

بسمه تعالی

آشنایی با معروفات اقتصادی

و شیوه های صرفه جویی

تعریف علم اقتصاد و اصول آن

علم اقتصاد عبارت است از مطالعه چگونگی انتخاب و روش بکارگیری منابع محدود با یا بدون کمک پول، به منظور تولید کالاهای مختلف و توزیع آنها برای مصرف حال و آینده در بین گروه های اجتماعی.

اصول اقتصادی

اقتصاددانان به مطالعه رفتار مادی انسانها می پردازند و در این راه پایه های تفکری خاص خود را دارند که آنها عبارتند از: کمیابی، انتخاب، هزینه فرصت از دست رفته، نهایی گرایی و بازارهای کارآمد

کمیابی scarcity: کمیابی مهم ترین مفهوم اقتصادی است، با این معنا که هر چیزی را به هر اندازه ای می خواهیم نداریم. کمیابی بعنوان محدودیت در منابع و زمان مدنظر قرار می گیرد .

انتخاب choice: انسان ها نیاز و تمایل به مصرف مجموعه ای از کالاها و خدمات دارند. از این رو عنوان میشود انسانها دارای خواسته های نامحدود و متعدد ولی با محدودیت منابع نیز روبرو است فلذا انسانها و حتی دولتها در رفتارهای اقتصادی خود ناچار از انتخاب، جهت تامین برخی از خواسته های جامعه خود هستند .

هزینه فرصت از دست رفته Opportunity cost: چون اقتصاددانان نسبت به کمیابی و انتخاب خیلی حساس هستند لذا به هزینه ها توجه خاص دارند. مهم ترین نوع هزینه، هزینه فرصت از دست رفته است و آن عبارت است از فرصت یا فایده یا درآمد از دست رفته بهترین انتخابی که می توانست به جای انتخاب مزبور با صرف همان مقدار منابع و زمان بکاررفته، صورت گیرد

نهایی گرایی Maximization: از فاکتورهای مهم در انتخاب و تصمیم گیری هنگام خرید و مصرف و یادار موقع

تولید فواید و هزینه های آخرین واحد آن محصول است

بازارهای کارآمد Effective market: بطور کلی اقتصاددانان معتقدند که فرصت های سودآوری (منظور بدست آوردن سود بیش از حد متعارف) در بازار کم هستند و چنانچه این فرصت در بازاری بوجود آید سایرین برای استفاده از آن هجوم می آورند و این فرصت نصیب کسی میشود که زودتر به آنجا برسد چون فرصت در مدت زمان کوتاهی از دست میرود.

کارایی و اثربخشی

کمتر واژه‌هایی را می‌توان یافت که به اندازه‌ی کارایی و اثربخشی در میان مدیران و در جلسات مدیریتی رایج باشند . . تفاوت کارایی و اثربخشی نیز غالباً بحثی است که در نخستین ساعت‌های آموزش تشریح می‌شود

تعریف کارایی (Efficiency)

کارایی با توجه به میزان منابع استفاده شده برای انجام یک فعالیت مشخص سنجیده می‌شود و افزایش کارایی – که گاهی در ادبیات مهندسی به آن راندمان هم گفته می‌شود – به معنای کاهش اتلاف منابع در انجام یک فعالیت است.

بنابراین می‌توان گفت:

- وقتی امروز یک فعالیت مشخص را با منابعی کمتر از دیروز انجام می‌دهید، می‌توان گفت کارایی شما در آن فعالیت نسبت به دیروز افزایش یافته است.
- وقتی یک پروژه را به دو نفر واگذار می‌کنید و یکی از آن دو، این پروژه را با پول کمتر یا در مدت زمان کمتر انجام می‌دهد، می‌توان گفت کارایی بالاتری داشته است.
- وقتی به علت کم خوابی، سرعت فکر کردن یا کار کردن شما کاهش پیدا می‌کند، می‌توان گفت کارایی شما کاهش یافته است.
- اگر هر کس مشغول هر کاری است، آن را کمی سریع‌تر انجام دهد، کارایی کل مجموعه به شکل محسوسی افزایش پیدا می‌کند.

توجه داشته باشید که در تعریف کارایی، مهم نیست که اصل کار، در مسیر درستی انجام می‌شود یا نه. ما به «میزان مصرف منابع برای همین کار فعلی» توجه داریم .

به عنوان مثال، فرض کنید یک کارشناس تولید محتوا استخدام می‌کنید تا فعالیت‌های دیجیتال کسب و کار شما را سر و سامان دهد. او بدون این که قدرت تحلیل داشته باشد و تشخیص دهد که کدام کار شما درست و کدام نادرست است، همان سبک کارهای قبلی خودتان را با همان کیفیت سابق، اما با هزینه‌ای کمتر (یا سرعتی بیشتر) انجام می‌دهد. در این حالت می‌توان گفت استخدام کارشناس، کارایی شما را بالا برده است.

همان‌طور که می‌بینید در این جا به هیچ وجه بحثی از درست یا نادرست بودن اصل کار وجود ندارد.

تعریف اثربخشی (Effectiveness)

اثربخشی با توجه به میزان همسو بودن فعالیت‌ها با هدف‌های تعیین شده سنجیده می‌شود. بنابراین افزایش اثربخشی به این معناست که فعالیت‌های ما، بیش از گذشته با هدف‌هایمان همسو شده است.

مثالهای زیر، استفاده‌ی مناسب از اصطلاح اثربخشی را در جمله‌ها و اظهارنظرها نشان می‌دهد:

- استفاده از فضای تبلیغاتی در فرودگاه‌ها برای تبلیغ مواد غذایی، از اثربخشی بالایی برخوردار نیست.
- اگر فرض کنیم هدف از دوره‌های آموزشی مدیریتی، پرورش مدیران توانمند است، این دوره‌ها چندان اثربخش نبوده‌اند.
- تا وقتی شاخص‌های کلیدی عملکرد تعریف نشده باشند، ما نمی‌توانیم از اثربخشی فعالیت‌های واحد منابع انسانی صحبت کنیم.

چه در زندگی شخصی و چه سازمانی، اثربخشی زمانی معنا و مفهوم پیدا می‌کند که مأموریت، چشم انداز و اهداف تعریف شده باشند.

اگر ندانیم چه می‌خواهیم بکنیم، هرگز نمی‌توانیم اثربخشی را افزایش دهیم (اگر چه در همین حالت ندانستن و نفهمیدن، می‌توان فعالیت‌های فعلی را با کارایی بیشتری انجام داد).

تفاوت کارایی و اثربخشی

یک سوال تکراری و کلیشه‌ای در آموزش مدیریت این است که می‌پرسند: «تفاوت کارایی و اثربخشی چیست؟» کارایی و اثربخشی، به موضوعات متفاوتی اشاره دارند و نمی‌توان آن‌ها را با هم سنجید.

کارایی به مفاهیمی که در مهندسی می‌آموزیم نزدیک‌تر است و در موارد بسیاری می‌توان آن را به شکل کمی سنجید. اما اثربخشی، نیازمند تعیین جهت است و بسیار بنیادی‌تر محسوب می‌شود.

اما به هر حال، بد نیست به خاطر بسپاریم که:

دغدغه‌ی کارایی این است که «چگونه همین کارهایی را که فعلاً انجام می‌دهم، بهتر و با اتلاف کمتر انجام دهم؟» و دغدغه‌ی اثربخشی این است که «آیا این کارهایی که انجام می‌دهم، دقیقاً همان کارهایی است که باید انجام بدهم؟ یا باید به سراغ کارها و فعالیت‌های دیگری بروم؟»

کارایی و اثربخشی در زندگی شخصی

ما انسان‌ها در زندگی فردی خود، معمولاً گرفتار بازی افزایش کارایی می‌شویم و مسئله‌ی اثربخشی را فراموش می‌کنیم.

مدیریت بهتر زمان، تلاش برای کاهش ساعت خواب، تمرین برای افزایش سرعت مطالعه، پیدا کردن مسیری که ما را زودتر به محل کار یا خانه برساند، انتخاب فروشگاه‌هایی که کالاهایش قیمت‌های مناسب‌تر دارند، همگی از جنس بهبود کارایی هستند.

و گاهی ذهن ما آن‌قدر درگیر این نوع بهینه‌سازی‌هاست که فراموش می‌کنیم از خود پرسیم: مسیر مناسب من در زندگی (شخصی/شغلی) چیست؟ و آیا فعالیت‌هایی که انجام می‌دهم با آن مسیر، همسو است؟

این که می‌کوشیم مسیر رشد شغلی ۱۰ ساله را در ۳ سال طی کنیم، از جنس «دغدغه‌ی کارایی» است. اما این که «آیا مسیر شغلی فعلی‌ام همان چیزی است که من در زندگی‌ام می‌خواسته‌ام و می‌خواهم» سوالی در حوزه‌ی اثربخشی است.

تعریف بهره وری چیست؟

در تعریف بهره وری (Productivity) می‌گویند که بهره وری، حاصل جمع کارایی و اثربخشی است.

اما باید به خاطر داشته باشیم که این دو پارامتر از یک جنس نیستند و نمی‌توان آن‌ها را با هم جمع کرد. همان‌طور که امکان ندارد قد و وزن یک نفر را با هم جمع کرده و به عنوان یک شاخص اعلام کنیم.

بنابراین جمله‌ی بهره وری حاصل جمع کارایی و اثربخشی است بیشتر یک جمله‌ی نمادین محسوب می‌شود.

به عبارت دیگر، وقتی از افزایش بهره وری سخن می‌گوییم منظورمان این است که در تلاش هستیم که هم در حوزه کارایی و هم در حوزه اثربخشی، بهبودهایی را ایجاد کنیم.

مفهوم مصرف :

واژه مصرف در مقابل تولید و یا درآمد، همانند دو واژه عرضه و تقاضا، همواره یادآور قوانین و پارادایم‌های حاکم بر علم اقتصاد است. از طرفی مهمترین عامل تعیین کننده مصرف درآمد است. بنابراین مصرف تابعی از درآمد محسوب می‌شود به گونه‌ای که هرچه درآمد بیشتر باشد، مصرف بیشتر خواهد بود و بر عکس

عوامل تعیین کننده دیگر در مصرف عبارتند از

-دارایی‌ها

-مالیات

-قابل دسترس بودن و هزینه تحصیل اعتبار

-انتظارات از آینده در مورد قیمت‌ها و درآمد

-همچنین باید اعتقادات و باورهای دینی و بطور کلی سطح فکری و فرهنگی آحاد جامعه را نیز از عوامل تعیین کننده مصرف دانست.

مفهوم صرفه جویی :

صرفه به معنای سود، بهره و فایده است و صرفه جویی به مفهوم مصرف چیزی به شکل درست و مناسب آن است. صرفه جو کسی است که در خرج کردن پول یا مصرف چیزی اندازه نگاه دارد.

مفهوم اسراف و تبذیر :

اسراف به معنای از حد گذشتن، در ذشتن از حد میانه و زیاده از حد خرج کردن و تبذیر یعنی بیهوده خرج کردن و پراکنده کردن مال است. اسراف و تبذیر تقریباً به یک معنا هستند با این تفاوت که اسراف به معنای تجاوز از حد در همه امور است مانند اسراف در خوردن، اما تبذیر بیشتر در مورد پول به کار می رود و مبذر به معنای کسی است که مال خود را به گونه ای متفرق و پراکنده می کند که از بین می رود.

اسراف و تبذیر در نگاه قرآنی :

۱- اسراف کاران از اصحاب آتش اند:

«و ان المسرفین هم اصحاب النار»

«و همانا اسراف کاران همراهان آتش اند» (غافر / ۴۳)

۲- خداوند گمراه کننده مسرفین است:

«كذالك يُضِلّ الله من هو مسرفٌ مرتابٌ»

«و بدینسان گمراه کند خدا هر که را که فزونی خواه و شک آورنده است.» (غافر / ۴۳)

۳- خداوند اسراف کنندگان را دوست نمی دارد:

«و لا تسرفوا لا عیب المسرفین»

«اسراف نکنید چرا که خداوند اسراف کنندگان را دوست نمی دارد» (انعام / ۱۴۱)

۴- درست و صحیح مصرف نکردن مبعوض خداوند است:

«كلوا والشربوا و لا تسرفوا انه لا عیبالمسرفین»

«بخورید و بیاشامید ولی هرگز اسراف نوزید همانا خداوند اسراف کاران را دوست ندارد» ()

۵- میانه روی در هر کاری حتی در انفاق پسندیده است:

«والذین اذا انفقوا لم یسرفوا و لم یفتروا و کان بین ذالک قواماً»

«و آنانکه گاهی انفاق کنند نه فزون رفتند و نه سخت گیرند و با شد میان این اندازه ها» ()

از تدبر در آیات قرآن کریم بخوبی درمی یابیم که مسئله اسراف در معنای بسیار وسیعی در قرآن بکار برده شده است.

همانگونه که در روایات نیز آمده است اسراف مراتب مختلفی دارد! به گونه ای که گاهی مختص به خوردن و آشامیدن است و گاهی ضایع کردن نعمات معنوی، مادی و حتی استفاده نادرست از امکانات معنوی در زمره ظلم و اسراف اختصاص یافته است.

نکته جالب توجه توصیه قرآن به بازگشت اسراف کنندگان از راهی که در پیش گرفته اند به راه نیکی و صرفه جویی است. از این رو تأکید می کند که مسرفین از رحمت و بخشش الهی مایوس نشوند. خدای متعال در آیه ۲۷ سوره بنی اسرائیل نیز اینگونه تکلیف می کند که:

در فرهنگ اسلامی همانگونه که دیدیم، زیاده روی در مصرف و استفاده از نعمت های مادی را از پائین ترین مراتب اسراف می داند، گستردگی مقوله اسراف آنچنان است که حتی در بحث عقاید و اعمال فردی و اجتماعی راه پیدا نموده و به جرأت می توان گفت: در هیچ مذهبی به این اندازه برمیانه روی و اعتدال سفارش و تأکید نشده است.

اسراف در اموال عمومی

از زیانبارترین اقسام اسراف، اسراف در اموال عمومی و بیت المال مسلمین است. حفاظت از اموال عمومی و بیت المال نشانه رشد شخصیت، ادب و حس مسئولیت یک ملت است. اموال عمومی شامل تمامی امکانات و سرمایه های می شود که خداوند آنها را مایه حیات و قوام جامعه قرار داده است اینها سرمایه های اصلی یک ملت و ضامن بقای آن می باشند.

حفاظت و استفاده صحیح از آن جامعه را به سوی رفاه پیش می برد. در صورتی که حیف و میل آن، کاهش و فرسایش آن، مصرف بیش از حد و اتلاف آن، بنیه اقتصادی اجتماع را نابود می کند. اموال عمومی ویژگی هایی دارند که برخی از آنها عبارتند از:

- ۱- متعلق به عموم است نه فرد خاص.
- ۲- هر فردی تنها به عنوان جزئی و عضوی از کل جامعه در آن حقوقی دارد.
- ۳- ولی امر و حاکم قانونی مسلمین مسئول نگهداری از این اموال است و اجازه تصرف می دهد.
- ۴- درآمد آنها متعلق به عموم مردم است.
- ۵- نقل و انتقال و تصرف از قبیل بیع و هبه در آن جایز نیست.

جایگاه قناعت در روایات:

۱- میانه روی لشکر عقل؛

«امام کاظم (ع): در وصیت نامه ای به هشام یکی از لشگریان عقل را میانه روی از لشگریان جهل زیاده روی است.» ۴

۲- بخشش و ترحم اسراف کار هم مذموم است:

«حضرت امیر (ع): زیاده روی و اسراف مکن زیرا بخشش (اسراف کار مورد ستایش نیست و تنگدستی او هم مورد ترحم واقع نمی شود»

۳- میانه روی باعث پایداری نعمت می شود:

«امام موسی بن جعفر (ع): به کسی که در زندگی میانه روی و قناعت کند نعمت او باقی می ماند و آنکه با تبذیر و اسراف زندگی کند، نعمتش از بین می رود» ۶

۴- زیاده از حد اسراف است:

«امیرالمؤمنین (ع): هر چیزی بیشتر از اقتصاد (میانه روی) اسراف است» ۷

علاوه بر این در سخنان گوهر بار ائمه و ائلیاء الهی (ع) اسراف و زیاده روی به عنوان عوامل تباهی مال و ثروت و از بین رفتن برکت و مقدمه و زمینه فقر و تنگدستی یاد شده است.

مفهوم اتراف:

اتراف به معنای زندگی بر مبنای اصل التذاذ و خوشذرائی و غفلت از هدف داری دستگاه آفرینش و جایگاه انسان در جهان است.

اصلاح الگوی مصرف در واقع به مفهوم نهادینه کردن طرق درست و استفاده به اندازه از منابع و ذخایر موجود است، که باعث بهبود شاخص های زندگی و کاهش هزینه ها شده و زمینه و بستر را برای نشر و افزایش عدالت فراهم می نماید. از طرفی مصرف بهینه باعث می شود تا علاوه بر پیشرفت های ناشی از ارتقای فن آوری و طراحی و ساخت وسایل و

تجهیزات مطابق با استانداردهای جهانی، فرصت توزیع مناسب منابع و به تبع آن پیشرفت و ارتقاء در دیگر بخش‌هایی که کمتر مورد توجه بوده است نیز فراهم گردد. همچنین مصرف بهینه و صرفه‌جویی درست و ارتقای بهره‌وری در مصرف انرژی و پتانسیل‌های موجود، سبب پویایی و رشد بیشتر در قسمت‌های مختلف از جمله اقتصاد کشور می‌گردد. بنابراین ضرورت و اهمیت اصلاح الگوی مصرف در جامعه و بخش‌های گوناگون بیش از پیش خود را نشان می‌دهد.

مصرف‌گرایی یکی از پدیده‌های اقتصادی است که پس از انقلاب صنعتی رونق چشمگیری پیدا کرد. از جمله عوارض این پدیده می‌توان به تحدید منابع، آلودگی‌های محیط زیست و فاصله‌ی اجتماعی و تشدید رفتارهای غلط فردی و اجتماعی چون "اسراف" اشاره کرد. سؤال اساسی این است که چرا جامعه ما گرایش به مصرف‌گرایی دارد؟ چرا مصرف‌گرایی برای عده‌ای نوعی افتخار محسوب می‌شود؟ آیا میان مصرف‌گرایی و توسعه نیافتگی اقتصادی رابطه‌ای وجود دارد؟ چگونه می‌توان گرایش به مصرف‌گرایی را در سطح جامعه کاهش داد؟ چگونه می‌توان مردم را در مسیر درست مصرف کردن هدایت کرد؟ چه موانعی معضل مصرف‌گرایی را تشدید می‌کند؟ هنگامی که زیر بنای مناسب تولید و درآمدی وجود نداشته باشد و در عین حال بر مصرف تأکید شود، آسیب‌های متعددی در جامعه بروز می‌کند. در شرایط رونق اقتصادی و بالا رفتن قدرت خرید مردم، مصرف‌گرایی رواج می‌یابد ولی عوامل فرهنگی در تعیین حدود آن بسیار موثرند. از جمله عوامل مهم در کنترل مصرف: تشویق مردم به پس‌انداز و سرمایه‌گذاری، ارائه الگوهای صحیح مصرف و ایجاد زمینه‌ی مناسب جهت فعالیت اقتصادی است. در جامعه‌ی ایران پس از انقلاب به رغم ماهیت و جهت‌گیری معنوی انقلاب، به علل مختلف ارزش‌های مادی رواج یافت و ارزش‌های معنوی را تحت الشعاع خود قرار داد. مصرف‌گرایی به صورت اخص آن در بین کشورهای صنعتی و کشورهای در حال توسعه عمدتاً بعد از جنگ رواج پیدا کرد. دولت و صاحبان صنایع ابتدا در کشورهای صنعتی و بعد در کشورهای در حال توسعه، انسان را به عنوان یک ماشین مصرف‌کننده مد نظر قرار دادند تا از این رهگذر به اهداف اقتصادی که همانا افزایش مداوم سود است نائل شوند. بنابراین مصرف‌گرایی، ضامن چیزی جز نیازهای کاذبی نیست که در خدمت صنایع و کشورهای صنعتی قرار گیرد. البته انسان نیز خود از لحاظ روانی آمادگی برای راحت‌طلبی، تجمل‌پرستی و حتی متمایز کردن خویش از افراد دیگر با در اختیار گرفتن کالاها و خدمات بیشتر دارد تا بدین وسیله شکاف بین خود و سایر گروه‌های جامعه به وجود آورد و از این شکاف برای تثبیت وضعیت اجتماعی خود استفاده کند. از آنجا که مصرف‌گرایی، برداشت بیش از اندازه هر فرد از منابع نادر و کمیاب خانواده است، لاجرم این موضوع باعث فشارهای متعددی بر خانواده خواهد شد. مصرف‌گرایی، سدی در مقابل توسعه است، زیرا مانع از سرمایه‌گذاری جهت طرح و اجرای زیرساخت‌های توسعه می‌شود. هر اندازه که در درون جامعه تبلیغات ناسالم در سطح بالا و سطح فرهنگ عمومی در حد پایین باشد به همان اندازه نیز امکان پذیرش روحیه راحت‌طلبی و تجمل‌پرستی بیشتر

است. انسان هایی که کمتر اعتماد به نفس داشته و کمتر در مورد نقش شان در درون جامعه تفکر می کنند، سهل تر پذیرای روحیه مصرف گرایی در جامعه هستند.

مراحل اصلی اصلاح الگوی مصرف به ترتیب اهمیت

1- فرهنگ سازی

یکی از پیش نیازهای این مسیر برای رسیدن به نتیجه مطلوب، زمینه سازی ذهنی و فرهنگی برای اقشار مختلف جامعه است. امروز هر فردی از اعضای جامعه باید بداند که در فعالیتهای خود باید به بهینه مصرف کردن منابع مادی اقدام نماید تا کشور به اهداف تعریف شده در سند چشم انداز بیست ساله نظام برسد و شکوفایی و بالندگی در همه ابعاد ملی تحقق یابد. لذا بدون فرهنگ سازی به طور قطع راه به جایی نخواهیم برد. چرا که اصلاح الگوهای مصرف در کشوری که شب و به طور ناگهانی و با صدور یک دستورالعمل و بخش نامه عملی نمی شود. لذا فرهنگ سازی پایدار بستر اصلی نهضت اصلاح الگوی مصرف می باشد.

2- مدیریت قوی

داشتن مدیریت مدبرانه و عاقلانه مصرف یکی دیگر از ضروریات اولیه اصلاح الگوی مصرف به حساب می آید. مسئولان و متولیان امر با پرهیز از شعار زدگی نباید به برگزاری چند همایش، سخنرانی و چاپ مقاله و کارهایی از این قبیل خود را سرگرم کنند. لذا وجود مدیریت صحیح و عاقلانه در سطح کلان بمنظور هدایت، تدوین و انتخاب یک استراتژی راهبردی، زمینه تحقق این طرح ملی و آینده ساز را فراهم می نماید.

3- طراحی ساز و کار

یکی دیگر از پیش نیازهای اصلی در مسیر اصلاح الگوی مصرف، ترسیم اهداف، ابعاد و راهکارهای رسیدن به موضوع و تعیین شاخص هایی برای سنجش و ارزیابی روند و چگونگی پیشرفت امور است. باید برای جلوگیری از مصرف گرایی و اتلاف منابع و فرصت ها و هزینه ها در تمامی حوزه ها، سند و نقشه راهبردی تهیه و ابلاغ شود. یعنی با تهیه این سند، مدیران، مسئولان و فرماندهان سازمان های مختلف می توانند با اجرا و به کارگیری روش ها و شیوه های مدون، خود را در مسیر تحقق این اصل مهم قرار دهند.

4- جلب مشارکت مردم

جلب مشارکت مردم و افزایش آگاهی های آنان نسبت به مصرف صحیح امکانات و منابع از دیگر راهکارها در مسیر اصلاح الگوی مصرف می باشد. به حقیقت اصلاح الگوی مصرف در جامعه از کارهایی انجام شدنی است که هر یک از اعضای جامعه با مشارکت و ملزم نمودن خود به درست مصرف کردن از منابع، منافع عظیمی را برای

جامعه حاصل می نمایند.

دیدگاه اقتصاددانان درباره صرفه جویی

به هر حال **صرفه جویی** ارتباط تنگاتنگی با مسأله مالیت و مقدار تولید و توزیع دارد. هر چیزی که از نظر مالی ارزشمند و از نیاز بشر به آن بیش تر باشد درباره نحوه و چگونگی مصرف آن نیز مسایل و مطالب بیش تری مطرح می شود.

اقتصاددانان درباره نحوه مصرف به این نکته توجه می دهند که مراد از صرفه جویی، کم مصرف کردن نیست؛ زیرا می بایست در هر چیزی که بخشی از نیاز آدمی را برطرف می سازد به مقدار موردنیاز از آن استفاده کرد. بنابراین شخص می بایست در حد نیاز طبیعی خود از هر چیز اقتصادی استفاده کند. تنها مسأله ای که اقتصاددانان آن را مطرح می سازند این است که در زمان بحران های اقتصادی و کاهش توزیع و یا تولید چیزی، می بایست به حد اقل بسنده کرد و در حد رفع حاجت و نیاز ضروری از آن استفاده نمود تا فرصت بیش تری به دیگران داده شود.

در حقیقت در زمان بحران سخن از مصرف در حد ضرورت و رفع نیاز است ولی این بدان معنا نیست که شخص آن چیز را کم مصرف کند. صرفه جویی در این زمان به شکل ضرورت خود را تحمیل می کند و اگر در زمان های دیگر صرفه جویی به معنای مصرف درست و متناسب از کالای اقتصادی است در زمان بحران این نکته از جهات دیگر مورد تأکید قرار می گیرد تا شخص به حد ضرورت بسنده کرده و به قول معروف به مستحبات نپردازد.

به سخن دیگر صرفه جویی در همه حال و هر زمانی چه بحران و چه غیر بحران به معنای مصرف درست کالای اقتصادی همانند آب و برق است ولی در زمان بحران تنها بر آورد نیازها در حد ضرورت به معنای صرفه جویی است که نوعی محدودیت را نیز سبب می شود که تحمیلی از سوی بحران است.

بنابراین صرفه جویی از نظر اقتصاددانان به معنای استفاده درست و مناسب از کالای اقتصادی و بهره وری و آگاهی نسبت به نیازهای واقعی است.

در این جاست که مسئله آگاهی و شناخت، خود را بر اقتصاد مصرف تحمیل می کند. در حوزه اقتصاد تولید مسئله این است که چگونه و چه چیزی را در چه مقدار و حجم تولید کنیم اصلی است که هر تولیدکننده اقتصادی بدان توجه دارد. در اقتصاد مصرف نیز شخص می بایست به این نکته توجه کند که چه چیزی نیاز واقعی است و تا چه مقدار می تواند نیاز واقعی او را برآورده کند و افزون بر آن امری بیرون از نیاز واقعی او می باشد؟

به عنوان نمونه مصرف ۷ تا ۱۵ لیوان آب برای سلامت مفید و سازنده است. بنابراین ۷ لیوان آب نیاز واقعی او را تشکیل می دهد که شخص می بایست آن را مصرف کند و کم تر از آن می تواند به او زیان برساند. بر این اساس می توان برنامه ریزی در اقتصاد مصرف را این گونه داشت که در زمان بحران شخص به جای بیش از ۷ لیوان می بایست در همان اندازه مصرف کرده و صرفه جویی نماید. در این صورت نوعی کم مصرفی را می توان در مفهوم صرفه جویی در زمان بحران استنباط کرد ولی این کم مصرفی زیانبار نیست بلکه کم مصرفی در راستای بهینه سازی مصرف در زمان بحران است.

از این رو آگاهی بخشی نسبت به کالاهای مصرفی در حوزه اقتصاد مصرف ضروری و مناسب است. درباره مصرف کالاهایی همچون برق و ایجاد محیط مناسب از نظر روشنایی و یا گرمایی و یا سرمایی می بایست آگاهی درستی به افراد داده شود تا در حوزه اقتصاد مصرف نیز همانند اقتصاد تولید بهینه سازی و بهره وری در دستور کار قرار گیرد.

مقام معظم رهبری (مدظله العالی) و دغدغه اصلاح الگوی مصرف

گسترش اسراف، مدگرایی و تجمل پرستی در کشور، باعث شد تا بزرگان جامعه؛ به ویژه مقام معظم رهبری (مدظله العالی)، به شدت احساس خطر کنند و به مسئولان و مردم از فرو افتادن در شیب این ناهنجاریها هشدار دهند. در این باره مقام معظم رهبری چه در قالب پیام نوروزی و چه به صورت سخنرانی، نکات ارزشمندی را بیان فرمود که بایسته است در اینجا به بخشی از این سخنان اشاره کنیم:

در روایات اسلامی از انسانهایی که روح مصرف گرایی دارند، و همواره در پی پاسخ گویی به نیازهای کاذب و خواسته های نفسانی سیری ناپذیری اند، به عنوان کسانی یاد شده است که از نگاه مهرآمیز خداوند بی بهره اند. «ما مردم مسرفی هستیم. ما اسراف می کنیم؛ اسراف در آب، اسراف در نان، اسراف در وسائل گوناگون و تنقلات، اسراف در بنزین. کشوری که تولید کننده نفت است، وارد کننده فرآورده های نفت بنزین است! این تعجب آور نیست؟! هر سال میلیاردها بدهیم بنزین وارد کنیم یا چیزهای دیگری وارد کنیم؛ برای اینکه بخشی از جمعیت و ملت ما دلشان می خواهد ریخت و پاش کنند! این درست است؟! ما ملت، به عنوان یک عیب ملی به این نگاه کنیم. اسراف بد است؛ حتی در انفاق در راه خدا. خدای متعال به پیغمبرش می فرماید: «لَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ»؛ [۱۱] «دستت را به گردنت زنجیر مکن و بسیار [هم] گشاده دستی مکن تا ملامت شده و حسرت زده بر جای مانی.» در انفاق برای خدا هم اینجوری عمل کن. افراط و تفریط نکنید. این را ما باید به صورت یک فرهنگ ملی در بیاوریم. قرآن می فرماید: «وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا» [و کسانی اند که چون انفاق می کنند، نه ولخرجی می کنند و نه تنگ می گیرند.] یعنی اینها نه اسراف و زیاده روی می کنند، و نه تنگ می گیرند و با فشار بر خود زندگی می کنند؛ نه، اسلام این را هم توصیه نمی کند. به هر حال اینکه می بینید بعضی

از فضولهای خارجی، دولتهای خارجی، دائم و دم به ساعت، چندسال است که ملت ما را تهدید می کنند که تحریم می کنیم، و بارها هم تحریم کرده اند، به خاطر این است که چشم امیدشان به همین خصوصیت منفی ماست.» [مقام معظم رهبری (مد ظله العالی) در جایی دیگر فرمود:

«باید اعتراف کنیم که عاداتها، سنتها و روشهای غلط، زیاده روی در مصرف را به دنبال آورده، و نسبت میان تولید و مصرف را، به ضرر تولید بر هم زده است؛ به گونه ای که یک سوم نان تولیدی و حداقل یک پنجم آب مصرفی، که با آن همه مشکلات و دشواریها تهیه می شود عملاً به هدر می رود. متوسط مجموع انرژی مصرفی در ایران، بیش از ۲ برابر متوسط جهانی شده و شاخص شدت انرژی در کشور ما یعنی نسبت انرژی مصرف شده به کالای تولید شده متأسفانه ۸ برابر کشورهای پیشرفته است.»

«یک نسبتی باید در جامعه میان تولید و مصرف وجود داشته باشد؛ یک نسبت شایسته ای به سود تولید؛ یعنی تولید جامعه همیشه باید بر مصرف جامعه افزایش داشته باشد. جامعه از تولید موجود کشور استفاده کند. آنچه زیادی هست، صرف اعتلای کشور شود.» [

«امروز دشمن، چشمش به نقطه حساس اقتصادی است تا بلکه بتواند این کشور را از لحاظ اقتصادی دچار اختلال کند. هر چه می تواند اختلال می کند و هر چه هم نمی تواند، در تبلیغاتش وانمود می کند که اختلال است. راه مقابله هم انضباط مالی و صرفه جویی و نگاه پرهیز گرایانه به مصرف گرایی است.»

گسترش اسراف، مد گرایی و تجمل پرستی در کشور، باعث شد تا بزرگان جامعه؛ به ویژه مقام معظم رهبری (مدظله العالی)، به شدت احساس خطر کنند و به مسئولان و مردم از فرو افتادن در شیب این ناهنجاریها هشدار دهند.

-رابطه اصلاح الگوی مصرف با عدالت و رفاه اجتماعی :

یکی از تدابیر اسلام برای تامین رفاه جامعه و جلوگیری از فقر، ارایه الگوی صحیح مصرف در همه ابعاد زندگی بوده که قرآن کریم بهترین الگو برای این مهم است. بیماری اسراف از لحاظ اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، آسیب ها و

مشکلات فراوانی برای کشور ایجاد کرده است که این مسئله ضرورت اجرای اصلاح الگوی مصرف را دوچندان می کند .

تداوم توسعه عدالت اجتماعی در گرو اصلاح الگوی مصرف در کشور است و تداوم توسعه همه جانبه و متوازن ،عدالت اجتماعی ،رفع فقر و جامعه سالم در گرو اجرای صحیح اصلاح الگوی است چرا که وجود برخی معضلات و نارسایی ها در جامعه ناشی از عدم رعایت صرفه جویی از سوی برخی اقشار جامعه است . عدالت به هیچ وجه در از بین بردن فقر و عقب ماندگی معنی و مصداق پیدا نمی کند بلکه عدالت با قدرت و توان توسعه یافتگی و دوری از تجمل قابل تعریف است .یک قدم اساسی در زمینه پیشرفت و عدالت ،مسئله مبارزه با اسراف ،حرکت به سمت اصلاح الگوی مصرف و جلوگیری از ولخرجی ها و تضييع اموال جامعه است .لازم است بعنوان یک سیاست ،مسئله صرفه جویی را در خطوط اساسی برنامه ریزی هایمان در سطوح مختلف اعمال کنیم .مسئله صرفه جویی و اجتناب از اسراف هم اقتصادی است هم اجتماعی و هم فرهنگی .

اصلاح الگوی مصرف در سه سطح تولید کالا ،مصرف کالا و سیستم موجود قابل بررسی است .یعنی ما در این راستا نیازمند مهندسی تولید ،مهندسی مصرف و بازتعریف سیستم های نظارت و ارزیابی هستیم .

-بایدهای الگوی مصرف :

۱- برنامه ریزی که نخستین رهنمود اسلام برای اصلاح الگوی مصرف ،برنامه ریزی برای هزینه کردن و ایجاد تعادل میان دخل و خرج زندگی است .

۲- میانه روی که اعتدال در مصرف است .ممکن است درآمد شخصی به گونه ای باشد که بیش از نیاز مصرف کند اما اسلام اجازه نمی دهد بیش از نیاز مصرف نمایید

مراتب نیازها :

۱- ضرورت (نیاز به امکانات ضروری)

۲- کفایت (نیاز به امکانات مکفی)

اصلی ترین معیار اصلاح الگوی مصرف :

الف : همدردی در تگناهای اقتصادی

ب: رعایت بیشترین بازدهی اجتماعی

ج: ساده زیستی

د: در نظر گرفتن جامعه

- اصلاح الگوی مصرف در دستاهای اجرایی :

اصلاح بی رویه در بخش های مختلف دولتی و غیر دولتی ،دارای الگوی نامناسبی است که این الگو بر خلاف انتظار به شکل هنجار عادی درآمده است و باید جهت تغییر آن همت مضاعفی صورت گیرد . بر اساس مبانی علمی روانشناسی ،جامعه شناسی و مدیریت عمل اصلاح و تعدیل رفتارها و الگوهای رفتار انسانی در سطح فردی ،گروهی و سازمانی و ملی به ترتیب نیازمند :

۱- شناخت نحوه شکل گیری رفتار

۲- برنامه ریزی تغییر رفتار

۳- اجرای صحیح و کامل برنامه های تغییر رفتار است .

۴- برای اصلاح الگوی مصرف ،نیازمند اصلاح زیر ساختهای تولید و خدمات در کشور و تغییر فرهنگ مصرف کننده می باشیم

- نحوه مصرف در دستگاهها و سازمانهای دولتی :

۱- مصرف آب : بر اساس آمار منتشره هزینه مصرفی نشان میدهد در برخی از زیر مجموعه های دولتی

میزان هزینه آب مصرفی از متوسط سرانه کشور بیشتر است

- ۲- مصرف انرژی: ناهمی به برخی از آمارهای مصرفی کشور از قبیل انرژی میانگین مصرف ۶ برابر متوسط دنیا است.
- ۳- بهره وری نیروی انسانی: ساعات کار مفید در ادارات و سازمانهای دولتی پایین است که می توان قضاوت کرد که بخش دولتی با استانداردهای جهانی فاصله دارد
- ۴- مکاتبه به جای مراجعه: که در صورت تداوم آن بوروکراسی اداری موجود برطرف می شود.
- ۵- مصرف کاغذ که سالانه مقادیر زیادی دورریز می شود که بسیاری از امور را می توان بدون نامه نگاری و با تلفن پیگیری نمود.
- ۶- فن آوری اطلاعات: که سهم کشور از بازار فناوری اطلاعات کمتر هست. دولت الکترونیکی در حال تحقق می باشد و در این زمینه با اعمال سیاستهای دولت مقرر شده است چهار تا پنج خدمت هر دستگاه و نهاد دولتی به صورت الکترونیکی ارائه گردد.
- ۷- بوروکراسی (تشریفات زاید) که سبب کندی روند فرایندهای جاری موسسات شده است
- ۸- سایر موارد الگوی مصرف که نیازمند تامل در دستگاهها و سازمانها می باشد شامل مکالمات تلفنی، برگزاری همایشها و

- پیامدهای اسراف در دستگاههای اجرایی

- ۱- افزایش نقدینی و بالا رفتن تورم
- ۲- نبود بهره وری اداری و مصرف بی رویه هزینه های حاصل از آن
- ۳- افزایش بدهی های دولت
- ۴- اقتصاد رانتی و افزایش جم دولت

-نحوه پیاده سازی استانداردها و الگوهای مصرف در سازمان ها

متدولوژی پیاده سازی

بدیهی است مدیران دستگاه های اجرایی اعم از سازمان ها ،موسسات و شرکت ها ،با توجه به اهداف ،وظایف،مسئولیت ها و منابعی که در اختیار دارند تمایل به پیاده سازی (یا بهبود مستمر)استانداردها و الگوهای موردنیاز خود را دارند.پیاده سازی این الگوها و استانداردها به دو روش امکان پذیر است.

الف)روش اول: بهره گیری از مراکز و موسسات معتبری که در پیاده سازی استانداردهای بین المللی در زمینه خاصی مهارت داشته و در قالب قرارداد اقدام به پیاده سازی بین المللی (الگوها و مدل های) مربوطه در سازمان ها و شرکت ها می نمایند

(استانداردهای بین المللی نیاز به تدوین شاخص های عمومی ندارد و صرفا این شاخص ها در آن سازمان بومی (سازگار) شوند).

ب) روش دوم: سازمان ها تمایل به برون سپاری این فرایند ندارد یا هنوز در سطح بین المللی در زمینه های موردنظر ،استاندارد و الگوی خاصی به عنوان مرجع تدوین نشده است و تنها برخی از سازمان ها و شرکت ها،تمایل به تهیه و پیاده سازی استاندارد اختصاصی و انحصاری دارندو این استاندارد خاص را به عنوان مزیت رقابتی مورد استفاده قرار می دهند.

ایجاد و پیاده سازی استاندارد درون سازمانی است نیاز به تدوین (یا اصلاح) شاخص های اختصاصی می باشد.و گاه نتایج آن منجر به شکل گیری یک استاندارد،مدل و یا الگویی با اعتبار جهانی می شود.

سازمان ها یا شرکت ها قبل از پیاده سازی استانداردها و الگوهای موردنظر بایستی **راهبردها و اهداف اثربخشی** در سه حیطه تولید،توزیع و مصرف داشته باشند.و در صورت وجود راهبردها و اهداف اثربخش ،نتایج رضایت بخشی از این پیاده سازی حاصل می گردد.

گاهها مشاهده می شود سازمان هایی اهداف و راهبردهای مشخص و تدوین شده ای ندارند ولی اقدام به استقرار استاندارد خاصی نموده اند، که صرفاً **ماهیتی تبلیغاتی** دارند، در واقع باید راهبردها و اهداف اثربخش در سازمان ها منشاء تغییر و اصلاح باشند.

- مراحل و گام های هفت گانه پیاده سازی استانداردها و الگوهای مصرف
- ۱- تشکیل ستاد راهبردی

این ستاد به منظور **سیاست گذاری** در دامنه کاربرد و الزامات کلی، هدایت و هماهنگی در پیاده سازی، نظارت و نهادینه کردن استانداردها و الگوهای مطابق راهبردها و اهداف در هر سازمانی تشکیل می شود.

اعضای این ستاد: مدیران ارشد، کارشناسان خبره و رؤسای کارگروه های تخصصی هستند.

- ۲- تدوین شاخص ها و مقیاس های اندازه گیری

با در نظر گرفتن نوع استانداردها و الگوها، شاخص ها در دو بعد **عمومی و اختصاصی** تعیین می گردند. که بعد عمومی آن در تمام سازمان های مشابه یکسان بوده و بعد اختصاصی با توجه به ماهیت وظایف و اهداف هر سازمان تعیین می گردد. تعیین شاخص ها با روشهای نیازسنجی، کارسنجی و زمان سنجی و مقیاس های فنی و علمی میسر می باشد.

*در صورتی که شاخص ها و مقیاس ها در سطح بین المللی و ملی تدوین شده باشند بایستی مطابق شاخص های مربوطه عمل نمود.

ضوابطی که باید یک شاخص داشته باشد:

- شاخص ها باید متناسب موضوع استاندارد و الگوی انتخاب شده باشند، به عبارتی شاخص ها بایستی مبتنی بر تحقق اهداف، مأموریت ها و راهبردهای سازمان باشند.

- حیطه شاخص باید جامع و مانع باشد. بدین معنی که تمام مصادیق شاخص را پوشش دهد و مانع از تداخل حیطه مصادیق سایر شاخص ها شود.

- شاخص ها، بایستی تا آنجا که ممکن است به صورت کمی باشند. بدین معنی که قابل اندازه گیری و مقیاس بندی باشند.

- شاخص ها باید بصورت شفاف، ساده و واضح و با مقیاس های مشخص در جملات کوتاه بیان شوند و از به کار بردن لغات و جملات نامفهوم و نارسا خودداری گردد.

- باید شاخص ها به گونه ای تدوین شوند که برداشت همه کارکنان و دست اندرکاران از مفهوم آنها یکسان باشد و دیگر نیاز به توضیح و تفسیر نباشد.

۳- تدوین و ابلاغ استانداردها و الگوها

در تدوین استانداردها و الگوها، بیانیه هایی مدون در مورد خط مشی ها، اهداف، الزامات، دامنه کاربرد، شاخص ها و مقیاس های اندازه گیری و روش های اجرایی، مستندسازی، منابع وظایف، مسئولیت ها، اختیارات، ارتباطات، ممیزی و..

در قالب یک نظام نامه به صورت پیش نویس تهیه می شود و به ستاد راهبری منعکس می گردد و در صورت تایید، توسط ستاد راهبری ابلاغ می شود.

۴- آموزش و توانمندسازی

این گام توسط کارگروه آموزش و فرهنگ سازی با هماهنگی واحدهای آموزش کارکنان هر سازمانی صورت می پذیرد. در این مرحله اقدامات زیر تحقق می یابد:

- نیازسنجی آموزشی برای استانداردها و الگوهای ابلاغی (در چهار بعد، بینشی، نگرشی، مهارتی و توجیهی)
- تهیه سرفصل ها برای دوره های آموزشی نیازسنجی شده
- برنامه ریزی و اجرای دوره های آموزشی (بینشی و نگرشی) اعضای ستاد راهبری
- برنامه ریزی و اجرای دوره های آموزشی (نگرشی و مهارتی) اعضای کارگروه های تخصصی
- برنامه ریزی و اجرای دوره های آموزشی توجیهی برای کلیه کارکنان در خصوص الگوها و استانداردهای ابلاغ شده
- ارزیابی اثربخشی دوره های آموزشی برگزار شده
- برگزاری دوره های بازآموزی در صورت نیاز
- درگیر نمودن سیستم نظام پیشنهادی کارکنان و شناسایی نخبگان

۵- پیاده سازی استانداردها و الگوها

گام پنجم توسط کارگروه تخصصی پیاده سازی (استقرار) تحقق می یابد. در این مرحله اقدامات زیر صورت می پذیرد:

- پیاده سازی الزامات در حیطه دامنه کاربرد استانداردها و الگوها
- در دسترس قرار دادن منابع لازم برای ایجاد، استقرار، نگهداری و بهبود استانداردها و الگوهای ابلاغی
- انجام امور اجرایی مطابق مسئولیت ها و شرح وظایف تعیین شده استانداردها و الگوهای ابلاغی
- حصول اطمینان از این که استانداردها و الگوها استقرار می یابند و نگهداری می شوند.
- گزارش دهی به ستاد راهبری درباره نحوه پیاده سازی و هرگونه نیازی که به استقرار استانداردها و الگوها کمک می نماید. برون سازمانی و داخلی
- ایجاد ارتباطات () و هماهنگی های لازم با طرف های مختلف مرتبط با استانداردها و الگوهای ابلاغی

- گزارش دهی به ستاد راهبری در خصوص عملکرد سیستم در مرحله بعد از استقرار و ارایه پیشنهادها و توصیه هایی برای بهبود مستمر

۶- و نظارت و ارزیابی نحوه اجرا

این گام توسط کارگروه تخصصی نظارت و ارزیابی صورت می گیرد. نتایج بدست آمده به ستاد راهبری منعکس می شود، نظارت و ارزیابی فرایندی نظام یافته، مستقل و مدون است.

این فرایند می تواند به صورت درون سازمانی (ممیزی) و برون سازمانی صورت پذیرد.

۷- برنامه های بهبود مستمر (اصلاح الگو یا استاندارد)

ستاد راهبری باید استانداردها و الگوهای ابلاغی را در فواصل طرح ریزی شده مورد بازنگری قرار دهد تا از تناسب، کفایت و اثربخشی آنها اطمینان حاصل نماید. برنامه های بهبود مستمر، در بخش ورودی و خروجی استانداردها و الگوهای حاکم مورد توجه قرار می گیرند.

اصلاح بودجه ریزی سازمان ها می تواند زمینه و بستر پیاده سازی اصلاح الگوها و استانداردهای سازمانی شود، امروزه بودجه ریزی "عملیاتی" به عنوان کارآمدترین الگوی بودجه ریزی مطرح می باشد، چرا که بودجه ریزی عملیاتی عوامل "کارایی" و "اثربخشی" را به ابعاد سنتی بودجه ریزی اضافه می نماید.

مدیریت هزینه: رویکردی نظام مند ساختارمند برای درک هزینه های یک سازمان، با هدف فراهم کردن چارچوبی کلی برای کنترل، کاهش و حذف هزینه ها می باشد.

مدیریت هزینه نقش فراهم کننده اطلاعات برای تصمیم گیری مدیریت را داراست و باید بتواند در بهینه نمودن هزینه ها به مدیریت یاری برساند:

- تعیین هزینه منابع مصرف شده در انجام فعالیت های مهم سازمان
- تعیین میزان کارایی و بهره وری عملکرد فعالیت ها
- تعیین و ارزیابی فعالیت های جدید که اجرای آنها باعث بهبود عملکرد آینده سازمان می شود

هفت اصل مدیریت هزینه موثر

اصول مدیریت هزینه شامل کلیه فعالیت هایی است که برای ایجاد یک فرهنگ هوشیاری نسبت به بهای تمام شده انجام می شود و به طور همزمان بهینه سازی عملکرد و کاهش هزینه در تمام سطوح سازمانی را در نظر دارد و این اصول عبارتند از:

۱- شفافیت و سازاگار کردن اهداف عملکردی

نخست باید تمام اعضای سازمان به اهمیت عملکرد مورد انتظار پی برده و آن را قبول کنند زیرا مقبولیت اهداف عملکردی راه رسیدن به آنها تسهیل می کند در مرحله بعدی باید اهداف عملکردی هم سطح شوند.

۲- ارتقای دانش و ابزار کار

دانش و ابزار کار عواملی هستند که باعث می شوند کارکنان با **میل و رغبت** بیشتر به کار اشتغال ورزند و تمایل برای انجام آن را به بهترین نحو داشته باشند. سطح دانش مناسب، شایستگی و صلاحیت، اجزای ضروری توانایی انجام کار محسوب می شود.

۳- درک قوی از قیمت تمام شده محصولات و خدمات

اطلاعات مربوط به قیمت تمام شده محصول یا خدمات مورد انتظار، به عنوان هسته مرکزی اغلب تصمیم گیری ها به شمار می رود و سیستم هزینه یابی بر مبنای فعالیت درک بهتری از بهای تمام شده محصولات و خدمات را ارائه می نماید

۴- برتری (مزیت)، انتظارات مشتریان

امروزه مشتریان نه تنها انتظار عملکرد بد یا نامطلوب از سازمان را نمی پذیرند بلکه انتظار عملکرد بهتری را نیز دارند

۵- کاهش پیچیدگی ها و حذف فعالیت های غیر ضروری

امروزه اکثر سازمان ها باید بخش عمده ای از فعالیت ها و گزارش های زاید و غیر قابل استفاده و کم ارزش را حذف کنند. و فعالیت های خود را بر اساس استانداردها و الگوهای صحیح مورد توجه قرار دهند

۶- توجه به دانش محوری

استخدام **کارکنان ماهر** یک تصمیم مهم و ضروری برای سازمان های امروزی است. توجه به دانش در رویه های استخدامی، ارتقای انتصابات و پرداخت ها، اعطای تسهیلات و پاداش، مصداق هایی برای دانش محوری سازمان است. دانش محوری فرایند یادگیری سازمان را تسهیل کرده و حرکت به سوی یک سازمان یادگیرنده را هموار می کند.

۷- هزینه های سازمانی

الف هزینه های ساختاری (هزینه های غیرمستقیم):

همان هزینه های اداری و پشتیبانی سازمان ها محسوب می شود

ب) هزینه های عملکردی (هزینه های مستقیم): هزینه هایی هستند که توسط سایر حوزه های سازمان به جز امور اداری و پشتیبانی هزینه می شود

رویکرد اجرایی برای اصلاح الگوی مصرف به سه طریق امکان پذیر است .

- الف: با تحقیق و مطالعه مستمر درباره بهره وری با فرایند شناسایی، تعیین و تعریف مفاهیم و همچنین تدوین شاخص ها، جمع آوری اطلاعات، ماسبه و اندازه گیری و نیز عارضه یابی و تحلیل و برنامه ریزی و اجرا (روش توصیفی جامع)
- ب: شناسایی شاخص های دارای عارضه های بارزتر و آشکارتر و با مطالعه تطبیقی (با الویت انتخاب شاخص ها) و دستیابی به شاخص های مطلوب و با تعیین مکانیزم مناسبی، اصلاحات مورد انتظار به اجرا گذاشته شود .
- ج: از هر دو روش، در برنامه ریزی های اجرایی استفاده شود . در این زمینه بست سازی برای گروه های مخاطب و ارایه اطلاعات درست و شفاف از ضروریات می باشد .

گامهای تبیین راهبردهای اصلاحی در قالب راهبردها:

- ۱- زمینه ساز به راهبردهایی اطلاق می شود که با تمرکز بر نقاط اساسی و به شکل ریشه ای مشکل را مرتفع ساخته و زمینه لازم برای ایجاد تقاضای موثر نسبت به اصلا الگوی مصرف را موجب می گردد. (تنویر افکار)
- ۲- توانمندساز که ناظر بر ایجاد قابلیت های لازم برای مدیریت، اجرا و نظارت بر فرایندهای اصلاح الگوی مصرف در سطوح سازمانی، فردی و اجتماعی می باشند (آموزش)
- ۳- نتیجه گرا به راهبردهایی اطلاق می شود که با تبیین مکانیزم های کنترلی و نظارتی بر فرایندهای اصلاح الگوی مصرف، اطمینان لازم را برای حصول نتایج مد نظر ایجاد می نماید. (استاندارد سازی)

دیگر راه های اصلاح الگوی مصرف

طرقی که ما را در جهت استفاده هر چه بهتر از امکانات و نعمت های الهی کمک می کند از این قرار است:

احساس مسئولیت در مصرف

فایده بزرگ احساس مسئولیت، اصلاح رفتار انسان و تنظیم آن بر اساس شرع و عقل است. انسانی که خود را مسئول می داند، به حکم آنکه از وجدانی بیدار و آگاه برخوردار است، نه به خود زیانی می رساند و نه به دیگران و همه کارهای او برای سامان بخشیدن و شکوفایی دنیا و آخرت است؛ از این رهگذر برای تحقق بخشیدن به «اصلاح الگوی مصرف» پیش از هر چیز باید به پرورش احساس مسئولیت و فرهنگ سازی آن به صورت یک گفتمان رایج، در جامعه پردازیم. خداوند در قرآن کریم آن گاه که از احوال ستمگران در روز قیامت سخن می گوید، آنها را به دلیل مسئولیت گریزی، سزاوار عذاب و بازداشت دانسته، می فرماید: «وقفوهم اینهم مسئولون» (صافات، ۲۴) «متوقفشان کنید که آنها مسئول اند.» حضرت علی (ع) انسان ها را مسئول همه چیز، حتی آبادی ها و حیوانات دانسته، در سخنی زیبا می فرماید: «**اتقوا الله فی عبادته و بلادته فإنکم مسئولون حتی عن البقاع و البهائم**؛ (نهج البلاغه، خ ۱۶۷) درباره مردمان و شهرها از خدا پروا داشته باشید؛ زیرا شما حتی درباره آبادی ها و حیوانات مسئول هستید.»

«در این کلام والای امام علی (ع) قلمرو مسئولیت و تعهد انسان، از جامعه انسانی به عالم حیوانات، شهرها و مکان ها نیز کشیده شده است. انسان نه تنها در برابر انسان دیگر مسئول است؛ بلکه در برابر حیوانات و سرزمین ها و همه نعمت های خدادادی مسئولیت دارد. آبادی ها نباید تخریب شود، یا در برابر سیل، زلزله، تجاوز و هر حادثه دیگری رها شود و نباید انسان ها به آنها بی اعتنا باشند. نمی توان با مسئولیت گریزی نعمت های خداوند را درست و متعادل مصرف کرد و نیز نمی توان مسئولیت گریز بود و الگوی مصرف خویش را اصلاح کرد.» (حکیمی، ۱۳۷۶: ۴۱۲)

مدیریت درست

از پیامدهای گماشته شدن افراد نامتخصص در کارها، اتلاف بیت المال، خرج تراشی بیهوده و هدر دادن سرمایه های ملی کشور است، که هر کدام از این پیامدها به تنهایی می تواند آسیب قابل توجهی به پایه های اقتصادی کشور وارد آورد. نداشتن تخصص در کارها، به ویژه در کارهای اقتصادی، یا به عقیم ماندن آنها، آن هم پس از صرف هزینه فراوان از بیت المال می انجامد، و یا به دلیل فقدان محکم کاری و کیفیت مداری برآمده از نداشتن تخصص، بارها و بارها آن عمل و پروژه تکرار می شود و هر بار نیز بر اثر این تکرار، بخشی از ثروت ملی به هدر می رود؛ نمونه هایی از این تکرارها را همواره در جاده سازی، کانال کشی خیابان ها، جدول گذاری خیابان ها، سدسازی ها و... شاهدیم. امام صادق (ع) در حدیث دلنشین می فرماید: «ما ابالی إلی من ائتمنتُ خائناً او مضیعاً» (حکیمی، ۱۳۷۸: ۵۴۰) از نظر من، تفاوتی نمی کند که به خائن اعتماد کنم، یا به ضایع کننده (نامتخصص)». (ع)

این سخن امام صادق (ع) به صراحت، دستوری بزرگ می دهد که باید برای همه مردم، به خصوص برای ماموران اداری و صاحبکاران به صورت منشور در آید. در این تعلیم «نابود کردن و تضييع کار» در ردیف «خیانت در کار» ذکر شده است. تضييع در کار، یا از بی اطلاعی درباره آن و فقدان تخصص ناشی می شود و یا از نداشتن تعهد و تقید به اصول و موازین و نبودن وجدان کار. پس این تعلیم، از لحاظ تربیت، اجتماع، اقتصاد، انسانیت، پیشرفت، تمدن، سلامت زندگی، بهتر شدن کارها و پیشرفت صنایع، حایز اهمیتی بزرگ است. (همان) بنابراین در جهت بخشی و مدیریت کارآمد، پرهیز از اسراف در انرژی و زمان نهفته است. میلیون ها بازوی کارورز و خردهای اندیشه ورز در کشورهای اسلامی وجود دارند که در هر زمان برای به کار گرفته شدن مناسب اند؛ اما مسئله مهم، این است که چگونه این نیروهای سترگ را در بهترین موقعیت زمانی و تولیدی به کار اندازیم. سعدی شیرازی در توصیه به تخصص مداری چه زیبا سروده است:

امید عافیت آنکه بود موافق عقل // که نبض را به طبیعت شناس بنمایی. (فروغی، ۱۳۷۵: ۱۷۰)

کیفیت مداری و محکم کاری

محکم کاری و کیفیت بخشی درباره پژوهش های اقتصادی، افزون بر آنکه به استفاده کننده ایمنی می بخشد، عمر این پروژه ها را نیز دراز می کند. آری، برای کارهای با کیفیت باید هزینه در خور توجهی کرد؛ اما باید به یاد داشته

باشیم که کیفیت شایسته برآمده از این هزینه، مانع از هزینه های هنگفت و سرسام آور دوباره کاری هایی خواهد شد که حاصل انجام کارهای بی کیفیت است.

بر این اساس، کیفیت مداری و محکم کاری در کارها در ردیف عوامل اصلاحی الگوی مصرف قرار گرفته، به تعدیل، بهبود مصرف و حفظ سرمایه های کشور از هدر رفتن خواهد انجامید. قابل توجه آنکه وقتی در قرآن کریم، سخن از ذوالقرنین و ساختن سد به وسیله او برای رهایی از خطر یاجوج و ماجوج به میان می آید، کیفیت مداری ذوالقرنین در ساختن سد، این گونه به تصویر کشیده می شود که ذوالقرنین گفت: «**آتونی ذُبر الحديد حتى إذا ساوى بين الصدفين قال انفخوا حتى إذا جعله نارا قال أتونی أفرغ عليه قطرا* فما استطاعوا أن يظهروا و ما استطاعوا له نقبا؛** (کهف، ۹۶-۹۷) [اکنون] قطعات [بزرگ] آهن برایم بیاورید، تا آن گاه که [ذوالقرنین] میان دو کوه را [با قطعه های بزرگ آهن] همواره ساخت، گفت: [اکنون آتش بیاورید و در آن آهن] بدمید؛ [و آنان به دستور او دمیدند] تا آن گاه که آن [پاره آهن ها] را [یکپارچه] آتش ساخت، گفت: اینک می گداخته برایم بیاورید تا روی آن را بریزم* و آن گاه بود که [یاجوج و ماجوج و پیروان تبهکار آنان] نتوانستند از آن [سدعظیم] بالا روند، و به امکان یافتند در آن شکافی پدید آورند».

مرحوم امین الاسلام طبرسی در مجمع البیان، درباره این آیات می نویسد: «این آیات، نشانگر این نکته است که ذوالقرنین، کار خود را با تدبیر و دقت آغاز کرد و هماهنگ و با دقیق ترین شیوه های مهندسی، آن را پیش برد و به بهترین صورت به انجام رسانید، و در همه مراحل، اصل استحکام و کیفیت در کارها و محکم کاری، راه و رسم او بود.» (طبرسی، ۱۳۸۰: ۵۲۰)

حضرت رسول (ص) فرمود: «**ان الله يُحبُّ عبداً اذا عمل عملاً احكمه؛** خداوند، بنده ای را دوست دارد که وقتی عملی را انجام می دهد، استحکامش می بخشد.» (همان)

میانۀ روی و اعتدال

اسلام در کنار اصل توصیه به بهره وری و استفاده از نعمت ها، پیروانش را از فرو لغزیدن در افراط و تفریط در مصرف باز داشته است. از نگاه اسلام، هم سختگیری بر خود در استفاده از نعمت های حلال خدا ناروا است و هم زیاده روی و اسراف در مصرف؛ چرا که اولی به محروم ماندن شخص از لذت های حلالی که حق طبیعی او است و دومی به هدر دادن اموال و لرزان ساختن پایه های اقتصادی شخص و جامعه می انجامد. اسلام، الگوی مصرف را با میانۀ روی اصلاح می کند؛ نه با افراط و تفریط در مصرف. شخصی می گوید: «**استأذنتُ الرضا (ع) فی النفقه علی العیال فقال بین المکروهین قال فقلتُ جعلت فداک لا والله ما اعرف المکروهین قال فقال لی یرحمک**

الله أ ما تعرف ان الله عزوجل كره الإسراف و كره الإقتار فقال و الذين إذا انفقوا لم يسرفوا و لم يقتصروا و كان بين ذلك قواماً): الحياه، ج ۴، ص ۲۰۵) از امام رضا (ع) درباره چگونگی مخارج خانواده جويا شدم، فرمود: [مخارج خانواده حد وسط است،] میان دو [روش] ناپسند. گفتم: فدایت شوم! به خدا سوگند! نمی دانم این دو ناپسند چیست؟ فرمود: رحمت الهی بر تو باد! آیا نمی دانی که خداوند بزرگ اسراف (زیاده روی) و اقتار (سخت گیری) را ناخوشایند دارد و در قرآن می فرماید: آنان که هر گاه چیزی ببخشند، نه زیاده روی می کنند و نه خست می ورزند و میانگین این دو را قوام ببخشند.» (فرقان، ۶۷) در حدیثی از امام رضا (ع) چنین نقل شده است: «إن الله یغض القیل و القال و إضاعه المال؛(حرانی، ۱۳۸۳: ۸۰۴) خداوند، بگو و مگو و تباه کردن و هدر دادن دارایی را دشمن دارد».

امام رضا(ع) در این احادیث با توجه به همه ابعاد زندگی و در ارتباط با قوانین عام آفرینش، استواری و پایداری زندگی را، در رعایت حد میانه و محوریت «قوامیت» و پرهیز از اتلاف اموال می داند، و این راه خیر و سعادت دنیا و آخرت را به جامعه انسانی نشان می دهد. با توجه به مشکلاتی که زندگی فردی و اجتماعی انسان دیروز و امروز و فردا دچار آنها است و عامل اصلی آن، زیاده روی یا کمبود یعنی تکاثر و فقر است، اهمیت این تعلیم حیاتبخش روشن می شود. (حکیمی، ۱۳۹۰: ۹۶)

رعایت اولویت ها

رعایت اولویت ها در تخصیص درآمد و مصرف، برای دستیابی به الگوی مصرف مناسب، و جلوگیری از نارسایی ها و تضییع حقوق افراد، امری ضروری و اجتناب ناپذیر است. ضرورت این کار برای افرادی که درآمدی محدود دارند، نمود بیشتری می یابد. تعیین اولویت های تخصیص درآمد از دو جنبه ارزیابی می شود:

نخست، از نظر نوع و مقدار کالاهای مصرفی و خدمات: روشن است که انسان در زندگی، نیازمندی های گوناگونی دارد؛ برخی از این نیازمندی ها، نیازهای اساسی و ضروری زندگی است و برخی در درجه بعدی قرار می گیرد. پاره ای از مصارف نیز تنها برای تامین یا افزایش رفاه و آسایش زندگی است. بی گمان تا زمانی که نیازهای اساسی فرد و جامعه به شایستگی برآورده نشود، نوبت به مصارف رفاهی و کالاهای تجملاتی نمی رسد.

دوم: تعیین اولویت ها براساس افراد و گروه های مصرف کننده: براساس آموزه های دینی در شرایط عادی، تامین نیازمندی های شخصی انسان در اولویت است. پس از آنکه نیازهای اولیه و اساسی فرد تامین شد، رفع نیازهای پدر و مادر، فرزند، همسر و آن گاه خویشاوندان نیازمند و سپس سایر نیازمندان و نیز مشارکت در خدمات اجتماعی و امور خیریه، در مراحل بعدی جای می گیرد.(ایروانی، ۱۳۸۴: ۲۸۴)

کیفیت مداری و محکم کاری در کارها در ردیف عوامل اصلاحی الگوی مصرف قرار گرفته، به تعدیل، بهبود مصرف و حفظ سرمایه های کشور از هدر رفتن خواهد انجامید. روزی مردی دو دینار خدمت رسول خدا(ع) آورد و گفت: «ای رسول خدا! می خواهم این دو دینار را در راه خدا مصرف کنم.» حضرت فرمود: «آیا پدر و مادر داری؟» گفت: «آری» فرمود: «این پول را برای آنان هزینه کن که از مصرف آن در راه خدا بهتر است. چندی بعد، آن مرد بازگشت؛ در حالی که دو دینار دیگر به همراه آورده بود تا در راه خدا خرج کند. این بار، حضرت به او دستور داد آن را برای فرزندش خرج کند. وی بار سوم دو دینار آورد. پیامبر(ص) مصرف آن را برای همسرش سفارش فرمود؛ و بار چهارم برای خادمش... حضرت، آخرین بار اجازه داد که پولش را در راه خدا صرف کند و فرمود که: مصرف آن در راه خدا، فضیلتی بیش از مصرف آن در راه های پیشین نداشت.» (طوسی، ۱۳۶۵: ۱۷۱)

کار و تلاش.

آیات و اخبار فراوانی در آموزه های دینی، درباره توصیه به کار و آثار مثبت بسیار آن آمده است. صرف نظر از آثار معنوی کار و نقش آن در پرورش روح و حفظ انسان از بسیاری از لغزش ها، کار، رمز اصلی توسعه اقتصادی شخص و جامعه است. بی گمان اگر مصرف، هماهنگ با کار و تلاش نباشد، پیامد آن فقر و تهیدستی خواهد بود و برای کسی که دغدغه اصلاح الگوی مصرف را دارد، کار و کوشش از اولویت های لازم برای شکل دهی به این سیاست اقتصادی خواهد بود.

امیرمؤمنان(ع) در بیانی تشبیه گونه، تنبلی و ناتوانی را عاملی برای فقر و عقب ماندگی بر شمرده، فرمودند: «إن الاشياء لما ازدوجت ازدوج الكسل والعجز فتتجا بينهما الفقر؛ (محمدی ری شهری، ۱۳۶۲، ج ۱۱: ۵۱۸۴) آن گاه که اشیا با یکدیگر جفت شدند، تنبلی و ناتوانی با هم ازدواج کردند و از آن ها فقر متولد شد.

بنابراین به طور خلاصه، الگویی از مصرف که مدنظر اسلام است، دارای ویژگی های زیر است

۱. مصرف، در نظرگاه اسلامی هم ناظر به رفع نیاز است و هم ناظر بر لذت تمتع از نعمت ها؛ اما هر دوی این ویژگی ها باید برای تعالی انسانی و ارتقای شخصیت در نیل به رضایت خداوند باشد. تمتع و التذاذ بدون رویکرد تعالی جویی، فقط برای اشباع غرایز است و در این باره تمایزی میان انسان و سایر حیوانات نیست (یاکلون کما تاکل الانعام) (محمد، ۱۲).

۲. در این الگو، مصرف کننده مصرف را عملی پایان یافته و مصرف شونده را تمام شده تلقی نمی کند؛ بلکه در قبال مصرف شونده و همه‌ی انواع مصرف شونده‌ها که در این نظرگاه، همه چیز (نعمت‌های بیشمار) مسئول است و این مسئولیت نه تنها مسئولیتی اجتماعی و این جهانی، بلکه مسئولیتی آن جهانی و همه جانبه است.
۳. مسئولیت در قبال همه‌ی نعمت‌ها، مستلزم تلاش برای رسیدن به بهترین تخصیص در استفاده از این نعمت‌ها و منابع است؛ براین اساس، انسان مسلمان موظف است دایره‌ی شناخت خود از نعمت‌ها را وسعت بخشد و بر دانش خود بیافزاید و هم براساس این فهم از نعمت‌ها، مقاصد و اهداف متعال تری را برگزیند.
۴. پرهیز از تبذیر نعمت‌های الهی هم مستلزم اختصاص هر نعمت به مناسب ترین مقصد و هم مستلزم تلاش برای رسیدن به مقاصد و تحقق اهداف پیش‌بینی شده است. به عبارت دیگر، در فرهنگ اسلامی به اثربخشی استفاده از نعمت‌ها توجه جدی تری شده است.
۵. پرهیز از اسراف به معنای این است که همه مقاصد تعیین شده را تحقق بخشیم، به عبارت دیگر، انسان مسلمان موظف است همواره دغدغه‌ی استفاده‌ی بهینه از نعمت‌ها را داشته باشد؛ این دغدغه باعث می شود که ضمن تحقق مقاصد تعیین شده در حفظ و نگهداشت منابع، سرمایه‌ها و نعمت‌ها برای نسل‌های پیاپی تلاش شود و شکر نعمت‌ها به جای آورده شود.

استراتژی های کاهش هزینه (ابزار و فنون مدیریت هزینه)

برای کاهش هزینه ها در سازمان می توان استراتژی های زیر را مورد توجه قرار داد:

1- استقرار سیستم های هزینه یابی بر فعالیت: (ABC)

در سیستم هزینه تولید محصول و خدمات بر حسب فعالیت هایی که برای تولید انجام می شود اندازه گیری می شود. این فعالیت ها هستند که هزینه را سوق می دهند و این بر خلاف رویکرد سنتی است که معتقد بود تولیدات بطور مستقیم هزینه ها را سوق می دهند.

2- توجه به هزینه های طول چرخه عمر محصولات:

شرکت های موفق هزینه ها را در تمامی مراحل چرخه های عمر محصولات شامل هزینه های قبل از ساخت، هزینه های مرتبط با کوشش های ساخت و هزینه های مراحل بعد از ساخت منظور می کنند. توجه به این هزینه ها تحول بزرگی در شرکت ها ایجاد می کند. در مدیریت هزینه، هزینه های همه مراحل و نقش آن در مجموع هزینه ها اهمیت دارد مزیت این نگرش و فلسفه فراتر از افزایش سود می باشد.

3-مدیریت بر مبنای فعالیت: (ABM)

بر آورد هزینه بر مبنای مقدمه ای برای مدیریت بر مبنای فعالیت است. در این روش فرض بر این است که در محیط بسیار رقابتی عدم کارآیی یکی، فرصتی برای دیگری می شود. بیشترین عدم کارایی از فعالیت های فاقد ارزش افزوده ناشی می شود. لذا شناسایی و اندازه گیری فعالیت های دارای عدم کارایی مناسب امری ضروری است. پس تنها باید به فعالیت هایی پرداخت که ارزش افزوده به بار آورد.

14-الگو برداری از بهترین ها:

بررسی شرکت های موفق و انجام ارزیابی آنها می تواند به کاهش هزینه ها کمک کند. الگو برداری رفتاری متواضعانه به منظور پذیرش برتری سازمان های دیگر در یک موضوع خاص و رفتاری عاقلانه به منظور رقابت و برتری جستن به آنها در همان موضوع است.

15-استقرار سیستم های هزینه یابی استاندارد و تجزیه و تحلیل انحرافات:

سیستم هزینه یابی استاندارد با تعیین هزینه های استاندارد به مدیران اجازه می دهد که برنامه ریزی دقیق تر و کنترل موثری بر هزینه ها داشته باشد.

6-مدیریت هزینه انرژی و جلوگیری از اتلاف آن:

یکی از منابع مهم مورد استفاده برای هر سازمانی، انرژی می باشد بنابراین از هزینه های عمده هر سازمان هزینه انرژی می باشد. لذا با مدیریت هزینه انرژی می توان کمک زیادی به کاهش هزینه ها نمود.

7-مدیریت مواد اولیه:

از منابع مهم ورودی هر سازمانی مواد اولیه که هزینه تأمین آن از هزینه های عمده هر سازمان می باشد. در این راستا بهبود روابط تأمین کننده و سازمان کمک موثری خواهد گذاشت. رویکرد مدیریت زنجیره تأمین SCM باید در سازمان ها استفاده شود.

8-بهبود مستمر فرایندها:

واحدهای تجاری برای اینکه به عنوان رقیب در صحنه باقی بمانند، به طور مستمر باید فرایندها و محصولات خود را بهبود بخشند. بیشترین هزینه که به چشم هم نمی آید، در طراحی اشتباه روش های انجام کار و دوباره کاری ها می باشد. بنابراین لازم است بطور مستمر سازمان مهندسی مجدد شود. در این زمینه تخصص مهندسی صنایع بویژه تکنیک های مطالعه کار مفید می باشد.

9-مدیریت موجودیها:

موجودی های سازمانی شامل مواد اولیه، قطعات یدکی، کالای در جریان ساخت و کالای ساخته شده می باشد که ارزش ریالی زیادی در خود جذب نموده اند. بنابراین افزایش این موجودی هزینه فرصت از دست رفته مالی، هزینه های نگهداری و هزینه های خرابی را خواهد داشت. فلسفه تولید به هنگام (Just in time) کاهش موجودی ها و ضایعات را مورد توجه قرار می دهد، بنابراین در این زمینه مفید خواهد بود. تولید باید زمانی صورت گیرد که نیاز برای محصول وجود دارد. تولید نکردن بهتر از ساختن محصولی غیر قابل فروش، غیر ضروری و غیر سودمند است.

10-صرفه جویی در مقیاس بزرگ:

هزینه های ثابت یکی از عمده ترین هزینه ها می باشد هرچقدر این هزینه فرصت جذب بیشتری پیدا نماید، به همان اندازه سهم هر واحد محصول از هزینه ثابت کمتر می شود. هزینه های متغیر نیز با افزایش عملکرد بطور یکنواخت افزایش پیدا نمی کند، بلکه غالباً با نرخ کاهنده افزایش می یابد. بنابراین تولید در مقیاس بزرگ باعث صرفه جویی در هزینه ها خواهد شد سرانه تولید به ازای نیروی انسانی و یا ماشین آلات باید افزایش یابد.

11-کاهش ضایعات:

ضایعات منابع سبب ارتقاء هزینه می شود. ضایعات فقط شامل مواد نمی شود انواع ضایعات شامل ضایعات مواد، ضایعات ناشی از به کارگیری منابع انسانی و ماشین آلات، ضایعات ناشی از تصمیم گیری های نادرست و ... می شود. ضایعات هزینه را جذب می کند بدون آنکه ارزشی اضافه کند. مدیریت باید ضایعات و علل آنها را شناسایی و راهکار های مناسب حذف آنها را به کار بندد. در این زمینه رویکرد تولید ناب و کایزن موثر خواهد بود.

12-آموزش کارکنان:

آموزش کارکنان باعث توسعه توانمندی ها و درنهایت باعث افزایش بازدهی آنان می شود. هزینه دستمزد کارکنان به تناسب افزایش عملکرد آنان افزایش نمی یابد. بنابراین هزینه ای که صرف آموزش می شود ارزش افزوده زیاد و بلند مدت برای سازمان ایجاد می کند.

13-استفاده از تکنولوژی های نوین متناسب با ظرفیت:

تکنولوژی زمانی مناسب می باشد که متناسب با ظرفیت تولید باشد. برای ظرفیت های پایین تکنولوژی های کاربر، سرمایه اندوز و برای ظرفیت های بالا تکنولوژی های سرمایه بر، کار اندوز مناسب است. برقراری این تناسب و ترکیب مناسب نیروی کار و ماشین آلات باعث کاهش هزینه کل خواهد شد.

14- استقرار درست، وظایف ماشین آلات و ساختمان ها:

یکی از موارد جذب کننده هزینه میزان مسافت طی شده در یک دوره زمانی می باشد اگر وظایف و ماشین آلات با مکان یابی درست استقرار یابند تعداد حرکت و میزان مسافت طی شده به حداقل خواهد رسید حرکت ایجاد هزینه می کند و موضوعی است که هزینه های آن پنهان بوده و دیده نمی شود. با تکنیک های مدیریت تولید و عملیات می توان طرح استقرار را بهبود بخشید.

15- کمیته راهبری کاهش هزینه ها در سازمان ها به صورت میان وظیفه ای:

جهت اتخاذ استراتژی های مناسب برای کاهش هزینه تشکیل کمیته راهبری هزینه که شامل همه حوزه های سازمان می شود مفید خواهد بود که در این زمینه شرکت های تولیدی تجربیات ارزنده ای دارند.

16- اصلاح نگرش های مدیران و کارکنان:

جهت اجرای موثرتر استراتژی های کاهش هزینه و موضوع کاهش هزینه به یک باور عمومی در کارکنان و مدیران باید تبدیل شود. در این زمینه سازمانها باید با برنامه های درست باید آگاهی های لازم را ارائه دهند. تا زمانیکه این آگاهی و تعهد ایجاد نشده باشد برنامه ها اجرا نخواهند شد.

17- استفاده از رویکرد شش سیگما:

تکنیک شش سیگما برای شناسایی هزینه های زاید و اجرای پروژه های عملیاتی بهبود می باشد که اهدافی چون افزایش سهم بازار، کاهش استراتژیک هزینه ها، افزایش رضایت مشتری، رشد سود نهایی و بهبود مسائل مالی را دنبال می نماید.

18- ارتقاء کیفیت تطابق محصول:

جمع هزینه های کیفیت از ترکیب هزینه های خطا و هزینه های ناشی از پیشگیری و ارزیابی بدست می آید. به ازای افزایش کیفیت تطابق محصول هزینه های کیفیت کاهش می یابد. سایر استراتژی های کاهش هزینه به شرح ذیل می باشد:

19- استفاده بهینه از تمامی ظرفیت های موجود

20- آموزش و توسعه فرهنگ رشد و بهره وری

21- اصلاح ساختار سازمانی (مهندسی مجدد در سازمان)

22- توجه به سیستم اطلاعاتی (سرعت و دقت بخشیدن به سازمان)

23- کاهش سهم نیروی انسانی بخش های ستادی به صف

24-فعال کردن نظام پیشنهادات

25-ترویج کار گروهی

26-تشکیل حلقه ای کیفیت (QCC)

27-ایجاد نظام ارزیابی اثر بخش

28-ایجاد سیستم انگیزی مناسب در سازمان

29-توسعه خلاقیت، نوآوری و کار آفرینی در سازمان

30-تقویت دیدگاههای مدیریت مالی در بین همه مدیران سازمان

سازمان ها متناسب با شرایط خود می توانند برای کاهش هزینه های خود از هر یک از استراتژی های فوق استفاده نمایند.

تحولات نگرشی لازم برای اجرای مدیریت هزینه:

برای اجرای اثر بخش برنامه های کاهش هزینه و مدیریت باید زمینه سازی نگرشی در کلیه مدیران و کلیه مدیران و کارکنان سازمان صورت گیرد. نمونه ای از تحولات نگرشی لازم به شرح جدول زیر می باشد:

تحولات نگرشی

از	به
از تمرکز به تولید و محدودیتهای تولید	به تمرکز بر مشتری و خواستهها و محدودیتهای مشتری
از نظام تولید سنتی پر از اتلاف	به نظام تولید نوین بدون اتلاف
از اطلاعات بسته و نا روشن	به نظام اطلاعات گشوده و شفاف
از رئیس / قسمت / وضعیت	به مشتری / فرایند / نتیجه
از این مشکل من است و آن مشکل تو است	به این و آن مشکل ما است
از روابط مشتری و تأمین کننده	به شرکا و کسب و کار
از نگرش برنده-بازنده	به نگرش برنده-برنده
از نگرش یا این یا آن	به نگرش هم این و هم آن
از نگرش کار کردن از سر اجبار	به کار کردن متعهدانه و با شور و علاقه
از نگرش cost plus	به نگرش هزینه هدف Target costing

موانع بر سر راه کاهش استراتژیک هزینه ها:

برخی از موانع اجرای استراتژی های کاهش هزینه در سازمان می باشد:

- 1- پاینده نبودن مدیران به استراتژی کاهش هزینه و عدم وجود یک عزم همگانی
- 2- عدم شناخت عوامل واقعی کاهش هزینه و عدم وجود یک عزم همگانی
- 3- نبود معیاری مناسب برای اندازه گیری میزان موفقیت اجرای استراتژی کاهش هزینه
- 4- مقبولیت نداشتن استراتژی کاهش هزینه در بین کارکنان و عدم مشارکت آنان
- 5- فرایند طولانی و کند تبدیل ایده تا محصول
- 6- سرمایه گذاری در بخش هایی که فاقد مزیت نسبی می باشد
- 7- مشکلات فرهنگی و طرز تلقی ها و نگرش ها
- 8- راندمان پایین سرمایه و گران بودن سرمایه گذاری
- 9- عدم استفاده کافی از ظرفیت ها
- 10- فقدان سیستمهای جامع اطلاعاتی حسابداری

- 11-حاکمیت برخی از قوانین و مقررات نامناسب
 - 12-عدم استفاده از تجارب مفید دیگران
 - 13-عدم استفاده از تکنولوژیهای مناسب
 - 14-بکارگیری نامناسب منابع شامل نیروی کار، مواد خام، انرژی و سرمایه
 - 15-عدم ریسک پذیری سازمان، مدیران و کارکنان
- درک موانع و رفع آنان در سازمان به مدیریت هزینه کمک مفیدی خواهد نمود.

-تکنیک ها و راهکارهای عملیاتی برای صرفه جویی در محیط های کاری

منابع انسانی

حوزه فعالیت	تکنیک ها و راهکارهای عملیاتی برای صرفه جویی	ردیف
مدیریت	آموزش و توانمندسازی، هزینه کردن نیست، بلکه سرمایه گذاری است	۱
مدیریت	استفاده از مدیران و کارشناسان بومی	۲
مدیریت	دریافت بازخورد کارکنان از طریق نظرسنجی برای الگوها و استانداردها	۳
مدیریت	ایجاد فرصت های مساوی برای تمام استعدادها و سرمایه های انسانی	۴
مدیریت	استقرار سازوکارهای انگیزشی در نظام پرداخت با رویکرد نتیجه گرا و اثربخش	۵
مدیریت	اختصاص امتیاز ویژه در نظام ارزیابی سالیانه مدیران و کارکنان در خصوص پیاده سازی استانداردها و الگوهای مصرف	۶
مدیریت	اختصاص امتیاز مضاعف در نظام پیشنهادها برای امور استانداردها و الگوها	۷
مدیریت	بهره گیری از متخصصان در پست های مربوطه	۸
مدیریت	افزایش انگیزه مدیران برای ارائه خدمات مطلوبتر با هزینه کمتر	۹

زمان و مکان

ردیف	تکنیک ها و راهکارهای عملیاتی برای صرفه جویی	حوزه فعالیت
۱	مغتنم شمردن فرصت ها چرا که فرصت ها را می توان دریافت اما نمی توان باز یافت	عموم کارکنان
۲	پرهیز از زیاده گویی در مکالمات تلفنی و تایمردار کردن سیستم ها و نیز مختصر گویی در مراجعات حضوری	عموم کارکنان
۳	تدوین برنامه کار سالانه و جزئی کردن آن به روزانه، هفتگی و ماهانه با هدف استفاده مطلوب از زمان	عموم کارکنان
۴	پرهیز از دوباره کاری های نوشتاری و حذف محدودیت های جغرافیای در ارائه خدمات	مدیریت
۵	استفاده از اتوماسیون اداری و سیستم های الکتونیکي پر سرعت در حوزه های کاری	مدیریت
۶	نحوه انتخاب مکان واحدهای اداری تاثیر قابل توجهی در کاهش زمان فرایند کار دارد	پشتیبانی
۷	همیشه قبل از شروع کار، مقدمات آن فراهم گردد.	عموم کارکنان
۸	استفاده از پیامک به جای مذاکرات تلفنی طولانی و مکاتبات وقت گیر	عموم حوزه ها

آب

حوزه فعالیت	تکنیک ها و راهکارهای عملیاتی برای صرفه جویی	ردیف
پشتیبانی	استفاده از شیرآلات مرغوب و کنترل مستمر آنها	۱
پشتیبانی	استفاده از سیستم هوشمند یا پدالی در نقاط پرمصرف آب ساختمان	۲
کشاورزی	استفاده از چاه آب برای مصارفی چون فضای سبز، شست و شو و...	۳
کشاورزی	استفاده از سیستم آبیاری تحت فشار و قطره ای در بخش کشاورزی	۴
پشتیبانی	کنترل نشت آب در قسمت های مختلف، جلوگیری از شست و شوی وسائل نقلیه با آب آشامیدنی	۵
پشتیبانی	بستن شیرفلکه اصلی در ایام تعطیل	۶
فنی و مهندسی	استفاده نکردن از آب تصفیه شده هنگام احداث ساختمان	۷
کشاورزی	جابجایی زمان آبیاری گیاهان فضای سبز به اوایل روز یا شب	۸
پشتیبانی	عایق بندی لوله های آب گرم	۹

وسایل برقی و روشنایی

ردیف	تکنیک ها و راهکارهای عملیاتی برای صرفه جویی	حوزه فعالیت
۱	استفاده از لامپ های کم مصرف یا مهتابی	پشتیبانی
۲	نصب سیستم های کنترل روشنایی، تایمرهای قطع و وصل برق، دیمر	پشتیبانی
۳	استفاده از رنگ های روشن برای دیوارهای خانه، سقف ها و پنجره ها،	پشتیبانی
۴	توجه به میزان مصرف برق وسایل صوتی و تصویری و... هنگام خرید ، و بر اساس نیاز سازمان و اینکه حتی الامکان توان مصرفی کمتری داشته باشد	پشتیبانی
۵	قراردادن یخچال در خنک ترین بخش آبدارخانه و عدم قراردادن آن در کنار اجاق گاز، آبگرمکن، و نورمستقیم خورشید، و تراز نمودن کف یخچال و فریزر	پشتیبانی
۶	تمیز کردن حباب ها، قاب ها و لامپ ها برای بازدهی نوری بیشتر، تبدیل سماورهای برقی به گازسوز در آبدارخانه ها	پشتیبانی
۷	عدم استفاده از لوازم و تجهیزات برقی پر مصرف در ساعات اوج مصرف، استفاده از لامپ های کم مصرف یا دیودی LED برای تابلوهای تبلیغاتی	عموم کارکنان، پشتیبانی
۸	عدم استفاده از وسایل برقی پر مصرف مثل بخاری برقی، هیتر و نظایر آن، تعویض لامپ های مهتابی سوخته و در حال چشمک زدن است	پشتیبانی
۹	پیش بینی استفاده از نور خورشید در فضاها و ساختمان، نصب برق اضطراری برای استفاده مطلوب و معطون از جریان برق، ایجاد تابلوی خازن برق برای کاهش	فنی و مهندسی

وسایل الکترونیکی

ردیف	تکنیک ها و راهکارهای عملیاتی برای صرفه جویی	حوزه فعالیت
۱	خاموش نمودن وسایل اداری مانند: دستگاه کپی، رایانه و...	عموم کارکنان
۲	در صورت امکان استفاده از رایانه های Laptab به جای رایانه های رومیزی، متناسب نمودن میزان وضوح تصویر مانیتور رایانه با نیاز کاری	عموم کارکنان
۳	استفاده از دستگاه های چندکاره (اسکنر، چاپگر، تلفکس، کپی) در واحدها	کلیه واحدها
۴	استفاده از شبکه بی سیم به جای کابل کشی	فنی و مهندسی
۵	استفاده از نمایشگرهای LCD به جای CRT، استفاده از اسکنر به جای چاپگر، نصب عابر بانک در ساختمان ها	مدیریت

گاز، بنزین، گازوئیل و نفت

حوزه فعالیت	تکنیک ها و راهکارهای عملیاتی برای صرفه جویی	ردیف
پشتیبانی	استقرار سیستم هوشمند کنترل سوخت، کنترل و تنظیم مستمر موتورخانه های سیستم گرمایشی و سرمایشی	۱
پشتیبانی	تنظیم ترموستات، عایق کاری لوله های تاسیساتی، اصلاح نحوه نصب بخاری های گاز سوز به حالت مورب،	۲
عموم کارکنان	تنظیم باد لاستیک ها، عدم استفاده از بار اضافه در خودروها، خاموش نمودن خودرو در پشت چراغ قرمز، محکم نمودن در مخزن بنزین، انجام معاینه فنی و تعویض فیلترهای خودرو، استفاده از خودروهای سواری سبک بجای خودروهای شاسی دار	۳
مدیریت	نصب دستگاه های GPS برای کنترل خودروهای سازمانی،	۴

کاغذ و نشریات

حوزه فعالیت	تکنیک ها و راهکارهای عملیاتی برای صرفه جویی	ردیف
مدیریت	واگذاری امور انتشارات به بخش غیر دولتی، ممنوع نمودن چاپ کاغذی نشریات داخلی و توسعه اینترنت سازمانی	۱
مدیریت	بهره گیری از سیستم پست الکترونیکی و وب سایت ها، استفاده از اتوماسیون اداری به جای سنتی	۲
عموم کارکنان	پرهیز از تشریفات زائد در حاشیه پردازی، رنگ آمیزی و زینت بخشی مکاتبات، حذف نشریات غیر ضروری و بی محتوا،	۳
عموم کارکنان	استفاده از فونت های کوچک و خوانا، و کوچک کردن ابعاد نامه ها نشریات، بنرها، استفاده از دو روی کاغذ	۴
عموم کارکنان	استفاده از کاغذهای معمولی و چاپ غیر رنگی و جلد ساده نشریات و کتب	۵
عموم کارکنان	ادغام نشریات، تولید و انتشار مطالب در قالب لوح فشرده	۶
عموم کارکنان	قبل از چاپ مطالب مطمئن بشوید که مطالب نیاز به بازنگری ندارند، جلوگیری از مکاتبات زائد،	۷
کارگزینی	الکترونیکی نمودن پرونده ها مانند پرونده کارکنان	۸

امور ارتباطات و مکالمات

حوزه فعالیت	تکنیک ها و راهکارهای عملیاتی برای صرفه جویی	ردیف
مدیریت	انتشار اطلاعیه ها، بخشنامه ها، دستورالعمل ها و.. در وب سایت سازمان	۱
مدیریت	استفاده از اتوماسیون اداری با توسعه آن در سطح استان ها و شهرستان ها	۲
پشتیبانی	استفاده بیشتر از دستگاه تلفن مرکزی و کاهش خط های تلفن مستقیم، استفاده از خطوط پرسرعت ADSL اینترنت بدون اشغال خطوط تلفن	۳
عموم کارکنان	استفاده بیشتر از پیامک به جای مذاکرات تلفنی هزینه بر	۴
مدیریت	استقرار سامانه های ارسال پیام کوتاه به ارباب رجوع و جامعه هدف، اثبات نام و دریافت درخواست از طریق اینترنت به جای ثبت نام کاغذی	۵
کارگزینی، مالی	اختصاص پست الکترونیکی برای تمام کارکنان، ارسال فیش حقوقی و ماندهء مرخصی به پست الکترونیکی	۶

تاسیسات گرمایشی و سرمایشی

حوزه فعالیت	تکنیک ها و راهکارهای عملیاتی برای صرفه جویی	ردیف
پشتیبانی	تمیز کردن سیستم های سرمایشی و گرمایشی بطور منظم (پاک کردن خاک روی کویل ها، فن ها و تعویض پوشال ها)، عایق کاری مناسب دیوارها، سقف و کانال ها	۱
پشتیبانی	دور نگه داشتن کولر و سایر اجزای سیستم سرمایشی از تابش مستقیم نور خورشید، استفاده از سیستم های گرمایش و سرمایش منطقه ای با توجه به شرایط اقلیمی و طبیعی،	۲
پشتیبانی	بهره گیری و خرید سیستم ها با رتبه مصرف انرژی A یا B، استفاده از سایبان بر روی کولرها و کانال ها، استفاده از وسایل سرمایشی متناسب با فضا،	۳
پشتیبانی	استفاده از سیستم های سرمایش موضعی به جای متمرکز، استفاده از درزگیرها برای جلوگیری از خروج سرما یا گرما	۴
عموم کارکنان	عدم استفاده از لامپ های رشته ای به هنگام استفاده از کولر، پرهیز از مصرف بی مورد کولر، بستن درها و زنجیره ها هنگام استفاده از وسایل گرمایشی، توجه به دمای مطلوب اتاق ها (۲۴ تا ۲۶ در تابستان)،	۵
پشتیبانی	کاشت درخت، نصب درهای اتوماتیک، انتخاب مناسب کولرهای گازی با توجه به شرایط آب و هوایی، جمع آوری سیستم های فرسوده قدیمی و جایگزینی آن با سیستم های جدید و پربازده	۶

امور ساختمان

ردیف	تکنیک ها و راهکارهای عملیاتی برای صرفه جویی	حوزه فعالیت
۱	عایق کاری دیوارهای خارجی ساختمان، استفاده از رنگهای روشن در دیوارها، سقف و پرده ها	پشتیبانی
۲	بکارگیری کارشناس یا مسئول ممیزی انرژی در ساختمان،	مدیریت
۳	استفاده از تجهیزات انرژی خورشیدی در هنگام طراحی و ساخت ساختمان،	فنی و مهندسی
۴	استفاده از مبحث ۱۹، ۱۷، ۱۵ مقررات ملی ساختمان، استفاده از سیستم های پربازده سرمایشی و گرمایشی	پشتیبانی
۵	استقرار سیستم هوشمند ساختمان در امر بهینه سازی مصرف انرژی،	پشتیبانی
۶	بهره گیری از سیستم های ذخیره انرژی حرارتی TES در ساختمان	پشتیبانی

در و پنجره

ردیف	تکنیک ها و راهکارهای عملیاتی برای صرفه جویی	حوزه فعالیت
۱	استفاده از قاب های استاندارد (بی وی سی و آلومینیوم ترمال بریک) برای کاهش تبادل حرارتی از طریق پنجره، دوجداره نمودن شیشه پنجره ها و تزریق گازهایی مانند آرگون و کریپتون	پشتیبانی
۲	استفاده از درهای اتوماتیک و هوشمند به منظور کاهش اتلاف انرژی	پشتیبانی
۳	استفاده از تهویه طبیعی در مواقع لزوم (پنجره ها)	عموم کارکنان
۴	بستن در و پنجره ها و کشیدن پرده ها در روزهای خیلی گرم (برای جلوگیری از ورود حرارت و گرما به داخل ساختمان)، استفاده از پرده های چین دار در روزهای ابری (عایق) و آفتابی	عموم کارکنان
۵	استفاده از سایبان در تابستان (روی پنجره ها)،	پشتیبانی
۶	حفاظت از پنجره های سقفی و نورگیرها	پشتیبانی

بازیافت مواد

حوزه فعالیت	تکنیک ها و راهکارهای عملیاتی برای صرفه جویی	ردیف
پشتیبانی	جداسازی و تفکیک سطل های زباله (کاغذ، شیشه، پلاستیک)	۱
کشاورزی	استفاده از کودها و فضولات حیوانی	۲
پشتیبانی	استفاده از پارتیشن برای تفکیک اتاق ها	۳
مدیریت	تهیه آیین نامه نحوه بازیافت مواد مصرفی، آموزش و ارتقاء فرهنگ مدیریت " بازیافت پسماند" در سازمان	۴
فنی و مهندسی	استفاده مجدد از آب های صنعتی، استفاده از منابع انرژی زیست توده (گاز محل دفن، زباله سوز و..)	۵
پشتیبانی	استفاده از باطری های قابل شارژ، استفاده از ظروف و کالاهای که یکبار مصرف نباشد	۶

امور مراسم

حوزه فعالیت	تکنیک ها و راهکارهای عملیاتی برای صرفه جویی	ردیف
مدیریت	تدوین و ابلاغ آئین نام های جامع در خصوص نحوه برگزاری مراسم، تشکیل کمیته ای ویژه برای هزینه یابی بهینه مراسم	۱
مدیریت	برنامه ریزی دقیق و همه جانبه به طوریکه حداقل زمان و هزینه ها به دست آید	۲
مدیریت	تجمیع چند گردهمایی در قالب یک گردهمایی که هم خوانی دارند، توجه بیشتر به هزینه ایاب و ذهاب، حق ماموریت و اسکان مدعوین	۳
روابط عمومی	غنی نمودن مراسم و گردهمایی ها به لحاظ محتوا به جای پرداختن به ظواهر، استفاده از پیامک و ایمیل و اتوماسیون اداری به جای کارت دعوت	۴
پشتیبانی	استفاده از امکانات موجود در هر سازمان برای انجام مراسم، پرهیز از تنوع در پذیرایی شیرینی ها، میوه ها و نوشیدنی ها در یک مراسم، پرهیز در هزینه برای مبلمان و تزئینات در گردهمایی ها	۵
امور کارکنان	پرداخت مستقیم هزینه اسکان، ایاب و ذهاب در ماموریت اداری و پرهیز از اداره امور مراکز رفاهی و مامورسراها	۶
روابط عمومی	تهیه و توزیع لوح فشرده بجای بروشورهای چاپی، استفاده از وسایل نمایشی دیجیتال به جای چاپ بنر و فلکسی و..	۷

سخن آخر:

هزینه عاملی است که در تمامی فعالیتهای سازمان وجود دارد بنابراین مدیریت آن امری ضروری می باشد منظور از مدیریت هزینه ایجاد سیستمی برای کنترل، کاهش و حذف هزینه میباشد. در شرایط امروز، بی تردید لازمه بقای سازمانها مجهز شدن به سیستمهای مدیریت استراتژیک هزینه و تولید محصولات با قیمتهای قابل رقابت و پاسخ گویی سریع به فرصتها است.

برای کاهش هزینه، راهها و روشهای گوناگونی پیشنهاد شده است که قبل از هرچیز شناسائی عوامل قابل کاهش ضروری است. بر همین اساس یکی از عوامل بزرگ خون ریزی های هزینه ای در سازمان وجود گسل های اساسی مانند گسل بین مشتری و سازمان و گسل بین سیستم مالی و سیستم فنی است. در حال حاضر در کشورهای پیشرفته صنعتی شرکتهای بسیاری در حال تغییر و تحول در سیستمهای اطلاعاتی خود و دوری از سیستم حسابداری صنعتی با دیدگاه سنتی و حرکت بسوی مدیریت هزینه با دیدگاهی چالشی هستند مفهوم مدیریت هزینه بر شناخت این تغییرات و آثار آنها بر ساختار هزینه ها به هنگام فراهم کردن اطلاعات تاکید دارد. در سیستم مدیریت هزینه به جای معطوف داشتن توجه به آنچه رخ داده است، کوشش می شود بر آثار آتی شرایط اقتصادی تاکید گردد.

برای کشورهایی که از دانش فوق مدرن برخوردار نیستند و توان سرمایه گذاری بسیار محدود است و عملاً برای آنها امکان پذیر نیست که در جهان رقابتی امروز استراتژی توسعه و پیشرفت بر اساس دانش و نو آوری های پیشرفته را در این جهت انتخاب کنند، لذا شاید انتخاب استراتژی کاهش هزینه ها تنها انتخاب عاقلانه باشد.