت یارانه انرژی با رقم ۳۷ میلیارد دلار می‌باشد. مصرف سرانه انرژی در ایران به ازای هر نفر بیش از ۵ برابر مصرف سرانه کشوری مانند اندونزی با ۲۲۵ میلیون نفر جمعیت، ۲ برابر چین با یک میلیارد و ۳۰۰ میلیون نفر جمعیت و ۴ برابر کشور هند با یک میلیارد و ۱۲۲ میلیون نفر جمعیت است.

در بخش ساختمان و مسکن ایران براساس آمار و ارقام منتشره، متوسط مصرف انرژی به ازای هر مترمربع در ایران ۲/۶ برابر متوسط مصرف در کشورهای صنعتی است که در بعضی از شهرهای کشورمان، این رقم به حدود ۴ برابر می‌رسد.

الگوی مصرف آب آشامیدنی بر اساس اعلام بانک جهانی برای یک نفر در سال، یک متر مکعب و برای بهداشت در زندگی به ازای هر نفر، ۱۰۰ متر مکعب در سال است بر این اساس، در کشور ما ۷۰ درصد بیشتر از الگوی جهانی آب مصرف می‌شود! از نظر مصرف برق هم، ایران نوزدهمین کشور پرمصرف برق در دنیاست. و دولت سالیانه یارانه ۴ هزار میلیارد تومانی برای برق در نظر می‌گیرد.

ایران بعد از کشورهای امریکا و روسیه در رتبه سوم مصرف گاز جهان قرار دارد؛ میزان مصرف گاز طبیعی در ایران از ۶۸ میلیارد متر مکعب در سال ۲۰۰۱ با متوسط رشد سالانه ۱۰/۳ درصد به ۱۲۳ میلیارد متر مکعب در سال ۲۰۰۸ رسیده و پیش بینی می‌شود در سال ۲۰۱۲ میلادی میزان مصرف به ۲۷۷ میلیارد متر مکعب برسد. و با ادامه این روند در سال‌های آینده ایران به یک مصرف کننده بزرگ گاز طبیعی در جهان تبدیل خواهد شد. این در حالی است که دولت در سال گذشته ۱۳۴ هزار میلیارد ریال یارانه گاز به مشترکان بخش خانگی تعلق داده است.

سرانه مصرف شکر در ایران ۲۹ کیلو گرم است در حالی که میانگین مصرف شکر در جهان ۲۲ کیلو گرم می‌باشد. و نیز تحقیقات کارشناسان نشان می‌دهد ایرانی‌ها ۳۰ درصد بیشتر از میانگین جهانی روغن مصرف می‌کنند و همچنین مصرف میوه در ایران ۴ برابر استاندارد جهانی است.

همانطور که مشاهده می‌کنیم مقایسه میزان مصرف در بخش‌های مختلف با سایر کشورها، نشان‌دهنده وضعیت بسیار نامطلوب مصرف در همه زمینه‌ها است. و جالبتر اینجاست که سالیانه نزدیک به ۱۲/۲ هزار

میلیارد تومان یارانه واقعی و ۷۸ هزار میلیارد تومان یارانه پنهان پرداخت می کنیم. که در مجموع مبلغ کل یارانه آشکار و پنهان دولت چیزی در حدود ۹۰ هزار میلیارد تومان است. (نوروزی، ۱۳۸۸)

نرخ مصرف خودسرانه دارو در ایران نسبت به متوسط جهانی تقریباً ۳ برابر است و گفته می شود ۴۰ درصد ایرانیان خودسرانه دارو مصرف می کنند. بنابراین یکی از ضروری ترین موارد اصلاح الگوی مصرف در کشور ما، اصلاح الگوی مصرف داروست. مسلماً بی توجهی به مصرف منطقی داروها می تواند پیامدهای نامناسبی چون نارضایتی بیمار، طولانی شدن و شدت بیماری، ایجاد عوارض جانبی خطرناک و بستری شدن در بیمارستان، کم رنگ شدن ارتباط پزشک و بیمار و نهایتاً افزایش هزینه های درمانی برای افراد و دستگاههای دولتی و مهمتر از همه ایجاد مشکل همیشگی کمبود دارو در کل کشور را در بر داشته باشد.

اصلاح الگوی مصرف تنها شامل کمیت نبوده بلکه به موضوعات کیفی نیز می پردازد. بعنوان مثال، بررسی های انجام شده در خصوص الگوی مصرف غذایی افراد جامعه در کشورمان حاکی از آن است که الگوی مصرف غذایی در کشور نامطلوب بوده و با مصرف زیاد غلات به ویژه گندم و مصرف محدود فرآورده های حیوانی بویژه شیر و لبنیات و مصرف ناکافی سبزی و میوه، شکل حادثی به خود گرفته است و پیامدهایی نظیر کمبود دریافت انرژی، پروتئین حیوانی، کلسیم، ویتامین ها، آهن، ید، ریوفلاوین و غیره را در برداشته که به نوبه خود منجر به شیوع کم وزنی، کوتاهی قد و تاخیر در رشد کودکان، کم خونی، فقر آهن، اختلالات ناشی از کمبود ید، پوکی استخوان و غیره شده است.

بطور کلی با نگاهی اقتصادی به مساله مصرف نامتناسب مواد غذایی در می یابیم علاوه بر اینکه از ناحیه نامتناسب بودن الگوی مصرف در کشور سالانه بار مالی هنگفتی جهت درمان و مقابله با بیماری های ناشی از سوء تغذیه بر پیکره اقتصاد کشور تحمیل می شود؛ توسعه پایدار ملی نیز در بلند مدت مورد تهدید واقع می شود چرا که لازمه توسعه پایدار و مستمر یک جامعه وجود نیروی انسانی سالم، تندرست و سرشار از انرژی است. (خسروی، ۱۳۸۳)

فرهنگ سازی در زمینه اصلاح الگوی مصرف و نقش سازمانهای غیردولتی

در میان عواملی که بر تعیین الگوی مصرف در یک جامعه نقش دارند، به نظر میرسد «فرهنگ حاکم بر جامعه» موثرتر و دارای تاثیر عمیق تری می باشد، زیرا اعمال و تصمیم گیری افراد آینه تمام نمای عقاید، اندیشه ها و نحوه نگرش به جهان هستی و ارزش های مورد قبول آنهاست. از سوی دیگر، آداب و رسوم، ارزش ها و افکار و عقاید اجزای اصلی تشکیل دهنده فرهنگ هر جامعه می باشند. بنابراین، فرهنگ در فرایند تصمیم گیری و اعمال و رفتار اقتصادی افراد جامعه نقشی اساسی دارد. (خلیلیان اشکذری، ص ۲۷)

کمیسیون فرهنگی مجلس شورای اسلامی نیز در بیانیه ای اعلام کرده است: «اصلاح الگوی مصرف از مصادیق بارز حکمرانی خوب و حسن تدبیر در اداره کشور بوده و نیازمند فرهنگ سازی است. تغییر رفتارهای نادرست بدون زمینه و بستر فرهنگی ممکن نیست. دوری از اسراف و تبذیر و رعایت قناعت و دقت در شیوه به مصرف رساندن منابع و اهتمام به افزایش بهره وری یک اخلاق و یک فرهنگ و یک تربیت و یک سبک

زندگی است که باید در باورها و بینش و انگیزه‌ها و گرایش‌های مردم ریشه‌دار شود.» (www.farsnews.com)

اصلاح مفهومی الگوی مصرف نیازمند فرهنگ سازی با هدف تغییر پایدار الگوهای رفتاری است که خود نیز راهکارهای متنوعی را می طلبد تا تمامی اقشار جامعه را در این عزم عمومی و ملی به مشارکت رهنمون سازد، در آن صورت می توان به الگویی نهادینه شده دست یافت که به یک رفتار اجتماعی، فرهنگی در عرصه های مختلف مصرف تبدیل گردد. این اصلاح مسلماً در برگیرنده تعیین شاخص های ارزیابی برای کنترل بهینه و تشریح اقدامات و گامهای اصلی در جهت تبدیل الگوی مصرف موجود (غیر بهینه) به وضعیت مطلوب نیز خواهد بود (شاه اویسی پور، ۱۳۸۸)

فرهنگسازی در زمینه اصلاح الگوی مصرف در زمینه های بسیار متنوعی می تواند صورت پذیرد از جمله ارتقای سطح آگاهی افراد در زمینه:

- اهمیت و ضرورت مصرف صحیح،
- کاهش استفاده از کالاهای یک بار مصرف ،
- افزایش دوام اجناس تولیدی،
- کاهش میزان سمی بودن زباله های خانگی،
- کاهش حجم زباله از طریق بازیافت و استفاده مجدد،
- استفاده از محصولات ارگانیک،
- چگونگی استفاده مطلوب از آب آشامیدنی و غیر آشامیدنی،
- مصرف انرژی ها (گاز، برق و...)،
- مواد مصرفی همچون کاغذ و ...،
- تجهیزات الکترونیکی و قابلیت های آن (سرورها، کامپیوترها و ...)،
- بهبود در سیستم های مدیریتی (اصلاح رویه ها و سیاست های سازمانی، جلوگیری از موازی کاری در انجام امور، بازنگری در فرایندهای کاری)
- و ...

در نظر سنجی که بوسیله روزنامه ایران انجام شد، پاسخگویان به این سؤال که چگونه می توان فرهنگ صحیح مصرف را در جامعه رواج داد، اینطور پاسخ داده اند: ۳۳ درصد تبلیغات را راه حل اساسی در ترویج فرهنگ صحیح مصرف بیان کرده اند. ۳۴ درصد آموزش راههای صحیح مصرف کردن و جلوگیری از اصراف را در این مورد موثر بیان کرده اند. ۱۵ درصد افراد معتقدند رواج فرهنگ درست مصرف کردن بستگی به خصوصیات و باورهای هر فرد دارد و سایر افراد به گزینه هایی چون جلوگیری از ورود کالاهای غیرضروری و لوکس و مناسب بودن قیمتها اشاره کرده اند. (عالی زاده، ۱۳۷۸)

نتایج این نظرسنجی نشان دهنده آن است که ۸۲ درصد از پاسخگویان، تبلیغات؛ آموزش و باورهای فردی (حوزه فرهنگ سازی) را در اصلاح الگوی مصرف (از سیاستهای الزام آور دولتی) موثرتر دانسته اند.

حوزه هایی که سازمانهای غیردولتی فعال در این زمینه می توانند از تاثیرگذاری بسیار خوبی برخوردار بوده و فرهنگ سازی نمایند.

البته بین عملکرد و سیاستهای اقتصادی و تولیدی دولت و سازمانها و باورهای فرهنگی افراد جامعه نیز رابطه وجود دارد. نوع عملکرد دستگاه های اقتصادی، بطور غیر مستقیم ذائقه مصرف کننده را شکل داده، به واقع نوعی فرهنگ سازی رخ می دهد. این نگاه به مساله مصرف کالاها، یکی از نکاتی است که به روشنی می تواند رابطه بین فعالیت های اقتصادی و باورهای فرهنگی را نشان دهد. برای روشن شدن موضوع، به ذکر چند مثال می پردازیم.

یک مثال بارز، تمایل جامعه و بویژه گروه های دارای امکانات مالی بیشتر برای خریداری خودروهای خارجی است. خودروهای شخصی دارای کاربرد مشخصی در جامعه هستند که بطور عمده نقش انتقال و جابجایی صاحب خودرو را در یک شهر برعهده دارند. بنابراین، میتوان گفت که کارکرد یک خودرو داخلی و خارجی در نگاهی کلی یکسان است. ولی متأسفانه شاهد آن هستیم که حتی اگر قیمت خودرو ایرانی خیلی کمتر از خودرو خارجی باشد، بازهم مردم تمایل به خرید خودرو خارجی دارند. این واقعیت ناشی از کیفیت تولید و امکاناتی است که دارنده خودرو خارجی از آن برخوردار است و در خودروهای ایرانی دیده نمی شود. این وضع در دراز مدت موجب می شود تا مصرف کننده ایرانی کمتر به خودروهای تولیدی در داخل کشور رغبتی نشان دهد و این باور که خودرو خارجی بهتر از خودرو داخلی است، به یک باور فرهنگی تبدیل می شود. در این مورد، به وضوح رابطه بین کیفیت تولید و ذهنیت مردم در خصوص کالای مورد بحث روشن است.

مثال دیگر درباره نوع قیمت گذاری روی داروها و شکل گیری ذهنیت مردم درباره کارایی داروهای ایرانی است. متأسفانه ارزانی بیش از حد دارو در کشور، موجب شده است تا همه این تصور غلط را داشته باشند که چون داروی ایرانی ارزان، ولی مشابه خارجی آن گران است، پس داروی خارجی بهتر و موثرتر است. نتیجه این تصور افزایش تمایل مردم به مصرف داروی خارجی است. (صدقی نیا، ۱۳۷۸)

علی ایحال سازمانهای غیردولتی با انجام فعالیتهای تبلیغاتی، ترویجی، آموزشی و اطلاع رسانی در زمینه اصلاح الگوی مصرف می توانند در این خصوص فرهنگ سازی نمایند. از طرفی سیاستهای اقتصادی دولت نیز می بایست مجدانه در جهت اصلاح الگوی مصرف باشد. بعبارت دیگر فعالیتهای دولت و سازمانهای غیردولتی در زمینه اصلاح الگوی مصرف مکمل یکدیگر بوده و ضریب موفقیت برنامه ها را افزایش می دهند.

نظارت بر اصلاح الگوی مصرف و نقش سازمانهای غیردولتی

علاوه بر فعالیتهای فرهنگ سازی حوزه دیگری که سازمانهای غیر دولتی توانایی مشارکت و تاثیرگذاری خوبی دارند، حوزه نظارت بر اصلاح الگوی مصرف در سازمانهای عمومی و دولتی و ارزیابی فعالیتهای و پروژه های مربوطه می باشد. همانطور که قبلاً ذکر شد، یکی از کارکردهای سازمانهای غیردولتی نظارت بر حسن انجام امور می باشد.

از آنجا که این سازمانها همواره با مردم در ارتباط بوده، زبان گویای نیازهای آنان به شمار می روند، و کانونهای فشار برای سازمانهای دولتی در جهت همسویی برنامه ها با نیازهای واقعی مردم تلقی می شوند. تحقیقات مختلف، توفیق سازمانهای غیر دولتی را در جذب مشارکتهای مردمی تاکید کرده است. این سازمانها ظرفیت لازم برای پیشبرد مشارکتهای محلی را دارند و به عنوان بخشی از مردم، مشارکت آنان را پیگیری می کنند. به این ترتیب، این سازمانها کانونی برای جذب، سازماندهی و هدایت مشارکتهای مردمی و استمرار آن محسوب می شوند.

تجارب جهانی نشان می دهد که سازمانهای غیر دولتی با ایفای نقشهای نظارتی، بسیج، جذب و هدایت منابع انسانی، مادی و معنوی می توانند بهترین نمود مشارکت مردمی باشند و با انسجام بخشی به گروههای انسانی هم هدف، راهگشای دست یابی به اهداف توسعه پایدار در منابع ملی باشند. (کاظمی، ۱۳۷۸، ص ۸۸) ابعاد نظارت سازمانهای غیردولتی با توجه به برنامه ها و مجوزهای صادره می تواند حوزه های متعددی را شامل شود، از جمله: صرفه جویی در مصرف انرژی و رعایت اصول لازم در ساختمانها و اماکن ها عمومی، بهینه سازی فرایندها، استفاده مناسب از منابع مختلف از جمله زمان و ...

در بعد نظارتی، سازمانهای داوطلبانه فعال، پس از انجام تمهیدات و هماهنگی های لازم، می توانند گزارشات نظارتی و ارزیابی خود را از وضعیت الگوی مصرف در سازمانهای دولتی و عمومی و نیز وضعیت کلی کشور در حوزه های مختلف اصلاح الگوی مصرف، به اطلاع مراجع فراسازمانی یا عالیترین مقامات سازمانی برسانند و یا اینکه از طریق سایت ها، مطبوعات و رسانه های مختلف به عموم مردم اطلاع رسانی نمایند.

بدیهی است برای اعمال نظارت و ارزیابی دقیق و علمی از بهبود الگوی مصرف می بایست سازمانهای غیردولتی فعال در این زمینه، به سمت تقسیم کار و تخصصی شدن بیشتر حرکت نمایند، مثلا تنها در زمینه های بهبود مصرف انرژی، یا مصرف دارو و یا حوزه های مختلف دیگر فعالیت نمایند. در واقع، این سازمانها نهادی برای متشکل کردن متخصصان و علاقمندان در حوزه های گوناگون اصلاح الگوی مصرف خواهند بود که یاریگر دولت و جامعه در این خصوص بوده و با ارائه گزارشات نظارتی و ارزیابی و با نظرات مشورتی و اصلاحی خود بر کارایی و اثربخشی برنامه ها می افزایند.

البته ظرفیت پذیرش فعالیت و نظارت کارشناسانه این نوع سازمانها در یک جامعه جهان سومی نیازمند عزم جدی مقامات عالی کشوری و سازمانی بوده و می بایست در قالب یک برنامه بلندمدت و هماهنگ اجرایی شود.

توسعه سازمانهای غیردولتی فعال در زمینه اصلاح الگوی مصرف

با توجه به مواردی که در طی مقاله حاضر در خصوص سازمانهای غیردولتی و اصلاح الگوی مصرف بحث شد، ضروری است تا نهادهای مدنی و تشکلهای مردمی (NGO) بعنوان حامیان اصلاح الگوی مصرف گسترش یافته و در این راستا می بایست موارد ذیل مورد توجه قرار گیرد:

- با توجه به نقش اساسی قوای سه گانه در اداره امور کشور می بایست هریک از این نهادها مقررات و دستورالعملهای ویژه ای را در جهت حمایت از اصلاح الگوی مصرف تعیین و اجرا نمایند.

بعنوان مثال، دولت با تدوین قوانین و خط مشی های مربوط به ارتقای فعالیت های سازمانهای غیردولتی حامی اصلاح الگوی مصرف، با تعیین و حمایت از حوزه های زیر در جذب داوطلبین به این سازمانها و توسعه فعالیتهایشان موثر خواهد بود:

- فعالیت های تبلیغاتی و آموزشی در خصوص اصول و مزایای سازمانهای غیردولتی حامی اصلاح الگوی مصرف.

- کمک رسانی مالی، لجستیکی و فنی به سازمانهای غیردولتی حامی اصلاح الگوی مصرف، از جمله با ارائه خدمات آموزشی و اطلاع رسانی.

- پشتیبانی مالی اعضا با مسائلی همچون تخفیف در هزینه حمل و نقل.

- توسعه مطالعه و بررسی فعالیت های مربوطه با ایجاد ساختارهای ملی برای تحقیق، پژوهش و بهره برداری از تجارب موفق سایر کشورها.

- نقش مجلس بعنوان تصویب کننده قوانین، بودجه و نظارت بر دستگاههای اجرائی کشور بسیار حائز اهمیت است. نمایندگان مجلس می توانند به کمک خط مشی هایی به نفع سازمانهای غیردولتی حامی اصلاح الگوی مصرف و نیز با تخصیص بودجه و تصویب قانون از داوطلبان حمایت کنند و در نتیجه با تحت تاثیر قرار دادن کارشناسان دولتی و حکومتی اقداماتی را به نفع فعالیت های داوطلبانه سازمانهای غیردولتی حامی اصلاح الگوی مصرف انجام دهند. برای بحث در خصوص مسائل مذکور می توان ایجاد محیط های دولتی و پارلمانی را نام برد که یقیناً در اکثر موارد مذکور نتیجه کار به عملکرد نمایندگان در پارلمان و خواسته های شان در تجلی مسائل اجتماعی مرتبط خواهد بود.

- قوه قضائیه نیز با تصویب و اجرای قوانین شفاف، سخت و کارآمد از مهمترین مراجع تاثیرگذار در زمینه رعایت اصول بهینه سازی مصرف و جلوگیری از اسراف در همه زمینه ها (زمان، انرژی، کالا و ...) می باشد. استفاده از تجارب سایر کشورها در این خصوص راهگشا خواهد بود.

- پس از ایجاد مقررات و ساختارهای قانونی لازم جهت حمایت از اصلاح الگوی مصرف و تشکیل سازمانهای غیردولتی حامی اصلاح الگوی مصرف می بایست از طریق رادیو، تلویزیون، مطبوعات و سایر رسانه ها، اطلاع رسانی، فرهنگ سازی و افزایش دانش عمومی در حوزه های مربوطه جهت جذب نیروهای داوطلب به این سازمانها انجام شود. همچنین به منظور تشویق و توسعه مکانیزمهایی جهت ایجاد و گسترش تشکیلات خودجوش و سازمانهای داوطلبانه مردمی جهت حمایت از اصلاح الگوی مصرف می بایست موانع موجود در مسیر فعالیت این سازمانها بررسی و رفع گردد.

- سازمانهای غیردولتی حامی اصلاح الگوی مصرف نیز با توجه به مواردی که در طی این مقاله در خصوص ویژگیهای سازمانهای غیردولتی (غیر انتفاعی بودن، نداشتن وابستگی به دولت، داوطلبانه، برخورداری از شخصیت حقوقی، مدیریت دموکراتیک و مشارکتی، خودگردان، غیر سیاسی بودن، معافیت مالیاتی) و توجه به زمینه های موفقیت NGO ها (تامین ورودیهای سیستم، ارتقای بضاعت علمی و

موضوعی، ارتقای توان ارتباطات) و سایر نکاتی که بیان شد، می بایست به صورتی کارآ و اثربخش در کنار بخش دولتی وظیفه نظارتی و فرهنگ سازی خود را ایفا نمایند. این انجمن ها باید با اطلاع رسانی و آگاه سازی افراد جامعه، استفاده از تجارب سایر کشورها و تعامل با سایر نهادها در تحقق اصلاح الگوی مصرف تلاش کنند تا جامعه از ثمرات این فرایند بهرمنند گردد.

در امر فرهنگ سازی اصلاح الگوی مصرف، الگو سازی بسیار اهمیت دارد بنابراین کسانی که در نظام تعلیم و تربیت، ادارات، صدا و سیما و غیره هستند باید الگو ارائه کنند و به این موضوع بصورت مسئله ملی و فرا ملی فکر کرده و برنامه ریزی کنند.

نتیجه گیری

اصلاح الگوی مصرف ابعاد بسیار گسترده ای دارد از زمان و فرصت گرفته تا بهره وری، انرژی و کالاهای مصرفی، از طرفی با توجه به گستردگی و اهمیت موضوع کلیه دستگاه های اجرایی، دولت، دستگاه های قانونگذاری و دستگاه قضائی و همچنین بخش خصوصی و عموم مردم در بهبود الگوی مصرف به نوعی نقش دارند.

برای اصلاح الگوی مصرف اقدامات متنوعی می بایست انجام گیرد، بخشی از این اقدامات به شکل آموزشی و تبلیغات می باشند، تا مصرف کنندگان از اطلاعات کافی برخوردار شوند و روش مصرف خود را تصحیح نمایند. بخشی از اقدامات به شکل قوانین و مقررات می باشند. مانند تصحیح نرخ گذاری کالاها و خدمات دولتی، اعمال تعرفه های تصاعدی جهت جلوگیری از مصرف بی رویه آب و انرژی و تنظیم ساعات کار اصناف. بخشی از اقدامات نیز مربوط به سطوح مدیریت است. و ...

علی ایحال با توجه به اینکه اصلاح الگوی مصرف و تغییر نگرشها و رفتارهای ناکارآمد گذشته، در اغلب موارد امری فردی بوده و بدون نهادینه کردن رفتارها و نگرشهای جدید در افراد نمی توان انتظار تغییرات پایداری را داشت، لذا جلب مشارکت و همکاری داوطلبانه افراد در این خصوص راهگشا خواهد بود. سازمانهای غیر دولتی یکی از مهمترین نهادهای جلب مشارکت و بسیج افراد برای اهداف توسعه ای می باشد. که حمایت و هدایت برخی از آنها در جهت اصلاح الگوی مصرف بسیار ضروری است. لذا می بایست تصمیماتی هماهنگ و متناسب در این خصوص اتخاذ گردد.

در واقع مجلس به عنوان یک نهاد قانونگذار و دولت به عنوان یک نهاد سیاستگذار می توانند نقش مکمل و موثری را به طور مستقیم و غیر مستقیم در توسعه و جذب نیروهای داوطلب به سازمانهای غیر دولتی فعال در زمینه اصلاح الگوی مصرف داشته باشند.

در این رابطه دولت میتواند به عنوان کمک رسان مالی و فنی به سازمانهای غیر دولتی فعال در زمینه اصلاح الگوی مصرف و حمایت کننده از فعالیتهای آنها و مجلس با تخصیص بودجه کافی برای فعالیتهای داوطلبانه این سازمانها و تصویب قوانین مناسب در جهت حمایت از داوطلبان، انگیزه لازم را برای فعالیتهای داوطلبانه سازمانهای غیر دولتی فعال در زمینه اصلاح الگوی مصرف در مردم فراهم سازد.

همچنین دولت با تدابیر مختلف از جمله قیمت گذاری مناسب حامل های انرژی، نوع هزینه کردن منابع و سیستم بودجه بندی، برنامه ها و سرمایه گذاری های مناسب و مجلس با تصویب قوانین مناسب در خصوص بهینه سازی مصرف در زمینه های مختلف از جمله مسکن، صنایع، کالاهای مصرفی و ایجاد الزامات قانونی برای سایر دستگاه ها و قوه قضائیه با تصویب و اجرای قوانین لازم برای برخورد با ناکارآمدی ها و شکوائیه های موجود با رویکرد استفاده بهینه از کلیه منابع هر یک به نحو موثری می توانند در اصلاح الگوی مصرف در جامعه ایفای نقش نمایند. علی ایحال بدون مشارکت اکثریت مردم در این امر، تدابیر اتخاذ شده از کارائی و اثربخشی مناسبی برخوردار نخواهد بود و یکی از مهمترین وسیله ها جهت مشارکت داوطلبانه افراد در یک جامعه مدنی توسعه سازمانهای غیردولتی (NGO) می باشد که با توجه به ویژگیهایشان، توانایی تاثیرگذاری لازم در اصلاح الگوی مصرف را دارا می باشند. ابعاد دخالت و مشارکت سازمانهای غیردولتی فعال در زمینه اصلاح الگوی مصرف نیز بسیار گسترده می باشد، اما در یک تقسیم بندی کلی این ابعاد در دو بخش ذیل خلاصه گردد:

۱. نظارت بر حسن اجرای امور در سازمانهای دولتی و عمومی از نظر اصلاح الگوی

مصرف (استفاده صحیح از منابع، زمان و ...)

۲. انجام فعالیتهای تبلیغاتی، ترویجی، آموزشی و اطلاع رسانی در زمینه اصلاح الگوی

مصرف (فرهنگ سازی)

بنابراین حوزه دخالت و تاثیر گذاری سازمانهای غیر دولتی عمدتاً در بخش های فرهنگ سازی و نظارت بر اصلاح الگوی مصرف می باشد. ذکر این نکته ضروری است که بدون حمایت و توجه دستگاه های اجرایی، مقننه و قضائیه نیز، سازمانهای غیردولتی از کارائی مناسبی برخوردار نخواهند بود. لذا می بایست تعامل مستمر و سازنده ای بین سازمانهای غیردولتی و دستگاه های حاکمه (علی الخصوص در سطوح مدیریت عالی سازمانها) برقرار گردد.

دستگاه های حاکمه می بایست قوانین و سیاستهای مناسبی را در ارتباط با توسعه فعالیتهای داوطلبانه و هدایت این فعالیتهای در مسیر مناسب ایجاد نمایند و چارچوب، زمینه و ظرفیت لازم جهت مشارکت و نظارت سازمانهای غیردولتی را بر عملکرد کارکنان دستگاه های اجرایی (از نظر استفاده کارآمد از منابع و اصلاح الگوی مصرف) فراهم نمایند.

تحقق این امر با توجه به شرایط موجود جامعه و فرهنگ ملی و سازمانی موجود، نیازمند الزامات، برنامه و زمان بندی مناسب، آموزش ها و فعالیتهای فرهنگی متنوعی می باشد. بنابراین مشارکت موثر سازمانهای دولتی و عمومی در این الگو، نیازمند ایجاد ظرفیت های خاصی در سازمانهای مذکور می باشد.

همچنین بمنظور فعالیت سازمانهای غیر دولتی در زمینه اصلاح الگوی مصرف در سطح جامعه و تعامل با خانواده ها، سایر سازمانهای غیر دولتی، نهادهای مذهبی، سازمانهای بخش خصوصی و ... می بایست الزامات قانونی، امکانات سخت افزاری و زمینه ها و شرایط لازم برای سازمانهای غیردولتی فعال در زمینه اصلاح الگوی مصرف ایجاد شود.

منابع و ماخذ:

۱. ابراهیمی، حمیدرضا، «اصلاح مصرف یا اصلاح الگوی مصرف؟»، روزنامه کیهان، شماره ۱۹۴۳۴، ۱۳۸۸/۵/۲۱
۲. آزادی، محمد و علی پور، الهام، «مروری بر ساختار، توانایی ها و نقش های سازمانهای غیردولتی»، ماهنامه تدبیر، شماره ۱۵۲، دی ماه ۱۳۸۳
۳. دادخواه، حسن، «چالش های اصلاح الگوی مصرف در امور مذهبی»، سایت خبری - تحلیلی تابناک "۱۳۸۸/۰۲/۰۷"
۴. خداداد کاشی، فرهاد، «الگوی مصرف حاکم بر جامعه، جنبه های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی را تحت تاثیر قرار می دهد»، مجله بررسیهای بازرگانی، شماره ۱۳۹
۵. خسروی، حسن، «الگوی نادرست مصرف»، نشریه هدف و اقتصاد، ۱۳۸۳/۱/۳۰
۶. خلیلیان اشکذری، محمدجمال، «الگوی صحیح مصرف»، نشریه معرفت، شماره ۶۶
۷. سعیدی، محمدرضا، «درآمدی بر مشارکت مردمی و سازمانهای غیردولتی»، انتشارات سمت، چاپ اول، تهران ۱۳۸۲
۸. شاه اویسی، راحله، «اصلاح الگوی مصرف نیازمند فرهنگ سازی پایدار است»، ماهنامه بیمه و سلامت، سال ششم، شماره ۵۳، مرداد ۸۸
۹. صدقی نیا، محمد حسن، «الگوی مصرف و جایگاه علمی آن»، روزنامه ابرابر اقتصادی، ۷۸/۴/۱۳
۱۰. طوسی، محمد علی، «مشارکت»، انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی، تهران، ۱۳۷۲
۱۱. عالی زاده، مریم، «الگوی مصرف: باید چاره ای بیاندیشیم»، روزنامه ایران، ۷۸/۱/۱۵
۱۲. فروزنده، کاظم و سیف نیا، فرخنده، «بررسی عوامل موثر بر مصرف انرژی کشور»، روزنامه همشهری، ۸۵/۲/۲۲
۱۳. فزون بال، مسعود، «راهکارهای اجرایی اصلاح الگوی مصرف»، شبکه اطلاع رسانی نفت و انرژی - اداره کل روابط عمومی وزارت نفت، ۱۳۸۸/۱/۱۰ (<http://www.shana.ir/139978-fa.html>)
۱۴. قشقائی، فرشته، «نقش سازمانهای غیردولتی زنان در اداره امور عمومی کشور»، مجموعه مقالات همایش توسعه نظام اداری، انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی، تهران، خرداد ۱۳۷۸
۱۵. کاظمی، موسی، «شناخت سازمانهای غیردولتی: طراحی مدل مفهومی مدیریت کارآمد منابع با مشارکت سازمانهای غیردولتی»، مجموعه مقالات همایش توسعه نظام اداری، انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی، تهران، خرداد ۱۳۷۸
۱۶. گلشن پژوه، محمود، «راهنمای سازمانهای غیردولتی»، انتشارات موسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین المللی ابرار معاصر تهران، چاپ اول، اسفند ۱۳۸۱
۱۷. نوروزی، فاطمه، «بیم ها و امیدهای اصلاح الگوی مصرف»، روزنامه رسالت، شماره ۶۷۹۰، ۱۳۸۸/۶/۸

۱۸. نوری خاکشیر، زهرا، «مدرسه، نقطه آغازین اصلاح الگوی مصرف»، روزنامه رسالت، شماره ۶۷۰۶، ۱۳۸۸/۲/۲۷

۱۹. وجودی، مهدی و سعیدی، علیرضا، «نقش سازمانهای غیر دولتی در کاهش خسارتهای ناشی از زلزله»، مجله راه و ساختمان، سال دوم، شماره ۱۷، آبان و آذر ۸۳

۲۰. -، «اصلاح الگوی مصرف از دستگاه های دولتی آغاز شود»، روزنامه جام جم، شماره ۲۵۲۵، ۱۳۸۸/۱/۱۶

<http://www.farsnews.net/newstext.php?nn=8805181279> .۲۱

<http://www.farsnews.com/newstext.php?nn=8801181035> .۲۲