

عنوان مقاله:

رهیافتی اسلامی به نقش رفتارهای مصرفی در ایجاد و گسترش بحران های اقتصادی

محل انتشار:

دوفصلنامه مطالعات اقتصاد اسلامی، دوره 4، شماره 7 (سال: 1390)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسندگان:

علی سعیدی - دانشجوی دکترای اقتصاد اسلامی، دانشگاه امام صادق(ع)

محمدهادی زاهدی وفا - استادیار دانشکده معارف اسلامی و اقتصاد، دانشگاه امام صادق(ع)

خلاصه مقاله:

یکی از مهمترین رفتارهای افراد و خانوارها در حوزه اقتصاد مربوط به مصرف است. از آنجا که تقریباً در همه کشورها، حجم زیادی از تولید ناخالص داخلی به مصرف اختصاص دارد، کوچکترین نوسان و تغییری در حجم (کمیت) و نوع (کیفیت) مصرف تاثیر قابل توجهی بر رشد و توسعه خواهد داشت. در اقتصاد متعارف، تحلیل های مربوط به مصرف، محدود به عوامل بازاری مثل قیمت ها و درآمد است و عوامل غیربازاری نادیده انگاشته می شود. این عوامل مانند انتظارات ذهنی مصرف کنندگان نسبت به آینده بازار، رفتارهای احتیاطی، رفتارهای تقلیدی، اطمینان مصرف کنندگان به بازار و اهمیت دادن به مصرف نسبی دارای اثرات چشمگیری بر سطح مصرف افراد هستند، بگونهای که مصرف را در دوران رونق بیش از حد معقول افزایش میدهند و در دوران رکود، مصرف را بیش از حد کاهش میدهند و دوران رکود را طولانیتر و شدیدتر میکنند. اسلام در طرح ریزی نظام اقتصادی خود، با هدایت محرکهای درونی افراد و همچنین وضع محدودیتهای فقهی و اخلاقی مختلف، سعی کرده است رفتارهای مصرفی را بگونه ای مدیریت کند که نه تنها به بحران های گسترده اقتصادی منتهی نشود بلکه موجبات رونق و شکوفایی اقتصادی را نیز فراهم سازد. تصفیه اخلاقی انگیزه ها و سلايق پیش از ورود به بازار، منع مصرف مسرفانه و برنامه ریزی برای رسیدن همه اقشار جامعه به مصرف در حد کفاف، تحریم ربا و جلوگیری از تامین مالی مصرف مبتنی بر بدهی نهایتاً ایجاد انگیزه های الهی برای کار کردن و کسب درآمد، از جمله سیاستهای اسلام برای مهار بخش بحران زای رفتارهای مصرفی و در کنار آن، ایجاد تقاضای لازم برای تداوم رشد اقتصادی میباشد.

کلمات کلیدی:

رفتارهای مصرفی، بحران اقتصادی، مصرف در حد کفاف، مصرف مسرفانه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/763754>

