

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مصرف صحیح از نگاه اسلام

حجج اسلام دکتر جواد ایروانی، علی جلائیان اکبرنیا،
داود حیدری، رضا وطن دوست و دکتر سید جعفر علوی

عنوان و نام پدیدآور: مصرف صحیح از نگاه اسلام / جواد ایروانی... [و دیگران].
مشخصات نشر: مشهد: دانشگاه علوم اسلامی رضوی، ۱۳۹۱.

مشخصات ظاهری: ۳۳۶ ص.

شابک: 978-964-7673-96-9

وضعیت فهرست‌نویسی: فیبا

یادداشت: نویسندگان جواد ایروانی، علی جلاتیان اکبرنیا، داود حیدری، رضا وطن‌دوست، سید جعفر علوی.

یادداشت: کتابنامه: ص. ۲۲۷-۳۳۶؛ همچنین به صورت زیرنویس.

موضوع: مصرف -- جنبه‌های مذهبی -- اسلام

موضوع: اسراف -- جنبه‌های مذهبی -- اسلام

موضوع: اسلام و اقتصاد

شناسه افزوده: ایروانی، جواد، ۱۳۵۵ -

شناسه افزوده: دانشگاه علوم اسلامی رضوی

رده‌بندی کنگره: BP۲۵۰/۳۵/۲۳ ۱۳۹۱

رده‌بندی دیویی: ۱۹۷/۶۳

شماره کتاب‌شناسی ملی: ۲۹۸، ۲۰۵



مصرف صحیح از نگاه اسلام

نویسندگان: حجج اسلام دکتر جواد ایروانی (استادیار دانشگاه علوم اسلامی رضوی)،

علی جلاتیان اکبرنیا (پژوهشگر دانشگاه علوم اسلامی رضوی)،

داود حیدری (عضو هیئت علمی دانشگاه علوم اسلامی رضوی)،

رضا وطن‌دوست (پژوهشگر بنیاد پژوهش‌های اسلامی آستان قدس رضوی)

و دکتر سید جعفر علوی (استادیار دانشگاه علوم اسلامی رضوی)،

ویراستار: هادی یزدی ثانی

طراح جلد: حمید نخعی

چاپ اول: بهمن ۱۳۹۱

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۱۰۰۰۰۰ ریال

مدیر اجرایی پژوهش و ناظر چاپ: علی اصغریار

حروفچینی و صفحه‌آرایی: واحد نشر دانشگاه علوم اسلامی رضوی

چاپ و صحافی: مؤسسه چاپ و انتشارات آستان قدس رضوی

مرکز توزیع

مشهد مقدس: حرم مطهر، انتشارات دانشگاه علوم اسلامی رضوی

صندوق پستی: ۱۱۹۳-۹۱۷۳۵ تلفن و دورنگار: ۰۵۱۱-۲۲۳۶۸۱۷

www.razavi.ac.ir

حق چاپ محفوظ است

فهرست مطالب

۱۳	 سخن ناشر
۱۹	 فصل اول: جایگاه مصرف در نگاه دینی
۲۰	 گفتار اول: مفهوم مصرف
۲۱	 گفتار دوم: جایگاه مصرف در نگاه دینی
۲۲	 گفتار سوم: اهداف و انگیزه‌های مصرف
۲۶	 گفتار چهارم: رفتارها، برخاسته از باورها
۲۷	 گفتار پنجم: تلاش برای سازگاری رفتارها و باورها
۲۸	 گفتار ششم: ضرورت دستیابی به الگوی زندگی
۲۹	 گفتار هفتم: مصرف گرایی، الگوی زندگی در عصر حاضر
۳۳	 گفتار هشتم: آموزه‌های اصیل دینی، تنها راه بازگشت به الگوی مصرف صحیح
۳۷	 فصل دوم: مبانی جهان‌بینی و انسان‌شناختی الگوی مصرف
۳۸	 گفتار اول: رابطه خداوند با جهان و انسان
۴۰	 گفتار دوم: مبانی انسان‌شناختی
۴۱	 الف. جانشینی خدا
۴۲	 ب. هدف‌داری
۴۵	 ج. مسئولیت
۴۶	 د. هویت فردی - اجتماعی
۴۷	 ه. باور به معاد و زندگی جاوید

۴۹	و. دوبعدی بودن.....
۵۳	فصل سوم: اصول و شاخصه‌های مصرف صحیح.....
۵۴	گفتار اول: الگوی مصرف عمومی و اصول آن.....
۵۴	الف. اصل نیاز.....
۵۴	۱. مفهوم‌شناسی نیاز.....
۵۵	دیدگاه فقیهان.....
۵۶	۲. سطوح مختلف در تأمین نیازهای مادی.....
۵۶	یک. اضطرار.....
۵۸	دو. عسر و حرج (ضیق).....
۵۹	سه. مسکنت و فقر.....
۶۱	چهار. سطح عمومی (معروف).....
۶۱	پنج. توسعه و رفاه.....
۶۲	شش. اسراف.....
۶۲	۳. سطح مطلوب تأمین نیازها.....
۶۳	یک. عدم مطلوبیت اکتفا به حداقل.....
۶۹	آثار و پیامدهای تفریط در مصرف.....
۶۹	دو. نرسیدن به حد اسراف و اتراف.....
۶۹	سه. تعیین سطح مطلوب مصرف و نقش عرف.....
۷۲	چهار. مسئله «شان» و تحلیل صحیح آن.....
۷۹	پنج. شان از دیدگاه فقیهان.....
۸۲	بررسی سخنان فقیهان.....
۸۴	شش. نیازهای معنوی (عبادی).....
۸۵	هفت. نفی نیازهای کاذب.....
۸۶	ب. توجه به اولویت‌ها.....
۸۸	ج. اصل تقدیر معیشت.....
۸۹	۱. توجه به نیازمندی‌های جسمی و روحی و اولویت‌بندی آن.....
۸۹	۲. تناسب درآمد با هزینه‌ها.....
۹۱	۳. شرایط اقتصادی جامعه و عموم مردم.....
۹۲	د. اصل میانه‌روی.....
۹۲	۱. جایگاه اعتدال در مصرف.....
۹۴	۲. معیارهای اعتدال.....
۹۴	یک. «نیاز» آدمی به امکانات مادی و کالاها مصرفی.....

۹۵	دو. شرایط زمان.....
۹۷	۳. گستره اعتدال در مصرف.....
۹۷	یک. میانه‌روی در خوراک.....
۹۸	دو. میانه‌روی در وسایل زندگی.....
۹۸	سه. میانه‌روی در ساخت مسکن.....
۹۸	چهار. میانه‌روی در خرید مرکب (وسیله نقلیه).....
۹۹	پنج. میانه‌روی در هزینه‌های ازدواج.....
۹۹	۴. آثار مثبت اعتدال.....
۹۹	یک. آثار اقتصادی.....
۱۰۰	دو. سلامت جسم و جان.....
۱۰۱	سه. زمینه‌سازی برای فعالیت‌های معنوی.....
۱۰۱	چهار. محبوبیت الهی.....
۱۰۱	پنج. پاسخ به یک پرسش.....
۱۰۳	ه. اکتفا به حداقل‌ها در زمان ناداری.....
۱۰۴	و. اصل الگوناپذیری از بیگانگان.....
۱۰۶	۱. پیامدها.....
۱۰۶	۲. معیار بیگانه بودن کالاهای مصرفی.....
۱۰۸	ز. اصل الگوناپذیری از مترفان و مسرفان.....
۱۰۹	۱. پیامدهای همنشینی با مترفان.....
۱۱۰	۲. راهکارها.....
۱۱۵	ح. ممنوعیت مصرف به هدف خودنمایی و فخرفروشی.....
۱۱۹	ط. اصل ساده‌زیستی.....
۱۱۹	۱. مطلوبیت زهد، تحلیل مفهوم و بیان کارایی آن.....
۱۲۰	۲. مطلوبیت قناعت، تحلیل مفهوم و بیان کارایی آن.....
۱۲۲	۳. کم‌خرج بودن و سبک‌باری.....
۱۲۳	۴. سیره عملی اولیای خدا.....
۱۲۴	۵. مرز ساده‌زیستی.....
۱۲۷	۶. مفهوم صحیح ساده‌زیستی.....
۱۳۱	۷. رابطه ساده‌زیستی با گشاده‌دستی و رفاه اقتصادی.....
۱۳۵	۸. آثار مثبت ساده‌زیستی.....
۱۳۷	۹. راهکارهای ایجاد روحیه ساده‌زیستی.....
۱۳۸	ی. همدردی در تنگنای اقتصادی.....

۱۳۹.....	شکوه‌مندی ایتار و رابطه آن با اعتدال
۱۴۴.....	ک. انفاق از مازاد درآمد
۱۴۴.....	ل. توجه به متغیرها (سن، جسم، جغرافیا و...).....
۱۴۴.....	۱. سن و سال
۱۴۵.....	۲. فصول مختلف، مناطق جغرافیایی، آب و هوا
۱۴۶.....	۳. داخل و بیرون خانه (حریم خصوصی و عمومی)
۱۴۶.....	۴. زمان‌های ویژه
۱۴۷.....	م. پرهیز از مصارف ممنوع
۱۴۷.....	گفتار دوم: الگوهای مصرفی ویژه و اصول آن
۱۴۷.....	الف. الگوی مصرف ویژه حاکمان
۱۵۱.....	ب. الگوی مصرف از اموال عمومی و بیت‌المال
۱۵۱.....	۱. نهایت صرفه‌جویی و سخت‌گیری
۱۵۱.....	۲. ممنوعیت استفاده شخصی
۱۵۲.....	۳. جلوگیری از سوء استفاده فرزندان و نزدیکان
۱۵۳.....	۴. پرهیز از بخشش بی حساب بیت‌المال
۱۵۷.....	فصل چهارم: تعیین الگوی مصرف صحیح
۱۵۷.....	گفتار اول: تغذیه
۱۵۸.....	الف. پرهیز از خوراکی‌های ممنوع
۱۵۹.....	۱. مشروبات الکلی و شراب
۱۶۱.....	۲. مردار، خون، گوشت خوک و ذبحی که نام خدا بر آن برده نشده
۱۶۱.....	یک. زیان‌های خوردن مردار
۱۶۲.....	دو. زیان‌های خوردن خون
۱۶۳.....	سه. زیان‌های گوشت خوک
۱۶۳.....	اول: زیان‌های بهداشتی و بیماری‌ها
۱۶۴.....	دوم: آثار سوء روانی، معنوی و اخلاقی
۱۶۴.....	۳. حیوانات حرام گوشت
۱۶۴.....	۴. مال غصبی
۱۶۶.....	۵. مصرف مواد زیان‌بار
۱۶۶.....	۶. محدودیت‌های زمانی و مکانی
۱۶۷.....	ب. تنوع در تغذیه
۱۷۳.....	ج. نقش زمان و شرایط محیطی در نوع تغذیه
۱۷۵.....	د. مقدار تغذیه

۱۷۷.....	اهمیت صبحانه و شام.....
۱۷۸.....	ه. کیفیت تغذیه.....
۱۷۸.....	۱. مرغوبیت مواد مصرفی.....
۱۸۰.....	۲. پرهیز از افراط، اتراف و اسراف.....
۱۸۰.....	۳. اکتفا به حداقل ها در شرایط خاص.....
۱۸۱.....	۴. پذیرایی آبرومندانه و غیرمتکلفانه از میهمان.....
۱۸۴.....	گفتار دوم: پوشاک.....
۱۸۴.....	الف. تعداد لباس.....
۱۸۷.....	ب. کیفیت پوشاک.....
۱۸۸.....	ج. مُد لباس.....
۱۸۹.....	د. رنگ پوشش.....
۱۸۹.....	۱. در حال عادی.....
۱۹۳.....	۲. در شرایط خاص.....
۱۹۳.....	یک. در عزاداری ها.....
۱۹۶.....	دو. پوشش بانوان در مقابل نامحرم.....
۱۹۶.....	ه. پوشش بانوان.....
۲۰۲.....	۱. موضوع چادر.....
۲۰۴.....	۲. رنگ پوشش بانوان.....
۲۰۵.....	و. لباس های ممنوع.....
۲۰۵.....	۱. لباس شهرت.....
۲۰۶.....	۲. لباس ویژه مردان برای زنان و برعکس.....
۲۰۶.....	۳. لباس زربافت و ابریشم خالص برای مردان.....
۲۰۷.....	۴. پوشیدن لباس برای فخرفروشی.....
۲۰۷.....	گفتار سوم: هزینه های ازدواج و خانواده.....
۲۰۷.....	الف. هزینه های زندگی همسر و فرزندان.....
۲۰۹.....	ب. مهر.....
۲۱۰.....	۱. محاسبه قدرت خرید مهرالسنه در عصر حاضر.....
۲۱۱.....	۲. هدیه ازدواج.....
۲۱۱.....	ج. مراسم و جشن ازدواج.....
۲۱۲.....	گفتار چهارم: مسکن.....
۲۱۴.....	الف. کیفیت ساختمان.....
۲۱۶.....	ب. بلندی ساختمان.....

- ج. ولیمه مسکن ۲۱۷
- د. ویژگی‌های مسکن مطلوب ۲۱۷
- گفتار پنجم: وسیله نقلیه ۲۲۱
- گفتار ششم: آرایش و زیبایی ۲۲۲
- الف. برای خانم‌ها ۲۲۵
- ب. افراد متأهل ۲۲۷
- ج. در برابر جمع ۲۲۸
- د. در برابر دشمن ۲۲۸
- ه. در مناسبت‌های ویژه ۲۲۹
- و. در مسجد و هنگام عبادت ۲۲۹
- ز. حدود آرایش ۲۳۰
۱. آرایش خانم در برابر نامحرم ۲۳۰
۲. خرید و مصرف لوازم آرایشی ۲۳۱
۳. زینت و فخر فروشی ۲۳۲
۴. زینت ممنوع برای مردان ۲۳۲
۵. نامطلوب بودن آرایش در زمان مصیبت ۲۳۲
۶. هزینه نمودن برای لوازم آرایشی ۲۳۲
- گفتار هفتم: حامل‌های انرژی ۲۳۳
- الف. پرهیز از مصرف بی‌رویه ۲۳۳
- تأمل در دو استثناء ۲۳۴
- ب. مطلوبیت مصرف به مقدار نیاز و پرهیز از تفریط ۲۳۶
- گفتار هشتم: مصارف بهداشتی و درمانی ۲۳۷
- الف. اصل اول: پیشگیری مقدم بر درمان است ۲۳۷
۱. تأکید بر تمیزی و نظافت ۲۳۷
۲. استحمام ۲۳۸
۳. زدودن موهای زائد بدن ۲۳۹
۴. پاکیزه نگاه داشتن محیط ۲۳۹
۵. مسواک زدن ۲۴۰
- ب. اصل دوم: درمان با داروی کمتر ۲۴۰
- گفتار نهم: مصارف عبادی و اخلاقی ۲۴۲
- الف. وضو و غسل ۲۴۲
- ب. حج و زیارت ۲۴۴

ج. انفاق در راه خدا و وقف	۲۴۴
پاسخ به یک پرسش	۲۴۵
د. اطعام و میهمانی دادن	۲۴۹
۱. پذیرایی مناسب و به دور از تکلف	۲۵۰
۲. پذیرایی از صاحبان عزا	۲۵۱
گفتار دهم: مصارف تفریحی	۲۵۲
الف. نکوش لهو، لغو و لعب و رابطه آن با تفریحات سالم	۲۵۶
ب. نمونه‌هایی از تفریحات سالم	۲۵۹
۱. تفرج، گشت و گذار	۲۵۹
۲. ورزش‌های سالم	۲۶۰
۳. مسافرت	۲۶۰
گفتار یازدهم: پس انداز و سرمایه‌گذاری	۲۶۲
الف. ممنوعیت راكدگذاری سرمایه	۲۶۳
ب. سرمایه‌گذاری در معاملات سودآور	۲۶۳
ج. تقسیم سرمایه	۲۶۴
فصل پنجم: آسیب‌شناسی مصرف	۲۶۷
گفتار اول: کالاهای و خدمات ممنوع	۲۶۷
گفتار دوم: نفی اسراف و تبذیر	۲۶۹
الف. مفهوم اسراف و تبذیر و تفاوت آن دو	۲۷۰
ب. معیارهای تشخیص اسراف و تبذیر	۲۷۱
یک. ملاک شرعی	۲۷۱
دو. ملاک عرفی	۲۷۲
نسبی بودن اسراف	۲۷۵
ج. گناه سنگین اسراف و تبذیر	۲۷۵
د. ضامن بودن اسراف کار	۲۷۷
ه. گستره اسراف و تبذیر	۲۷۹
۱. اسراف در آب	۲۷۹
۲. اسراف در خوردنی‌ها و آشامیدنی‌ها	۲۸۰
اسراف در نان	۲۸۲
۳. اسراف در لباس	۲۸۲
۴. اسراف در مسکن و احداث بنا	۲۸۳
۵. اسراف در وسائل زندگی	۲۸۵

۲۸۵	بازیافت
۲۸۵	۶. اسراف در وسایل نقلیه
۲۸۶	۷. اسراف در هزینه‌های ازدواج
۲۸۷	۸. اسراف در حامل‌های انرژی
۲۸۷	نفت و گاز، سرمایه‌های ملی
۲۸۷	۹. اسراف در برگزاری مجالس و محافل
۲۸۹	۱۰. اسراف در خرید و مصرف لوازم آرایشی
۲۹۰	۱۱. اسراف در تفریحات و سرگرمی‌ها
۲۹۱	۱۲. اسراف در اموال عمومی و بیت‌المال
۲۹۲	۱۳. استفاده نادرست از زمان
۲۹۳	آیا ممنوعیت اسراف استثنای پذیر است؟
۲۹۳	اول: صرف مال در کارهای خیر
۲۹۸	جمع‌بندی
۲۹۹	دوم: اسراف در طعام، بری خوش، حج و عمره و...
۳۰۰	بررسی سندی
۳۰۱	بررسی محتوایی
۳۰۵	و. زمینه‌ها و عوامل اسراف و تبذیر
۳۰۶	۱. ناآگاهی
۳۰۶	۲. هواپرستی
۳۰۷	۳. ثروت‌اندوزی و رفاه‌زدگی
۳۰۷	۴. رذیلت‌های اخلاقی
۳۰۸	۵. الگوپذیری از مسرفان
۳۰۹	۶. تولید و عرضه نادرست کالا
۳۱۰	۷. وسواس
۳۱۲	ز. آسیب‌شناسی اسراف و تبذیر
۳۱۲	۱. نابودی سرمایه‌ها
۳۱۳	۲. تضییع حقوق دیگران
۳۱۴	۳. مفاسد اخلاقی و رفتاری
۳۱۵	۴. سقوط معنوی
۳۱۵	ح. درمان‌شناسی اسراف و تبذیر
۳۱۵	۱. تقویت باورها
۳۱۶	۲. تثبیت ارزش‌های اخلاقی

۳۱۶.....	۳. افزایش آگاهی‌های عمومی.....
۳۱۷.....	۴. نظارت همگانی.....
۳۱۷.....	۵. تربیت خانوادگی.....
۳۱۸.....	گفتار سوم: اتراف (رفاه‌زدگی و مصرف‌گرایی).....
۳۱۸.....	الف. مفهوم‌شناسی اتراف.....
۳۱۹.....	ب. ویژگی‌های مترفان.....
۳۱۹.....	۱. حق‌انکاری و مقابله با پیامبران و مصلحان اجتماعی.....
۳۲۰.....	۲. اسراف، غصب و تضییع حقوق.....
۳۲۱.....	۳. مصرف‌نمادین، خودنمایی و فخرفروشی.....
۳۲۱.....	۴. بی‌توجهی به محرومان و خودداری از مشارکت در کارهای خیر.....
۳۲۲.....	ج. عوامل اتراف.....
۳۲۲.....	د. آسیب‌شناسی اتراف.....
۳۲۳.....	۱. زیان اقتصادی.....
۳۲۳.....	۲. فساد اخلاقی و رفتاری.....
۳۲۳.....	۳. نابودی تمدن‌ها و فرهنگ‌ها.....
۳۲۴.....	۴. فرجام اخروی.....
۳۲۵.....	ه. درمان‌شناسی اتراف.....
۳۲۵.....	۱. تقویت باورهای ایمانی و ارزش‌های اخلاقی.....
۳۲۵.....	۲. برقراری عدالت اجتماعی.....
۳۲۶.....	۳. دوری خواص از اتراف.....
۳۲۷.....	کتابنامه.....
۳۲۷.....	الف. کتاب‌ها.....
۳۳۶.....	ب. مجلات و پایان‌نامه‌ها.....
۳۳۶.....	ج. نرم‌افزارها.....

سخن ناشر

امروزه مصرف، تنها به عنوان حلقه پایانی زنجیره تولید و توزیع، مورد توجه قرار نمی گیرد. بلکه مصرف و مصرف کننده هدفی برای کسب درآمد و تولید ثروت به شمار آمده و بر اساس آن، تولید و توزیع برنامه ریزی می گردد. از این رو به جای کالا، مصرف تبلیغ می شود و به جای در نظر گرفتن نیاز واقعی مصرف کننده، نیاز به مصرف برنامه ریزی می گردد. در این میان چشم و هم چشمی، مد، تجملات و... نیز نقش مهمی در خارج کردن مصرف از جایگاه اصلی خویش دارند.

سبک زندگی امروزی، حرص به مصرف را بالا برده، نیازهای کاذب را گسترش داده و عوارض آن را فراوان نموده است. مصرف لجام گسیخته علاوه بر ضرر به آدمی، طبیعت را نیز به نابودی می کشاند و تسلط ارباب زر و زور را فراهم می آورد. این همه در حالی است که مصرف صحیح از نگاه اسلام پاسخ عاقلانه به نیازهای واقعی است، آن هم با هدف رسیدن به کمال نه لذت. به دیگر سخن، مبتنی بر جهان بینی توحیدی مصرف آخرین حلقه و هدف نهایی نیست، بلکه مقدمه ای برای اهداف والا تر الهی است. نگاه به مصرف از این زاویه دارای چهارچوب ارزشی و نیت الهی است و در آن از فخر فروشی، خودنمایی، هم چشمی، شهوت و شهرت

خبری نیست.

آری، مصرف و دیگر پدیده‌ها بر اساس باورها و ارزش‌هایی است که انسان پذیرفته است. کسی که انسان را حیوانی بیش نمی‌پندارد و حقیقت آخری را منکر است به نیازهای مادی اصالت می‌دهد و همه زندگی خویش را بر پایه بهره‌وری بیشتر از طبیعت بنا می‌کند و مصرف برای او، ابزار لذت‌جویی است. در مقابل انسانی که به حیات ابدی معتقد است، هرگز برای دستیابی به لذات دنیایی، حیات جاودان خویش را فدا نمی‌نماید و به مصرف به عنوان وسیله‌ای برای رسیدن به اهداف متعالی خویش می‌نگرد و به مصرفی معقول بسنده می‌کند.

علاوه بر جهان‌بینی افراطی، سبک زندگی نیز در نوع مصرف تأثیر به سزایی دارد و به گونه‌ای خزننده و ناپیدا مصرف را دگرگون می‌نماید. تأثیر سبک زندگی بیشتر بر کسانی است که از ابعاد علمی و عملی ایمان خویش بی‌خبرند و از تحلیل مسایل و پدیده‌های اطرافشان ناتوانند. اینان تحت تأثیر احساسات، مشاهدات، القانات، فیلم‌ها و... زندگی خویش را به گونه‌ای سامان می‌بخشند که در نتیجه، باورهایشان به گوشه‌ای رانده می‌شود و ناخواسته از دینشان پوسته‌ای باقی می‌ماند.

برای دست یافتن به مصرف صحیح در چنین زمانی نیازمند حفظ و بازسازی باورهای پیشین و پذیرش الگوهای جدید و مطابق با دین هستیم. آرایه الگوهای دینی و مطابق با شرایط زمانه از تضعیف باورها جلوگیری می‌نماید و در اصلاح الگوی مصرف نقش به سزایی دارد.

از این رو بازخوانی آموزه‌های دینی و ارائه مناسب آن زمینه‌ای است برای بازنگری در نوع مصرف‌های ناصحیح موجود.

مرکز پژوهش دانشگاه علوم اسلامی رضوی در راستای بستر سازی جهت تحقق اقتصاد اسلامی در جامعه و به تبع آن، اصلاح الگوی مصرف و در پی نام‌گذاری سال ۱۳۸۸، با عنوان «اصلاح الگوی مصرف» توسط مقام معظم رهبری، اقدام به تشکیل گروهی پژوهشی متشکل از تعدادی از اساتید دانشگاه نمود که حاصل

پژوهش‌های آن مقطع، در کتابی به نام «اصلاح الگوی مصرف از نگاه اسلام» به چاپ رسید و مورد استقبال قرار گرفت. با اتمام چاپ نخست، کتاب مورد بازبینی و بازنویسی قرار گرفت و با تغییرات زیادی با نام «مصرف صحیح از نگاه اسلام» آماده ارائه به علاقه‌مندان گردید. امید است مورد عنایت حضرت حق قرار گیرد. در پایان بر خود لازم می‌دانیم از کلیه کسانی که در به ثمر رسیدن این اثر سهمی داشته‌اند، تشکر و قدردانی نماییم.

مرکز پژوهش
دانشگاه علوم اسلامی رضوی