



وقتی نمی شود در مصرف بعضی چیزها مثل شیر صرّفه جویی کرد، تصمیم گرفتم از صرّفه جویی در مصرف آب و برق و تلفن نسبت به ماه های قبل باقی می ماند، این جور اقلام را خریداری کنم

وقتی دیدم هزینه هایی که ما الکی به خودمان برای برپایی میهمانی تحمیل می کنیم، دارد باعث کم شدن دید و باز دیدها می شود، از بریز و پاش و تجملاتی برگزار کردن صرف نظر کردم



را خریداری کرده و بعداً فهمیده چیزهایی که شنیده چیزی جز شایعه های بی اساس نبوده است.

از این مورد در بین خانم ها کم نشنیده ام. تنشی که هر از گاهی ایجاد می شود و موجب احتکار، هر چند در مقیاس کم و کوچک در خانه ها می شود. اقتصاددانان معتقدند ایجاد جوروانی و ایجاد ترس، هدف اصلی دشمن در تحریم هاست.

وقتی از خانم میانسال در مورد تأثیر شرایط جدید اقتصادی بر خرید کالاها می پرسیم، می گوید: «تأثیرش غیرقابل انکار است. در بین دوستانم کسانی بودند که مثلاً به محض خراب شدن مایکروفونشان و یا به خاطر قدیمی شدن مدلش بلافاصله تصمیم می گرفتند یکی دیگر بخرند اما الان به غیر از اینکه تلاش می کنند همان وسیله را تعمیر کنند، از خرید کالاهایی که خیلی مورد نیاز نیست هم صرف نظر می کنند.» زن جوانی که کنارش ایستاده هم این را تأیید می کند و به لوازمی اشاره می کند که هیچ استفاده ای ندارند ولی از روی چشم و هم چشمی خریداری می شوند: «گرانی ها اگر صد تا بدی داشته باشد، یک خوبی هم دارد و اینکه یک عده را مجبور می کند چیزهایی که استفاده نمی کنند را نخرند. مثلاً کسی را می شناسم که در آشپزخانه اش سرخ کن و هواپز و قهوه جوش و ماشین ظرفشویی دارد ولی تا به حال هیچ کدامشان را حتی به برق هم نزنده.»

آدم هایی که می بینم، چه سواد و علم داشته باشند چه نداشته باشند، چه بدانند علت گرانی چیست چه ندانند، چه از مفاهیمی مثل اقتصاد و امثال آن سردر بیاورند چه نیاورند، دارند با این شرایط دست و پنجه نرم می کنند و خودشان را با تغییرات وفق می دهند. زندگی شان را مدیریت می کنند و با شرایط کنار می آیند. اما این امر نباید موجب سلب مسئولیت از دستگاه های اجرایی و اطلاع رسانی در زمینه یاری مردم برای مدیریت هزینه و درآمد و بهینه مصرف کردن و در نتیجه زندگی بهتر و آسان تر بشود.

جریان دیگر برایش غیرمنتظره و نگران کننده نیست. خانم مسن ذره جلومی رود و همان طور که نظرش را راجع به گرانی و خرید و تحریم و مصرف می گوید، تک تک موادی را که در مدت کوتاه، تفاوت قیمت چشمگیر داشته اند با ذکر قیمت قبل و بعد نشانم می دهد و تسلطش بر قیمت ها را به رخ می کشد: «کاری نمی شود کرد جز برنامه ریزی. خود من راه حلی که به ذهنم رسیده این است که تنوع خریدم را کم کنم. گاهی مجبور می شوم ملزومات را اولویت بندی هم بکنم. مثلاً اگر تا پیش از این از قسمت لبنیات هم شیر می خریدم و هم ماست و هم خامه، الان می توانم خامه و گاهی ماست را حذف کنم و از باقی مانده های شیر، خودم ماست بزنم.» خانم مسن از گرانی شدن لبنیات شکایت می کند و می گوید که شاید بشود بعضی چیزها را با گرانی شدنشان از سبد خرید کم کرد اما بعضی چیزها حیاتی اند و حذف کردنشان ممکن نیست. جالب اینجاست که این مدیر خانواده، برای این مشکل هم راه حل پیدا کرده است: «دیدم وقتی نمی شود در مصرف بعضی چیزها مثل شیر صرّفه جویی کرد، تصمیم گرفتم از مابه التفاوت پولی که از صرّفه جویی در مصرف آب و برق و تلفن نسبت به ماه های قبل باقی می ماند، این جور اقلام را خریداری کنم.»

یکی دیگر از شیوه هایی که برای مدیریت بهتر در شرایط جدید به ذهن خانم مسن رسیده، این است که فاصله بین خریدهایش را بیشتر کند و اقلامی که مورد نیازش بوده را به دو وعده تقسیم کند: «مثلاً اگر هر بار که می آمدم اینجا، همه مواد شوینده را می خریدم، الان در دو ماه مختلف تقسیم شان می کنم و هر بار یک گروه را می خرم.» طبیعی است که در مورد مصرف کردن شان هم راه های بهینه ای به کار بسته و احتمالاً این راه ها جواب هم داده است.

خانم مسن خاطره ای هم از یکی دو ماه پیش تعریف می کند که چطور تحت تأثیر یک جو روانی کلی پودر شوینده و یک سری اقلام دیگر

و می گوید: این ۲۰۰ هزار و ۲۰۰ تومان برای همین مایع دستشویی هاست؟ و با دست صابونی را که مدنظرش است نشانم می دهد. نگاه می کنم و سرم را به علامت تأیید تکان می دهم. از گرانی شدن ۲۰۰ تومانی صابون مایع شکایت می کند و کار من برای باز کردن سر صحبت آسان می شود. ۳۰ سال است که خودش تنها همه خرید خانه را انجام می دهد: «از روزی که از او اجازت کردم به کسی اجازت ندادم برایم ببرد خرید. چون هیچ کس نمی داند چه بخرد و چقدر بخرد و چطور بخرد. نه شوهرم و نه بچه هایم.»

به نظر من کسی که ۳۰ سال همه مایحتاج زندگی اش را خودش خریده، یک خریدار حرفه ای است و می شود روی خیلی از حرف هایش درباره مدیریت خانه و اقتصاد خانواده حساب باز کرد: «چیز جدیدی نیست، این وضعیت را زیاد دیده ام.» گرانی های اخیر و جهش یکباره قیمت ها را می گوید. از نظر او هر از گاهی به یک دلیل خاص یکباره قیمت ها بالا می روند و این

برای خرید میوه داشته؛ چه میوه شان تمام شده باشد چه نشده باشد. می آمده و خرید می کرده و جدیدها را در کنار قدیمی ها قرار می داده و بعضاً به خاطر خورده شدن زودتر جدیدها، قدیمی ها فاسد می شدند و اسراف. اما حالا صبر می کند تا همه انواع میوه شان تمام شود بعد به خرید می آید و حساسیتش روی خرید در روز خاص را کنار گذاشته است. همین کار باعث شده اسراف در مصرف میوه شان به حداقل برسد. دکتر محمد خوش چهره، استاد دانشگاه تهران هم نقش خانواده رادر اقتصاد، پررنگ می داند و می گوید: آگاهی، بصیرت و اطلاع رسانی درست خانواده جزو وظایف و مسئولیت نظام و حاکمیت است. مسئولین باید بتوانند فضا و محیط اقتصادی که ضرورتش اقتصاد مقاومتی است را ایجاد کنند. خوش چهره با بیان اینکه خانواده می تواند در سطح توزیع کالا و خدمات نقش داشته باشد می گوید: خانواده می تواند با مصرف صحیح، تغییر الگو و اجرای درست مصرف، کاهش وابستگی رادر حوزه واردات به وجود آورده و به اقتصاد ملی کمک کند.

این استاد دانشگاه تأکید می کند: خانواده ها با دوری از تشریفات، کالاهای وابسته و اشرافی گری در سطوح مختلف می توانند نقش اثرگذار و تعیین کننده ای در چرخه اقتصاد داشته باشند، مخصوصاً در شرایطی که تحریم شکل جدی تری به خود گرفته و فشار دنیا سلطه و استکباری فراتر از فشارهای اقتصادی است. اتفاقی که خوشبختانه در مورد خانم هایی که امروز می بینم و خانواده هایشان، کم و بیش افتاده است.

زمانی که وارد یکی از فروشگاه زنجیره ای می شوم، با یک نگاه کوتاه هم می شود فهمید که خریدارهای زن، تقریباً دوبرابر مردان هستند و این کار مرا، که می خواهم نحوه خرید کردن خانم ها و نظرشان راجع به وضعیت اقتصاد فعلی را بدانم، آسان خواهد کرد. خریدارها چند دسته اند. یک

دسته شان چرخ خرید را به دست می گیرند و توی راهروها می گردند و با دیدن اجناس یادشان می آید چه می خواهند. دسته دوم لیستی تهیه کرده اند و همزمان با گشتن تقریبی بین اجناس، مواد داخل لیست شان را پیدا می کنند و تیک می زنند اما داشتن لیست، محدودشان نمی کند و اگر چیزی دل شان خواست که توی لیست نبود راهم برمی دارند. اما گروهی هم هستند که مستقیم سراغ مایحتاج شان می روند و به لیست مواد مورد نیاز خیانت نمی کنند.

در بین خریداران، خانم مسنی را می بینم که به نظرم می آید از گروه سوم باشد. توی همان یکی دو دقیقه ای که کنارش ایستاده ام فهمیدم که لیست کوتاهی دارد که دقیق نوشته شده؛ آنقدر دقیق که مارك چیزهایی که می خواهد را هم در لیست آورده است.

خانم مسن، جلوطبقه شوینده ها ایستاده و چشم ریز کرده تا بتواند قیمت صابون مایع را بخواند و گویا نمی تواند. برمی گردد سمت من



مردم برای مدیریت به بازارهای تره بار رو آورده اند.