

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SCCair

SCCcr.ir



دیپارتمان شورای عالی انقلاب فرهنگی

بررسی نقش و ابعاد تاثیرگذاری زنان در اقتصاد مقاومتی

مجری: معاونت پژوهش و فناوری دانشگاه صنعتی شریف

کاربر: دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی

واحد علمی: شورای فرهنگی اجتماعی زنان و خانواده

تابستان ۱۳۹۷

SCCcr.ir

Author: Sharif University of Technology

مجری: دانشگاه صنعتی شریف

عنوان طرح: بررسی نقش و ابعاد تاثیر گذاری زنان در اقتصاد مقاومتی

Subject: Investigating the Role and Dimensions of Women's Impact on Resistive Economics

۲۶۰ صفحه / جدول / تصاویر/ نمودار

پیوست: دارد.

ناظر: دکتر کبری خزعلی / **کارفرما:** دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی

تابستان ۱۳۹۷



دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی

مشخصات مجری طرح پژوهشی: معاونت پژوهش و فناوری دانشگاه صنعتی شریف

آدرس پستی: تهران، خیابان آزادی، دانشگاه صنعتی شریف

آدرس پایگاه الکترونیکی: www.sharif.ir

آدرس پست الکترونیکی: movahhed@sharif.ir

نمابر: ۶۶۰۰۰۰۲۱

تلفن: ۶۶۱۶۴۰۳۰

مشخصات کارفرما

آدرس پستی: تهران، خ انقلاب، خ فلسطین جنوبی، پلاک ۳۰۹، دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی

آدرس پایگاه الکترونیکی: www.iranculture.org

آدرس پست الکترونیکی: info@iranculture.org

نمابر: ۶۶۹۷۶۶۵۴

تماس: ۶۶۹۷۶۶۵۲-۶۶۴۶۸۲۷۳

کلیه حقوق این طرح برای دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی محفوظ می باشد.

SCCcr.ir

همکاران طرح

ناظر طرح:

دکتر کبری خزعلی

پژوهشگران طرح:

سیده شراره باقریان

فاطمه وفایی صدر

پروانه آفایی دیزج

فاطمه حسین زاده

مشاورین علمی:

زهرا آیت اللهی

تشر و قدردانی

از کلیه افرادی که در این طرح با مجریان همکاری داشتند تیم هسته پژوهشی تربیت اسلامی دانشگاه صنعتی شریف که تهیه و تدوین این پژوهش نقش موثری ایفا نمودند تشکر می‌نماییم. همچنین از کلیه افراد صاحب نظر در حوزه اقتصاد مقاومتی و خبرگان و اساتیدی که مورد مصاحبه و پرسش قرار گرفتند، ، کارشناسان محترم شورای فرهنگی و اجتماعی زنان و خانواده و معاونت پژوهشی دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی و سایر عزیزانی که به نحوی در اجرای طرح حاضر ما را یاری دادند، صمیمانه قدردانی نموده و برای آنها آرزوی موفقیت و طول عمر باعزت داریم.

بررسی نقش و ابعاد تاثیر گذاری زنان در اقتصاد مقاومتی

با توجه به تحریم‌ها و جنگ اقتصادی، در حال حاضر تحقق سیاست‌های اقتصاد مقاومتی مسئله‌ی اساسی و به‌روز کشور ماست و یافتن راهبردهای مناسب برای محقق‌شدن این سیاست‌ها در سطح جامعه یک وظیفه همگانی است. در این میان، زنان که نیمی از جمعیت کشور هستند، به واسطه‌ی داشتن نقش مادری و همسری می‌توانند مسبب حرکت کل جامعه به سمت اقتصاد مقاومتی باشند. این پژوهش جامعه‌ی زنان ایرانی را به عنوان جامعه‌ی هدف خود انتخاب کرده و بررسی کرده است که زنان می‌توانند چه نقش‌هایی را در راستای تحقق اقتصاد مقاومتی بر عهده بگیرند و در هر نقش می‌توانند تا چه اندازه اثرگذار باشند.

در این تحقیق، به تحلیل محتوای نظرات صاحب‌نظران و مسئولان در این زمینه پرداخته شده و با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی، با رویکرد قراردادی دیدگاه‌های ایشان مورد بررسی واقع شده است.

در نهایت در این تحقیق با بررسی منابع مختلف مشخص شد که زنان با توجه به نقش‌های مادری و همسری در خانواده، می‌توانند از جهات گوناگون در پیشبرد اهداف اقتصاد مقاومتی نقش داشته باشند. از جمله این موارد می‌توان به مدیریت مصرف انرژی، مبارزه با مصرف‌گرایی و اهتمام به مصرف تولیدات داخلی، آموزش صحیح به فرزندان، خریدهای اقتصادی به موقع و یک‌جا و... اشاره نمود. از دیگر مصادیق این موضوع مساله‌ی اشتغال است. اشتغال بانوان هم در بیرون و هم درون منزل - با عنوان مشاغل خانگی - در اقتصاد کشور تاثیر گذار است. لذا توسعه‌ی کسب و کارهای خانگی و توجه به نقش زنان کارآفرین در توسعه‌ی اقتصادی مهم به نظر می‌رسد. در نهایت نیز به نقش زنان فرهیخته در توسعه‌ی اقتصاد دانش بنیان اشاره می‌گردد؛ به این معنا که با توجه به وجود زنان تحصیل کرده به عنوان منابع انسانی مولد در کشور، می‌توان با مدیریت صحیح از وجود این نیروهای متخصص در توسعه‌ی اقتصادی و نهایتاً پیشبرد اهداف اقتصاد مقاومتی بهره برد.

کلیدواژه‌ها: اقتصاد مقاومتی، زنان، نقش‌های اقتصادی، اشتغال بانوان، زنان تحصیل کرده

SCCcr.ir

«فهرست مطالب»

۱	فصل اول مقدمه و کلیات
۲	۱-۱- مقدمه
۳	۱-۲- طرح مسأله
۴	۱-۲-۱- استقلال اقتصادی
۶	۱-۲-۲- ظرفیت اقتصادی ایران
۶	۱-۲-۳- خصومت‌های اقتصادی خارجی (تحریم)
۷	۱-۲-۴- ناکارآمدی داخلی
۷	۱-۲-۴-۱- برخی رفتارهای اشتباه مصرف‌کنندگان
۸	۱-۲-۴-۲- برخی رفتارهای اشتباه تولیدکنندگان
۸	۱-۲-۵- شوک‌های خارجی
۹	۱-۳- اهمیت و ضرورت
۱۰	۱-۴- مفهوم و تعاریف اقتصاد مقاومتی
۱۲	۱-۴-۱- تعاریف اقتصاد مقاومتی از منظر رهبری
۱۳	۱-۴-۲- تعاریف اقتصاد مقاومتی از منظر متخصصین
۱۵	۱-۵- پیشینه تحقیق
۱۹	۱-۶- اهداف تحقیق
۲۰	۱-۶-۱- اهداف اصلی

- ۲۰-۶-۲-اهداف فرعی.....
- ۲۰-۷-۱-سوالات تحقیق.....
- ۲۰-۷-۱-۱-سوالات اصلی.....
- ۲۰-۷-۲-سوالات فرعی.....
- ۲۱-۸-۱-چارچوب نظری.....
- ۲۳-۹-۱-روش تحقیق.....
- ۲۵- فصل دوم چارچوب نظری پژوهش.....
- ۲۶-۱-۲-مقدمه.....
- ۲۷-۲-۲-اقتصاد مقاومتی؛ از تاریخ اسلام تا تاریخ معاصر.....
- ۲۷-۲-۲-۱-تحريم در صدر اسلام.....
- ۲۷-۲-۲-۱-۱-محاصره شدن پیامبر در شعب ابی طالب.....
- ۲۹-۲-۲-۱-۲-محاصره اقتصادی در مدینه.....
- ۳۰-۲-۲-۱-۳-ماجرای جنگ خندق.....
- ۳۴-۲-۲-۲-دخالت‌های اقتصادی و نظامی استعمارگران در عصر معاصر.....
- ۳۷-۲-۲-۳-دخالت‌های سیاسی فرهنگی استعمارگران در عصر معاصر.....
- ۳۹-۲-۲-۱-۳-آیا دخالت‌های انگلیس در ایران پس از پیروزی انقلاب اسلامی استعماری بوده است؟.....
- ۳۹-۲-۲-۳-۲-حمایت از صدام.....
- ۴۰-۲-۲-۳-۳-دخالت در انتخابات.....
- ۴۰-۲-۲-۳-۴-دخالت در بمب‌گذاری اهواز.....
- ۴۱-۲-۲-۳-۵-دخالت در مسائل هسته‌ای.....
- ۴۱-۲-۲-۳-۶-نتیجه.....
- ۴۱-۲-۲-۴-۴-اقدامات روحانیون در طول تاریخ.....
- ۴۲-۲-۲-۴-۱-لغو امتیاز انحصاری دخانیات.....
- ۴۲-۲-۲-۴-۲-لغو قرارداد رویترز.....
- ۴۳-۲-۲-۴-۳-تشکیل انجمن ترقی.....

- ۴۳..... ۳-۲-جایگاه خانواده از دیدگاه اسلام
- ۴۳..... ۴-۲-جایگاه زن از دیدگاه اسلام
- ۴۵..... ۵-۲-نیاز سنجی
- ۴۵..... ۱-۵-۲-اولویت بندی و رتبه بندی نازهای مختلف
- ۴۵..... ۱-۱-۵-۲-نظریه تقدم نیازهای مادی
- ۴۵..... ۲-۱-۵-۲-نظریه اصالت نیازهای معنوی
- ۴۶..... ۲-۵-۲-عوامل موثر در نیاز
- ۴۶..... ۱-۲-۵-۲-عرف
- ۴۷..... ۲-۲-۵-۲-عوامل و انگیزه‌های معنوی
- ۴۷..... ۳-۲-۵-۲-عادت، سلیقه و شان افراد
- ۴۸..... ۶-۲-سطوح مصرف
- ۴۸..... ۱-۶-۲-کفاف
- ۴۸..... ۱-۱-۶-۲-آیات در مورد کفاف
- ۵۰..... ۲-۱-۶-۲-روایات در مورد کفاف
- ۵۰..... ۳-۱-۶-۲-کفاف و کسب درآمد
- ۵۱..... ۲-۶-۲-مراتب کفاف
- ۵۲..... ۳-۶-۲-عوامل موثر در کفاف
- ۵۲..... ۴-۶-۲-اختلاف در طبایع و تأثیر آن در کفاف
- ۵۳..... ۷-۲-محدودیت‌های مصرفی
- ۵۴..... ۱-۷-۲-مصرف حلال
- ۵۴..... ۲-۷-۲-مصرف واجب
- ۵۵..... ۳-۷-۲-مصرف حرام
- ۵۵..... ۸-۲-تخصیص درآمد مازاد
- ۵۷..... ۹-۲-اثرات اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی
- ۵۸..... ۱-۹-۲-پرهیز از تولید کالاها و خدمات ممنوع و کاهش فساد

۵۸.....	۲-۹-۲-انتخاب گزینه برتر
۵۹.....	۲-۹-۳-پرهیز از آسیب رساندن به محیط زیست
۵۹.....	۲-۹-۴-رشد مهارت و تخصص
۵۹.....	۲-۱۰-۱۰-مفاهیم مرتبط با الگوی مصرف
۵۹.....	۲-۱۰-۱-اسراف
۶۰.....	۲-۱۰-۲-تبذیر
۶۰.....	۲-۱۰-۳-اقتار
۶۱.....	۲-۱۰-۴-ترف
۶۱.....	۲-۱۰-۵-اتلاف
۶۲.....	۲-۱۰-۶-اعتدال
۶۷.....	۲-۱۰-۷-انفاق
۶۸.....	۲-۱۰-۸-شان
۷۱.....	۲-۱۰-۹-رفاه
۷۲.....	۲-۱۰-۱۰-تجمل گرایی
۷۹.....	فصل سوم روش شناسی پژوهش
۸۰.....	۳-۱-مقدمه
۸۰.....	۳-۲-روش تحقیق
۸۰.....	۳-۲-۱-واحد تحلیل
۸۱.....	۳-۲-۲-واحد معنا
۸۱.....	۳-۳-فرآیند تحلیل محتوا
۸۱.....	۳-۳-۱-مزایا و نقاط قوت تحلیل محتوا
۸۲.....	۳-۳-۲-نقاط ضعف تحلیل محتوا
۸۲.....	۳-۳-۳-مراحل تحلیل محتوای کمی و کیفی
۸۶.....	۳-۳-۴-دیدگاه کلی درباره تحلیل محتوا
۸۷.....	۳-۳-۵-اهداف روش تحلیل محتوا

۸۸.....	۳-۳-۶- کاربردهای روش تحلیل محتوا
۹۱.....	۳-۴- روش اسنادی (کتابخانه ای)
۹۱.....	۳-۴-۱- انواع سند
۹۲.....	۳-۴-۲- مزایای روش اسنادی
۹۲.....	۳-۴-۳- معایب روش اسنادی
۹۳.....	فصل چهارم نتایج و یافته‌ها
۹۴.....	۴-۱- بررسی نقش زنان در پیشبرد اهداف اقتصاد مقاومتی
۹۴.....	۴-۱-۱- اقتصاد خانواده
۹۴.....	۴-۱-۱-۱- نقش زن در اقتصاد خانواده
۹۷.....	۴-۱-۱-۲- نقش سایر اعضای خانواده در اقتصاد خانواده
۹۹.....	۴-۱-۲- مدیریت اقتصاد خانواده
۱۰۰.....	۴-۱-۳- راهکارهای موفقیت در اقتصاد خانواده
۱۰۰.....	۴-۱-۳-۱- برنامه‌ریزی اقتصادی خانواده
۱۰۱.....	۴-۱-۳-۲- جمع‌آوری اطلاعات وضع موجود در بودجه خانواده
۱۰۱.....	۴-۱-۳-۳- توازن دخل و خرج
۱۰۱.....	۴-۱-۳-۴- نظم و ترتیب در مخارج خانواده
۱۰۲.....	۴-۱-۳-۵- انجام مشاوره‌های اقتصادی
۱۰۲.....	۴-۱-۳-۶- توجه به آموزه‌های دینی
۱۰۳.....	۴-۱-۴- شناسایی موارد هزینه‌ها در خانواده
۱۰۴.....	۴-۱-۵- الگوی مصرف در خانواده
۱۰۴.....	۴-۱-۶- مصرف صحیح
۱۰۴.....	۴-۱-۶-۱- کالاهای مصرفی ضروری
۱۰۵.....	۴-۱-۶-۲- کالاهای حاجیه
۱۰۵.....	۴-۱-۶-۳- کالاهای تحسینی
۱۰۵.....	۴-۱-۷- مصرف بر اساس نیاز

۱۰۶	۴-۱-۸- مصرف گرایی و مصرف کالای داخلی
۱۱۲	۴-۱-۹- مدیریت مصرف انرژی
۱۲۲	۴-۱-۱۰- اشتغال زنان
۱۲۳	۴-۱-۱۰-۱- اشتغال زنان از منظر اسلام
۱۳۰	۴-۲- نقش زنان و اولویت‌های مدیریتی در پیشبرد اقتصاد مقاومتی از نظر نخبگان
۱۵۲	۴-۲-۱- بعد آموزشی- پژوهشی
۱۵۳	۴-۲-۲- بعد فرهنگی- اجتماعی
۱۵۴	۴-۲-۳- بعد اقتصادی- مدیریتی
۱۵۵	۴-۲-۴- بعد رفتاری- اجرایی
۱۵۹	فصل پنجم جمع بندی و نتیجه گیری
۱۶۰	۵-۱- جمع بندی
۱۶۱	۵-۲- راهبردهای کلان فرهنگی در راستای عملیاتی سازی سیاست‌های کلان اقتصاد مقاومتی
۱۶۱	۵-۲-۱- راهبرد کلان فرهنگی ۱: طراحی الگوی سبک زندگی متناسب با اقتصاد مقاومتی
۱۶۲	۵-۲-۲- راهبرد کلان فرهنگی ۲: ترمیم فرهنگ عمومی در راستای تقویت اقتصاد مقاومتی
۱۶۲	۵-۲-۳- راهبرد کلان فرهنگی ۳: گفتمان سازی در راستای اقتصاد مقاومتی
۱۶۳	۵-۲-۴- راهبرد کلان فرهنگی ۴: پیشبرد و ارتقا سیاست‌های توسعه اقتصاد دانش بنیان
۱۶۳	۵-۲-۵- راهبرد کلان فرهنگی ۵: اصلاح نظام آموزشی در راستای تقویت و ترویج اقتصاد مقاومتی
۱۶۴	۵-۲-۶- راهبرد کلان فرهنگی ۶: اصلاح نظام رسانه‌ای و تبلیغاتی در ارتباط با اقتصاد مقاومتی
۱۶۴	۵-۲-۷- راهبرد کلان فرهنگی ۷: سیاست گذاری برای افزایش نقش مردم در نظام اقتصادی
۱۶۴	۵-۲-۸- راهبرد کلان فرهنگی ۸: توجه به سویه‌های اقتصادی برنامه‌های فرهنگی
۱۶۴	۵-۲-۹- راهبرد کلان فرهنگی ۹: تدوین برنامه ویژه برای عملیاتی کردن بندهای مرتبط با اقتصاد مقاومتی
۱۶۵	در اسناد بالادستی شورا
۱۶۶	فهرست منابع
۱۶۶	پیوست‌ها

«فهرست جداول»

- جدول ۴-۱- الگوی مصرف آب در هر خانه ۱۱۴
- جدول ۴-۲- تاثیر گذاری کار آفرینی بر ابعاد مختلف تحقق اقتصاد مقاومتی ۱۲۶
- جدول ۴-۳- کد گذاری اولیه ۱۳۱
- جدول ۴-۴- کد گذاری محوری ۱۴۸
- جدول ۴-۵- کد گذاری گزینشی ۱۵۱
- جدول ۵-۱- تبیین اهداف، راهبردهای کلان، راهکارهای ملی و اقدامات و برنامه‌های اقتصاد مقاومتی با رویکرد زنان و خانواده ۱۶۵

«فهرست اشکال و نمودارها»

- شکل ۳-۱ فرآیند روش تحلیل محتوای کیفی ۸۶
- شکل ۴-۱ محورهای تاثیر زنان در اقتصاد مقاومتی ۱۵۰
- شکل ۴-۲ ابعاد تاثیر گذاری زنان در اقتصاد مقاومتی ۱۵۲

فصل اول

مقدمه و کلیات

۱-۱- مقدمه

یکی از موضوعات مهم در هر جامعه‌ای، تأمین نیازهای مادی آن‌ها با استفاده از منابع محدودی است که در اختیارشان است. در طول تاریخ نیز حاکمان جوامع برای تداوم و استقلال سرزمینشان به آن توجه ویژه داشته‌اند زیرا یکی از راه‌های تضعیف یک جامعه توسط دشمنان این بوده است که در تأمین نیازهای آن جامعه اخلال ایجاد کرده و با ایجاد فقر، قحطی و... آن جامعه را به تسلط خود وادارند. شاید اولین مورد مستند به فرمان مگارین^۱ در عصر یونان باستان بازگردد که در سال ۴۳۲ قبل از میلاد صادر شد (بهروزی فر، ۱۳۸۳).

رهبر انقلاب در این خصوص می‌فرماید: «اگر ملتی قوی نباشد و ضعیف باشد، زور خواهد شرفت، به او زور می‌گویند؛ اگر ملتی قوی نباشد، باج‌گیران عالم از او باج می‌گیرند، از او باج می‌خواهند؛ اگر بتوانند به او اهانت می‌کنند؛ اگر بتوانند زیر پا او را لگد می‌کنند. طبیعت دنیایی که با افکار مادی اداره می‌شود، همین است؛ هر که احساس قدرت بکند، نسبت به کسانی که در آن‌ها احساس ضعف می‌کند، زورگویی خواهد کرد» (بیانات رهبری در حرم مطهر رضوی، ۱۳۹۳).

اقتدار ملی مسئله مهمی است، برای حفظ اقتدار یک جامعه باید به جزئی از آن که اقتدار اقتصادی است توجه ویژه‌ای شود. این نکته در سخنان رهبری نیز همواره مورد تأکید بوده است. ایشان در این خصوص می‌فرمایند: «مسائل اقتصادی، بسیار مهم است. یک رکن اقتدار ملی، اقتدار اقتصادی است؛ یعنی کشور از لحاظ اقتصادی بتواند پول ملی خودش را تقویت کند؛ در بازارهای اقتصادی دنیا حضور تأثیرگذار داشته باشد؛ در بهبود وضع اقتصادی کشور از امکانات خودش استفاده کند؛ فقر را در کشور ریشه کن و یا حداقل کم کند و بتواند به عنوان یک کشور ثروتمند و غنی، در مقابل چشم دنیا، کارایی نظام خودش را نشان دهد. این می‌شود اقتدار اقتصادی، که مسئولان اقتصادی کشور موظفند این کارها را انجام دهند. اقتدار اقتصادی همچنین به معنای این است که در کشور، بیکاری وجود نداشته باشد؛ اشتغال وجود داشته باشد؛ تولید صنعتی و کشاورزی در حد مطلوب باشد؛ از منابع و معادن کشور به نحو بهینه استفاده شود. این هم اقتدار اقتصادی است که بخشهای گوناگون نسبت به آن مسئولیت دارند» (بیانات رهبری در خطبه‌های نماز جمعه‌ی تهران، ۱۳۸۰).

^۱ Megarian

در طول سال‌های پس از انقلاب یکی از مسائلی که همواره مورد توجه بوده است، استقلال اقتصادی است، که سعی شده است برای دستیابی به آن تلاش جدی در زمینه‌های مختلف صورت گیرد. مسئولین و بالاخص رهبری همواره بر این موضوع تاکید ویژه داشتند و راهبردهایی در این زمینه ارائه کردند. با بررسی عناوین سال‌های مختلف می‌توان به اهمیت مسئله اقتصاد پی برد.

از طرفی ایشان طی سال‌های ۸۹-۹۴ در ۳۵ سخنرانی، به موضوع اقتصاد مقاومتی اشاره داشته‌اند. میزان استفاده از کلیدواژه «اقتصاد مقاومتی» در سال ۹۲ به اوج خود (۷۱۷۳ مورد) رسیده است.

همان‌طور که اشاره شد، یکی از راهبردهای جدی مقام معظم رهبری که بر آن تاکید ویژه دارند، پیاده‌سازی اقتصاد مقاومتی در کشور است، اقتصادی که بتواند به حفظ اقتدار ملی کمک کند. ایشان از مسئولین خواستند تا در این راستا وظایف و مسئولیت‌های هر دستگاه مشخص شود و به پیاده‌سازی آن بپردازند.

اقتصاد مقاومتی دارای ابعاد مختلفی است که با توجه به سیاست‌های ابلاغی که توسط رهبری در تاریخ ۲۹ بهمن سال ۹۲ ابلاغ گردید می‌توان دسته‌بندی از آن ارائه داد و به بخش‌های مختلفی تقسیم کرد. در این راستا در این تحقیق بر آن هستیم تا در زمینه اقتصاد مقاومتی از منظر نقش و اثرگذاری زنان به موضوع بپردازیم.

۱-۲- طرح مسأله

مقاوم‌سازی اقتصاد موضوعی است که دیگر کشورها نیز به آن توجه ویژه‌ای دارند. بحران اخیر اقتصاد آمریکا که آثار آن به اروپا و سایر نقاط جهان هم رسید، در مقایسه با بحران‌های دیگر بسیار قوی و جدی بود و با دانش مدیریت ریسک توانستند تا حد زیادی حداقل در کوتاه مدت و میان مدت ایستادگی داشته باشند. این همان مقاوم‌سازی اقتصاد هست که راهکار برون‌رفت آن کشورها از این بحران بود. این نکته‌ای است که در سخنان مقام معظم رهبری نیز اشاره شده است و اهمیت و ضرورت اجرای سیاست‌های اقتصاد مقاومتی را روشن می‌کند که در ادامه آورده شده است: «سرفصل‌های مهمی وجود دارد که همه دارای اولویت هستند؛ لیکن به نظر صاحب‌نظران، امروز در این برهه از زمان، مسئله اقتصادی از همه مسائل کشور فوریت و اولویت بیش‌تری دارد» (بیانات رهبری در حرم رضوی، ۱۳۹۰).

«گرایش به اقتصاد مقاومتی فقط مخصوص کشور ایران نیست و در سال‌های اخیر با توجه به بحران اقتصادی جهانی، بسیاری از کشورها با توجه به شرایط و ساختارهای درونی خود به دنبال مقاوم سازی اقتصاد هستند. البته نیاز ما به اقتصاد مقاومتی بیش از کشورهای دیگر است زیرا از یک طرف کشور ما همچون کشورهای دیگر مرتبط با اقتصاد جهانی و مصمم به ادامه این ارتباط است و طبیعتاً از مسائل اقتصادی جهان متأثر خواهد بود و از طرف دیگر نظام اسلامی، به دلیل استقلال خواهی و عزت مداری و تأکید بر تحت تأثیر قرار نگرفتن از سیاستهای قدرتهای جهانی، مورد تهاجم، سوء نیت و اخلال گری است» (بیانات رهبری در جلسه تبیین سیاست‌های اقتصاد مقاومتی، ۱۳۹۲).

البته علاوه بر این مسئله، همان‌طور که در سخنان مقام معظم رهبری بر آن تأکید شده است، کشور ایران برای حفظ استقلال و عزت خود و مقابله با خصومت‌های خارجی، بیشتر نیازمند مقاوم سازی اقتصاد خود می‌باشد. در ادامه برخی دلایلی که ضرورت اجرای اقتصاد مقاومتی را آشکار می‌سازد آورده شده است.

۱-۲-۱- استقلال اقتصادی

در بعد وابستگی کشور به خارج، از لحاظ تاریخی، بعد از افول تمدن اسلامی طی قرن دهم و یازدهم هجری قمری، کم کم وابستگی کشورهای مسلمان به غیر مسلمان بیشتر شد. این وابستگی اقتصادی در ایران هم اتفاق افتاد و تقریباً از سال ۱۳۰۰ به بعد، مرتباً این وابستگی تشدید شده است. تلاش برای وابسته کردن اقتصاد ایران به خارج از کشور، به طور مشخص از سال ۱۳۱۰ توسط دولت‌های استعمارگری مثل انگلیس و فرانسه صورت گرفت که بعدها آمریکا هم به این جریان ملحق شد. این وابستگی دو هدف داشت اول اینکه ایران به کالاهای خارجی نیازمند شود و برای تأمین پول و مخارج این کالاها، محتاج این گردد که از منابع و ذخایر زیرزمینی که دارد، استفاده کند و نتیجه‌ی این فرایند این بود که ایران با وابستگی به کشورهای خارجی مجبور شد تا منابع زیرزمینی خود را، حتی با قیمت کم و متناسب با شرایطی که بیگانگان می‌خواستند به فروش برساند. هدف دومی که آن‌ها دنبال می‌کردند این بود که ایران بازار مصرفی خوبی برای صنایع روبه رشد کشورهای اروپایی و غربی گردد.

وضعیت ایران قبل از انقلاب در وابستگی به دول بیگانه، بسیار حاد هست بطوریکه ایران آنقدر وابسته به خارج از کشور شده است، که طبق آمار، کل تولید بخش کشاورزی پیش از انقلاب تنها کفاف ۳۳ روز

زندگی مردم را می‌داده و برای تأمین مابقی نیازمندی کشور باید محصولات کشاورزی و مواد غذایی وارد می‌کردند (عبدالملکی، ۱۳۹۵).

این عدم استقلال اقتصادی ایران در آن سال‌ها، آسیب‌های جدی بر جایگاه و عزت مردم ایران وارد کرد و وابستگی بیش از حد به دول بیگانه موجب تحقیر کشور گشته بود و ایران در منطقه و جهان جایگاهی نداشت و تحت سیطره بیگانگان اداره می‌گردید.

استقلال اقتصادی در یک کشور، همان‌طور که در بیانات رهبری آمده است، یعنی کشوری دارای استقلال اقتصادی هست که «اولاً نیازهای اصلی خودش را بتواند خودش فراهم کند. ثانیاً در معادلات اقتصادی دنیا و مبادلات جهانی، وزنه‌ای باشد. نتواند او را به آسانی کنار بگذارند؛ نتواند او را به آسانی محاصره کنند؛ نتواند او را به آسانی فرو دهند و هر چه می‌خواهند به او املا کنند... اقتصاد مستقل یک کشور، یعنی آن چیزی که کشور لازم دارد، در داخل کشور قابل تأمین باشد» (بیانات رهبری در دیدار با جمعی از کارگران و معلمان، ۱۳۷۲).

عدم استقلال اقتصادی، آسیب‌های جدی بر یک کشور وارد می‌کند که یکی از مهمترین آسیب‌ها این است که، کشوری که از استقلال اقتصادی برخوردار نباشد در فرایندی تدریجی، استقلال سیاسی خود را هم از دست خواهد داد. آنچه که ایران قبل از انقلاب درگیر آن بود.

مقام معظم رهبری به این نکته اشاره دارند و آسیب‌های جدی عدم تحقق استقلال اقتصادی را می‌فرمایند که در ادامه آمده است: «اگر استقلال اقتصادی یک جامعه‌ای تحقق پیدا نکرد - یعنی در مسئله‌ی اقتصاد نتوانست خودش تصمیم بگیرد و روی پای خود بایستد - استقلال سیاسی این کشور تحقق پیدا نمی‌کند؛ و اگر استقلال سیاسی یک جامعه‌ای تحقق پیدا نکرد، بقیه‌ی حرف‌ها، جز حرف، چیز دیگری نیست. تا یک کشور اقتصاد خود را قوی نکند، پایدار نکند، متکی به خود نکند، مستقل نکند، نمی‌تواند از لحاظ سیاسی و فرهنگی و غیره تأثیرگذار باشد» (بیانات رهبری در حرم رضوی، ۱۳۹۱).

در اسلام قاعده‌ای مبنی بر نفی سیل وجود دارد، یعنی به مسلمانان اجازه نمی‌دهد که تحت سیطره غیر مسلمانان قرار بگیرند. نفی هر گونه سلطه بیگانگان بر مسلمانان اصلی است که در قرآن کریم صریحاً به آن تأکید شده است: «لن يجعل الله للكافرين على المؤمنين سبيلاً؛ خداوند هرگز برای کافران راه تسلط بر مومنین قرار نداده است» (سوره نسا، آیه ۱۴۱). بر طبق مفاد این قبیل از آیات بر مسلمانان لازم است که در تمام عرصه‌ها از جمله در عرصه فعالیت‌های اقتصادی به گونه عمل کنند تا زمینه و بستر سیطره‌یابی بیگانگان

بر سرنوشت آنان فراهم نگردد و یکی از راه های جلوگیری از چنان وضعی تلاش برای دستیابی به استقلال و خودکفایی اقتصادی است.

از طرفی با توجه به اینکه ایران پس از انقلاب، دارای جایگاه جدی در معادلات جهانی و منطقه‌ای پیدا کرده است، برای حفظ آن باید به سمتی حرکت کند که وابستگی اقتصادی خود را از کشورهای دیگر کاهش داده و با تکیه بر توان داخلی، بر اقتدار خود بیفزاید، که بر همین اساس استراتژی اقتصاد مقاومتی در این مقطع زمانی راه حلی مفید برای دستیابی به اهداف ایران اسلامی است.

۱-۲-۲- ظرفیت اقتصادی ایران

اقتصاد ایران دارای ظرفیت‌های بالقوه زیادی می‌باشد. ایران به لحاظ موقعیت جغرافیای در موقعیت ویژه‌ای قرار دارد. ایران از ظرفیت ترانزیتی بالایی برخوردار است و می‌تواند پل ارتباطی میان آسیا و اروپا را ایجاد کند. تنوع آب و هوایی در ایران باعث می‌شود که ایران منطقه‌ای با ظرفیت توریستی بالایی باشد. داشتن نیروی کار جوان و تحصیل کرده نیز از دیگر ظرفیت‌های اقتصادی ایران است که می‌تواند موجب رشد اقتصادی کشور شود. ظرفیت‌های دیگری مانند برخورداری از منابع طبیعی معدنی و فسیلی و به خصوص نفت خام و گاز طبیعی نیز در زمره ظرفیت‌های اقتصادی ایران قرار می‌گیرد. با توجه به این ظرفیت بالقوه در کشور باید از این فرصت‌ها استفاده نماییم و آن‌ها را در راستای تحقق اقتصاد مقاومتی به کار گیریم.

۱-۲-۳- خصومت‌های اقتصادی خارجی (تحریم)

تحریم بانکی، نفتی، کالایی، تکنولوژی، حمل و نقل، بیمه و کشتی‌رانی. هدف دشمن در جنگ اقتصادی که علیه ملت ایران به راه انداخته است که عمدتاً در تحریم‌ها مشهود است این است که سلطه اهریمنی بر کشور پیدا کند و به دنبال ضربه زدن به پیشرفت و فلج کردن پایه‌های اقتصاد کشور است. بر همین اساس راهکار کشور برای دورزدن تحریم‌ها و مقابله با خصومت‌های اقتصادی، پیاده‌سازی و اجرای اقتصاد مقاومتی است.

یکی از مولفه‌های اقتصاد مقاومتی «درون‌زایی» آن است، یعنی اقتصادی که شامل موارد زیر است:

- تکیه بر توان داخلی
- استغنا از دیگران

- کاهش حداکثری اتکای بودجه و تراز تجاری به نفت
- مدیریت مصرف و بهره‌وری حداکثری
- شتاب همراه با تدبیر
- خودکفایی در تأمین نیازهای اساسی
- توسعه و تنوع فعالیت‌های اقتصادی
- امنیت و سلامت
- عدم واردات بی‌رویه و بی‌منطق
- جلوگیری از دخالت خارجی‌ها در اقتصاد (پیغامی، ۱۳۹۴)

با توجه به مولفه درون‌زایی اقتصاد مقاومتی که دارای ویژگی‌های ذکر شده است، راه‌برون رفت از تحریم‌ها اجرای کامل اقتصاد مقاومتی در کشور می‌باشد.

۱-۲-۴- ناکارآمدی داخلی

ناکارآمدی داخلی در چارچوب رفتارهای بعضی از تولیدکنندگان، مصرف‌کنندگان و مسئولین تحلیل می‌شود (عبدالملکی، ۱۳۹۵). هر کدام از این عناصر بطور نسبی سهمی در اقتصاد داشته و رفتارهای اشتباهی که از آن‌ها صادر می‌گردد، اثرات منفی بر اقتصاد دارد که در ادامه به برخی از آن‌ها اشاره شده است.

۱-۲-۴-۱- برخی رفتارهای اشتباه مصرف‌کنندگان

- احتکار خانگی (شوکه‌های جانب تقاضا): هنگامی که عرضه برخی اقلام کاهش می‌یابد متأسفانه بدلیل رفتار ناصحیح مصرف‌کنندگان، تقاضا برای خرید افزایش می‌یابد که این موجب بالارفتن قیمت و تورم می‌گردد و اثر منفی بر اقتصاد کشور دارد.
- اصرار بر مصرف کالای خارجی: تحریم‌ها موجب شد که منابع ارزی ایران محدود شود و قیمت ارز افزایش یابد، در این شرایط ارز باید برای واردات نهاده‌های تولیدی و کالاهای ضروری مورد استفاده قرار می‌گرفت، اما به دلیل تقاضای کالاهای خارجی مانند اتومبیل‌های لوکس و دیگر کالاهای غیر ضروری خارجی، تقاضای مضاعف ارز در بازار شکل گرفت و کمبود ارز تشدید شد و این موجب افزایش قیمت ارز گردید و بخش تولید ایران به دلیل کمبود ارز آسیب دید. اگر مصرف‌کنندگان داخلی در این شرایط تقاضای کالای خارجی را

کاهش می‌دادند و از کالاهای داخلی استفاده می‌کردند، اقتصاد کشور از این منظر دچار آسیب نمی‌شد.

- تبدیل کالاهای مصرفی به کالاهای سرمایه‌ای: برخی از مصرف‌کنندگان، منابع مالی که در اختیار دارند را در موارد صحیح سرمایه‌گذاری نمی‌کنند و به خرید کالاهای مصرفی روی می‌آورند تا در آینده با توجه به تغییر قیمت بتوانند سودآوری بیشتری داشته باشند، مثلاً خودرو با توجه به استفاده آن، یک کالای مصرفی محسوب می‌شود اما با تغییرات قیمتی که داشته، برخی مصرف‌کنندگان از این کالای مصرفی به عنوان کالای سرمایه‌ای استفاده کردند و این موجب کمبود نقدینگی در جامعه و تشدید تورم شده است.

۱-۲-۴-۲- برخی رفتارهای اشتباه تولیدکنندگان

- کاهش تولید: در شرایط تحریم که قیمت کالاها افزایش یافته، برخی تولیدکنندگان بجای اینکه تولید را افزایش دهند، آن را کاهش دادند تا علاوه بر اثرات تحریم، با کم شدن کالا در بازار، قیمت کالاها مجدداً افزایش یابد. رفتار این تولیدکنندگان موجب افزایش قیمت بی‌رویه کالا گردید.
- احتکار کالا: برخی تولیدکنندگان برای اینکه بتوانند بعد از افزایش قیمت کالاها، سودآوری خوبی داشته باشند، کالاهای خود را احتکار کردند تا هنگامی که قیمت کالا افزایش یافت به فروش برسانند. این رفتار ناصحیح آن‌ها نیز افزایش قیمت کالا را تشدید نمود.
- افزایش بی‌رویه قیمت: برخی تولیدکنندگان هم با توجه به وضعیت بازار که نتیجه رفتار ناصحیح دیگر تولیدکنندگان بود، قیمت کالاهای خود را بی‌رویه، افزایش دادند.

۱-۲-۵- شوک‌های خارجی

شرایط رقابتی بین کشورها، رویدادهای مهم و یا جنگ‌های اقتصادی موجب ایجاد شوک‌هایی در اقتصاد کشورهای دیگر می‌شود که هر چه وابستگی خارجی بیشتر باشد تاثیرپذیری از شوک‌ها بر اقتصاد بیشتر خواهد بود. به عنوان مثال چهار شوک انرژی به ترتیب در طی سال‌های ۱۳۵۱-۱۳۵۳ (جنگ اعراب و اسرائیل)، ۱۳۵۷-۱۳۵۸ (انقلاب اسلامی) و ۱۳۷۰-۱۳۶۹ جنگ اول و دوم کویت و ۱۳۸۷-۱۳۸۶ جنگ

خلیج فارس رخ داد. در این شوک‌ها قیمت نفت افزایش پیدا کرد و اثر جدی بر وضعیت اقتصادی کشورهای وابسته به نفت گذاشت.

اتکا به درآمد نفت، اقتصاد کشورهای نفت خیز توسعه نیافته و در حال رشد را دستخوش سیکل‌های تورمی و رکودی بسیار شدید می‌کند که مشکلات اجتماعی، اقتصادی و سیاسی سنگینی برای کشورهای مزبور بوجود می‌آورند. این امر ناشی از آن می‌شود که قیمت نفت، علیرغم رانت اقتصادی سرشار آن، همواره با افت و خیزهای بسیار شدیدی همراه است. تورم یکی از معضله‌های پایه‌ای اقتصادهای متکی به رانت نفت است. درآمد حاصل از رانت نفت ناشی از ظرفیت تولید اقتصادی ملی نیست و توانایی جذب آن را منعکس نمی‌سازد. وقتی قیمت نفت بالا و درآمد حاصل از صادرات نفت بخش بزرگی از درآمد ملی را تشکیل می‌دهد، تزریق کل این درآمد به اقتصاد موجب پیدایش موج‌های تورمی شدید می‌گردد. زیرا اقتصاد کشور ظرفیت جذب درآمد مربوطه را که عمدتاً ناشی از افزایش قیمت نفت می‌باشد، ندارد. مشکلاتی که اتکا به درآمدهای دولت در بودجه بر درآمدهای حاصل از صادرات نفت ایجاد می‌کند بسیار دامنه دار است. درآمدهای نفتی و ارز حاصل از نفت از طریق تغییراتی که موازنه پرداخت‌ها و ذخایر ارزی کشور روی می‌دهد، اثرات منفی بر اقتصاد کشور دارد (عیوضی، ۱۳۸۷).

بنابراین برای مقابله با این نوع از شوک‌ها ضرورت پیاده‌سازی اقتصاد مقاومتی که موجب کاهش وابستگی به دیگر کشورها است، روشن می‌گردد.

۱-۳- اهمیت و ضرورت

مسئله اساسی و فعلی کشور تحقق اقتصاد مقاومتی است. یافتن راهبردهای مناسب برای محقق شدن این سیاست‌ها در سطح جامعه یک وظیفه است. اما پیاده‌سازی یک‌باره و بدون برنامه این سیاست‌ها نیز غیر ممکن است و باید برنامه مشخصی در این خصوص تدوین شود. رهبر معظم انقلاب در بیانات خود بر این موضوع تاکید داشتند که «دولت با تشکیل ستاد عملیاتی فعال برای اجرای اقتصاد مقاومتی و با مشخص کردن وظایف هر یک از دستگاه‌ها و پیگیری و زمان‌بندی فعالیت‌ها یک تحرک عظیم ایجاد کند» (بیانات رهبری در دیدار با رئیس و اعضای مجلس خبرگان رهبری، ۱۳۹۴)، بر همین اساس لازم است برای تحقق آن در ابتدا به تفکیک مخاطبین پیردازیم و برای هر دسته از مخاطبین برنامه اجرایی را استخراج نماییم و برای اجرایی شدن آن، از دستگاه‌های مربوطه مطالبه کنیم.

این پژوهش نیز به واسطه تجربه مجریان خود در حوزه زنان، جامعه زنان ایرانی را به عنوان جامعه هدف خود در این زمینه انتخاب نموده است. زنان نیمی از جمعیت کشور را به خود اختصاص می‌دهند و در نتیجه می‌توانند در موفقیت سیاست‌های اقتصاد مقاومتی نقش بسزایی داشته باشند مضاف بر آن که در نقش‌های همسری و مادری نیز می‌توانند موجب حرکت کل جامعه به سمت نتایج مثبت اقتصاد مقاومتی باشند. امام خمینی رسالت انقلاب اسلامی را درباره زنان اینگونه بیان می‌کنند: «ما می‌خواهیم زن به مقام والای انسانیت برسد. زن باید در سرنوشت خودش دخالت داشته باشد. اسلام زن را مثل مرد، در همه شئون همان‌طوری که مرد در همه شئون دخالت دارد، دخالت می‌دهد» (امام خمینی، ۱۳۸۱).

مقام معظم رهبری نیز در این خصوص می‌فرمایند: «اگر زنان در حرکت اجتماعی یک ملتی حضور نداشته باشند، آن حرکت به جایی نخواهد رسید، موفق نخواهد شد. اگر زنان در یک حرکت حضور پیدا نکنند، یک حضور جدی و آگاهانه و از روی بصیرت، آن حرکت به طور مضاعف پیشرفت خواهد کرد» (بیانات رهبری در دیدار با شرکت‌کنندگان در اجلاس جهانی زنان و بیداری اسلامی، ۱۳۹۱).

با این توصیف غفلت از برنامه‌ریزی برای آگاهی و آموزش این قشر در زمینه‌هایی که سرنوشت، آینده و اقتدار کشور در گرو آنهاست مانند موضوع اقتصاد مقاومتی، غیرقابل پذیرش است و عواقب ناگواری در پی خواهد داشت. حال این سوال به ذهن می‌رسد که زنان چه نقش‌هایی در اقتصاد مقاومتی می‌توانند بر عهده بگیرند و در هر نقش تا چه اندازه می‌توانند اثرگذار باشند. این پژوهش در گام اول می‌خواهد پاسخ به این سوال را بیابد و در گام دوم با شناسایی ابعاد اثرگذاری زنان، وضع مطلوب حضور زنان در اقتصاد مقاومتی را ترسیم نماید.

۱-۴- مفهومی و تعاریف اقتصاد مقاومتی

اقتصاد آسیب‌پذیر یا شکننده^۱ که نقطه‌ی مقابل اقتصاد مقاومتی به‌شمار می‌رود، مفهومی است که حدود دو دهه از تولد آن در ادبیات اقتصادی می‌گذرد و در واقع چند سال پس از تجربه‌ی بحران مالی شرق آسیا در سال ۱۹۹۷ مورد توجه قرار گرفته است. بحرانی که مولود خطای راهبردی وابسته‌کردن بازارهای مالی به سرمایه‌گذاران خارجی بود و به سقوط چندساله‌ی اقتصادهایی منجر شد که در جهان به عنوان معجزه‌ی آسیایی شناخته می‌شدند.

^۱ vulnerable economy

التفات به مسأله‌ی آسیب‌پذیری یا مقاومتی بودن، نه تنها در سطح اقتصاد ملی بلکه در همان زمان در سطح بنگاه‌های اقتصادی نیز جدی گرفته شد. مقاله‌ی هامل و والیکانگاس^۱ (۲۰۰۳) در نشریه‌ی معروف دانشگاه هاروارد با نام «نیاز به مقاوم بودن» نمونه‌ای از پدید آمدن این هوشیاری بود. آغاز حصر غیر انسانی غزه در سال ۲۰۰۵ نیز بهانه‌ی دیگری بود که مسأله‌ی پرهیز از شکنندگی اقتصاد در شرایط حصر، به عنوان یک موضوع قابل تأمل مطرح و مقالات متعددی در این باره نگاشته شد؛ از جمله مقاله‌ی صلاح رمضان محمدآغا (۲۰۱۱) پیرامون مدل مقاوم‌سازی اقتصاد غزه که در هشتمین کنفرانس بین‌المللی اقتصاد و مالیه‌ی اسلامی ارائه گردید.

این سیر با وقوع بحران مالی ۲۰۰۸ آمریکا و سپس اروپا تکمیل گردید. اگرچه بحران مزبور برای اقتصاد آمریکا نمونه‌ی یک شوک خارجی نبود اما اولاً برای کشورهای اروپایی که به عنوان سرریز بحران آمریکا متأثر گردیدند، تا حدی برون‌زا تلقی می‌شد و بنابراین نشانه‌ی آسیب‌پذیری اقتصادهای اروپایی از جانب اقتصاد آمریکا بود. ثانیاً برای خود آمریکا نیز حاوی درس مهمی بود و آن این که اتکاء کامل به بازار آزاد و زدودن مقررات می‌تواند شکنندگی اقتصاد را افزایش دهد و زمینه‌ساز بحران‌هایی مشابه سال ۲۰۰۸ گردد. به همین دلیل در سال‌های اخیر موج نظری بزرگی در محافل دانشگاهی و سیاستگذاری جاری شده است که بر شکننده‌بودن و خوش‌بینانه‌بودن فروض الگوهای نئوکلاسیک تأکید نموده و تنظیم‌گری هوشمندانه‌ی دولت‌ها را ترغیب می‌کنند.

بنابراین می‌توان گفت هم‌اکنون نسبت به یک دهه‌ی گذشته نسبت به مقاوم‌سازی اقتصاد آگاهی و حساسیت جهانی بیشتری وجود دارد. روشن است در خصوص کشورهایی که به دنبال پرداخت بهای استقلال سیاسی خود و پافشاری بر مواضع ضد‌هژمونی خود هستند، باید حساسیت مضاعفی وجود داشته باشد.

آخرین حلقه از آگاهی جهانی درباره‌ی اقتصاد مقاوم مربوط به گزارش رسمی اجلاس مجمع جهانی اقتصاد (۲۰۱۳) است که با نام «ایجاد مقاومت ملی در برابر مخاطره‌های جهانی» منتشر گردید. البته تعبیر این گزارش از مقاومت (تاب‌آوری)، شامل طیف وسیعی از مخاطره‌های جهانی می‌شود (مانند بلایای طبیعی) که فراتر از اثر شوک‌های خارجی است. همچنین مقاومت پیوند وثیقی با پیش‌بینی‌پذیر بودن مخاطره‌ها دارد. در گزارش مزبور پنج بعد برای تقویت مقاومت پیشنهاد شده است:

^۱ Hamel and Välikangas

^۲ The Quest for Resilience

۱. زیرسامانه‌ی اقتصادی؛ مشتمل بر جنبه‌هایی از قبیل محیط اقتصاد کلان، بازار کالا و خدمات، بازار مالی، بازار کار، پایداری‌پذیری و بهره‌وری و مانند آنها؛
۲. زیرسامانه‌ی زیست‌محیطی؛ مشتمل بر جنبه‌هایی همچون منابع طبیعی، شهرسازی و سامانه‌ی زیست‌بوم‌شناختی؛
۳. زیرسامانه‌ی حکمرانی؛ مشتمل بر نهادها، دولت، رهبری، سیاست‌ها؛
۴. زیرسامانه‌ی زیرساخت‌ها؛ مشتمل بر زیرساخت‌های حساس به ویژه مخابرات، انرژی، حمل و نقل، آب و سلامت؛
۵. زیرسامانه‌ی اجتماعی؛ مشتمل بر سرمایه‌ی انسانی، سلامت، اجتماع و افراد (خاندوزی، ۱۳۹۲).

در ایران نیز لفظ اقتصاد مقاومتی اولین بار در سال ۱۳۸۹، توسط مقام معظم رهبری در جمع کارآفرینان مطرح گردید (بیانات رهبری در جمع کارآفرینان، ۱۳۸۹) و جوانب این موضوع را در سلسله سخنرانی‌های خود تبیین نمودند. در بهمن ماه سال ۱۳۹۲ سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی ابلاغ گردید و ایشان در نشست‌هایی که با مسئولین داشتند به ضرورت و الزامات اقتصاد مقاومتی پرداختند.

۱-۴-۱- تعریف اقتصاد مقاومتی از منظر رهبری

مقام معظم رهبری: «اقتصاد مقاومتی به این معناست که یک اقتصادی داشته باشیم که هم روند رو به رشد اقتصادی در کشور محفوظ بماند هم آسیب‌پذیری آن کاهش یابد یعنی به شکلی باشد که کمتر در مقابل ترفندهای دشمنان که همیشگی خواهد بود به شکل‌های مختلف آسیب ببیند و اختلال پیدا کند» (بیانات رهبری در ملاقات با هیئت دولت، ۱۳۹۱).

در جایی دیگر ایشان می‌فرمایند: «اقتصاد مقاومتی یعنی آن اقتصادی که مقاوم است؛ با تحریکات جهانی، با تکان‌های جهانی، با سیاست‌های آمریکا و غیر آمریکا زیور و نمی‌شود؛ اقتصادی است متکی به مردم، یعنی بر محور دولت نیست و اقتصاد دولتی نیست، اقتصاد مردمی است؛ با اراده‌ی مردم، سرمایه‌ی مردم، حضور مردم تحقق پیدا می‌کند. اما «دولتی نیست» به این معنا نیست که دولت در قبال آن مسئولیتی ندارد؛ چرا، دولت مسئولیت برنامه‌ریزی، زمینه‌سازی، ظرفیت‌سازی، هدایت و کمک دارد. کار اقتصادی و فعالیت اقتصادی دست مردم است، مال مردم است؛ اما دولت - به‌عنوان یک مسئول عمومی - نظارت می‌کند، هدایت می‌کند، کمک می‌کند. اقتصاد مقاومتی یک الگوی علمی متناسب با نیازهای کشور ما

است. اقتصاد مقاومتی یک اقتصاد درونزا است، یعنی از دل ظرفیت‌های خود کشور ما و خود مردم ما می‌جوشد؛ رشد این نهال و این درخت، متکی است به امکانات کشور خودمان؛ درون‌زا به این معنا است. اما در عین حال درون‌گرا نیست؛ یعنی این اقتصاد مقاومتی، به این معنا نیست که ما اقتصاد خودمان را محصور می‌کنیم و محدود می‌کنیم در خود کشور؛ نه، درون‌زا است، اما برون‌گرا است؛ با اقتصادهای جهانی تعامل دارد، با اقتصادهای کشورهای دیگر با قدرت مواجه می‌شود. بنابراین درون‌زا است، اما درون‌گرا نیست.

این اقتصاد، اقتصاد دانش‌بنیان است یعنی از پیشرفت‌های علمی استفاده می‌کند، به پیشرفت‌های علمی تکیه می‌کند، اقتصاد را بر محور علم قرار می‌دهد.

این اقتصاد، عدالت‌محور است؛ یعنی تنها به شاخصهای اقتصاد سرمایه‌داری - [مثل] رشد ملی، تولید ناخالص ملی - اکتفا نمی‌کند» (بیانات رهبری در حرم رضوی، ۱۳۹۳).

۱-۴-۲- تعاریف اقتصاد مقاومتی از منظر متخصصین

دکتر درخشان: «اقتصاد مقاومتی همان مدیریت ریسک‌های داخلی و خارجی می‌باشد» (درخشان، ۱۳۹۲).
دکتر پیغامی: «ایشان چهار تعریف از اقتصاد مقاومتی ارائه می‌دهند:

- اقتصاد مقاومتی به مثابه اقتصاد موازی: ایجاد نهادهایی موازی با نهادهای رسمی، مثلاً نهادسازی های مقاومتی در اقتصاد.
- اقتصاد مقاومتی به مثابه اقتصاد ترمیمی: اقتصادی که در پی مقاوم‌سازی، آسیب‌پذیری، خلل‌گیری و ترمیم ساختارها و نهادهای فرسوده و ناکارآمد موجود اقتصاد است.
- اقتصاد مقاومتی به مثابه اقتصاد دفاعی: اقتصادی که متوجه حمله‌شناسی، آفندشناسی و پدافندشناسی ما در برابر آن حمله‌هایی که دشمنان علیه ما دارند، می‌باشد.
- اقتصاد مقاومتی به مثابه اقتصاد الگو: این نوع از اقتصاد دارای رویکردی ایجابی و دوراندیشانه است. در این رویکرد ما در پی اقتصاد ایده‌آلی هستیم که هم اسلامی باشد و هم ما را به جایگاه اول منطقه برساند.

البته به همه این چهار تعریف از اقتصاد مقاومتی به نوعی با هم رابطه‌ی عموم و خصوص من وجه

دارند، منتها برخی کوتاه مدت و برخی بلند مدت هستند» (پیغامی، ۱۳۹۴).

دکتر عبدالملکی: «اقتصادی که در شرایط دشواری، تهدید و دشمن، بتواند به اهداف خودش برسد» (عبدالملکی، ۱۳۹۵).

دکتر عسگری: «اقتصاد مقاومتی یک نظام اقتصادی است که هماهنگ با سیاست‌های کلان سیاسی و امنیتی نظام اسلامی و برای مقاومت در برابر اقدامات تخریبی شکل بگیرد تا بتواند در برابر ضربات اقتصادی تحریم‌ها و توطئه‌های گوناگون اقتصادی نظام استکبار مقاومت کرده و توسعه و پیشرفت خود را ادامه دهد» (عسگری، ۱۳۹۲).

دکتر سیف‌الدین: «اقتصادی هست که می‌تواند در مقابل رکود مقاومت بکند، در مقابل تورم بتواند مقاومت بکند، در مقابل بحث‌های صادرات و واردات اگر حالت تهاجمی داشته باشد یعنی اگر واردات از یک حدی بیشتر باشد این اقتصاد بتواند مقاومت نشان بدهد و جلوی آن را بگیرد و در مورد صادرات نیز همچین باشد» (سیف‌الدین، ۱۳۹۱).

دکتر حسین‌زاده بحرینی: «اقتصاد مقاومتی، یک مدل و نگاه استراتژیک برای رسیدن به سطوح عالی اقتصاد است. نزدیک‌ترین معادل برای اقتصاد مقاومتی، اقتصاد استراتژیک یا اقتصاد راهبردی است» (حسین-زاده بحرینی، ۱۳۹۲).

دکتر خوش‌چهره: «اقتصاد مقاومتی یعنی تشخیص حوزه‌های فشار و متعاقبا تلاش برای کنترل و بی‌اثر کردن و در شرایط آرمانی تبدیل چنین فشارهایی به فرصت می‌باشد که قطعاً باور و مشارکت همگانی و اعمال مدیریت‌های عقلایی و مدبرانه پیش شرط و الزام چنین موضوعی است، اقتصاد مقاومتی کاهش وابستگی‌ها و تاکید روی مزیت‌های تولید داخل و تلاش برای خوداتکایی است» (خوش‌چهره، ۱۳۹۱).

میرمحمدی: «اقتصاد مقاومتی مجموعه تدابیر و راه‌کارهایی است که برای پیشبرد امور اقتصادی در شرایط مقاومت، در همه زمینه‌های اقتصادی به کار گرفته می‌شود» (میرمحمدی، ۱۳۹۱).

موسوی: «اقتصاد مقاومتی یعنی تشخیص حوزه‌های فشار در شرایط کنونی تحریم، و متعاقبا تلاش برای کنترل و بی‌اثر کردن، و در شرایط آرمانی تبدیل چنین فشارهایی به فرصت، که قطعاً باور و مشارکت همگانی و اعمال مدیریت عقلایی و مدبران پیش شرط و الزام چنین موضوعی است» (موسوی، ۱۳۹۱).

ایزدی: «سیاست‌گذاری و اجرای برنامه‌های اقتصادی معطوف به پایداری در همه‌ی سطوح با فرض فشار همه‌جانبه سلطه» (ایزدی).

دکتر صادق شاهدانی: «اقتصاد مقاومتی یعنی این که مردم الگوی مصرف خود را تغییر دهند و از مصرف کالای خارجی به سمت مصرف کالای داخلی حرکت کنند» (صادقی شاهدانی، ۱۳۹۱).

دکتر رضایی: «ایرانیزه کردن سیستم اقتصادی به گونه‌ای که در مقابل هرگونه تحریم و فشارهای همه جانبه‌ی اقتصاد کشور گزندی وارد نشود» (رضایی، ۱۳۹۵).

آنچه که در تعاریف متخصصین در موضوع اقتصاد مقاومتی مشترک است این است که اقتصاد مقاومتی اقتصادی است که بتواند در برابر شوک‌های داخلی و خارجی مقاوم باشد و برای دستیابی به آن الزاماتی وجود دارد از جمله حمایت از کالای داخلی، کاهش وابستگی کشور به نفت، اصلاح الگوی مصرف، کارافرینی، خودکفایی و اتکا به منابع داخلی و... که با رعایت آن‌ها اقتصاد کشور مقاوم می‌گردد و می‌تواند در برابر ضربات اقتصادی تحریم‌ها و توطئه‌های گوناگون اقتصادی نظام استکبار مقاومت کرده و توسعه و پیشرفت خود را ادامه دهد.

۱-۵- پیشینه تحقیق

در این تحقیق با هدف بررسی و پیمایش حداکثری مطالب و منابع مرتبط با موضوع، تعداد بسیار زیادی از کتاب‌ها و مقالات مرتبط که در مجلات چاپ شده و یا در همایش‌های مختلف ارائه شده‌اند، جمع‌آوری و مطالعه شده است.

خروجی این بخش از فعالیت‌های مطالعاتی طرح به طور مستقل، بک کتابشناسی جامع و فهرست نسبتاً کامل از مقالات در این طرح موضوع بوده است که در پیوست چهارم همین فصل از تحقیق ارائه شده است. این مجموعه می‌تواند برای هرگونه فعالیت پژوهشی دیگر در این زمینه کاملاً مفید و راهگشا باشد.

فعالیت دیگری که در همین فاز از تحقیق انجام شد، بررسی دقیق محتوایی و استخراج فهرست جامع و کامل از عناوین کلی و مطرح شده در کتب و مقالات در زمینه اقتصاد مقاومتی و همچنین ریزموضوعات جزئی ذیل هر یک از عناوین بوده است. این مجموعه نیز در پیوست سوم همین فصل عرضه شده است و یک تصویر و شمای کلی مفهومی از مطالب مرتبط با اقتصاد مقاومتی در ابعاد مختلف آن در اختیار قرار می‌دهد.

در زمینه اقتصاد مقاومتی و ابعاد آن و با توجه به سیاست‌های ابلاغی، پژوهش‌ها و مقالات بسیاری نوشته شده است. در ذیل به اختصار به برخی از مهم‌ترین این موارد از بین کتب و مقالات به عنوان پیشینه این تحقیق اشاره می‌گردد:

عادل پیغامی در کتاب «درس‌گفتارهای اقتصاد مقاومتی»، به تبیین نظریه اقتصاد مقاومتی مبتنی بر اندیشه اقتصادی مقام معظم رهبری پرداخته است. در این کتاب ابرهای مفهومی اقتصاد مقاومتی از منظر مقام معظم رهبری، ویژگی‌های آن و تبیین دقیقی از سیاست‌های ابلاغی مطرح گردیده است.

حجت‌الله عبدالملکی در کتاب خود با عنوان «اقتصاد مقاومتی»، به ماهیت و محتوای اقتصاد مقاومتی، ضرورت طراحی و اجرای آن، روش‌شناسی و تبیین اقتصاد مقاومتی پرداخته است و در ادامه بحثی از علم اقتصاد متعارف را مطرح نموده و از مبانی اقتصاد اسلامی و نظریات آن نیز مباحث مفیدی را نگاشته است. در این کتاب به فضای اقتصادی پیش از انقلاب اسلامی نیز اشاراتی دارد و وضعیت اقتصاد در آن دوران را ارائه داده است. در بخش پایانی کتاب نیز به منویات اقتصادی رهبران انقلاب اسلامی پرداخته و همچنین آسیب‌های اقتصادی کشور را بحث کرده است.

سیف در مقاله‌ای تحت عنوان «الگوی پیشنهادی اقتصاد مقاومتی جمهوری اسلامی ایران مبتنی بر دیدگاه مقام معظم رهبری»، تعبیری را که معنای اصطلاحی آن به تعریف مقام معظم رهبری نزدیک می‌کند را معرفی کرده که آن «فتریت اقتصادی» است. این مقاله به ادبیات فتریت اقتصادی پرداخته و الگوی مربوط را مورد بحث نظری قرار داده است. در بخش بعدی مقاله مفهوم اقتصاد مقاومتی جمهوری اسلامی ایران با توجه به بیانات مقام معظم رهبری تشریح شده و مبتنی بر این بیانات، الگویی برای اقتصاد مقاومتی شامل مولفه‌های رشد اقتصادی، عدالت اقتصادی، ثبات اقتصادی و فتریت اقتصادی پیشنهاد شده است. در پایان راهبردهای چهارگانه مقابله، خنثی‌سازی، جذب و ترمیم و پخش و تضعیف منطبق بر مسئله تحریم اقتصادی غرب تشریح و مصادیق آن‌ها معرفی شده است (سیف، ۱۳۹۱).

نریمانی و عسکری در مقاله‌ای تحت عنوان «چهارچوب مفهومی اقتصاد مقاومتی»، دو مدل اقتصاد غربی و اسلامی بررسی شده و بر مبنای آن‌ها اقتصاد مقاومتی تعریف گردیده و سپس الگوی مقاومتی و مدل اقتصادی آن با توجه به دو جهت‌گیری اسلامی و ایرانی تشریح شده است. بر مبنای این مبانی و مدل‌های اقتصادی بررسی شده، سه سناریو برای حرکت اقتصادی کشور بررسی گردیده و با توجه به شاخصه

های اقتصاد مقاومتی، سناریوای برای کشور برگزیده شده است. در انتهای مقاله نیز اصول این مدل اقتصادی تشریح گردیده و هر کدام توضیح داده شده‌اند (نریمانی و عسکری، ۱۳۹۱).

معلمی در مقاله خود تحت عنوان «مفهوم و اصول اقتصاد مقاومتی در آموزه‌های اقتصاد اسلامی»، اقتصاد مقاومتی را یک الگوی اسلامی می‌داند که کیفیت تعامل و ارتباط اقتصادی با کشورهای خارجی را تعیین می‌کند به گونه‌ای که از سویی ناظر به اوضاع داخلی اقتصاد کشور و پوشش نقاط ضعف است و از سوی دیگر با اتکا بر نقاط قوت اقتصاد داخلی، حقوق پایمال شده ملت را از کشورهای متجاوز استیفاء کند. در این مقاله به مفهوم اقتصاد مقاومتی، اصول و چهارچوب‌های آن در آموزه‌های اسلامی پرداخته است (معلمی، ۱۳۹۱).

تراب‌زاده جهرمی، سجادیه و سمیعی نسب در مقاله خود تحت عنوان «بررسی ابعاد و مولفه‌های اقتصاد مقاومتی جمهوری اسلامی ایران در اندیشه حضرت آیت الله خامنه‌ای»، سعی در فهم نظام فکری مقام معظم رهبری داشته که برای تحقق آن نیازمند دستیابی به نظام مفاهیم حاکم بر سخنان ایشان و استنباط از آن است که در این پژوهش، تدوین این نظام مفاهیم در حوزه اقتصاد مقاومتی پیگیری شده است. آنها ابعاد و مولفه‌های اقتصاد مقاومتی از منظر مقام معظم رهبری را بیان کرده است و تفاوت آن را با مقاومت اقتصادی روشن کرده است هم‌چنین در قالب نمودار اهداف و راهبردهای اقتصادی حوزه اقتصاد مقاومتی را شرح داده است (تراب‌زاده جهرمی، سجادیه و سمیعی نسب، ۱۳۹۲).

میرمعزی در مقاله خود تحت عنوان «اقتصاد مقاومتی و ملزومات آن»، تفسیر روشن از اقتصاد مقاومتی را ارائه می‌دهد که با توجه به بیانات مقام معظم رهبری و مطالبی که ایشان از سال ۸۸ درباره اقتصاد بیان نمودند، می‌باشد. در این تحقیق به دنبال اثبات آن می‌باشد که از دیدگاه مقام معظم رهبری اقتصاد مقاومتی شکل خاصی از نظام اقتصادی اسلام است که در وضعیت حمله همه‌جانبه اقتصادی دشمن که کیان نظام اسلامی را به خطر می‌اندازد، پدید می‌آید. در نظام اقتصادی اسلام در این وضعیت با تغییر در اولویت هدف‌ها و به تبع آن در اصول راهبردی و سیاست‌های کلان و حاکمیت روحیه جهاد بر رفتارهای اقتصادی دولت و مردم راهبردی کلان طراحی می‌شود که تهدید را تبدیل به فرصت کرده و باعث رشد جهشی می‌شود. در این مقاله تعریفی از اقتصاد مقاومتی، اقتصاد مقاومتی و اقتصاد اسلامی، تفسیر اقتصاد مقاومتی در چارچوب نظام اقتصادی اسلام آورده شده است (میرمعزی، ۱۳۹۱).

بلداجی و بلداجین در مقاله خود تحت عنوان «جهاد اقتصادی و اقتصاد مقاومتی از منظر قرآن و اهل بیت علیهم السلام»، به مصادیق حماسه اقتصادی از دیدگاه قرآن و اهل بیت علیه السلام، اقتصاد مقاومتی از منظر قرآن کریم پرداخته است (بلداجی و بلداجین، ۱۳۹۲).

داودی آزاد و صفارزاده در مقاله‌ای تحت عنوان «نقش بانوان در حماسه اقتصادی و اثرگذاری آن بر خانواده و جامعه اسلامی»، به بررسی نقش زنان در حمایت از تولید داخلی و اقتصاد مقاومتی از خانواده و جامعه، مدیریت خانواده در چارچوب قوانین اسلامی و دستورات دینی در نهادینه کردن فرهنگ استفاده از منابع خدادادی و ترویج فرهنگ مصرف صحیح و جلوگیری از هدر رفتن منابع، پرداخته‌اند و در انتها رعایت اصلاح الگوی مصرف و کاهش تجمل‌گرایی‌ها بر مبنای شکل‌دهی رفتار فرزندان و در نهایت جامعه بررسی شده است. یافته‌های تحقیق نشان‌دهنده این است که زنان مهمترین و موثرترین فرد در تشکیل رفتار و شخصیت فرزندان جامعه اسلامی می‌باشند (داودی آزاد و صفارزاده، ۱۳۹۳).

اصغری در مقاله خود تحت عنوان «تربیت دینی و تاثیر آن بر اقتصاد مقاومتی»، به مفهوم اقتصاد مقاومتی از نگاه مقام معظم رهبری، نقد و بررسی تاثیر تربیت دینی بر اقتصاد مقاومتی، قلمرو تربیت دینی در حوزه اقتصادی و فرهنگی، طراحی سبک زندگی دینی و تاثیر آن بر اقتصاد مقاومتی، مولفه‌ها و ارکان اقتصاد مقاومتی، اصول چهارگانه‌ی مصرف در قرآن، نظام آموزشی متناسب با اقتصاد مقاومتی پرداخته است (اصغری، ۱۳۹۲).

تاجور و تاجور در مقاله‌ای تحت عنوان «جایگاه زن ایرانی در مدیریت مصرف خانواده با تاکید بر اقتصاد مقاومتی» به تبیین مدیریت مصرف در خانواده اسلامی و اثبات این مطلب که اگر الگوی مصرف جامعه را به سوی اقتصاد مقاومتی هدایت کنیم، وجوه قابل سرمایه‌گذاری افزایش یافته، سرمایه لازم جهت تحقق رشد و توسعه فراهم می‌آید؛ در نتیجه، تثبیت الگوی مصرف اسلامی در جامعه، برای کشورهای در حال توسعه که به کمبود سرمایه دچارند، یگانه راه‌گریز از فقر است، پرداخته است. در این مقاله، مسئولیت اجتماعی زن از دیدگاه اسلام، زنان و توسعه، اسراف و تجمل‌گرایی، جایگاه زنان در جامعه و الگوی مصرف، مدیریت مصرف در خانواده، راهکارهای مدیریت مصرف بهینه، مورد بحث قرار گرفته است (تاجور و تاجور، ۱۳۹۱).

پورحاتمی در مقاله خود تحت عنوان «نقش زنان در تحقق اقتصاد مقاومتی» به نقش زنان در مدیریت اقتصاد خانواده، سهم زنان از اقتصاد جهانی، اشتغال زنان از دیدگاه اسلام و غرب، مفهوم اقتصاد مقاومتی،

زنان و تحقق آن، موانع مشارکت اقتصادی زنان پرداخته و در انتها راهکارهایی برای افزایش حضور زنان در مشارکت اقتصادی ارائه داده است (پورحاتمی، ۱۳۹۳).

صالحی و بهزاد در مقاله‌ای تحت عنوان «اقتصاد مقاومتی و خانواده» به نقش خانواده در تحقق اقتصاد مقاومتی پرداخته‌اند. در این مقاله، با تمرکز بر سبک زندگی و مولفه‌های مورد نیاز برای تحقق اقتصاد مقاومتی از جمله ساده زیسی، قناعت، صرفه جویی، اولویت‌های مخارج خانواده، پرهیز از اسراف و تجمل‌گرایی و الگوگیری از سیره اهل بیت علیه السلام، راهکارهایی را ارائه داده‌اند (صالحی و بهزاد، ۱۳۹۱).

در موضوع اقتصاد مقاومتی همان‌طور که در بالا به برخی مقالات و کتب اشاره شد، تحقیقاتی صورت گرفته است و از ابعاد مختلفی بررسی شده است. یکی از ابعاد مهم در موضوع اقتصاد مقاومتی که خیلی به آن پرداخته نشده و تحقیقات جدی صورت نگرفته است، نقش و اثرگذاری زنان در این موضوع می‌باشد. البته در زمینه زنان و اقتصاد مقاومتی مقالاتی نوشته شده است، اما بصورت جامع و کامل بررسی نشده است و هر کدام از مقالات به بخشی از نقش زنان در این موضوع پرداخته‌اند و حتی برخی از نقش‌های زنان اصلاً مورد بررسی قرار نگرفته است. در این راستا بر آن شدیم تا تحقیق جامعی در نقش و ابعاد تاثیرگذاری زنان در موضوع اقتصاد مقاومتی داشته باشیم تا بتوانیم از ظرفیت آن‌ها در تحقق اقتصاد مقاومتی استفاده نماییم. در این تحقیق کتب و مقالات متعددی مورد مطالعه قرار گرفته و دسته‌بندی جامعی از نقش زنان بدست آمده است و تبیین آن‌ها و ارائه راهکارهای عملیاتی و کاربردی از اهداف این تحقیق می‌باشد که در ادامه به آن‌ها پرداخته شده است.

این تحقیق در راستای تحقق سیاست‌های ابلاغی که از سوی مقام معظم رهبری در موضوع اقتصاد مقاومتی ارائه گردید می‌تواند بصورت جدی اثرگذار باشد و با نگاه جامعی که در این موضوع دارد می‌تواند با بکارگیری ظرفیت بالقوه‌ی زنان که حدود نیمی از جمعیت جامعه را تشکیل می‌دهند، نقش مفیدی ایفا نماید.

۱-۶-۱- اهداف تحقیق

موضوع اصلی این تحقیق، نقش زنان و اثرگذاری آنان در موضوع اقتصاد مقاومتی می‌باشد که برای تبیین بهتر آن، اهداف را به دو دسته اصلی و فرعی تقسیم کرده‌ایم که در ادامه آمده است.

۱-۶-۱-اهداف اصلی

- شناسایی نقش‌های زنان در ابعاد مختلف اقتصاد مقاومتی و چگونگی تأثیرگذاری آن‌ها
- تولید محتوای آموزشی و ترویجی جهت گفتمان‌سازی و استفاده از ظرفیت زنان در عرصه‌ی اقتصاد مقاومتی

۱-۶-۲-اهداف فرعی

- جمع‌آوری اطلاعات و مستندات علمی انجام‌شده پیرامون مسأله‌ی زنان و اقتصاد مقاومتی
- جمع‌نظرات خبرگان حوزه‌ی زنان و اقتصاد مقاومتی و استخراج چارچوب کلی در این حوزه
- بررسی چگونگی اثرگذاری زنان در ابعاد مختلف اقتصاد مقاومتی
- کشف استراتژی موجود در رابطه با تأثیر زنان در اقتصاد مقاومتی

۱-۷- سوالات تحقیق

- برای دست‌یابی به اهداف اصلی و فرعی این تحقیق لازم است به مجموعه سوالات زیر متناسب با اهداف پاسخ داده شود.
- در فصل‌های مختلف این گزارش، تلاش محققان بر این بوده است که پاسخ این سوالات تبیین و براساس آن‌ها نتایج و خروجی‌های نظری و کاربردی مورد نظر بدست آید.

۱-۷-۱-سوالات اصلی

- نقش‌های زنان در اقتصاد خانواده و جامعه کدام است؟
- چگونه می‌توان از ظرفیت جامعه‌ی زنان در راه پیاده‌سازی اقتصاد مقاومتی در کشور بهره برد؟

۱-۷-۲-سوالات فرعی

- زنان چگونه در تحقق سیاست‌های ابلاغی رهبری در حوزه‌های اقتصادی نقش‌آفرینی می‌کنند؟
- خبرگان و مسئولین جامعه از نقش زنان در اقتصاد مقاومتی چه تصویر ذهنی دارند؟
- اهم سرفصل‌های آموزشی و محتوای ترویجی برای جامعه‌ی زنان در موضوع اقتصاد مقاومتی چیست؟

۱-۸- چارچوب نظری

مهم‌ترین چارچوب نظری این تحقیق، سیاست‌های ابلاغی رهبری در موضوع اقتصاد مقاومتی و اصلاح الگوی مصرف می‌باشد. که البته ورود به این حوزه‌ها از زاویه جایگاه زنان و چگونگی نقش آفرینی ایشان در ابعاد مختلف این موضوع خواهد بود.

با مطالعه و تحلیل مجموعه بندهای سیاست‌های کلان فوق‌الذکر می‌توان موارد ذیل را به عنوان اصلی‌ترین محورها و ابعاد اقتصاد مقاومتی مرتبط با زن و خانواده ویژه سازی نمود که در واقع همان موضوعاتی هستند که زنان می‌توانند در آنها تاثیرگذار بوده و ایفای نقش نمایند. این محورها عبارتند از:

- تبیین ابعاد اقتصاد مقاومتی و گفتمان سازی آن بویژه در محیط‌های علمی، آموزشی و رسانه‌ای با محوریت ارائه به زنان و تبدیل آن به گفتمان فراگیر و رایج زنان جامعه.
- تحقق اثرگذاری زنان در مدیریت مصرف با تأکید بر اجرای سیاست‌های کلی اصلاح الگوی مصرف و ترویج مصرف کالاهای داخلی.
- تأمین شرایط و فعال‌سازی امکانات و منابع مالی و سرمایه‌های انسانی و علمی کشور در حد توان به منظور توسعه کارآفرینی زنان و به حداکثر رساندن مشارکت‌ایشان در فعالیت‌های اقتصادی متناسب با روحیات و نیازهای آنان با تسهیل و تشویق همکاری‌های جمعی و تأکید بر ارتقاء درآمد زنان سرپرست خانوار.
- محور قراردادن رشد بهره‌وری در اقتصاد با تقویت عوامل تولید، توانمندسازی زنان به عنوان نیروی کار، تقویت رقابت‌پذیری اقتصاد، ایجاد بستر رقابت بین مناطق و استانها و به کارگیری ظرفیت و قابلیت‌های متنوع زنان در جغرافیای مزیت‌های مناطق کشور.
- تبیین نقش زنان در تربیت فرزند و اثرگذاری آن در اقتصاد مقاومتی.

زمانی که صحبت از نقش می‌شود منظور مجموعه رفتارهایی است که فرد از خود بروز می‌دهد. زنان نیز رفتارهایی از خود بروز می‌دهند که بعضی در راستای اقتصاد مقاومتی است که باید شناخته شده و تأکید شود و بعضی خلاف جهت اقتصاد مقاومتی است که باید تغییر یابد. از طرفی در راستای تحقق اقتصاد مقاومتی باید رفتارهای مفیدی که تا کنون بروز نداشته‌اند نیز شناخته شود.

لذا توجه به نظریات رفتار مهم به نظر می‌رسد. نظریه رفتار خریدار هوارد و شیت (هوارد و شیت، ۱۹۶۹) یکی از اولین و بانفوذترین بازنمایی‌های تصویری اختصاری از «نحوه انتخاب مصرف‌کنندگان» است که بسیاری از بازاریابان آن را پذیرفته‌اند. در عین حال، ادبیات مربوط به پژوهش در خصوص مصرف‌کننده حوزه‌ای نیست که بتوان به سادگی از عهده پرداختن به آن برآمد.

در رشته‌های روان‌شناسی اجتماعی و شناختی رفتار را مانند نگرش‌ها، ارزش‌ها، عادات و هنجارهای شخصی جزو ویژگی‌های درونی فرد می‌دانند و در واقع رویکرد درون‌گرا دارند. در حالی که رشته‌هایی مانند تحلیل رفتار کاربردی، رفتار را به منزله تابعی از فرآیندها و ویژگی‌ها مطالعه می‌کنند که برای فرد بیرونی هستند یعنی مشوق‌های مالی و نظارتی، محدودیت‌های سازمانی و هنجارهای اجتماعی بر آن تاثیر می‌گذارد. این رویکرد را برون‌گرا می‌نامند. در برنامه‌ریزی در خصوص تغییر رفتار تمایز بین رویکردهای درون‌گرا و برون‌گرا اهمیت دارد زیرا هر رویکردی مفاهیم بسیار متفاوتی در خصوص تغییر فردی و اجتماعی ارائه می‌دهد.

برای توصیف رفتار مصرف‌کننده نظریه‌های اجتماعی - روان‌شناختی مختلفی ارائه شده است از

جمله:

- نظریه انتظار- ارزش
- نظریه فرهنگی
- نظریه نگرش- رفتار- زمینه
- نظریه قانع سازی
- نظریه انتخاب منطقی
- نظریه ادراک خویشتن
- و ...

بیان و توضیح تمامی این روش‌ها موضوع این تحقیق نیست، اما آنچه باید مد نظر قرار بگیرد این است که به رغم پیچیدگی این نظریات، تعداد راه‌های کاملاً مشخص برای تغییر رفتار نسبتاً محدود است. تاریخچه تحقیقات نشان می‌دهد انسان‌ها رفتارهای جدید را از راه‌های زیر فرا می‌گیرند:

۱. آزمایش و خطا

۲. قانع سازی

۳. اشکال مختلف سرمشق دهی (یادگیری اجتماعی)

آن چه در این تحقیق پیگیری می شود، تهیه محتوایی جهت آموزش و اقناع نسبت به مفاهیم اقتصاد مقاومتی برای زنان و ارائه روش ها و راهکارهایی برای عملیاتی نمودن و به کارگیری آن مفاهیم در عرصه عمل و رفتار، و به ویژه تعلیم و تربیت می باشد.

۱-۹- روش تحقیق

در این تحقیق، برای مشخص شدن ابعاد تاثیرگذاری زنان در اقتصاد مقاومتی، به تحلیل محتوای نظرات و اظهارات صاحب نظران، خبرگان و مسئولان در این زمینه پرداخته شده و با استفاده از تحلیل محتوای کیفی، ابعاد تاثیرگذاری زنان در اقتصاد مقاومتی مشخص شده است.

تحلیل محتوا یک تکنیک کیفی تحقیق است که به طور گسترده مورد استفاده قرار می گیرد. کاربردهای متداول تحلیل محتوا سه رویکرد متمایز را براساس درجه نقش استدلال استقرایی نشان می دهد: قراردادی، هدایتی، تلخیصی. همه این سه دیدگاه برای تفسیر معنا از محتوای داده های متن، مورد استفاده قرار می گیرند، بنابراین بر الگوی مبتنی بر اصول طبیعی توافق دارند. آنچه در این پژوهش استفاده شده است تحلیل محتوای قراردادی است. در تحلیل محتوای قراردادی، طبقه بندی های رمزگذاری به طور مستقیم از داده متن اقتباس خواهد شد. این رویکردی است که برای تکوین نظریه زمینه ای استفاده می شود.

SCC.ir

فصل دوم

چارچوب نظری پژوهش

۲-۱- مقدمه

مسئله اساسی و فعلی کشور تحقق اقتصاد مقاومتی است. یافتن راهبردهای مناسب برای محقق شدن این سیاست‌ها در سطح جامعه یک وظیفه است. اما پیاده‌سازی یک‌باره و بدون برنامه این سیاست‌ها نیز غیر ممکن است و باید برنامه مشخصی در این خصوص تدوین شود. رهبر معظم انقلاب بر این موضوع تاکید داشتند که «دولت با تشکیل ستاد عملیاتی فعال برای اجرای اقتصاد مقاومتی و با مشخص کردن وظایف هر یک از دستگاه‌ها و پیگیری و زمان‌بندی فعالیت‌ها یک تحرک عظیم ایجاد کند» (بیانات رهبری در دیدار با رئیس و اعضای مجلس خبرگان، ۱۳۹۱)، بر همین اساس می‌توان برای تحقق آن در ابتدا به تفکیک مخاطبین پردازیم و برای هر دسته از مخاطبین برنامه اجرایی را استخراج نماییم و برای اجرایی شدن آن، دستگاه‌های مربوطه را به کار گرفت. این پژوهش نیز به واسطه تجربه مجریان خود در حوزه زنان، جامعه زنان ایرانی را به عنوان جامعه هدف خود انتخاب نموده است.

زنان نیمی از جمعیت کشور را به خود اختصاص می‌دهند و در نتیجه می‌توانند در موفقیت سیاست‌های اقتصاد مقاومتی نقش بسزایی داشته باشند مضاف بر آن که در نقش‌های همسری و مادری نیز می‌توانند موجب تحرک کل جامعه به سمت نتایج مثبت اقتصاد مقاومتی باشند. امام خمینی رسالت انقلاب اسلامی را درباره زنان اینگونه بیان می‌کنند: «ما می‌خواهیم زن به مقام والای انسانیت برسد. زن باید در سرنوشت خودش دخالت داشته باشد. اسلام زن را مثل مرد، در همه شئون همان‌طوری که مرد در همه شئون دخالت دارد دخالت می‌دهد» (امام خمینی، ۱۳۸۱).

مقام معظم رهبری نیز در این خصوص می‌فرماید: «اگر زنان در حرکت اجتماعی یک ملتی حضور نداشته باشند، آن حرکت به جایی نخواهد رسید، موفق نخواهد شد. اگر زنان در یک حرکت حضور پیدا نکنند، یک حضور جدی و آگاهانه و از روی بصیرت، آن حرکت به طور مضاعف پیشرفت خواهد کرد» (بیانات رهبری در دیدار با شرکت‌کنندگان در اجلاس جهانی زنان و بیداری اسلامی، ۱۳۹۱).

با توجه به اهمیت اقتصاد مقاومتی و نقش محوری زنان در تحقق آن، در این پژوهش به نقش‌ها و ابعاد اثرگذاری آنان می‌پردازیم. زنان در نقش مادری، همسری و ایفای نقش در اجتماع و اقتصاد می‌تواند زمینه‌های اثرگذاری آنان در تحقق اقتصاد مقاومتی باشد.

۲-۲- اقتصاد مقاومتی؛ از تاریخ اسلام تا تاریخ معاصر

۲-۲-۱- تحریم در صدر اسلام

در تاریخ اسلام موارد چندی را می‌توان یافت که مسلمانان به علت اعتقاد به خدای یگانه و نبوت رسول خدا(ص) و دفاع از ارزش‌های اسلامی، هدف تحریم‌های اقتصادی کافران که دستی بالاتر داشته‌اند، قرار گرفته‌اند، اما با مقاومت و توکل به خدای تعالی توانسته‌اند بر مشکل غلبه کنند. در ادامه نمونه‌هایی از آن را بیان می‌کنیم.

۲-۲-۱-۱- محاصره شدن پیامبر در شعب ابی طالب

مشرکان مکه به ویژه قریشیان که بیشترین نفوذ و موقعیت اجتماعی و اقتصادی این شهر مهم زیارتی و عبادی را بر عهده داشتند، دشمنی‌های فراوانی با ظهور اسلام و شخص پیامبر اکرم(ص) نموده و زندگی مسلمانان را بسیار سخت و توان فرسا کردند. بدین جهت، پیامبر خدا(ص) ناچار شد گروهی از مسلمانان را به کشور حبشه، در آن سوی دریای سرخ (بحر احمر) اعزام کند، تا در پناه نجاشی، سلطان بی‌آزار و رعیت پرور آن قرار گیرند و از آزار و اذیت‌های قریشیان در امان مانند.

هر چه بر تعداد مسلمانان افزوده و زمینه هدایت آنان فراهم می‌گردید، بغض و کینه مشرکان افزوده می‌شد. به خصوص آن گاه که حضرت حمزه بن عبدالمطلب و حضرت ابوطالب بن عبدالمطلب، دو تن از عموهای معروف پیامبر(ص) که دارای شهرت، اعتبار و قدرت بودند، به آن حضرت ایمان آورده و پشتیبانی وی را به طور رسمی و علنی بر عهده گرفتند، دهشت بزرگی مشرکان قریش را فرا گرفت و آنان را برای حفظ قدرت و شوکت شیطانی خویش به عکس‌العمل‌های ناجوانمردانه واداشت.

سران قریش در نشستی، در «دارالندوه» [مجلس اعیان قریش] موقعیت قوم و قبیله خویش و گسترش روز افزون اسلام را مورد بحث و بررسی قرار داده و سرانجام تصمیم به محاصره اقتصادی و اجتماعی پیامبر(ص) و پشتیبانان و پیروانش گرفتند. هنگامی که قریش اطلاع یافتند توانائی بر کشتن پیغمبر ندارند، و ابوطالب او را تسلیم آن‌ها نخواهد کرد، عهدنامه‌ای نوشتند و مهر کردند مبنی بر اینکه بنی هاشم را در دره خارج مکه محاصره اقتصادی کنند. سپس همگی مضمون عهدنامه را اتعهد نمودند و هشتاد نفر ذیل آن را مهر کردن و آن را در داخل خانه خدا [کعبه معظمه] آویختند و سوگند یاد کردند که تا از پای در آوردن پیامبر(ص) و یارانش، به آن پای بند باشند. مضمون پیمان نامه ظالمانه قریش به شرح ذیل بود:

۱. هر گونه معاشرت با مسلمانان و ارتباط با پیامبر(ص) ممنوع است.
۲. خرید و فروش کالا و مواد غذایی و هر گونه معاملات اقتصادی با آنان ممنوع است.
۳. در تمام رویدادها، باید از مخالفان اسلام و دشمنان رسول خدا(ص) پشتیبانی گردد.

شخصی که عهدنامه را نوشت «منصور بن عکرمه بن عامر بن عبدمناف بن عبدالدار» بود، ولی این شخص پس از چندی دستش فلج شد و از کار افتاد.

قریش متعصب با انعقاد این پیمان نامه، مسلمانان و حامیان آنان را کاملاً منزوی کرده و آنان را در تحت فشار اقتصادی و اجتماعی قرار دادند و خطری جدی برای رسول خدا(ص) به وجود آوردند. حضرت ابوطالب(ع)، عموی پیامبر خدا(ص) که سیادت و بزرگی طایفه بنی هاشم و اولاد و احفاد عبدالمطلب(ع) را بر عهده داشت، از پیمان نامه ننگین قریش ناراحت و شگفت زده شد و ماندن در مکه را به مصلحت پیامبر(ص) و مسلمانان و حامیانشان ندانست و به ناچار دستور داد که تمامی فرزندان عبدالمطلب و نوادگان وی و افراد طایفه بنی هاشم برای حفظ جان رسول خدا(ص) و در امان ماندن از کید و کین قریش، از مکه خارج شده و در شعبی [دره را در زبان عربی «شعب» می گویند، و بعدها این دره معروف به «شعب بنی هاشم» یا «شعب ابی طالب» شد] که در میان بلندی های اطراف مکه قرار داشت، نقل مکان کنند.

تمامی بنی هاشم و فرزندان عبدالمطلب، چه آنانی که مسلمان شده و چه آنانی که هنوز توفیق اسلام و ایمان نیافته بودند، فرمان ابوطالب(ع) را گردن نهاده و از مکه به شعب، نقل مکان کرده و با برپایی چادر و خیمه های عربی، زندگی جدیدی را آغاز کردند. در میان آنان، تنها ابولهب (یکی از عموهای پیامبر ص) با آنان مخالفت ورزید و با قریش همراه و هم داستان شد و در مکه باقی ماند و راه خود را از سایر بنی هاشم جدا کرد. وی تا آخر عمر، بر کفر و شرک خود باقی ماند و سوره ای از قرآن مجید در نکوهش او و همسرش نازل گردید (قرآن کریم. سوره مسد) و سرانجام با خواری و پستی تمام در مکه به هلاکت رسید. بدین گونه پیغمبر و بنی هاشم سه سال در آن دره به سر بردند تا آنجا که آن چه پیغمبر و ابوطالب و خدیجه داشتند به اتمام رسید، و سخت در مضیعه زندگی قرار گرفتند. در مدت محاصره فقط در ماه رجب و ماه ذی الحجّه از شعب بیرون می آمدند، و نظر به احترام آن دو ماه که خرید و فروش آزاد بود، آذوقه لازم را خریداری کرده و به شعب بازمی گشتند. غیر از آن دو ماه باز خرید و فروش آزاد بود، آذوقه لازم را خریداری کرده و به شعب باز می گشتند. غیر از آن دو ماه باز خریدی و فروش قریش با محاصره شدگان

مخنوع بود، تا جائی که سرانجام موجودی آنها تمام و دچار کمبود مواد غذایی شدند. در این مدت، پیامبر(ص) و همسرش خدیجه کبری(س) راه خویش ادامه داده و در برابر ناجوانمردی های قریش، مقاومت نمودند.

لازم به ذکر است که در آن ایام محنت زا و روزهای طاقت فرسا و تحت مراقبت شدید قریش، ابوالعاص بن ربیع شوهر زینب دختر پیغمبر یا خواهر زاده خدیجه با اینکه هنوز اسلام نیاورده بود بعضی از شبها مواد خوراکی بار شتر می کرد و به نزدیک دره می آورد و شتر را رها می نمود تا به دست محاصره شدگان بیفتد.

سرانجام جبرئیل امین به پیامبر(ص) وحی نمود که موریانه ای، پیمان نامه قریش را جویده و آن را از بین برده است. پیامبر(ص) این خبر آسمانی و مسرت بخش را به اطلاع عمویش ابوطالب(ع) رسانید و ابوطالب(ع) با خوش حالی از شعب خارج شد و به سوی سران قریش رفت و خبر غیبی برادرزاده اش را به اطلاع آنان رسانید و آنان را بهت زده کرد. سران قریش گفتند: اگر برادرزاده ات راست گفته باشد، ما از آن عهدنامه چشم پوشی کرده و به دشمنی با او پایان می دهیم. آنان، در کعبه را گشوده و پیمان نامه را باز کردند، ولی همان طوری که رسول خدا(ص) خبر داده بود، جز کلمه «بسمک اللهم» چیزی از آن باقی نماند و همه صحیفه را موریانه خورده بود. این امر، موجب اختلاف و دو دستگی سران قریش شد.

عده ای بر ادامه دشمنی اصرار ورزیده و عده ای اظهار پشیمانی نمودند، ولی به هر حال، آن پیمان نامه را ملغی کردند و طایفه خوش نام بنی هاشم و مسلمانان صبور، پس از سه سال تحمل رنج و سختی، به رهبری پیامبر(ص) از شعب بیرون آمده و راهی خانه و منازل خود شدند (سبحانی، ۱۳۹۳).

۲-۱-۲-۲- محاصره اقتصادی در مدینه

زمین های زراعی مدینه، از بهترین زمین های حجاز به شمار می رفت و با توجه به طبیعت منطقه، شغل اصلی مردم، کشاورزی بود. با وجود اشتغال بیشتر ساکنان مدینه در بخش کشاورزی، محصولات بدست آمده کفاف ساکنان شهر را نمی داد. در سال های نخستین هجری، وابستگی مدینه به واردات کالاهایی ضروری و مواد غذایی، با هجرت مسلمانان به مدینه بیشتر شد. در سال های اولیه هجری، دو عامل در کمیاب شدن کالاهای اساسی و بالارفتن قیمت ها و سخت شدن زندگی مسلمانان تأثیر بیشتری داشت: نخست جنگ بود که باعث ناامنی راه ها، قطع واردات و مشغول شدن قسمتی از نیروی فعال در بخش کشاورزی و دامپروری

به جنگ و در نتیجه کاهش تولیدات می شد. جنگ های اسلامی از سال دوم هجری، دوازده ماه پس از ورود رسول خدا به مدینه آغاز شد. و تا پایان عمر پیامبر (ص) در سال ۱۱ هجری ادامه یافت. در طول ۱۰ سال حضور پیامبر (ص) در مدینه به طور متوسط سالیانه ۲,۷ جنگ بزرگ و ۶,۶ جنگ کوچک روی داده که برای جمعیت کم شمار مسامانان بسیار مشکل زا بوده است.

عامل دوم مهاجرت بود. در سال هایی که رسول خدا (ص) در مدینه حضور داشت، مهاجرت به هدف دیدار با حضرت علی علیه السلام و ایمان آوردن، بلکه در آغاز به عنوان یک تکلیف شرعی، نو مسلمانان را به مدینه می کشاند و بسیاری از آنان که این شهر می آمدند همان جا می ماندند. به طوری که تعداد اصحاب صفه را که از مهاجرین فقیر بودند و جایی جزء مسجد مدینه نداشتند، تا ۴۰۰ تن نوشته اند. همچنین به علت محاصره دشمن و نا امنی اطراف برای مسلمانان، میل آمدن به مدینه در آنان بیشتر می شد تا این که این شهر به صورت یک توده متراکم جمعیتی در آمد و این باعث بالا رفتن تقاضا برای کالاها می شد.

در اثر این عوامل، وضعیت به صورتی بود که دشمن می توانست با محاصره اقتصادی مدینه، پیروان آیین جدید را تحت فشار قرار دهد که این شرایط تا قبل از فتح خیبر کم و بیش ادامه داشت و اوج آن، هنگام محاصره مدینه در جنگ خندق (غزوه احزاب) اتفاق افتاد.

۲-۱-۳- ماجرای جنگ خندق

جنگ خندق [که آن را جنگ احزاب نیز نامیده اند] در ماه شوال، سال پنجم هجری، پنجاه و پنج ماه پس از هجرت رسول خدا صلی الله علیه و آله رخ داد. مشرکان مکه افزون بر این که همه دشمنان اسلام را با خود همراه ساخته بودند، از یهودیان مدینه و خیبر هم قول همکاری گرفته بودند.

یهودیان با این که پیشتر با پیامبر (ص) پیمان همکاری و دفاع مشترک بسته بودند، در اینجا به خیال این که همه احزاب دست به دست هم داده اند تا اسلام و مسلمانان را نابود کنند رو به خیانت آورده و پیمان شکنی کرده بودند. آنها حتی حاصل یک سال خرمای خیبر را نیز به مشرکان واگذار کرده بودند و با همکاری گسترده ای که با کافران و دشمنان قسم خورده اسلام داشتند، نشان داده بودند که بدترین و سخت ترین دشمن مسلمانان می باشند، هم چنان که قرآن مجید می گوید: «لَتَجِدَنَّ أَشَدَّ النَّاسِ عَدَاوَةً لِلَّذِينَ آمَنُوا الْيَهُودَ وَالَّذِينَ أَشْرَكُوا» (سوره مائده، آیه ۸۲)، بی گمان یهودیان و مشرکان را در دشمنی با مؤمنان، سخت ترین مردم خواهی یافت.

منافقان مدینه نیز همسو با یهودیان و مشرکان در نقش ستون پنجم دشمن فعال شده بودند و در میان مسلمانان مدام تخم تردید و دودلی می‌پاشیدند. از قبایل و احزاب مختلف ده هزار و به قولی بیست و چهار هزار نفر فراهم آمده بودند که دست کم پنج هزار و پانصد مرد جنگی؛ سه هزار شتر و ششصد اسب را همراه داشتند. سه لشکر بزرگی را تشکیل داده بودند که نقش شش طائفه بزرگ چشم گیرتر از همه بود و هر کدام برای خود فرماندهی داشت و فرماندهی کل با ابوسفیان پدر معاویه بود.

هدف از این همه لشکرکشی نخست قتل رسول الله صلی الله علیه و آله و سپس قتل عام بنی هاشم و اشغال شهر مدینه بود. دشمنان اسلام هرچه در توان داشتند گرد آورده بودند تا کار اسلام و مسلمانان را به خیالشان برای همیشه یکسره کنند. مسلمانان نیز به پیروی از پیامبر اسلام برای دفاع از دین و جان و مال خود تمام تلاش خود را به کار برده بودند. در حالی که فقط سی و شش اسب داشتند و شمار رزمندگان از سه هزار مرد جنگی بیشتر نمی‌شد، خود را برای جنگی نابرابر آماده کرده بودند. با این که خانه‌های مسلمانان به هم پیوسته بود باز پس از بررسی معلوم شد که راه نفوذی برای سپاه سنگین کفر وجود دارد. مسلمانان به دور رسول الله صلی الله علیه و آله گرد آمدند تا چاره‌ای بیاندیشند. پس از مشورت‌های ممتد، بالاخره پیامبر پیشنهاد سلمان فارسی را پسندید که می‌گفت ما در ایران در چنین مواقعی راه نفوذ دشمن را با کندن خندق می‌بندیم.

پیش از آن که سپاه کفر به مدینه نزدیک شود کار کندن خندق تمام شد. هنگامی که لشکر کافران خندق را دیدند شگفت زده شدند که در عرب چنین کاری هرگز دیده نشده بود. مهاجمان با وجود خندق به بن بست رسیده بودند تا آنجا که مجبور شدند نزدیک یک ماه پشت خندق بمانند و نتوانند کاری از پیش ببرند.

مسلمانان روزها و شب‌های سختی را سپری می‌کردند. مدینه در محاصره دشمن بود و سایه ده هزار سپاهی به سر مدینه سنگینی می‌کرد. ترس این که هر لحظه ممکن است دشمن با گذشتن از خندق به شهر یورش برد، فکرها را آشفته می‌کرد. پیمان شکنی بنی قریظه (طائفه بزرگی از یهودیان مدینه) و کارشکنی منافقان به این آشفتگی می‌افزود. تا این که پس از یک ماه اضطراب و انتظار، بالاخره روز رزم فرا رسید. سپاه کفر دست به عملیات متهورانه‌ای زد که از میان آنان پنج پهلوان اسب سوار از خندق گذشتند. نخست در دهانه خندق با دفاع گروهی از مسلمانان به فرماندهی علی علیه السلام رو به رو شدند و اندک زد و خوردی هم رخ داد که عمرو بن عبدود خواستار جنگ تن به تن شد.

شجاعت عمرو بن عبدود مشهور بود. به او «فارس لیل» هم می گفتند. با بزرگنمایی منافقان قصه ها از شجاعت وی میان مسلمانان شایع شده بود. می گفتند که با هزار سوار جنگی برابر است و هیچ کس را یاری مقابله با او نیست. پیشتر در جنگ بدر از مسلمان زخم خورده بود و در جنگ اُحُد نتوانسته بود شرکت کند اینک به جبران گذشته ها در حالی که تا دندان مسلح بود، در برابر سپاه اسلام؛ سوار بر اسب قد برافراشته بود و صدای هَلْ مِنْ مُبَارِزِش گوش فلک را کر می کرد. او مرتب نعره می کشید؛ اسب خود را به جولان درمی آورد و گرد و خاک به پا می کرد و نفس کش می خواست.

شرایط بسیار سخت و حساسی بود. نفس ها در سینه ها حبس شده بود. صفوف مسلمانان در جای خود میخکوب شده بودند. تو گویی به سرشان پرنده ای نشسته بود و آن ها تکان نمی خوردند که مبادا پرنده پرواز کند! عمرو بن عبدود همچنان فریاد می کشید و مبارز می خواست. گاهی می گفت: آن قدر فریاد کشیدم و مبارز خواستم که صدایم گرفت. آیا میان شما مردی نیست؟! و گاهی دیگر عقاید مسلمانان را به سخره می گرفت و می گفت: شما که معتقدید کشتگان شما به بهشت می روند و کشتگان ما به دوزخ می افتند، آیا کسی از شما دوست ندارد به بهشت برود و یا مرا به جهنم بفرستد؟ پس چرا به نبرد من کسی نمی آید؟! پیامبر اسلام با صدای بلند گفت: آیا کسی نیست که به جنگ او برود؟ هیچ کس از جایش تکان نخورد. چندین بار این سخن را تکرار کرد، اما کسی پاسخ نداد تا این که علی علیه السلام برخاست و گفت: یا رسول الله! من به جنگ او می روم. پیامبر صلی الله علیه و آله به او گفت که بشیند و انتظار داشت که کسی غیر از علی علیه السلام این کار را بکند. چند بار این کار تکرار شد که هر بار فقط علی علیه السلام بود که اعلام آمادگی می کرد.

از آن طرف نعره های مبارز طلبانه عمرو بن عبدود هر لحظه شدیدتر می شد تا این که به استهزاء و دشنام گویی تبدیل شد. رسول خدا صلی الله علیه و آله سخنش را برای بار سوم تکرار کرد، این بار هم تنها علی علیه السلام از جا برخاست و گفت: یا رسول الله! به من اذن ده تا با او بجنگم! پیامبر، علی علیه السلام را پیش خود خواند. عمامه خود را به سر او بست و شمشیرش ذوالفقار را بر دوش او آویخت و گفت: برو به امان خدا! تا علی علیه السلام به سوی عمرو رفت، پیامبر دست به دعا برداشت و عرض کرد: خدایا او را یاری کن تا به عمرو بن عبدود چیره شود!

هنگامی که علی علیه السلام در برابر عمرو ایستاد، پیامبر اسلام گفت: «بَرَزَ الْإِسْلَامُ كُلَّهُ إِلَى الشَّرْكَ كَلِّهِ»، اینک همه اسلام در برابر همه کفر ایستاده است. و به درستی که همین طور بود، چرا که هر دو سپاه

از دو طرف صف کشیده بودند و منتظر بودند تا ببینند که کدام یک از دو پهلوان حریفش را از پا در خواهد آورد. پس از یک ماه رویارویی خسته کننده، این نخستین جنگ جدی و تن به تن بود که می‌رفت تکلیف هر دو طرف را روشن کند. طبیعی بود که با پیروزی هر کدام از آن دو، هم‌زمانش جانی دوباره می‌یافتند؛ جرأت و جسارت شان صد چندان می‌شد؛ و با شکست و کشته شدن هر کدام از آن دو، هم‌زمانش خود را می‌باختند؛ خواسته و ناخواسته خود را خوار و شکست خورده می‌یافتند.

علی علیه السلام با عزمی راسخ و صدایی قاطع رجزی خواند که در ضمن آن از ایمان و اطمینان خود سخن می‌گفت و عمرو را به مرگ تهدید می‌کرد. از آن طرف پهلوان عرب که اینک قهرمان میدان هم بود با غرور و تکبری بیش از حد، بالای اسبش گردن افراخته بود و در مقابل خود جوان بیست و چند ساله‌ای می‌دید که با پای پیاده به رزمش شتافته بود. با تحقیر و تمسخر پرسید: ای جوان تو کیستی؟! مگر از زندگی خود سیر شده‌ای که به جنگ من آمده‌ای؟! جوانی چون تو را هنوز زود است که کشته شود. برگرد تا مردی به رزم من بیاید که در شأن من باشد! و پاسخ شنید که: من علی پسر ابوطالبم؛ آمده‌ام که زنان نوحه گر را سر جنازه ات بنشانم و چنان ضربتی به تو زخم که آوازه اش در روزگاران باقی بماند، اما پیش از آن سخنی با تو دارم. شنیده‌ام که تو گفته‌ای: سوگند می‌خورم که هر کس از من سه خواسته داشته باشد، یکی را در هر حال می‌پذیرم. عمرو گفت: چنین است. علی علیه السلام گفت: نخستین خواسته من از تو این است که دست از شرک و کفر برداری و به یگانگی خدا و نبوت محمد صلی الله علیه و آله شهادت دهی. عمرو گفت: ای پسر برادر! از این پیشنهاد در گذر! علی علیه السلام گفت: اگر آن را می‌پذیرفتی برای خودت بهتر بود. سپس گفت: خواسته دوم من این است: حالا که اسلام را نمی‌پذیری دست کم با آن نستیزی؛ جان خود را برداری و از این معرکه بیرون بری! عمرو گفت: هرگز این کار را نخواهم کرد تا زنان عرب بگویند از جنگ ترسید و فرار کرد. علی علیه السلام گفت: آخرین خواسته من این است که از اسب خود فرود آیی تا به صورت برابر و هر دو پیاده با هم بجنگیم!

علی علیه السلام که با این پیشنهاد آخر، دست به اعصاب او برده؛ و رگ غیرت او را زده بود، چنان وی را به خشم آورد که هر چهار دست و پای اسبش را زد و با خشمی که هرگز نمی‌توانست مهارش کند مانند دیوانه‌ها دست به شمشیر برد و آن را به سر علی علیه السلام فرود آورد که حضرتش با تسلط کامل پیشتر سپرش را بالای سرش گرفته بود و شمشیر عمرو تنها توانست زخم کوچکی به سر حضرت رسانده باشد.

چنان گرد و خاکی به پا شده بود که دیگر چیزی دیده نمی شد. هر دو صف منتظر بودند تا ببینند عاقبت این جنگ تن به تن به کجا ختم می شود. تا این که صدای رسای علی علیه السلام به تکبیر بلند شد و همه دانستند که علی علیه السلام عمرو را کشته است. در این هنگام بود که رسول خدا صلی الله علیه و آله و همه مسلمانان با هم چنان یکصدا تکبیر گفتند که از صدای آنها، مشرکان در آن سوی خندق به خود لرزیدند. و آن چهار پهلوانی که همراه عمرو از خندق گذشته و به این سوی آمده بودند تا کشته شدن عمرو را دیدند به سوی خندق دویدند و گریختند که در این میان یکی از آنها که نوفل بن عبدالله نامیده می شد، با اسبش به خندق افتاد و مسلمانان دیدند که اسبش نمی تواند از خندق بیرون جهد، او را سنگباران کردند. نوفل بن عبدالله که خود را در وضع دشواری می دید از مسلمانان التماس کرد که اگر می خواهید مرا بکشید به صورتی بهتر از این بکشید، یکی از شما فرود آید تا با وی بجنگم! علی علیه السلام پایین رفت و با یک ضربت او را نیز کشت و سه جنگجوی دیگر به آن سوی خندق گریختند.

پیامبر صلی الله علیه و آله گفت: آنها دیگر جرأت جنگ با ما را نخواهند داشت. پس از این پیروزی بسیار درخشان، برتری مسلمانان بر دوست و دشمن و بی طرف آشکار شد و همگان کم و بیش دانستند که اسلام در دل انسان های آگاه و مؤمن چنان رسوخ کرده است که افول ناپذیر است و دیگران چاره ای جز این ندارند که اسلام و مسلمانان را باید به رسمیت بشناسند و به هر صورتی که شده با آن کنار بیایند و فکر نابودی اسلام را از سر خود بیرون کنند.

پیامبر اسلام از شجاعت و رشادتی که علی در جنگ خندق از خود نشان داد و برای نشان دادن اهمیت کاری که او در این جهاد بزرگ انجام داد، پیوسته می گفت: «لَضْرِبُهُ عَلِيٌّ فِي يَوْمِ الْخَنْدَقِ أَفْضَلُ مِنْ عِبَادَةِ الثَّقَلَيْنِ»، همانا که یک ضرب علی در جنگ خندق از عبادت جن و انس برتر بود.

و عبدالله بن مسعود آیه بیست و پنجم از سوره احزاب را چنین قرائت می کرد: «وَ كَفَى اللَّهُ الْمُؤْمِنِينَ الْقِتَالَ [بِعلی] وَ كَانَ اللَّهُ قَوِيًّا عَزِيًّا»، خداوند مؤمنان را در جنگ [با علی] کفایت کرد که خدا بسیار نیرومند و شکست ناپذیر است. (صحیحی سردرودی، محمد ۱۳۸۹).

۲-۲-۲- دخالت های اقتصادی و نظامی استعمارگران در عصر معاصر

کشور پهناور و دیرپای ایران اسلامی با مردمانی خردمند و دل باخته ای اهل بیت علیهم السلام دارای تمدنی کهن و درخشان، ذخایر معدنی و ثروت های فرهنگی غنی و گسترده و موقعیت استراتژیک و جغرافیایی

بسیار حساس و مهم در خاورمیانه و جهان اسلام است که این سبب شده مورد توجه و طمع استعمارگران به ویژه انگلیس قرار گیرد. در این بخش، نگاهی اجمالی به سیاست و عملکرد استعمارگرانه ی انگلیس، در قبال ایران قبل و بعد از انقلاب خواهیم داشت.

آغاز روابط ایران با انگلیس حدودا به دوره ی تیموریان برمی گردد. در عهد صفویان نیز روابط تجاری برقرار بود و بازرگانان انگلیسی در ایران حضور داشتند. انگلیسی ها برای حفظ مستعمرات خود و وسعت قلمرو آن تحرکات خود را در منطقه افزایش می دادند. از این رو پس از رقابت شدید آن ها با فرانسه بر سر مسئله ی هندوستان و طرح های ناپلئون برای سهم شدن در این کشور از طریق همسایگان آن، از جمله ایران، دولت استعماری انگلیس را بر آن داشت که در ایران نفوذ بیشتری داشته باشد و این خود موجب ضعف حاکمان ایران و دخالت های استعماری آنان شد.

در دوره ی افشاریه نیز جنوب ایران مرکز فعالیت تجاری آن ها بود. کریم خان زند برای رونق تجارت، آزادی تجاری بیشتری به انگلیس داد، به طوری که در بوشهر هیچ رقیبی نداشتند و مرکز تجاری آن ها به مرکز سیاسی تبدیل شد تا شیخ نشین های خلیج را نیز تحت نظر بگیرند. اگرچه نتوانستند موافقت کریم خان زند را جهت تأسیس پایگاه در مناطق مرکزی جلب کنند ولی بعدها نفوذ آنان به مناطق دیگر نیز سرایت کرد.

در دوره ی قاجار که ایران از جانب روسیه مورد تهاجم واقع می شد فرانسه از فرصت استفاده کرد تا ایران را در مقابل رقیب خود انگلیس قرار دهد. لذا در عهدنامه ی فین کین اشتاین ایران در قبال فرانسه متعهد شد که انگلیسی ها را از این کشور بیرون کند و به آن ها اعلان جنگ بدهد، اما انگلیسی ها با تدابیر دوستانه سعی در حفاظت مستعمره ی ارزشمند خود (هندوستان) نمودند و سر جان ملکم را به عنوان سفیر به ایران اعزام کردند (۱۲۱۵). او توانست امتیازات استعماری زیادی برای دولت متبوع خود کسب کند.

با این که در سال ۱۲۲۱ روابط ایران با انگلیس قطع شد ولی انگلیسی ها پایگاه خود را در بصره و اطراف خلیج فارس حفظ نمودند. فرانسویان هر چند رابطه ی گرمی با دولت داشتند ولی به علت عدم وفاداری در بین مردم منفور بودند، و این برای انگلیسی ها موقعیت مناسبی بود، تا در خلیج فارس ایران را با قوای نظامی تهدید کنند. یکی از ترفندهای همیشگی انگلیسی ها برای گرفتن امتیاز، جوسازی و ارباب بود، لذا در این موقعیت سرهارفورد جونز به ایران آمد و دولت ایران با توجه به بحران های موجود و تهدید روس ها، مجبور به قبول سفیر انگلیس و رد سفیر فرانسه شد.

آن‌ها با انتقال برخی نیروهای خود به جنوب ایران و نفوذ در خلیج فارس و ایجاد رابطه با شیوخ محلی و امام مسقط، اهداف خود را دنبال می‌کردند. چنان‌که با اهداف سیاسی برای مدت ۲ سال فرمان حکومت بندر عباس و جزایر قشم و هرمز و نواحی شمیل و میناب و بندر خمیر را از ناصرالدین شاه برای امام مسقط گرفتند (۱۲۷۲ ق) و پس از وفات امام مسقط فرزندش را تحریک نمودند تا این جزایر را از حکومت ایران جدا کند ولی موفق نشدند.

پس از معاهده ی پاریس، نفوذ انگلیسی‌ها در ایران بیش تر شد به طوری که آن‌ها توانستند فروش دخانیات را به خود اختصاص دهند که با هشیاری علمای شیعه و فتوای تاریخی میرزای شیرازی (رحمه الله) با آن مقابله شد. آنها همواره سعی در تجزیه ی ایران داشتند، چنان‌که در جنوب با حمایت از شیوخ منطقه و در کرمان و نواحی سیستان و بلوچستان با حمایت آقاخان کرمانی رهبر فرقه ی اسماعیلیه، قصد جداسازی این مناطق را از خاک کشور داشتند.

قوای انگلیسی به بهانه ی سرکوب طوایف سیخ ساکن کنار رود سند، در بلوچستان حضور یافته، از رؤسای قبایل استقلال طلب و غافل بلوچ بر ضد دولت حمایت می‌کردند و مرزهای جنوب شرقی را ناامن می‌نمودند. سرانجام در سال ۱۲۶۰ / ۱۸۶۳ م به بهانه ی تأسیس تلگراف در جنوب ایران برای مرزهای ایران و افغانستان سرحدی طبق میل خود مشخص کردند و قسمتی از خاک ایران را در مشرق از کشور جدا کردند.

انگلیسی‌ها از علاقه ی ناصرالدین شاه به تجدید فراش و سفر به فرنگ نهایت سود را برای گسترش آمال استعماری خود بردند و توانستند امتیازات زیادی در جهت غارت ذخایر و منابع ملی و فرهنگی ایران کسب کنند؛ مثل تأسیس بانک شاهنشاهی، تأسیس تلگراف، تأسیس خط آهن، استخراج معادن و فلزات و سنگ‌های گران قیمت و آثار باستانی، کشتی رانی در کارون و استخراج انواع فرآورده‌های دریایی که با سرمایه‌ی ملی ایران اجرا می‌شد و سود آن عاید شرکت‌های هند و اروپا (انگلیس) می‌گردید.

پس از شانزده سال منازعه، مدت قرارداد فوق ۶۰ ساله شد که طبق آن، معادن نفت و دیگر فلزات در تمام نقاط ایران به انگلیسی‌ها واگذار می‌شد. بر اساس این قرار داد، به بهانه ی کشف نفت حفاری در مناطق مختلف ایران آغاز شد و سرانجام چاه‌های نفت در مناطق جنوب کشف و توسط شرکت انگلیسی استخراج می‌شد و مبالغ کمی از درآمد آن بین قبایل منطقه تقسیم و بقیه به جیب شرکت‌های وابسته به دولت انگلیس می‌رفت. آنها با نفوذ تجاری در بین قبایل منطقه ی جنوب، قصد تجزیه و جدا کردن این منطقه ی حاصل

خیز و سرشار از نفت را داشتند و در این راه جنگ‌های زیادی در این مناطق به راه انداختند و جنایات بی‌شماری را مرتکب شدند که از جمله ی آنها جنگ محمره و تصرف خوزستان و بوشهر و خارک بود. آنها با غارت ذخایر و منابع کشور و استثمار صنعتگران و تحصیل کردگان ایرانی و مدیریت بر آنان صنعت خودشان را به ایرانیان نمایاندند و این باعث شد که ایران سال‌ها بتواند به استقلال عملی دست یابد. استبداد حاکم بر ایران نیز در فراهم شدن چنین زمینه‌ای نقش اساسی داشت.

بدین ترتیب که کلید اقتصاد ایران به دست آنها افتاد، به تدریج افسار سیاست نیز به آنها واگذار شد، و در اندک زمانی یکه تاز ایران شدند و استقلال سیاسی، اقتصادی و نظامی کشور را در دست گرفتند و رسماً ایران را به همسایه ی مستعمره (هندوستان) ملحق کردند و نقشه ی جغرافیایی و استراتژیکی ایران را به سود خود تغییر دادند و برای جدا کردن افغانستان از ایران، جزیره ی خارک و بندر بوشهر و خوزستان را به تصرف خود درآوردند و سرانجام طی تحمیل معاهده ی پاریس (۱۲۷۳ / ۱۸۵۷ م) و به موجب بند پنجم و ششم و هفتم آن، دولت ایران متعهد شد تمام خاک افغانستان را تخلیه و از هر گونه ادعا نسبت به آن پرهیز کند. جدایی افغانستان در دوره ی صدارت میرزا آقا نوری که کاملاً به انگلیسی‌ها وابسته بود واقع شد. پس از این، در سراسر خلیج فارس و دریای عمان نفوذ دریایی برقرار گردید و تنها راه بازرگانی ایران از طریق دریای آزاد به دست انگلیس افتاد.

۲-۲-۳- دخالت‌های سیاسی فرهنگی استعمارگران در عصر معاصر

۱. حمایت از ترویج و قدرت گرفتن فرقه ی اسماعیلیه و آقاخان کرمانی.
۲. دامن زدن به شورش‌های محلی در گرگان، اصفهان و کاشان برای دست برداشتن محمد شاه از هرات.
۳. دخالت در شورش‌های شرق خراسان که توسط طوایف قادریه (نقشبندیه) واقع شد.
۴. حمایت از تشکیل فرقه ی گمراه باییت در جنوب ایران، توسط سید علی محمد باب.
۵. تشکیل مجموعه‌های سری نظیر آدمیت و فراماسون، برای جذب نخبگان و بد نام کردن آنها در بین مردم و اجرای اهداف خویش توسط آنها و تأثیر و نفوذ غیر مستقیم در امور سیاسی، اقتصادی و فرهنگی کشور.

۶. سعی در به انحراف کشاندن انقلاب مشروطه ی ایران، نفوذ در بین نمایندگان مجلس مشروطه و سرکوب مبارزان و محافظان مشروطه.
۷. تقسیم ایران به سه منطقه و تصرف قسمت وسیعی از خاک ایران طی قرار داد ۱۹۰۵ و ۱۹۱۵.
۸. تحمیل قرارداد ننگین ۱۹۱۹ که بر اساس آن ایران رسماً مستعمره ی انگلیس معرفی شد. مفاد بندهای این قرارداد که به امضای وثوق الدوله و هیئت انگلیسی رسید تمامیت ارضی و استقلال سیاسی و اقتصادی و نظامی ایران را به کلی از بین می‌برد. در آمد نفت جنوب، گمرکات و مدیریت اجرایی تمام امور کشوری و لشکری و تعیین فرماندهان نظامی و سایر مسئولین به دست انگلیسی‌ها افتاد و مجلس مشروطه کاملاً به حاشیه رانده شد. بدین ترتیب انقلابی که صدها نفر از مردم و دانشمندان در راه پیروزی آن به شهادت رسیدند با دسیسه‌ی استعمارگران انگلیسی کاملاً منحرف و باطل شد.
۹. پس از قرار داد ۱۹۱۹ دخالت‌های استعماری انگلیسی در امور ایران افزایش یافت. آنها به راحتی توانستند علاوه بر پشت سر گذاشتن مجلس و مجلسیان مشروطه، از طریق نمایندگان حامی و دست نشانده ی خود حکومت ایران را به راحتی تغییر دهند و دست نشانده ی رسمی خود (پهلوی) را به حکومت برسانند و سال‌ها ایران را از پیشرفت و ترقی باز دارند.
۱۰. با به قدرت رسیدن رضا خان میر پنج، که بی‌تردید عامل انگلیس بود، سرکوب قیام‌ها و نهضت‌های مردمی ایران آغاز شد و شعایر مذهبی مورد هجوم قرار گرفت و علمای وارسته‌ای چون مدرس، کاشانی و... منزوی شدند یا به شهادت رسیدند. محمد رضا پهلوی که پس از شهریور ۱۳۲۰ با حمایت انگلیس جای پدرش را گرفت، هم چنان تازیانه‌های خشم استعمارگران برای نابودی هویت دینی را بر سر ملت ایران کوبید و در این راه از هیچ ظلمی کوتاهی نکرد. در طول این دوران کابینه‌ها توسط وابستگان انگلیس تشکیل می‌شد؛ اما مردم و جوانان غیور ایران با رهبری روحانیت آگاه و اساتید متعهد حوزه و دانشگاه دست از مبارزه نکشیدند و تمام این قضایا را معلول دخالت استعمارگران انگلیس می‌دانستند، که با تحمیل قرار دادهای ننگین دیگر مثل «گلشائیان» و تحریک شاه به تغییر قانون اساسی مشروطه و دخالت در انتخابات مجلس و حمایت از طرف داران و وابستگان خود و سرکوب مبارزان بزرگی چون کاشانی و نواب صفوی و... مقاصد خود را دنبال می‌کردند. پس از پیروزی نهضت مردمی در ملی شدن

صنعت نفت، روابط ایران و انگلیس در تاریخ سوم مهر ماه ۱۳۳۱ قطع شد و در شانزدهم آذر ماه ۱۳۳۲ پس از روی کار آمدن دولت زاهدی مجدداً رابطه برقرار شد که با مقاومت آیت الله کاشانی مواجه گردید. وی آن روز را عزای ملی اعلام کرد و سه تن از دانشجویان در این راه شهید شدند. بدین ترتیب جرقه‌های انقلاب با مبارزات خستگی ناپذیر مرحوم کاشانی علیه استعمارگران، به خصوص انگلیس، از سر گرفته شد و دولت استعمارگر فعالیت‌های فرهنگی و اقتصادی خود را با رقابت آمریکا شدت بخشید. (حسنلو، امیرعلی ۱۳۸۵)

۲-۲-۳-۱- آیا دخالت‌های انگلیس در ایران پس از پیروزی انقلاب اسلامی استعماری بوده است؟

از زمان روی کار آمدن دولت اسلامی ایران در سال ۱۳۵۷ تا کنون دولت انگلیس بارها در مسائل داخلی و خارجی ایران دخالت داشته است. بعد از پیروزی انقلاب اسلامی، کشور انگلیس منافع استعماری خویش را در ایران از دست داد و این امر طبیعی است که آنان از طرفی کینه‌ی این ملت را به داشته باشند و از طرف دیگر سعی کنند وضعیت در ایران به گونه‌ای پیش برود که آن‌ها مجدداً بتوانند به اهداف استعماری خویش نایل شوند. روابط این کشور با ایران پس از پیروزی انقلاب اسلامی، به ندرت سالم و بی‌دغدغه و با حسن نیت بوده است. «انگلیس در سال ۱۳۵۹ رابطه‌ی خود را با تهران به خاطر تعطیل شدن لانه‌ی جاسوسی آمریکا و به خواست واشتنگتن قطع کرد و این وضعیت تا سال ۶۷ به مدت ۸ سال ادامه داشت. سپس به محض از سرگیری روابط با ایران، علناً پشت سر سلمان رشدی مرتد قرار گرفتند و با سلاح وی به مقدمات اسلامی اهانت نمودند، در نتیجه، این رابطه پس از سه ماه از بازگشایی مجدداً قطع شد.»

۲-۲-۳-۲- حمایت از صدام

حمایت نظامی انگلیسی‌ها از عراق در طول جنگ تحمیلی مسئله‌ای است که امروزه انگلیسی‌ها خود نیز به آن اعتراف و بعضاً آن را اشتباه قلمداد می‌نمایند. «گزارش ۲۰۰۰ صفحه‌ای قاضی اسکات به پارلمان انگلیس در سال ۱۳۷۵ مبین این ادعاست. در این گزارش بر خلاف تعهدات بین‌المللی مبنی بر عدم تأمین تسلیحات طرفین درگیر، انگلیس مقادیر زیادی اسلحه‌ی غیرمعارف به ارزش میلیاردها دلار به عراق فروخته است.» در سال ۱۳۸۱ مخالفان جنگ علیه عراق در لندن اسنادی را منتشر کردند که در آن برخورد آمریکا و انگلیس را در ارتباط با تسلیحات کشتار جمعی عراق فریب کارانه نامیدند. بخشی از این اسناد که «شامل

گاه شمار یک سلسله رویدادهای جنگ تحمیلی عراق علیه ایران بین سالهای ۱۹۸۰ - ۱۹۸۸ است، نشان می‌دهد که در آن سالها آمریکا و انگلیس نه تنها عراق را در جنگ علیه ایرانیاری می‌دادند بلکه در برابر استفاده ی صدام از تسلیحات شیمیایی علیه سربازان ایران نیز سکوت می‌کردند.»

«تونی بلر نخست وزیر انگلیس برای اولین بار در جریانیک نشست خبری نسبت به حمایت غرب از صدام در جنگ تحمیلی علیه ایران ابراز تأسف کرد.وی گفت: به طور قطع حمایت غرب از صدام حسینیک اشتباه بود.» بدین ترتیب، آن‌ها با دخالت‌های غیرمستقیم نظامی، اهداف گذشته ی خویش را در ایران پی گرفتند.

۲-۲-۳-۳-دخالت در انتخابات

نوع اظهار نظر در نتایج انتخابات ایران نیز از مصادیق دخالت‌های انگلیس در ایران محسوب می‌شود. سیاست مداران انگلیسی همواره از نتایج انتخابات در ایران ناراضی بوده اند. به طور نمونه، بعد از انتخابات دوره ی هفتم مجلس شورای اسلامی، وزیر خارجه ی انگلیس، جک استراو، مدعی شد «انتخابات هفتمین دوره ی مجلس شورای اسلامی ایرانیک انتخابات ناقص بود. همه می‌توانند به راحتی قضاوت کنند که این انتخابات از ابتدا مشکل داشت. چرا که از همان ابتدا حداقل نیمی از نامزدهای اصلاح طلب به صحنه ی رقابتی انتخابات دعوت نشدند. وی در ادامه ادعا کرد که میزان رأی دهندگان ۲۵ درصد کمتر از سطح رأی دهندگان در انتخابات آزاد سال ۱۳۷۶ بود.» در مقاله ی «انگلیس، یک بار دیگر خیانت» آمده است: «فعالیت‌های خصمانه‌ای که پس از تعیین سفیر جدید انگلیس در تهران علیه جمهوری اسلامی آغاز شده است نشان می‌دهد که دولت مردان انگلیس هم چنان خواب تجدید مداخلات استعمارگرانه و قدیمی خود را در ایران می‌بینند و برای فرمان روایی مجدد بر کشوری که از زمان قاجاریه تا آخرین روزهای حکومت رژیم فاسد پهلوی بر آن فرمان روایی می‌کردند، وسوسه می‌شوند. دولت انگلیس در سال‌های گذشته تلاش کرده است همان راه قدیمی خود را در پیش بگیرد و به شکل‌های مختلف به خیانت‌های خود علیه ملت ایران ادامه دهد و با انقلاب و نظام جمهوری اسلامی دشمنی و کینه توزی نماید.»

۲-۲-۳-۴-دخالت در بمب‌گذاری اهواز

دخالت‌های انگلیس در بمب‌گذاری‌های سال ۸۳ و ۸۴ در اهواز به اثبات رسیده است و اسناد این قضیه در اختیار وزارت اطلاعات است و «مقامات امنیتی ایران اعلام آمادگی کرده‌اند که اسناد و اطلاعات مربوط

به حوادث گذشته و حال اهواز را در اختیار مقامات ذی ربط انگلیسی قرار دهند.» هم چنین اطلاعیه‌های عوامل ضد انقلاب که مسئولیت این انفجارها را بر عهده گرفته‌اند از انگلیس صادر شده که مقرر اصلی فرماندهی این عوامل است. انگلیسی‌ها علاوه بر حمایت اقتصادی و معنوی از گروهک‌های ضد انقلاب، به آنان آموزش می‌دهند تا در داخل کشور آشوب‌های قومی و مذهبی به راه بیندازند.

۲-۳-۵- دخالت در مسائل هسته‌ای

یکی از دخالت‌های اخیر انگلیس دخالت در مسائل هسته‌ای ایران است. این کشور به همراه دو کشور دیگر اروپایی یعنی آلمان و فرانسه همواره با فعالیت‌های هسته‌ای ایران مخالفت کرده‌اند و با دخالت‌های خود زمینه‌ی پیشرفت دانشمندان ایرانی را در این عرصه گرفته‌اند. علی‌رغم تأکید مکرر ایران بر مسالمت‌آمیز بودن برنامه‌های هسته‌ای اش، کشورهای اروپایی با اعمال فشار علیه ایران، خواستار لغو تمامی فعالیت‌های هسته‌ای ایران هستند. این کشورها می‌خواهند که ایران همواره نیازمند کمک آنان باشد و نتواند پیشرفت کند. «نگاهی هر چند گذرا به متن پیشنهادی این سه کشور که در روز پنجشنبه ۳۰ مهر تسلیم نمایندگان جمهوری اسلامی ایران شده است به وضوح نشان می‌دهد که آخرین مواضع آنان ترجمان دیگری از نخستین مواضع آنان است. آنها، در یک جمله، محرومیت کشورمان از فن‌آوری هسته‌ای، حتی صلح‌آمیز را خواستار شده‌اند.»

۲-۳-۶- نتیجه

روابط انگلیس با ایران پس از پیروزی انقلاب اسلامی هیچ‌گاه دوستانه و خیرخواهانه نبوده است. رفتار آنها با ایران طی ربع قرن اخیر در موارد متعددی خلاف و دون‌شان دیپلماتیک است. از این رویکرد چینبرمی‌آید که انگلیسی‌ها هرگز صادقانه با ایران برخورد نکرده، بلکه همواره اهداف استعماری خود را در اشکال گوناگون در ایران پی گرفته‌اند و پس از پیروزی انقلاب اسلامی ریاکاری و گستاخی آن‌ها علنی‌تر نیز شده است. (حاجی زاده، یدالله ۱۳۸۵)

۲-۴-۲- اقدامات روحانیون در طول تاریخ

روحانیون معظم شیعه از زمانی که پای سیاستمداران و تجار اروپایی به ایران گشوده شد، دغدغه نفوذ اجانب در مقدرات کشور اسلامی را داشتند. آنان می‌کوشیدند مردم را به استفاده از کالاهای داخلی که به وسیله مسلمانان تولید می‌شد ترغیب و از مصرف کالاهایی که از سرزمین‌های غیر اسلامی وارد می‌شد نهی

کنند. در بعضی از مقاطع تاریخی این مسئله بسیار جدی شد و کار به تحریم کالاهای خارجی کشید و روحانیون بر سر این امر با دربار شاهی درگیر شدند. از جمله این وقایع می‌توان به واقعه رژی، قرارداد رویترو و... اشاره نمود.

۲-۲-۴-۱- لغو امتیاز انحصاری دخانیات

در سال ۱۳۰۸ که امتیاز انحصار دخانیات در مرحله عمل شد و شرکتی که به نام «هیئت دخانیات شاهنشاهی» ایران در لندن تأسیس یافته بود، مقدمات انحصار خرید و فروش و صدور دخانیات ایران، در دست عمال آن شرکت شروع گردید. مردم ایران در این تاریخ، بر اثر اندک آشنایی یافتن به احوال ممالک خارجه و خواندن جراید فارسی که در استانبول انتشار می‌یافت، پس از اطلاع بر شرایط این انحصارنامه و مقایسه آن با امتیازی که دولت عثمانی در باب انحصار دخانیات خود با شرایط بهتری به شرکتی خارجی داده بود، شروع به مخالفت با آن اساس کردند. و امین السلطان هر قدر خواست که با تهدید و تطمیع، علمای شیعه را که به مردم برخاسته و حکم تحریم استعمال دخانیات را داده بودند، از راه خلاف برگرداند، توفیق نیافت. در تهران آیت الله حاج میرزا حسن آشتیانی از جمله علمای اصول، و در عتبات، آیت الله حاج میرزا حسن شیرازی رئیس طائفه شیعه بودند که هر دو جداً در برانداختن اساس امتیاز انحصار پافشاری کردند.

۲-۲-۴-۲- لغو قرارداد رویترو

همچنین بر اساس قرارداد رویترو دولت ایران متعهد شد که در ازای کشیدن راه آهن در ایران توسط کمپانی انگلیس رویترو، امتیاز خطوط راه آهن و تمام معادن ایران - به جزء معادن طلا و نقره و سنگ‌های قیمتی - به علاوه گمرکات کشور و آبیاری اراضی و احداث قنات و کانال‌ها به مدت هفتاد سال به رویترو واگذار شود. قرار بود زمین برای تأسیسات و بناهای لازم را دولت مجانی بدهد و همچنین سنگ فرش و سنگ ریزه را هم دولت ایران فراهم سازد و هیچ گونه عوارض به اجناس و کارگران آن تحمیل نشود. مقرر شده بود که دولت ۲۰ درصد منافع را دریافت دارد و همه تأسیسات در پایان هفتاد سال به ایران واگذار شود، که حاج ملاعلی کنی در نامه‌ی اعتراض آمیز خود به شاه، ضمن انتقاد شدید از سپهسالار و میرزا ملکم خان که بانیان انعقاد قرارداد بودند، زیان‌های قرارداد را برشمرد.

۲-۴-۳- تشکیل انجمن ترقی

در میان روحانیون آزادی‌خواه از جمله «احمد مجدالاسلام کرمانی» برای قطع وابستگی به خارج و دست یابی به استقلال اقتصادی در اصفهان انجمنی به نام انجمن ترقی تشکیل داد و مقصد آن رفع احتیاج از خارجه بود. در این انجمن چند نفر از معارف قوم و دانشمندان مملکت عضو بودند، هر هفته روزهای چهارشنبه از صبح تا غروب در رفع احتیاجات مذاکره می‌نمودند، اعضای انجمن از ده نفر زیادتر نبودند ولی همه آن‌ها مردمان با اطلاع بوده از جمله حاجی «میرزا نصرالله بهشتی» که این اواخر ملقب به ملک المتکلمین شد و اقا سید جمال الدین واعظ که حالا صدر المحققین است و چند نفر دیگر که آن قدرها معروف نبودند. بعد از چندین ماه مباحثه و مشاوره در انجمن بالاخره متعهد شدند که رغبت مردم را به استعمال نسج پارچه داخلی، مذاکره با تجار نمایند و آن‌ها را به جمع کردن سرمایه و تشکیل شرکت وطنیه تشویق نمایند.

۲-۳- جایگاه خانواده از دیدگاه اسلام

قرآن درباره زن و مرد می‌فرماید: «و من آیاته ان خلق لکم من انفسکم ازواجاً» (سوره روم، آیه ۲۱). یعنی خداوند برای انسان‌ها، از نوع خودشان و از جنس خودشان، همسرانی قرار داد. «من انفسکم» جنس جداگانه‌ای نیست، دو رتبه جداگانه نیست، البته در بعضی خصوصیات با هم تفاوت دارند چون وظایفشان متفاوت است. بعد می‌فرماید: «لتسکونوا الیها» یعنی زوجیت و دو جنسی در طبیعت بشر، برای هدف بزرگی است. آن هدف سکون و آرامش است. زن یا مرد در کنار جنس مخالف خود در خانواده، آرامش پیدا می‌کند. برای داشتن آرامش به یکدیگر نیاز دارند. برای مرد، آمدن به خانه، یافتن محیط امن خانه، زن مهربان و دوستدار و امین در کنار او، وسیله‌ی آرامش است. برای زن، داشتن مرد و تکیه گاهی که به او عشق بورزد و برای او مانند حصن محکمی باشد (چون مرد جسمای قوی‌تر از زن است)، یک خوشبختی است و مایه آرامش و سعادت است. (بیانات در دیدار جمعی از زنان، ۷۶/۰۷/۳۰)

۲-۴- جایگاه زن از دیدگاه اسلام

از دیدگاه اسلام اساساً هدف خلقت انسان تحقق ارزش‌های متعالی در وجود وی و تلاش و مجاهدت انسان برای نزدیک شدن به ارزش‌ها است، هم در رفتارهای فردی و هم در برخوردها و واکنش‌های اجتماعی. از نظر اسلام ارزش‌های فردی و اجتماعی و نیز ارزش‌هایی که در عرصه‌ها و ابعاد گوناگون جامعه به

عنوان هدف مطرح می‌شود، کاملاً به هم مرتبط بوده و قابل تفکیک و تجزیه واقعی و حقیقی نیستند. اسلام مکتبی است جامع و کارآمد که همه جنبه‌های فردی و اجتماعی انسان را در پرتو دیدگاه متعالی توحیدی مورد توجه قرار داده و در عین نگاه آخرت‌گرایانه و عمیق برای تامین سعادت معنوی و اخروی انسان‌ها، به دنیا و زندگی اجتماعی و ضرورت‌های آن نیز توجه کامل داشته و همزمان روح و بدن، جسم و جان، ظاهر و باطن، دنیا و همه لوازم و زمینه‌های رشد و تعالی انسان را برای رسیدن به کمال مطلوب مدنظر قرار داده است.

از دیدگاه اسلام تمام انسان‌ها اعم از زن و مرد از نقطه نظر ذات انسانی برابرند و همه از شرافت و کرامت انسانی برخوردار هستند و انسان‌ها اعم از زن و مرد مکمل یکدیگرند و جایگاه‌شان در نظام متوازن هستی، جزئی از کل منسجم است. خلقت انسان که سمبل جهان آفرینش است بر اساس برابری پی ریزی شده است. زنان در دیدگاه اسلام جایگاهی مهم و غیرقابل انکاری در پرورش و رساندن انسان به کمال دارند. در واقع نقش زن در جهان بینی اسلام آن چنان مهم است که هیچ چیز دیگر نمی‌تواند جای آن را بگیرد و از سوی دیگر اسلام هیچ مانعی برای حضور زنان در جامعه ندارد و زن را در چارچوب خانه محصور نمی‌داند. در اسلام زنان و مردان در مسائل اجتماعی و فرهنگی از جایگاه یکسانی برخوردارند و حرکت اجتماعی را برای هر دو مشروع می‌شمارد. حضرت فاطمه (س) الگوی زن مسلمان است که خط پایانی بر تحقیر و تحریف تاریخی شخصیت زن و سرآغازی بر شکوفایی زن مسلمان است. او نمونه‌ای از یک زن مسلمان است که در بعد فردی حیا، عفاف، زهد، تقوا، صبر، گذشت، حکمت، معرفت خداوند با وجود او آمیخته شده و در بعد خانوادگی مادری دلسوز و انسان‌ساز و همسری همراه و هم‌راز بود و از نظر اجتماعی دنباله‌رو پدر در توسعه اسلام و مددکار همسر در دفاع از حقوق خویش است و ابایی از این ندارد که در حضور انصار و مهاجر حقایق دینی را بازگو نموده و از حقوق تضییع شده دفاع نماید. مقام معظم رهبری در مورد نقش زن در تربیت انسان‌ها می‌گوید «انسان صحیح و سالم در دامن خود پروراندن، بزرگترین و با ارزش‌ترین کار زنان است که با کار علمی هم منافاتی ندارد و محبوب‌ترین کار هم برای زن همین است.»

در جامعه اگر زن از ایفای نقش اجتماعی محروم گردد، از رشد اجتماعی او کاسته خواهد شد و جامعه‌ای که زنان در آن رشد فکری نیافته باشند جامعه بالنده‌ای نیست. زیرا جامعه، از مجموعه انسان‌ها تشکیل می‌شود که با نقش‌ها و فرهنگ‌های متفاوتی از خانواده‌ها شکل می‌گیرند و وارد اجتماع می‌گردند. این

افراد در تعامل با هم عادات، سنت ها، نظام ها و قوانین خاصی را به وجود می آورند که در اثر پیوند با یکدیگر ماهیت اجتماعی پیدا می کنند. پس بنابراین سعادت و سلامت هر جامعه در ماهیت خانواده ها ایجاد می شود و انتقال ارزش ها و فرهنگ ها درجه اول به عهده خانواده ها مخصوصا زنان می باشد. لذا جامعه سعادت مند در گرو زنان است و کسانی که تمام مسئولیت های زن را در نقش مادر بودن خلاصه می کنند و نقش عمومی او را نمی پذیرند، راه بیراهه ای را برگزیدند. اگر نظام اسلامی، بخواهد برای رسیدن به جامعه سالم که نشأت گرفته از مبانی ارزشی، مذهبی و فرهنگی است تلاش کند، باید برای نقش زنان در جامعه اهمیت ویژه ای قائل شود. (پورطهماسبی و همکاران، ۱۳۹۳).

۲-۵- نیاز سنجی

۲-۵-۱- اولویت بندی و رتبه بندی نیازهای مختلف

در این زمینه دو نظر عمده وجود دارد: نظریه تقدم نیازهای مادی و نظریه اصالت نیازهای معنوی.

۲-۵-۱-۱- نظریه تقدم نیازهای مادی

نیازهای مادی در اولویت قرار دارند و این اولویت تنها در این جهت نیست که انسان در درجه اول در پی تامین نیازهای مادی است و آن گاه که این نیازها تامین شدند به تامین نیازهای معنوی می پردازد، بلکه خاستگاه نیازهای معنوی نیازهای مادی است و نیازهای مادی، سرچشمه نیازهای معنوی هستند. (گویا نیازهای معنوی اصالتی ندارند).

۲-۵-۱-۲- نظریه اصالت نیازهای معنوی

طبق این نظریه، هرچند در انسان نیازهای مادی از نظر زمانی زودتر جوانه می زنند و خود را نشان می دهند چنان که از حال کودک پیداست. ولی به تدریج نیازهای معنوی که در سرشت آدمی نهفته است می شکفتد، به طوری که در سنین رشد و کمال، انسان نیازهای مادی خویش را فدای نیازهای معنوی می کند. به تعبیر دیگر نیازها و لذتهای معنوی در انسان، هم اصیل می باشند و هم نیرومندتر از لذت ها و جاذبه های مادی (مطهری، ۱۳۶۹).

یکی از احتیاجات انسان، احتیاجات اقتصادی است. یعنی اموری که انسان در بقا و حیات شخصی خود به آنها نیازمند است و بدون آنها قادر به ادامه حیات نیست (مطهری، ۱۳۶۹). در مورد تقدم نیازهای مادی در بروز و ظهور و وابسته بودن حیات و بقا به آنها، یعنی همان نظریه دوم، اشاراتی در قوانین فقهی و

دستورهای اخلاقی اسلام وجود دارد. از جمله، در مورد تربیت فرزند، دین اسلام می‌گوید: در حالی که عقل کودک هنوز رشد کافی نکرده و پا نگرفته است فرمانهای فرزند را در مادیات اجرا کنید، ولی در حالی که عقل او ظهور و بروز می‌کند، دستور به تربیت او و فرمان دادن به او، در مورد تکالیف و آداب داده است. از جمله موارد دیگر حکم به تقدم تامین نیازهای مادی، مورد تراحم آنها و عبادات مستحب است. چنان که تقدم فقرا در آیه شریفه قرآن که موارد مصرف زکات را ذکر می‌کند، نسبت به مصارف دیگر، از جمله مصارف فی سبیل الله و جهات عامه، اشاره به همین مطلب دارد. امام کاظم علیه السلام در روایتی می‌فرمایند: «به درستی که نفس، در زمانی که قوتش را به دست آورد، آرامش و قرار می‌یابد» (شیخ کلینی، قرن ۴).

یک تقسیم دیگر در مورد نیازها از کلام فقها فهمیده و برداشت می‌شود:

۱. نیازهای ضروری: همان نیازهایی هستند که اگر فرد به طور عادی نتواند آنها را تامین کند. مضطر می‌گردد و در حالت اضطراری بسیاری از تکالیف و جویی و یا تحریمی از او رفع می‌شوند. چنانچه پیامبر (ص) می‌فرماید: «حکم تکلیفی از مضطر برداشته شده است.»
۲. نیازهای کفافی: دارای مراتبی است و بالاترین مرتبه آن نیازهای توسعه ای می‌باشند.

نوع دیگر نیازها، نیازهای حرجی است که همان اقل مراتب کفاف باشد. در مرحله بعدی نوبت به نیازهای توسعه ای می‌رسد که شامل دو جهت می‌شوند: ۱. مشمول تمام نیازها که در جامعه متعارف می‌باشند. ۲. توسعه دادن از حیث کیفیت و کمیت، مثلا لباس متعدد زمستانی، تابستانی، مهمانی و تجملی و غیره.

۲-۵-۲- عوامل موثر در نیاز

پس در واقع ما باید در مورد عوامل موثر در نیاز بحث کنیم، یعنی عواملی که برای انسان ایجاد نیازی می‌کنند. عواملی که در تعیین نیاز دخالت دارند عبارتند از:

۲-۵-۲-۱- عرف

عرف را در این جا به معنی مجموعه شرایط خاص محیطی، خانوادگی اجتماعی، فرهنگی، که بر اساس آنهاست نیازهایی برای انسان معمول و معروف می‌شوند، معنا می‌کنیم. مثلا امروزه زندگی به گونه ای است که داشتن بسیاری از لوازم از قبیل تلویزیون، فریزر، حتی کامپیوتر و ... را ممکن است الزامی کند. تاثیر

دیگری که عرف دارد، تعیین کیفیت و کمیت شی مورد نیاز است. مثلاً نیاز به لباس و خوراک و مسکن و غیره در وجود انسان هست و تاثیر عرف این است که مقدار لباس و خوراک و مسکن و کیفیت آن‌ها را تعیین می‌کند.

در واقع می‌خواهیم بگوییم که اصل بسیاری از نیازها در وجود انسان هست و عرف دخالتی در آن ندارد. انسان ذاتاً به مسکن و لباس و غذا نیاز دارد و چون ذاتاً مدنی الطبع است نیاز به قانون و مقررات و غیره دارد، نه این که عرف موجب این نیازها باشد. همچنین انسان ذاتاً نیاز به عبادت و ایمان دارد. نه این که عرف این نیازها را در او به وجود آورد. اما همانگونه که گفتیم دخالت عرف در نیازهای مادی این است که کمیت و کیفیت آن‌ها را تعیین می‌کند و در موارد محدود، در هر عصر و زمانی، در عرف نیازهای جدیدی برای انسان ایجاد می‌شود.

۲-۲-۵-۲- عوامل و انگیزه‌های معنوی

وجود ایمان و عوامل معنوی در انسان، طیف گسترده‌ای از نیازها را برای او ایجاد می‌کنند که در مصرف او اثر می‌گذارند. مثل انفاقات، صدقات، زیادات، هدایا، مخارج فی سبیل الله، مانند ساختن مسجد، راه، مدرسه، دانشگاه، بیمارستان، و درمانگاه و... همه این مخارج و مصارف به خاطر وجود ایمان و ارتباط با خداوند و برای رضای اوست.

۲-۲-۵-۳- عادت، سلیقه و شان افراد

شان فرد نیز عبارت است از آنچه که سزاوار و لایق به حال او باشد در تعیین شأن فرد نیز عرف و درآمد فرد موثر می‌باشند^۱. نکته‌ای که در این جا قابل ذکر است این که بسیاری از شوونی که افراد برای خود در مصرف تصور می‌کنند خیالی و غیر واقعی می‌باشند، به طوری که عقل و عقلا آن را تخطئه می‌کنند. نفوس ضعیفه این شوون را برای خود توهم کرده و آن را مانند زنجیری برگردن خود بسته‌اند. پس شأن باید پایه عقلی و عقلایی داشته باشد و گرنه عمل بر اساس آن درست نیست.

^۱ رجوع شود به بحث شان.

۲-۶-سطوح مصرف

در اسلام سه سطح مصرف وجود دارد که هر کدام دارای احکام و علائم خاصی بوده و هر فرد مسلمان باید این محدوده‌ها را با علائم و احکام خاصش شناسایی کند. آن سه سطح عبارت است از ضرورت (سطح کمتر از کفاف)، کفاف (سطح اعتدال)، رفاه (سطح بالاتر از کفاف). (میرمعزی، ۱۳۸۸)

۲-۶-۱-کفاف

کفاف یعنی آنچه انسان را از مردم بی‌نیاز می‌کند (ابن منظور، قرن ۸). مرحوم مجلسی در بحار می‌فرماید: «به درستی که کفاف حالت وسط بین فقر و غناست. بهترین امور حد وسط آنهاست. کفاف حالتی است که شخص از آفات فقر و غنی در امان است. و به همین جهت، پیامبر صلی الله علیه و آله و سلم آن را ترجیح داد و از خداوند برای محمد و آل محمد آن را طلبیده است» (علامه مجلسی، قرن ۱۲).

۲-۶-۱-۱-آیات در مورد کفاف

۱. «والذین اذا انفقوا لم یسرفوا و لم یقتروا و کان بین ذلک قواما» (سوره فرقان، آیه ۲۵)، آنان که هرگاه چیزی انفاق کنند، نه زیاده روی کنند و نه خست و رزند؛ میان این دو حالت قوامی است. انفاق بذل مال و مصرف آن در جهت رفع نیازهای خود و غیر خود است و اسراف، خارج شدن از حد در جانب زیادت. اسراف در انفاق تجاوز از حدی است که در بخشش مال سزاوار است در آن حد توقف کنیم. «قتر» به معنای کم کردن در انفاق و در مقابل اسراف است، بنابراین آنچه راغب ذکر کرده است.

«قوام» به معنای وسط و عدل است و «قوام» عبارت است از چیزی که شی‌ای دیگر به وسیله آن روی پا می‌ایستد و «بین ذلک» متعلق به قوام است. و معنی آیه این می‌شود: «و انفاق آن‌ها وسط و عدل است بین آنچه از اسراف و تقییر ذکر شده». پس اول آیه جانب افراط و تفریط را رد و منع کرده است و آخر آن جانب وسط را اثبات کرده است (طباطبایی، ۱۳۳۲).

ملاحظه می‌شود که مرحوم علامه، انفاق را در آیه اعم از مصرف برای خود و برای دیگران گرفته‌اند. یعنی فرد گاهی برای رفع حوائج خود خرج می‌کند و گاهی برای دیگران. دیگران نیز گاهی جز عیال فرد محسوب می‌شوند. در این صورت نفقه و مخارج آن‌ها بر فرد مذکور واجب است. و گاهی جزء عیال او نیستند، در این صورت انفاق و هزینه کردن مستحب

می‌باشد. این مورد سوم انفاق، همان انفاق مصطلح است. یعنی بخشش مال به دیگران. بر اساس این معنا انفاقات مستحب داخل در تابع مصرف فرد انفاق کننده خواهد بود. پس فرد باید در مصرف متوسط امثال خودش را رعایت کند. تعابیر معروف یعنی پسندیده از نظر شرع و عقل و صلاح؛ یعنی آنچه به مصلحت آنهاست، همه نزدیک به کفاف و کفایت است که نزدیک به استانداردهای زندگی می‌باشد. راوی گوید: از امام رضا علیه السلام درباره چگونگی تامین مخارج خانواده جویا شدم، حضرت فرمود: حد وسط میان دو روش ناپسند است. گفتم: فدایت شوم، به خدا سوگند نمی‌دانم این دو روش ناپسند چیست. فرمود: رحمت الهی بر تو باد! آیا نمی‌دانی که خداوند بزرگ اسراف و اقتار را ناخوشایند دارد؟ و در قرآن فرموده است: «آنان که هرگاه چیزی انفاق کنند، نه زیاده روی کنند و نه خست و ورزند و بین آن دو انفاق، حد قوامی است». معنی روایت این می‌شود که پسندیده است الگوی مصرف مسلمان، حد قوامی باشد؛ یعنی حدی که مایه قوام و استواری زندگی خود و جامعه او شود و نیازها و حوائج واقعی فرد را تأمین کند. به تعبیر دیگر، فرد باید الگوی مصرف خود را کفاف قرار دهد.

۲. «یسألونک ماذا ینفقون قل العفو» (سوره بقره، آیه ۲۱۹)، ای پیامبر! از تو سؤال می‌کنند که چه چیزی را انفاق کنند. بگو وسط را. «عفو» بنابر آنچه راغب ذکر کرده، قصد کردن چیزی برای رسیدن به آن است. سپس عنایات مختلف کلامی و لفظی به آن باعث شده که در معانی دیگری استعمال شود. مثل این که عفو به معنی مغفرت و به معنی از بین بردن اثر و به معنی توسط آمده است و معنای اخیر همان معنی مورد نظر ما می‌باشد (طباطبایی، ۱۳۳۲). مرحوم علامه، در جای دیگر «ماذا ینفقون» را اینگونه معنی می‌کند: به درستی که آنان از جنس و نوع چیزی که باید انفاق کنند، سؤال می‌کنند، (و چون این سؤال لغو است، زیرا معلوم است که مال مورد انفاق می‌باشد) لذا جواب در مورد اندازه انفاق آمده است (طباطبایی، ۱۳۳۲). ایشان روایاتی را در تفسیر آیه مذکور آورده که نشان دهد عفو به معنی وسط می‌باشد.

۲-۱-۶-۲- روایات در مورد کفاف

در بحث مربوط به آیات، تعدادی روایت در تفسیر آیات ذکر شد و همانها در دلالت بر مطلب کافی هستند، اما برای تکمیل بحث، روایات دیگری را در این جا ذکر می‌کنیم.

امام سجاد علیه السلام می‌فرمایند: «مرد باید به اندازه و میانه انفاق کند و مصرف را به اندازه کفاف برساند و زیادی آن را برای آخرتش پیش بفرستد. به درستی که آن، نعمت را باقی نگاه می‌دارد و به زیاد شدن نعمت از جانب خداوند نزدیکتر و برای سلامتی پر فایده تر است» (شیخ کلینی، قرن ۴). چنین مصرفی، همان حالت قوامی مصرف است که در آیات قبل بحث شد.

در روایت دیگری، امام صادق علیه السلام می‌فرمایند: «نفقه تو بر خودت و عیالت باید به طور میانه باشد، چرا که خدای متعال می‌گوید: سؤال می‌کنند چه چیز انفاق کنند بگو عفو و وسط را و خدای متعال می‌فرماید: و کسانی که وقتی انفاق می‌کنند اسراف نمی‌کنند و تنگ نیز نمی‌گیرند و بین آن دو حد قوامی است» (المحدث النوری، قرن ۱۳). از امام باقر علیه السلام نیز منقول است که فرمودند: «قوام عدل است و بخشش در آن چه خدا به آن امر فرموده است». و امام صادق علیه السلام می‌فرمایند: «ضد قوام تکاثر می‌باشد» (شیخ کلینی، قرن ۴). همه این روایات می‌گویند که خرج کردن به حد کفاف و انفاق کردن افزونی مال، همان حالت قوامی در مصرف است.

بحث دیگری که لازم است به آن اشاره کنیم این است که آیا کفاف وارد شده در روایات و آنچه که تحت عنوان حد قوامی و کفافی از آیات استفاده شد، تنها ناظر به جنبه مصرف است و یا این که جانب درآمد و کسب درآمد را نیز می‌گیرد. جنبه دیگر بحث این است که آیا حد کفافی و قوامی، مربوط به ثروت و انباشت آن نیز می‌شود یا نه. یعنی آیا بیش از مصرف کفافی، فرد می‌تواند چیزی و مالی را انباشت و ذخیره کند یا نه.

۲-۱-۶-۳- کفاف و کسب درآمد

درباره کسب در آمد باید گفت که سیره ائمه علیه السلام و پیامبر (ص) نشان می‌دهد که آنان کار و تلاش فراوان می‌کردند و گاه از این طریق درآمدهایی داشتند. بارها دیده شده که ائمه علیه السلام بسیاری از اموال و دارایی‌های خود را انفاق می‌کردند. یعنی در آمد داشتند و مال به دست می‌آوردند، ولی هرگز آن را به خود اختصاص نمی‌دادند، بلکه آن را انفاق می‌کردند و تنها بخشی از آن را به مصرف می‌رساندند. از طرفی بگوییم که هر کس باید به اندازه نیاز خود و خانواده خود تلاش کند و بقیه اوقات خویش را به

استراحت بپردازد، با فرهنگ اسلامی که تنبلی و سستی را نمی‌پذیرد، سازگار نیست. چرا که در این صورت جامعه اسلامی به سوی پیشرفت و ترقی نخواهد رفت. پس رعایت حد اعتدال و کفاف، جلوی کسب در آمد را نمی‌گیرد. یعنی می‌توان بیش از نیاز خود و خانواده، کسب در آمد و مال نمود، اما مازاد بر مصرف خود و خانواده را باید انفاق کرد.

حد اعتدال و کفاف، مانع کسب در آمد نیست.

۲-۶-۲- مراتب کفاف

کفاف دارای مراتبی می‌باشد. زیرا با توجه به میزان تقوی و دقتی که افراد در انجام مصارف اعمال می‌کنند، میزان مصارف مختلف می‌شود، زیرا تقوی و ایمان افراد متفاوت و دارای مراتب متعدد است. پس به ناچار، سطح مصرف کفافی مجاز در اسلام دارای مراتبی خواهد بود. که از یک حداقل یعنی اقل کفاف تا یک حداکثر یعنی توسعه در نوسان خواهد بود و نقطه وسط این مراتب نیز همان نقطه اعتدال می‌باشد. بعد از توسعه، حد ممنوع در مصرف، همان اسراف است.

۲-۶-۲-۱- کم‌ترین مرتبه کفاف

کم‌ترین مرتبه کفاف عبارت است از توجه به نیازهای حرجی مثل بهداشت، لباس متعدد خانه بزرگ و بعضی از نیازهای خانوادگی و اجتماعی که از نظر کمیت نیز به حداقل اکتفا می‌شود.

۲-۶-۲-۲- بالاترین مرتبه کفاف

بالاترین مرتبه کفاف توسعه در مصرف است. توسعه در مصرف از دو جهت صورت می‌گیرد: فرد مجاز است برای خود به قدری مصرف کند که تمام نیازهای او برآورده شود و هم برای عیال خود مجاز است مقداری نفقه بدهد که تمام نیازهای آن‌ها را تامین کند. یعنی فقط منحصر به نیازهای حاجیه نباشد، بلکه تمام نیازهای آن‌ها را پاسخگو باشد. و اگر نمی‌تواند چنین کند، جایز است که از زکات که به مال او تعلق می‌گیرد بردارد و از باب توسعه به عیال خود بدهد. حتی بعضی از علما فرموده‌اند که دیگران می‌توانند به فردی که قادر نیست، با استفاده از زکات مالش، تمام نیازهای عیال خود را تامین کند، زکات بدهند.

۲-۶-۳- عوامل موثر در کفاف

عوامل متعددی تعیین کننده سطح کفاف می‌باشند. اولین و شاید مهم‌ترین عامل، نیاز فرد است. یعنی این که فرد در زندگی طبیعی چه احتیاجات و نیازهایی دارد.^۱ اساساً کفاف، یعنی پاسخ‌گویی به تمام نیازها، به گونه‌ای که فرد محتاج دیگران نباشد و نیازی باقی نماند که پاسخ‌گویی به آن برای فرد ممکن نباشد، نه بالفعل و نه بالقوه. اگر حتی یک مورد در زندگی فرد پیدا شود که او قادر به تامین آن نباشد، و لو بالقوه، دست کم از نظر معنی لغوی، فقیر بر آن صدق می‌کند. پس این که نیاز به عنوان مهم‌ترین و شاید تنها عامل در تعیین سطح کفاف اثر می‌گذارد، نکته مهمی است.

نکته بعدی عواملی هستند که روشن کننده انواع نیازها در وجود انسان می‌باشند و روشن می‌کنند که در هر عصر و زمانی و در هر مکانی و در هر جامعه‌ای و در هر فردی، چه نیازهایی وجود دارد که باید رفع شود.

۲-۶-۴- اختلاف در طبایع و تأثیر آن در کفاف

تفاوت طبایع از جهات مختلف، موجب اختلاف در کفاف نیست، مگر این که نیازها را مختلف کند. البته این که طبایع مختلف‌اند و مقتضیات مختلف دارند، سخنی متین و درست است. ولی دو نکته نباید فراموش شود اولاً مادامی که اختلاف در طبیعت موجب اختلاف در نیاز نشود، اختلاف در کفاف و سطح مصرف را به دنبال نخواهد داشت. ثانیاً اگر اختلاف طبایع موجب اختلاف در نیاز شود که تقریباً بی‌اثر هم نیست باز اختلاف در نیازها بسیار عمیق نخواهد بود که موجب اختلافات عمیق در مصرف و کفاف بشود. البته عامل دیگری نیز موجب اختلاف در نیاز و کفاف می‌شود که همان شأن است.^۲ پس اختلافات ممکن است وجود داشته باشد، اما سطوح مصرف کفاف بسیار به هم نزدیک خواهد بود. چنانچه قرآن می‌فرماید: «اهم یقسمون رحمت ربک، نحن قسمنا بینهم معیشتهم فی الحیاة الدنیا و رفعنا بعضهم فوق بعض لیتخذ بعضهم بعضا سخریاً و رحمت ربک خیر مما یجمعون» (سوره زخرف، آیه ۳۲). آیا ایشان رحمت خداوند را تقسیم می‌کنند، ما معیشت آن‌ها را در بین آن‌ها تقسیم کردیم و بعضی را بر بعضی دیگر برتری بخشیدیم، تا بعضی بعضی دیگر را به تسخیر خود درآورند، و رحمت پروردگار تو بهتر است از آن‌چه آن‌ها جمع می‌کنند.

^۱ رجوع شود به بحث نیازها.

^۲ رجوع شود به بحث شان.

برخی از محققان معاصر گفته‌اند که اعتباری برای استعدادات اشخاص و مواهب خدادادی آن‌ها در مصرف نیست، بلکه اعتبار به حاجت و یا حاجات افراد است که غالباً در بسیاری از موارد اعتدالشان به یکدیگر نزدیک است. پس هر انسانی محتاج است به آنچه انسان دیگر به آن محتاج است. همان گونه که مشاهده می‌کنیم امیرالمومنین علیه السلام بین خود و اجیرش تسویه برقرار می‌کند. رعایت این اصل به نزدیکی سطح اعتدال زندگی مردم منجر می‌گردد. پس تسخیر که آیه قرآن بدان اشاره کرده است، امری است مربوط به بعد از فرض تامین احتیاجات مردم، و این که بعضی از مردم به طور نزدیک و همراه با التزام به روح اخوت و ناموسی عدل در خدمت برخی دیگر قرار گیرند (حکیمی و حکیمی، ۱۳۹۴). البته در بسیاری از نیازهای ضروری و غیر ضروری هیچ اختلافی بین افراد نیست، ولی اختلاف در مواردی که منشا آن شأن و ایمان و یا عادت می‌باشد، بین افراد وجود دارد. تاثیر عادت نیز در نیاز و در کفاف، مربوط به عادت‌های صنفی و نوعی است. اما عادت شخصی اگر حرام نباشد و ترک آن موجب ضرر نباشد، می‌تواند در کفاف موثر باشد.

۲-۷- محدودیت‌های مصرفی

از نظر اسلام انسان موجودی است که آزاد و مختار آفریده شده است تا امکان تکامل در او پدید آید و با اختیار خویش راه کمال را بییماید. تکامل انسان در شرایط آزادی انتخاب و تصمیم فراهم می‌گردد. در آموزه‌های قرآنی همه هستی به نوعی مسخر انسان دانسته شده است. این تسخیر با اهداف تکامل بشریت و دستیابی به کمال شایسته است. تصرفات انسانی نباید بیرون از قوانین و سنت‌های الهی باشد. هرگونه تصرفی بر خلاف فلسفه آفرینش و سنت الهی به معنای تصرف نامشروع می‌باشد. بنابراین انسان با همه اختیارات مطلق که به عنوان خلیفه الهی دارد باید محدودیت‌های الهی را رعایت کند.

اسلام برای سعادت هر چه بیشتر انسان‌ها این محدودیت‌ها را قرار داده است. بر طبق این اصل مسلمانان را از اسراف و تبذیر و تجمل‌گرایی در مصرف بر حذر می‌دارد و آن‌ها را به اعتدال و رعایت میانه روی در استفاده از نعمت‌های الهی دعوت می‌کند.

در اسلام یک دسته بندی کلی تحت عنوان حرام و حلال بودن در مورد کالاها و خدمات وجود دارد. فرد مسلمان حق استفاده از کالا و یا خدمات حرام را ندارد و در استفاده از کالاها و خدمات حلال نیز باید محدودیت‌هایی را رعایت کند. خداوند متعال قوانین و مقرراتی را برای بهتر شدن زندگی انسان‌ها در

دنیا و آخرت وضع کرده است که رعایت این قوانین اگر چه به ظاهر محدودیت است اما نعمتی است برای انسان‌ها زیرا موجب سعادت او در دنیا و آخرت می‌گردد. (سهیلی و حسینیان، ۱۳۸۹).

۲-۷-۱- مصرف حلال

«حلال» در اصطلاح به هر قول و فعلی گفته می‌شود که از سوی شارع حرمتی درباره آن نرسیده باشد. خداوند در آیه ۲۹ سوره بقره^۱ و آیه ۳۲ سوره اعراف^۲ و دیگر آیات قرآن بیان می‌کند که حلیت نه تنها اصل اولی در بهره‌برداری از روزی‌ها و تصرف در آن‌هاست، بلکه اصل اولی در هر گونه تصرفی از سوی انسان در هستی است. همه هستی در خدمت انسان آفریده شده و انسان به عنوان خلیفه الهی بر روی زمین قادر و مجاز به تصرف در آن‌هاست مگر در موارد خاصی که آن هم از طرف خدا تعیین شده است. مصرف حلال مصرفی است که فرد مسلمان در استفاده از کالاها و خدماتی که خداوند تصرف شان را برای او مجاز تعیین فرموده، دچار هیچ گونه افراط و تفریطی نگردد و همواره روی خط اعتدال و میانه روی حرکت کند. (سهیلی و حسینیان، ۱۳۸۹).

۲-۷-۲- مصرف واجب

- مقدار مصرفی که برای ادامه حیات انسان و حفظ نفس از ابتلا به ناراحتی‌ها و امراض بدنی و روحی ضرورت دارد.
- مصارفی که مربوط به افراد تحت تکفل انسان می‌باشد.
- تامین مقدار لازم برای حفظ جان انسان‌هایی که جانشان در خطر است و راهی برای تامین خوراک و پوشاک خویش ندارند.
- مصرف اموال برای واجبات عبادی که انجام آن‌ها مستلزم صرف مال است مانند حج، زیارت، زکات و خمس که جنبه عبادی دارند.
- اسلام نه تنها رفع گرسنگی سایر انسان‌ها را در حد نفس واجب قرار داده است بلکه رفع گرسنگی و رفع تشنگی حیوانات را هم که در اختیار انسان هستند را الزامی می‌داند.

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ اسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَاوَاتٍ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ
أَقُلُّ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ اللَّهِ الَّتِي أَخْرَجَ لِعِبَادِهِ وَالطَّيِّبَاتِ مِنَ الرِّزْقِ قُلْ هِيَ لِلَّذِينَ آمَنُوا فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا خَالِصَةً يَوْمَ الْقِيَامَةِ كَذَلِكَ نُفَصِّلُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَعْلَمُونَ.

فرد مسلمان باید کالاها و خدماتی را که مجاز به مصرف آنها است را به موارد بالا اختصاص دهد. در صورتی که این مصارف را انجام ندهد، دچار عقوبت الهی گشته و نه به پاداش وعده داده شده خواهد رسید و نه به قرب الهی دست خواهد یافت. (سهیلی و حسینیان، ۱۳۸۹).

۲-۷-۳- مصرف حرام

- کالا و خدماتی که به عنوان اولی حرام شده است. مانند گوشت خوک، استفاده از آلات لهو و لعب، منکرات، فحشا و مواردی از قبیل این گونه کالاها و خدمات.
- مصرف اشیایی که به عنوان ثانی حرام شناخته می شوند. مانند سم، هروئین، .. که موجب هلاکت و یا ضرر انسان است.
- انتفاع از برخی کالاها به طور خاص. مانند استفاده از ظروف طلا و نقره، استفاده از زیورآلات طلا برای مرد، پوشیدن لباس غیر متعارف که موجب شهرت و جلب توجه شود.
- گاهی مصارف فرد تحت تاثیر قوانینی که در جامعه اسلامی وضع شده، قرار می گیرد. این ممنوعیت‌ها یکی از مواردی هستند که انسان به وسیله آن مورد آزمایش الهی قرار می گیرد. به عبارتی این یک آزمایش الهی است که خداوند از بین این همه کالاها و خدمات حلال و طیب، مصرف کالاها و خدماتی را هم برای انسان مضر دانسته و ممنوع کرده است؟

حرمت برخی کالاها و خدمات مربوط به ذات آنها و برخی مربوط به ذات آدمی می باشد. برخی از کالاها و خدمات برای انسان مضر هستند که احتمال دارد انسان را به هلاکت برسانند. خداوند متعال به دلیل این که انسان را آفریده و از ساختار وجودی او آگاهی کامل دارد، ممنوعیت استفاده از این نوع کالاها و خدمات را واجب کرده است. (سهیلی و حسینیان، ۱۳۸۹).

۲-۸- تخصیص درآمد مازاد

مسلمان درآمد مازاد خود را می تواند به اشکال مختلف مصرف کند. افراد به حسب میزان ایمان خود به خدای متعال و روز جزا و پاداش، درباره مصرف و تخصیص درآمد خود تصمیم می گیرند. هرچه ایمان بیشتر باشد، برای کسب مطلوبیت بیشتر دنیای جاودان، از مصرف فعلی خود می کاهد و درآمد خود را به بهترین راهی که مجموع مطلوبیت دنیایی و آخرتی وی را بیشتر می کند، تخصیص می دهد.

۲-۸-۱- انفاق

یکی از این اشکال، مخارج در راه خداست. پاداش اصلی مصرف کننده‌ای که از مصرف حاضر خود می‌گذرد تا طبق فرامین الهی به اشخاص دیگری که نیاز بیشتر دارند، فرصت مصرف دهد، در جهان آخرت است.

۲-۸-۲- سرمایه‌گذاری و پس انداز

انگیزه پس انداز کننده، گذشتن از مصرف فعلی برای کسب مطلوبیت بیشتر در آینده است. در بعضی شرایط سرمایه‌گذاری در آمد مازاد برای حصول درآمد بیشتر در آینده، در صورتی که هدف، حل مشکلات بزرگ و پایه‌ای باشد، بر انفاق در همان دوره برتری دارد. سرمایه‌گذاری به قصد بهبود بخشیدن به وضع جامعه از طریق افزایش اشتغال و تولید و کمک هر چه بیشتر به هموعان می‌تواند در بعضی موارد ارزشی بالاتر از انفاق داشته باشد. زیرا در مراحل بعدی اثرات این سرمایه‌گذاری، می‌تواند در سطح وسیع تری به افراد جامعه کمک کند.

امیرالمومنین علیه السلام مکرر از اقتصاد و میانه روی در مصرف سخن گفته‌اند و آن را راهی برای مقابله با پیشامدهای ناگوار زندگی دانسته‌اند. بنابراین هر قدر میل نهایی به مصرف در افراد و رفتار مصرفی مردم جامعه کمتر باشد، میزان پس انداز در آن جامعه بیشتر است و امکان سرمایه‌گذاری افزایش می‌یابد. از دیدگاه حضرت انجام کار خیر نیز نوعی پس انداز و سرمایه‌گذاری برای فردای جاودان است. آن چه برای آخرت پس انداز می‌شود باید با قصد قربت و عدم ریا همراه باشد. بنابراین وقتی انفاق در راه خدا یا پرداخت مالیات‌های شرعی و کمک مالی واجب یا مستحب، به پرداخت از مال حلال و با قصد قربت مشروط باشد، در این جا اصالت دادن به آخرت، قوی‌ترین انگیزه برای چنین پس اندازهایی است.

قوی‌ترین انگیزه برای پس انداز = اصالت دادن به آخرت

فرد مسلمان باید ضمن کوشش در عرصه اقتصاد و کسب رزق حلال و ثروت مشروع، داوطلبانه و در یک جهاد مالی گسترده، جهت تامین نیاز نیازمندان و اجرای عدالت اجتماعی و رفع فقر بکوشد تا از آثار زیانبار انباشت ثروت بر فرد و جامعه کاسته شود.

۲-۸-۳- وقف

وقف در لغت به معنای ایستادن، ماندن و آرام گرفتن است و در اصطلاح فقهی، نگهداشتن و حبس کردن عین ملک است و مصرف کردن منافع آن در راه خدا.

وقف که در بسیاری از روایات اسلامی از آن به «صدقه جاریه» تعبیر شده است دارای ثواب و فضیلت های فراوانی است. امام صادق علیه السلام فرمودند: «هنگامی که انسان می میرد، پرونده عمل او بسته می شود مگر اینکه یکی از این سه چیز از او باقی مانده باشد که در این صورت پرونده اعمال او مفتوح و تا هنگامی که یکی از این سه چیز وجود دارد اجر و ثواب در آن پرونده ثبت می گردد. ۱. صدقه جاریه (هر چیزی که مصدر و منبع عایدات و درآمدهایی است که در راه خیر صرف می شود) ۲. سنت و رسم نیکی که در زمان حیات خود به تاسیس آن اقدام و پس از مرگ همچنان مورد عمل است ۳. فرزند صالحی که پس از مرگ پدر و مادرش به یاد آنها است و برای آنان دعا می کند.»

ایشان در حدیثی دیگر فرمودند: «شش چیز است که پس از مرگ آثار نیک آنها به انسان ملحق می شود. فرزندی که برای انسان استغفار می کند، کتاب علمی که از او به یادگار مانده است، درختی که انسان آن را نشانده است، چاه آبی که به وجود آورده است، صدقه جاریه، و رسم و روش نیکی که انسان آن را به وجود آورده و پس از مرگ او مورد عمل قرار گرفته است.»

به طور کلی نظر اسلام این است که مسلمانان علاوه بر اینکه باید وجودشان در زندگی منشا خیر و برکت باشند، بکوشند که پس از مرگ خود نیز آثار نیکی که در یکی از ابعاد زندگی انسانها به درد می خورد و موجب رفاه و سعادت زندگی آنها می گردد به یادگار بگذارند. این موضوع در حساب خداوند بسیار پر ارزش است و به حساب خواهد آمد. خداوند می فرماید: «وَتَكْتُبُ مَا قَدَّمُوا وَآثَارَهُمْ وَكُلُّ شَيْءٍ آخِصِينَاهُ فِي إِمَامٍ مُّبِينٍ» (سوره یس، آیه ۱۲). آنچه را که انسانها در حال حیات خود انجام دادند و هم چنین آثاری را که از آنها مانده است همه را می نویسیم و هر چیزی در کتاب روشن الهی ثبت و ضبط است.

۲-۹- اثرات اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی

هیچ رفتار کوچک و بزرگ از دیده حسابرس حقیقی پنهان نیست. برای تمام اعمال به حسب ارزش آن پاداش و کیفر در گرفته می شود (سوره زلزله، آیه ۶-۸).

- رفتارها در دنیا تجارت آخرت است (محقق خوانساری، قرن ۱۲).
- اگر انسان جهان را محل آزمایش بداند، افزون بر علت های مادی و محسوس، علل غیر مادی را در جهان در نظر می گیرد.

- وقتی خداوند در جهان غیب دارای خزائن غیب است که محسوسات امور مادی مراتب پایین آن هستند و هر چه از آن خزائن نازل شود هیچ گونه نقص و کاستی در آن‌ها پدید نمی‌آید، نتیجه می‌گیریم که منابع اقتصادی جهان غیر محدود است. هر چند که بالفعل (نازل شده مادی) محدود باشد.

- در جهان‌شناسی اسلام نظام طبیعی دور از مشیت و اراده لحظه به لحظه خدا نیست. امور حوزه اقتصاد (همانند همه امور مادی و غیر مادی جهان) در معرض فیض مستقیم و مستمر الهی است.
- اگر انسان دنیا را محل کشت و جهان آخرت را محل برداشت آن بداند و عمل او بذری باشد که در دنیا کاشته می‌شود و در آخرت برداشت می‌شود، سود و زیان در نظر او معنا و مفهوم دیگری پیدا می‌کند. در پرتو چنین باوری، انسان فقط به فکر منافع شخصی خود نیست بلکه منافع و مصالح جامعه اسلامی را بر منافع فردی خود ترجیح می‌دهد.
- میزان سود افراد در اقتصاد بر اساس درجه ایمان و تقوا و نیز بر پایه مهارت، میزان کار، کیفیت بهره‌برداری از منابع، و... متفاوت خواهد بود.

«من جاء بالحسنة فله عشر أمثالها» (سوره انعام، آیه ۱۱۰). هر کس کار نیکی انجام دهد، ده برابر به او پاداش داده می‌شود. بنابراین در تولید اگر تولیدکننده آخرت را بیشتر مورد توجه قرار دهد، مجموع سودش در حیات دنیا و آخرت بیشتر خواهد شد و در نتیجه لذت بیشتری خواهد داشت.

۲-۹-۱- پرهیز از تولید کالاها و خدمات ممنوع و کاهش فساد

تولیدکننده کالاها و خدماتی که در شرع ممنوع باشد را تولید نمی‌کند. به دلیل اینکه تولید این گونه کالاها و خدمات نه تنها سود و لذت آخرتی در پی ندارد، بلکه با زیان در جهان آخرت همراه است. بنابراین با تحقق این امر جامعه دارای سلامت فرهنگی می‌شود و از فساد فاصله می‌گیرد.

۲-۹-۲- انتخاب گزینه برتر

هنگامی که تولیدکننده برای تولید تصمیم می‌گیرد، گزینه‌های متفاوت را بررسی می‌کند. بر اساس این باور اسلامی، کالا یا خدماتی تولید می‌کند که او را به هدفش نزدیک تر کند. در نظر می‌گیرد که نیاز ضروری جامعه در چه چیزی است و در پی تولید آن می‌رود حتی اگر سود مالی کمتری نسبت به تولید کالای دیگری که از نیازهای ضروری نیست، داشته باشد. چرا که مصلحت و منافع اجتماعی را بر منفعت شخصی

خود ترجیح می‌دهد. با این حال در مجموع سود بیشتری می‌برد چون این کار، سود آخرتی فراوانی را در پی دارد.

۲-۹-۳- پرهیز از آسیب رساندن به محیط زیست

از ظرفیت‌های تولیدی به گونه‌ای استفاده می‌کند که به حیات دیگران آسیب نرساند.

۲-۹-۴- رشد مهارت و تخصص

اگر برای به دست آوردن سود بیشتر مهارت و تخصصی نیاز باشد، رفتار عقلایی فرد اقتضا می‌کند به کسب مهارت اقدام کند.

۲-۱۰-۱- مفاهیم مرتبط با الگوی مصرف

۲-۱۰-۱- اسراف

اسراف یکی از گناهان کبیره به حساب آورده شده است و حرمت آن مسلم است و آیات و روایات در حرمت اسراف به چهار دسته تقسیم می‌گردند:

۱. آیاتی که عدم محبت خداوند را به مسرفین اظهار می‌کنند.
۲. آیاتی که عاقبت مسرفین را هلاکت بیان کرده است.
۳. روایاتی که اسراف و تبذیر را از گناهان کبیره شمرده است.
۴. آیات و روایاتی که در آن‌ها از اسراف نهی شده است. و اینها همه دلالت بر حرمت اسراف دارند. اسراف تجاوز کردن از حد در هر کاری است که از انسان سر بزند. آن چه در غیر طاعت خدا مصرف شود اسراف است گر چه مقدار آن کم و ناچیز باشد.

مقدار هزینه‌ای که اگر هزینه مسلمان از آن تجاوز نماید، مشمول اسراف می‌گردد، به عرف جامعه و وضعیت فرد بستگی دارد. هر کس موظف است زندگی خویش را طبق شان و موقعیتی که در اجتماع دارد، تنظیم کند. البته این با مساوات اسلامی منافاتی ندارد. زیرا این تفاوت بر اساس تفاوت در شهرت و ضعف استعداد و میزان تلاش افراد است. افرادی که در مصرف کالاها و خدمات اسراف می‌ورزند، هم در دنیا اثر سوء آن‌ها را خواهند چشید و هم در آخرت خشم الهی نصیبشان می‌گردد.

بنابراین اسراف هم برای افراد در سطوح مختلف اجتماعی و اقتصادی و هم برای جوامع در سطوح مختلف اقتصادی و مالی، نسبی است. یعنی ممکن است در یک جامعه پیشرفته سطح مصرفی موجود امری معمولی حساب شود ولی در یک جامعه در حال توسعه خروج از حد نصاب متعارف به نظر آید. همچنین ممکن است استفاده از یک مقدار کالا برای یک فرد تجاوز از حد محسوب شود و برای شخص دیگر چنین به حساب نیاید. در روایتی از امام صادق علیه السلام آمده است: «همانا اسراف با کمی برکت همراه است». در جای دیگر می‌فرمایند: «همانا اسراف پدیدآورنده فقر و میانه روی موجب بی‌نیازی است». بنابراین در صورتی که افراد جامعه در مصرف کالاها و خدمات اسراف ورزند، مصرف آینده آن‌ها در اثر کم شدن برکت، کاهش خواهد یافت. اگر روحیه اسراف و زیاده روی در جامعه‌ای حاکم شود، اولین اثر آن بر طبق آیات و روایات انحطاط جامعه و محدود شدن سطح درآمد و سطح رفاه آن است. (سهیلی و حسینیان، ۱۳۸۹).

۲-۱۰-۲- تبذیر

تبذیر به معنای پراکنده کردن و اصل آن پاشیدن بذر است و برای هر کسی که مالش را ضایع کند، به کار می‌رود. اسراف اتلاف مال از نظر کمی است ولی تبذیر اتلاف مال از نظر کیفی می‌باشد. تبذیر نوعی اسراف است اما دقیقاً مترادف با اسراف نمی‌باشد. به هر صورت صرف مال در موارد غیر عقلانی و غیر مفید تبذیر بوده و از نظر اسلام تحریم شده است. (سهیلی و حسینیان، ۱۳۸۹).

۲-۱۰-۳- اقتار

اسلام در همه امور دینی و دنیوی میانه رو و معتدل است. اگر اسراف را نمی‌پذیرد، نقطه مقابل آن را نیز که افراط در ترک انفاق و سخت‌گیری و امساک در موارد مصرف است را روانی‌داری و تنها امتیاز و برتری را در رعایت قصد و عدل یا حد میانه می‌داند.

بنابراین اقتار نقطه مقابل اسراف است و همان‌طور که اسلام اسراف را به دلیل هدر دادن منابع و محروم کردن سایر افراد از آن، نکوهش می‌کند، اقتار را هم به دلیل این که انسان‌ها را دچار مشکل می‌کند، باطل می‌داند. انسان همواره نگران آینده است و همه امور را طوری برنامه‌ریزی می‌کند که با مشکل فقر روبه‌رو نگردد. در صورتی که این نگرانی اگر مدیریت نشود در زمان حال بیش از مقدار متعارف و معمول به خود

و خانواده خویش سخت می‌گیرد و حتی زندگی معمولی حال را فدای آینده‌ای می‌کند که در ذهن او سخت است و هیچ‌گونه واقعیت عینی ندارد. بنابراین سخت‌گیری و امساک در مصرف هم برای فرد عواقبی در پی دارد و هم جامعه را دچار مشکل می‌سازد. (سهیلی و حسینیان، ۱۳۸۹).

۲-۱۰-۴-تर्फ

تर्फ یک حالت ناشی از نداشتن تکیه گاه معنوی است که در انسان پدید می‌آید و در نتیجه تمام توجه او را به لذت‌های زودگذر و آسایش محدود می‌گرداند. چون آسایش و تنعم روح انسان را نمی‌تواند ارضا کند پیوسته در تنوع لذت‌های بیشتر می‌کوشد. از آن جا که خوی تنوع طلبی و افراط در تجمل، رفاه و آسایش پیدا می‌کند، زیر بار هیچ‌گونه حدود و مقرراتی نمی‌رود. (سهیلی و حسینیان، ۱۳۸۹).

اسلام مخالف رفاه و آسایش نیست و در صورتی به مخالفت می‌پردازد که انسان در راه تجمل و آسایش و طلب لذت به اندازه‌ای کوشش کند که نتواند رزق و برق ناشی از آن‌ها را از ذهن خود بیرون براند و برای رسیدن به این اهداف دست به هر کاری بزند. چنین فردی جهان پس از مرگ و روز حساب را انکار می‌کند و به دلیل اینکه برای اعمال خویش میزان و معیاری را باور ندارد، پیامبران را رد می‌کند و اقدام به هر گونه عمل غیر اخلاقی می‌کند.

مصرف کننده مسلمان حق پرداختن بیش از اندازه به لذت‌های زودگذر و آسایش و تنعم را ندارد، زیرا او را از توجه به خداوند دور می‌سازد و به سرگرمی‌های مادی موجود در دنیا مشغول می‌سازد و انسان را از هدف اصلی او بازمی‌دارد.

۲-۱۰-۵-اتلاف

اتلاف یعنی دوراندختن و نابود کردن کالایی که برای فرد دیگری قابل استفاده باشد. در اقتصاد اسلامی از اتلاف نهی می‌شود. علت نهی از اتلاف آن است که کلیه موضوعات و احاد اقتصاد اسلامی به صورت یک مجموعه مربوط به هم در نظر گرفته می‌شود. از نظر اسلام مومنین برادران یکدیگر محسوب می‌شوند، در نتیجه از نظر اقتصادی توابع مطلوبیت آن‌ها به هم مرتبط است. (سهیلی و حسینیان، ۱۳۸۹).

۲-۱۰-۶-اعتدال

اعتدال در لغت به معنای حد متوسط بین دو وضعیت دیگر است. در جامعه اسلامی باید تمامی حرکات و روش‌ها در کلیه شئون و ابعاد حیاتی در مسیر ویژه قرار گیرد که در اصطلاح خاص مکتبی از آن به صراط مستقیم و طریقه وسطی یا راه میانه و خط عدالت تعبیر می‌شود.

عدالت مفهومی است که متناسب با برهه‌های مختلف زمانی، سلیقه اشخاص و مکان‌های مختلف تعریف می‌شود. ممکن است چیزی برای یک شخص حد وسط و جنبه اعتدال محسوب شود و برای شخص دیگر یا برای همان شخص در زمان یا مکان دیگر حد وسط به میان نیاید. پس عدالت در مصرف به معنای بهره‌گیری از امکانات زندگی به گونه‌ای که مستلزم تلف کردن و هدر دادن مال نباشد و مازاد بر نیاز نیز نباشد و کم و کیف آن هم از نگاه عرف هماهنگ با شرایط مکانی و زمانی و متناسب با شان مصرف‌کننده باشد. (سهیلی و حسینیان، ۱۳۸۹).

۲-۱۰-۶-۱-اعتدال و میانه روی در اقتصاد خانواده

اعتدال و میانه روی به ویژه در بخش مصرف بسیار مهم و اساسی است. در آیات بسیاری از قرآن به مسئله اعتدال در مصرف توجه شده است (سوره انعام، آیه ۱۴۱ و سوره اعراف، آیه ۳۱). در این آیات انسان‌ها را از هرگونه زیاده روی و اسراف در مصرف برحذر می‌دارد و خداوند به صراحت اعلام می‌دارد که در هرگونه تصرف و مصرف آشامیدنی‌ها و خوردنی‌ها می‌بایست به دور از اسراف عمل شود.

تعبیر زیبای «قصد السبیل» که در آیه ۹ سوره نحل^۱ بیان شده به خوبی تبیین می‌کند که التزام خداوند به بیان راه راست و میانه برای آن است که آدمی تنها در این مسیر است که می‌تواند جامعه تمدنی و برتر خویش را بسازد و به عنوان خلافت الهی بر زمین، هستی را مدیریت و تدبیر و ربوبیت نماید. آیه ۳۰ و ۳۱ سوره حج^۲ و نیز ۵ سوره بینه^۳ به رعایت اعتدال به عنوان تنها راه درست اشاره می‌کند و مردم را بدان می‌خواند و در آیه ۲۷۵ سوره بقره^۴ رباخواری را سبب خروج از اعتدال روانی برمی‌شمارد. این بدان معناست که میان رفتارهای آدمی در حوزه اقتصادی با حوزه روانشناختی، ارتباط تنگاتنگی وجود دارد که نمی‌توان

^۱ وَ عَلَى اللَّهِ قَصْدُ السَّبِيلِ وَمِنْهَا جَائِرٌ وَلَوْ شَاءَ لَهَدَاكُمْ أَجْمَعِينَ.

^۲ ذَلِكَ وَمَنْ يُعْطَمْ خُرْمَاتِ اللَّهِ فَهُوَ خَيْرٌ لَهُ عِنْدَ رَبِّهِ وَأَحْلَلَتْ لَكُمْ أَنْتَعَامَ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ فَاجْتَنِبُوا الرِّجْسَ مِنَ الْأَوْثَانِ وَاجْتَنِبُوا قَوْلَ الزُّورِ، حُنْفَاءَ لِلَّهِ غَيْرَ مُشْرِكِينَ بِهِ وَمَنْ يُشْرِكْ بِاللَّهِ فَكَأَنَّمَا خَرَّ مِنَ السَّمَاءِ فَتَخَطَفُهُ الطَّيْرُ أَوْ تَهْوِي بِهِ الرِّيحُ فِي مَكَانٍ سَحِيقٍ.

^۳ وَمَا أَمْرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ حُنْفَاءَ وَيُقِيمُوا الصَّلَاةَ وَيُؤْتُوا الزَّكَاةَ وَذَلِكَ دِينُ الْقِيَمَةِ

^۴ الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَخْبِطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكِ بَأْنَهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

از آن چشم پوشید. بنابراین هرگونه رفتار نادرست اقتصادی به معنای دور شدن از حدود انسانیت بوده و آدمی و جامعه را دچار بیماری های روانی و آسیب های جدی در حوزه شخصی و روحی و روانی می کند. با توجه در مفاهیم آیات و روایات چنین استنباط می گردد که در اسلام بر استفاده درست و مناسب انواع موهبت های الهی تاکید گردیده است و در این زمینه اسلام بر رعایت حد تعادل - و نه اسراف و تبذیر و نه خست - به عنوان الگوی مناسب مصرف توجه وافری ابراز نموده است. بنابراین قرآن میانه روی را الگوی مصرف و عامل پایداری خانواده و جامعه معرفی می کند.^۱

میانه روی = الگوی مصرف و عامل پایداری خانواده و جامعه

اقتصاد اسلامی برای افراد و جوامع دو ارمان مهم دارد. بشر را از بزرگترین رنج تاریخی او که مسئله معیشت و غصه تامین مایحتاج زندگی است، نجات می دهد. همچنین جامعه و فرد را از عوارض شوم فقر که سو اخلاق و فساد و فحشا و حتی کفر و بی دینی است، محفوظ نگه می دارد.

۲-۱۰-۶-۲- دنیا و آخرت

ادیان الهی در طول تاریخ به آدمیان توجه داده اند که در عالم دیگری در انتظار نتایج رفتار و گفتار خویش باشند و از توجه به جهان آخرت بازمانند. روش دین و رهبران دینی این است که مردم، مقصد واقعی را نزدیکی به خداوند بدانند و دنیا را وسیله برای رسیدن به جهان باقی.

امیرالمومنین علیه السلام در موارد متعددی از بی مقدار بودن دنیا سخن گفته اند (نهج البلاغه، خطبه ۳). ایشان ارزش دنیا را از پوست جوی کمتر دانسته است (نهج البلاغه، خطبه ۲۲۴). حضرت این سخن را در پی طمع ورزی های دنیاپرستانی چون اشعث بن قیس می فرمایند، آنجا که اشعث شبانه با هدیه ای به درب خانه حضرت آمد و امیدهای باطلی در سر داشت. حضرت بر آشفت و فرمودند: ای اشعث دنیا نعمت هایی دارد که زودگذر است و لذت هایی که دیری نمی پاید. چنین نعمت ها و لذت های زودگذر در مقایسه با نعمت های سرای باقی هیچ ارزشی ندارند.

حضرت زندگانی دنیا را در مقابل آخرت بی ارزش خوانده اند. از بررسی سخنان حضرت این طور به دست می آید که بی ارزش بودن دنیا در جلوه های گوناگونش، امری نسبی و مقایسه ای است. ایشان ارزش ذاتی دنیا را نفی نکرده اند. مقصودشان نفی ارزش دنیا و پوچ و هیچ دانستن آن نبوده است، بلکه ارزش دنیا را در تمام جلوه های آن (مانند مال و اولاد و ریاست و...) در مقایسه با ارزش های والایی همچون عدالت،

^۱ «قوم» به معنای حد وسط و اعتدال است.

پاکی و طهارت نفس و فضایل انسانی کمتر دانسته است. خانه و مال و ثروت بهترین وسیله برای توشه گیری است. بنابراین نگرش امیرالمومنین علیه السلام درباره دنیا و ارزش آن، نگرش مقایسه‌ای است.

دنیا ذاتا بی ارزش نیست، بلکه در مقایسه با جهان باقی ارزش کمتری دارد.

برخی سخنان امام درباره دنیا (نهج البلاغه، خطبه ۱۷۳، خطبه ۲۰۳ و خطبه ۱۳۱).

امام علاقه به دنیایی را سرزنش کرده‌اند که ما را از آخرت باز می‌دارد.

امام دنیا را محل خوبی برای کسی می‌دانند که به بی‌ارزشی نسبی آن پی برده باشد. ایشان ضمن دعوت به شناخت درست دنیا، تاکید می‌کنند که چگونه بینش درست، ما را در اصالت ندادن به دنیا و توجه به جهان بقا جهت می‌دهد. دنیا جای ظهور و بروز خوبی‌ها و درستی‌ها و انجام اموری است که ضمن فراهم سازی اسباب و شرایط زندگی، به انسان هدف دار و خداگر در کسب توشه و انجام عمل صالح مدد می‌رساند و او می‌تواند به کوشش مثبت اقتصادی بپردازد و با هدف تامین نیازهای خود، خانواده و نزدیکانش و حتی انفاق و کمک به دیگران و انجام فعالیت‌های خیر مالی و اقتصادی، به صورت عاملی موثر در فرآیند توسعه اقتصادی سهم بسزایی داشته باشد.

از سخنان امام درباره ترک دنیا این طور به دست می‌آید که منظور ایشان هیچگاه گوشه نشینی و ترک زندگی و کار و کوشش اقتصادی نبوده. بلکه منظور از ترک دنیا، ترک علاقه و تمایل و رغبت به آن است که ما را از عالم بقا باز می‌دارد.

۲-۱۰-۶-۳-زهد و قناعت

قناعت در لغت به معنای بسنده کردن به مقدار کم از کالای مورد نیاز و رضایت به چیزی است که نصیب شخص می‌شود. قناعت همان رضایت و در مقابل حرص است.

مرحوم نراقی می‌فرماید: «ضد صفت حرص، ملکه، قناعت می‌باشد و این حالتی است از برای نفس که باعث اکتفاء کردن به قدر حاجت و ضرورت و زحمت نکشیدن در تحصیل فضول مال، می‌باشد». در روایتی از امام صادق یا امام باقر علیه السلام نقل شده که فرمودند: «کسی که به آن چه خداوند به او روزی داده قناعت ورزد، از غنی ترین مردم است». و پیامبر (ص) فرمودند: «خوشا به حال کسی که هدایت بدین اسلامی یابد و به قدر کفاف به او رسد و قناعت کند». و همچنین فرمودند: «چندان سعی در طلب دنیا نکنید که به هیچ کس نمی‌رسد مگر آن چه از برای او مقرر شده است. و هیچ بنده ای از دنیا نرود مگر این که رزق و روزی که از برای او مقرر است بوی می‌رسد.»

همان طور که از معنی کلمه قناعت در مقابل حرص به دست می‌آید و روایات بدان اشاره دارند، مقصود از قناعت این است که آدمی در مقام کسب مال برای خود به مقدار کفاف اکتفا کند اما اگر کسب درآمد افزونتر برای انفاق و کمک به دیگران باشد، مانعی ندارد. یعنی اگر آدمی در طول شبانه روز، ساعاتی را به کار مشغول می‌شود تا به اندازه مخارج خود و عیال خود کسب مال کند می‌توان ساعات بیشتری را برای انفاق و کمک به دیگران به کسب درآمد پردازد.^۱

زهد در لغت به معنای بی‌رغبتی و بی‌اعتنایی به یک امر، رها کردنش و دوری از آن است. این معنا در قرآن نیز آمده است (سوره یوسف، آیه ۲۰).

مرحوم نراقی عامل مهم و نکته اساسی در تحقق زهد، بی‌میلی و بی‌محبتی به دنیا و مال می‌داند. یعنی آدمی دنیا را محبوب و هدف خود قرار ندهد در دنیا از تمام مواهب الهی به عنوان وسیله و به قدر ضرورت و نیاز استفاده کند. همچنین برخی دیگر از علما در معنی زهد فرموده اند: «زهد بی‌میلی و بی‌رغبتی است، مقابل رغبت است. به تعبیر دیگر اهمیت ندادن، برادران یوسف نسبت به او زاهد بودند یعنی راغب او نبودند و او رابه ثمن بخش یعنی به هفده درهم فروختند. زهد امر قلبی است و زاهد بودن معنی اش این نیست که کنجی تنها بدون همسر، زندگی کنی، و از مال دنیا بی‌بهره باشی، بلکه باید به حکم عقل جوری شوی که همه زندگی دنیا را مهم ندانسته و مشتاق رسیدن به آن نباشی. با همه وسائل زندگی باید زاهد باشی. یعنی دل به آن نبندی. هوشش به عالم بالا و اعلی باشد.»

اسلام به دنیا و همه زرق و برق آن، هرگز نگاه استقلال‌ی ندارد، بلکه صرفاً آن را وسیله‌ای برای تکامل و تعالی انسان و رسیدن به قرب حق تعالی می‌داند. چنانچه در روایت آمده است که: «دنیا مزرعه آخرت است.» یعنی هدف اصلی، سعادت اخروی است و دنیا و زندگی تنها یک وسیله است. لذا عقل حکم می‌کند که استفاده از وسیله، باید به قدر نیاز باشد. و باز قرآن در جای دیگر می‌فرماید: «لا تمدن عینیک الی ما متعنا به ازواجنا منهم زهرة الحیاة الدنیا لفتنهم فیه» (سوره طه، آیه ۱۳۱). چشم ندوز به آنچه ما به گروه‌هایی از آن‌ها دادیم یعنی شکوفه نعمت‌های زندگی دنیا را به آن‌ها دادیم، تا این که آن‌ها را بیازماییم.

امیر المؤمنین علیه السلام می‌فرماید: «هرگاه مردی جمیع آنچه را که روی زمین است جمع کند و در آن نیت قربت داشته باشد، او را از جمله زاهدان حساب کنید و اگر از همه دست بردارد و از برای خدا

^۱ کتاب اوضاع عمومی مصرف در اسلام

نباشد، زاهد نیست». و نیز می‌فرماید: «تمام زهد در میان دو جمله از قرآن است». زاهد در کلام حضرت، کسی است که از نظر روحی و معرفتی به حدی رسیده که به خداوند و افعال الهی ایمان کامل دارد. به معاد معتقد است و برای آن می‌کوشد. دنیا را می‌شناسد و به نعمت‌های آن دلبسته نیست. چه هنگام محروم بودن از نعمت و چه هنگام برخورداری از آن، وضعیت روحی اش تفاوت نمی‌کند زیرا همه را از خدا می‌بیند. زاهد کسی است که از انفاق مال دریغ نمی‌ورزد زیرا به نعمت دنیا دلبستگی ندارد و اطمینان او فقط به خدای متعال است.

زهد مراتبی دارد. پایین‌ترین مرتبه آن شکرگزاری نعمت و ترک حرام است. بالاترین درجه آن، این است که به دنیا میل ندارد و آن را رها می‌سازد چون آن را بی‌اعتبار می‌داند. مراحل زهد عبارتند از:

۱. شکرگزاری نعمت و ترک حرام
۲. ترک حرام و ترک مشبهات
۳. پرهیز از حلال به جز مقدار لازم و رها نکردن مقدار لازم
۴. زهد و زیدن و پرهیز از غیر خدا (در حد ضرورت از نعمت‌ها بهره می‌برد)

زهد به معنای نطلبیدن دنیا و گوشه نشینی نیست. زاهد آخرت‌گرا و جامعه‌گراست. زاهد کسب روزی حلال و تامین نیازهای خانواده اش را وظیفه خود می‌داند. پیامبر (ص) که برترین زاهدان عالم است، به مقدار ضرورت مصرف و برای خود و خانواده اش کالاهای مورد نیاز را تهیه می‌کرد. بنابراین زاهد به حداقل مصرف در حد ضرورت بسنده می‌کند. البته این به معنای اکتفا به حداقل تولید نیست. بلکه زهد هیچ منافاتی با تولید فراوان و در حد ممکن ندارد. زاهد برای اطاعت از دستور الهی در تولید نیازمندی‌های بندگان خدا، تمام تلاش خود را باید به کار گیرد و مازاد بر مصرف زاهدانه اش را انفاق یا پس انداز کند و در جهت تولید بیشتر از آن بهره ببرد و محصول آن را در راهی که موجب خشنودی خداوند می‌شود، صرف نماید. چنانکه امیرالمومنین علیه السلام چنین بود. ایشان در مصرف به کم‌ترین میزان بسنده می‌کرد ولی در تامین نیازهای بندگان خدا از هیچ کوششی دریغ نمی‌ورزیدند^۱.

بنابراین روحیه زهد و قناعت باعث نمی‌شود که مومن از کار و کوشش فراوان دست بکشد. بلکه کار و تولید نزد انسان زاهد و قانع، از عبادت‌های بزرگ به شمار می‌آید. مصرف او زاهدانه و کم است. این

^۱ برای آشنایی بیشتر، ر.ک: مقاله سیره اقتصادی امام علی (ع) در دانشنامه امام علی (ع)

روش (مصرف کم و تولید فراوان) نه تنها با پیشرفت و توسعه اقتصادی تضاد ندارد بلکه زمینه و عامل اصلی رشد و توسعه هر جامعه‌ای است.

۲-۱۰-۷-انفاق

۲-۱۰-۷-۱-اهمیت انفاق

در تمام جوامع انسانی وقوع حوادث طبیعی و بروز مشکلات غیرعادی باعث می‌شود گروهی از افراد نتوانند نیازهای زندگی خود و خانوادشان را تامین کنند. یکی از راه‌هایی که اسلام برای حل این مشکل توصیه می‌کند، انفاق است. مسلمانان وظیفه دارند در مواقع خطر و بروز حوادث به یاری هموعان خویش شتافته و آنان را در برخورد با مشکلات تنها نگذارند.

در آیات متعددی از سوره بقره به این مسئله پرداخته شده است. خداوند در قرآن، وجود افراد خیر را همچون دانه‌هایی می‌داند که در زمین مناسبی قرار گرفته و به هفت خوشه و هفتصد دانه تبدیل شده‌اند. زیبا این که قرآن به جای تشبیه اعمال نیک اشخاص، خود افراد را با برکت معرفی می‌کند. (موسیویان، ۱۳۸۰).

۲-۱۰-۷-۲-انفاق به منظور کسب رضای خدا

مومن و انفاق کننده واقعی کسی است که تنها برای خشنودی خدا و پرورش فضائل انسانی و تثبیت این صفات در درون خود، به انفاق اقدام می‌کند. خداوند با آوردن تمثیلی در قرآن، نتیجه عمل کسانی که برای خودنمایی و ریاکاری انفاق می‌کنند را بر باد رفته می‌داند.

۲-۱۰-۷-۳-انفاق از اموال طیب و پاکیزه

بعضی از مردم عادت دارند همیشه از اموال بی‌ارزش و آن‌چه که تقریباً از مصرف افتاده و قابل استفاده خودشان نیست، انفاق کنند. این گونه انفاق‌ها علاوه بر این که سود چندانی به حال نیازمندان ندارد، یک نوع اهانت و تحقیر نسبت به آنهاست. در قرآن خداوند صریحاً مردم را از این کار نهی می‌کند و برای آن دلیلی می‌آورد. می‌فرماید شما خودتان حاضر نیستید این گونه اموال را بپذیرید مگر از روی کراهت و ناچاری، چرا درباره برادران مسلمان و از آن بالاتر خدایی که در راه او انفاق می‌کنید و همه چیز شما از اوست، به این کار راضی می‌شوید. به عبارتی دیگر هدف از انفاق، آراستن روح و جان به صفت ایثار و گذشت و پیراستن آن از بخل و خست است نه رهایی از دست اشیای بی‌ارزش و از کار افتاده.

۲-۱۰-۷-۴-انفاق آشکار و پنهان

انفاق آشکار در راه خدا و اختفای آن هر کدام اثر مفیدی دارد. هنگامی که انسان به طور آشکار و علنی مال خود را در راه خدا انفاق می کند، اگر انفاق واجب باشد، مشخص می شود که به وظیفه واجب خود عمل کرده است، و اگر انفاق مستحب باشد، این به نوعی تبلیغ عملی است که مردم را به کار خیر و حمایت از محرومان و انجام کارهای عام المنفعه اجتماعی تشویق می کند. چنانچه انفاق به طور مخفی و دور از انظار مردم انجام شود، به طور قطع ریا و خودنمایی در آن کمتر است و خلوص بیشتری در آن است. از آنجا که پایه اصلی دین و دینداری اخلاص است، عمل انسان هر چه خالص تر باشد به فضیلت نزدیکتر است. به خصوص در رابطه با کمک به محرومان، که این کار باعث حفظ آبروی آن ها نیز می شود.

۲-۱۰-۷-۵-انفاق کریمانه

در صورتی انفاق در پیشگاه خداوند پذیرفته می شود که به دنبال آن منت و یا هر چیزی که موجب آزار و رنجش نیازمندان است، نباشد. در حقیقت افراد با این عمل ناپسند، اجر و پاداش خود را از بین می برند. قرآن در واقع سرمایه زندگی انسان را به سرمایه های مادی منحصر نمی داند، بلکه سرمایه های روانی و اجتماعی را نیز به حساب آورده است. کسی که چیزی به دیگری می دهد و منتی بر او می گذارد، در حقیقت چیزی به او نداده است. زیرا اگر سرمایه ای به او داده سرمایه ای دیگر را از او گرفته است. چه بسا آن تحقیرها و شکست های روحی بیشتر از مالی باشد که به او بخشیده است.

۲-۱۰-۷-۶-پاسخ کریمانه

اسلام در مورد ارزش های اجتماعی اشخاص و حیث و آبروی افراد ارزش خاصی قائل شده است. عمل افرادی را که در هر زمینه ای در حفظ این سرمایه های انسانی می کوشند، برتر و بالاتر می داند. انفاق و صدقه دادن نیز باید با گفتاری خوش و حفظ آبروی نیازمند همراه باشد. (موسویان، ۱۳۸۰).

۲-۱۰-۸-شان

نیازها و شرایط متفاوت افراد، شان های متفاوتی را برای افراد پدید می آورد. به طور کلی فرهنگ های متفاوت شان های متفاوت به وجود می آورند. شان یعنی مجموعه ای از شرایط اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، فیزیکی و روانی در فرد که جایگاه عرفی هر فرد در اجتماع را در هر عصر و زمان مشخص می سازد.

۲-۱۰-۸-۱-اصل حفظ عزت و کرامت فرد مسلمان

حفظ و نگه داشتن آبروی افراد واجب است، چرا که شایسته فرد در جامعه و اعتبار وی با این کار خدشه دار می‌شود. اسلام حفظ آبروی مومن را از کعبه بالاتر می‌داند.

۲-۱۰-۸-۲- اصل رعایت سطح رفاه عموم مردمی

یکی از اصول ثابت و تغییرناپذیر این است که مسلمان نباید زندگی خود را از جامعه جدا بداند. باید زندگی خود را با زندگی عموم مردم تطبیق دهد. در حالی که عموم مردم در بدبختی زندگی می‌کنند عده‌ای با تمسک به آیه‌ای از قرآن (سوره اعراف، آیه ۱۲) در دریای نعمت غوطه ور شوند حتی اگر از راه حلال به دست آمده باشد.

امام صادق علیه السلام به اقتضای زمان زندگی را بر خاندان خود توسعه داده بود. در موقعیتی که قحطی شده بود ایشان دستور دادند که همه آذوقه گندم در خانه را بفروشند و بعد مثل اکثر مردم روز به روز گندم و نان تهیه کنند. (شعبانی، ۱۳۹۴).

۲-۱۰-۸-۳- اصل آمادگی برای قیام و مخالفت با دشمن

مسلمانان باید برای مقابله با دشمن و آمادگی برای قیام و تقویت جایگاه و نفوذ کلام خویش در برابر آنان، شان مصرفی مناسبی را اختیار کنند.

۲-۱۰-۸-۴- اصل رعایت مقتضیات زمان و مکان

در سیره پیشوایان دین به اموری برمی‌خوریم که به حسب ظاهر با یگدیگر تناقض و تعارض دارند. امام صادق علیه السلام در پاسخ افرادی که سیره رسول خدا (ص) را بی‌اعتنایی به دنیا تعبیر کرده بودند، فرمودند: «رسول خدا (ص) در زمان و جایی زندگی می‌کرد که فقر و تنگدستی فراگیر بود. عامه مردم از داشتن وسایل اولیه زندگی محروم بودند. اگر در عصر و زمانی وسایل و لوازم فراهم شد دیگر دلیلی برای آن طرز زندگی نیست بلکه سزاوارترین مردم برای استفاده از موهبات الهی نیکان زمان اند.» (شعبانی، ۱۳۹۴).

۲-۱۰-۸-۵- مولفه‌های شان

مفهوم شان یک مفهوم عرفی است. برخی از مولفه‌های شان عبارت‌اند از:

۱. درآمد
۲. منطقه جغرافیایی
۳. نوع شغل و کار
۴. خانواده

۵. زمان و مکان

۶. نیازهای قومی (آداب و عادات اجتماعی)

۷. عادات شخصی

هر یک از این مولفه‌ها در شان فرد در جامعه تاثیرگذار است.

- درآمدهای متفاوت عادات مصرفی متفاوتی را به وجود می‌آورد. به طور مثال فردی که درآمد پدرش زیاد است با فردی که پدرش درآمد پایینی دارد، دارای دو شان متفاوت اند.
- نوع محل سکونت به لحاظ آب و هوایی تاثیر زیادی بر خلق و خوی و عادات افراد می‌گذارد.
- شغلی که افراد به سبب علاقه و استعداد و شرایط دیگر برای خود اختیار می‌کنند نیز مستلزم برخی عادات و احوالی است که سبب شکل‌گیری شان آنان می‌شود.
- بسیاری از عادات و خلیات افراد تحت تاثیر محیط خانواده‌ای که در آن رشد کرده اند، می‌باشد.
- از اساسی‌ترین عامل تاثیرگذار در شان افراد، زمان و مکان است. امام صادق علیه السلام فرمودند: «بهترین جامه هر روزگار، جامه مردم همان زمان است.»
- یکی از مولفه‌های شان هر مسلمان نیازهایی است که به واسطه زندگی در میان گروه خاص یا قومیت خاص برای انسان شکل می‌گیرد.
- مصرف بر اساس آن است که بتوان جسم را حفاظت کرد و تا آن حد که سلامت بدن را تضمین نماید، مصرف جایز است. بنابراین هر گاه که فرد به چیز حلالی عادت پیدا کرد این نیز بخشی از شان او می‌شود و باید عادات او را مراعات نمود.

البته واضح است که شان نیز محدودیت‌هایی دارد. محدودیت‌ها و قیودی که در اسلام هست را نیز باید در نظر گرفت. به طور مثال رعایت شان تا جایی مجاز و لازم است که منجر به اسراف نشود. تنها نباید رعایت شان افراد را ملاک قرار داد. عادات حرام و یا عادات غلط مانند چشم و هم چشمی، مدگرایی، تجمل‌گرایی، تفاخر، تظاهر،.. را نباید در نظر گرفت چرا که مصادیقی از اسراف هستند و حرمت آن در اسلام قطعی است (شعبانی، ۱۳۹۴).

اسلام نه تنها با رفاه مخالفتی ندارد، بلکه تمامی علوم و دستوراتی که ارائه داده است، برای رهایی از جهالت و آثار آن و رسیدن به علم است که نتیجه ی عمل به آن «رفاه» واقعی و دائمی در دنیا و آخرت است. لذا در کلام وحی تعلیم می دهد که از خدا هم دنیای «حَسَنَه» بخواهید و هم آخرت «حَسَنَه». یعنی بهترین های دنیا و آخرت را آرزو کنید.^۱

رفاه باید درست معنا شود. گاه فرهنگی (مثل فرهنگ غرب) مفهوم رفاه را در لذت و آن هم لذت شخصی محدود می کند. بدیهی است که اسلام این تعریف را نمی پذیرد، هر چند که رفاه سبب لذت مادی و معنوی نیز می گردد. لذتی که تعریف می کنند به معنای خوشگذرانی است نه رفاه.

«رفاه» در لغت به معنای «آسودگی» است و بدیهی است که آسودگی در صورت «برخورداری از نعمات» حاصل می گردد. هر چه انسان برخوردارتر باشد، آسوده تر خواهد بود، چرا که امنیت بیشتری خواهد داشت.

به لحاظ اقتصادی نیز همین طور است. هر چه انسان برخورداری بیشتری از نعمات داشته باشد و از آن ها استفاده ی درست و بهینه ببرد، آسوده تر است و قطعاً لذت بیشتری از حیات و زندگی گذرای خود در دنیا می برد و به کمال و رفاه بیشتر پایدار در آخرت می رسد.

پس اسلام نه تنها با رفاه مخالفتی ندارد بلکه رسیدن به کمال که مستلزم برخورداری از رفاه هر چه بیشتر است را توصیه و تاکید می نماید. از این رو توصیه شده از نعمات مادی و معنوی خدا و از موهبات و عطایا و به بهترین شکل استفاده ببرید که به آن «شکر» گفته می شود.

شکر بر دو قسم است. «شُکْرِزبَانِی» به معنای یاد آوری نعیم و نعمت هایش و نیز سپاسگذاری عابدانه از او است و «شُکْرِ عَمَلِی» یعنی استفاده صحیح از مواهب و نعمت های الهی در رفتار و عمل. خداوند می فرماید: من نعمت را می دهم، خواهی شاکر باش و خواهی کفور _ من هدایت عامه را می دهم، خواهی شاکر باش (هدایت شو) و خواهی آن را بیوشان (کافر شو) _ من نعمت را می دهم، اگر شاکر باشید زیادش می کنم و اگر کفران نعمت کنی به عقوبتش دچار می شوید (سوره ابراهیم، آیه ۷). یعنی همه چیز به چگونگی استفاده شما از نعمت ها بر می گردد. این معنا را در زندگی مادی خود تجربه می کنیم. هر کس از

^۱ رَبَّنَا آتِنَا فِي الدُّنْيَا حَسَنَةً وَفِي الْآخِرَةِ حَسَنَةً

نعمت‌ها و فرصت‌ها (که آن هم نعمت است) درست استفاده کند، زمینه را برای اخذ نعمت‌های بیشتر مساعد کرده، ظرفیت پذیرش نعمات فزون تر را بیشتر می‌کند. اما هر کس نعمت‌ها را ضایع کند، خودش بدبخت و پشیمان می‌شود.

پس رفاه ضروری است. اما تعریف دارد. رفاه یعنی فراهم گردیدن امکانات برای بروز استعدادها و تحقق آن‌ها برای همگان، نه برای یک نفر، که به آن «رفاه اجتماعی» گفته می‌شود. رفاه فردی، همان لذت جویی، خوشگذرانی و کامرانی مادی است که معمولاً به قیمت ظلم به دیگران، پیدایش طبقات، عمق یافتن فاصله طبقاتی و تقسیم شدن جوامع انسانی به «فقیر و غنی» می‌گردد و موجب این بدبختی‌ها، فلاکت‌ها، عقب افتادگی‌ها و حتی جنگ‌های سرد و گرم و جنایات بی‌شمار می‌گردد.

«حرام خدا» عقاب دارد. نتیجه دنیوی اش آثار سوء و تخریبی است که هم راه رشد را سد می‌کند و هم سبب ارتجاع و انحطاط انسان و انسانیت می‌گردد و نتیجه‌ی اخرویش نیز بیرون آمدن حقیقت کفر و ظلم می‌باشد که همان آتش و عذاب است. اما «حلال خدا» نیز حساب دارد. در نظام هدفمند و حکیمانه خلقت، هیچ چیزی بی حساب نیست. حتی نفس کشیدن هم حساب دارد، چه رسد به چگونگی به دست آوردن و مصرف نعمات الهی.

برخی گمان می‌کنند که «حساب و کتاب» حتماً برای عقوبت سخت است، لذا نتیجه می‌گیرند که کسب مال حلال و استفاده بهینه از آن و برخورداری از نعمات الهی، مذموم است و عقوبتی دارد. در حالی که اصلاً چنین نیست، بلکه فرمود «حساب دارد» فرمود الزاماً «عقوبت سخت» دارد. بدیهی است حساب هر کس درست بود، پاداش هم دارد. پس همه باید حساب و کتاب درستی داشته باشند. حتی در کسب و مصرف مال حلال. همه در مقابل نعمات الهی مسئول هستند و بدیهی است که مسئول باید حساب بدهد و اگر حساب و کتابی در کار نباشد، مسئولیت بی‌معنا خواهد بود. مسئولیت، یعنی مورد سؤال قرار گرفتن. یعنی مجبور بودن به پاسخگویی (سوره اسراء، آیه ۳۶). پس مال حلال نیز حساب خواهد داشت.

۲-۱۰-۱۰ تجمل گرایی

مال پرستی، یکی از جلوه‌های برجسته دنیاپرستی است و تجمل گرایی نماد بارز مال دوستی است. دنیازدگی سرآغاز همه زشتی‌هاست. وقتی مال دوستی به اوج برسد و به مال پرستی تبدیل شود، عامل بسیاری از لغزش‌ها می‌شود و انسان‌ها را از راه کمال بازمی‌دارد. نگاهی به مخالفان انبیا به ما می‌آموزد که آنان با به

رخ کشیدن ثروت، خود و هواداران شان را برتر می‌شمردند در حالی که تنها ملاک برتری در اسلام، تقوا، ساده زیستی و روش و منش پارسایان است.

ملاک برتری انسان‌ها نزد خدا = تقوا

تجمل از دیدگاه قرآن و حدیث یکی از مظاهر بی‌عدالتی و نابرابری است که قرآن و پیامبر و سایر ائمه روی آن تکیه نموده‌اند و به مبارزه با آن پرداختند. در قرآن کریم فراوان درباره ثروت اندوزی یا کنز، تفاخر، تکاثر، ربا و اسراف سخن به میان آمده است. در قرآن روی برابری همه اقشار و ایجاد امت واحده و رفع هرگونه علائم و سمبل‌هایی که باعث ایجاد شکاف طبقاتی است، تاکید خاصی شده است. امام رضا علیه السلام دنیا را سرایی آکنده از شر و بدی می‌شمرد و از شر آن به خدا پناه می‌برد و راه‌هایی را زهد و پارسایی می‌بیند و می‌فرماید: «به وسیله زهد و بی‌رغبتی به دنیا نجات از شر دنیا را می‌جویم» (صدوق). زندگی انسان را می‌توان به سه بخش تقسیم کرد:

۱. زندگی ضروری

۲. زندگی رفاهی

۳. زندگی تجملی

در زندگی ضروری انسان به دنبال تامین نیازهای اولیه و ضروری خود می‌باشد و تامین خوراک و پوشاک را سرلوحه فعالیت‌های اقتصادی روزانه خود قرار می‌دهد. در اسلام، این حد از تامین معیشت برای مردم در زندگی مشترک واجب بوده و از آن به «نفقه» تعبیر شده است. در زندگی رفاهی انسان درصدد تامین رفاه بیشتر برای خانواده است و تلاش می‌کند امور روزمره خود را از حد ضرورت فراتر برده و خوراک و پوشاک و مسکن بهتری برای خانواده خود فراهم نماید. این قبیل تلاش‌ها نیز در دستورات اسلامی ستوده شده و از آن‌ها به «جهاد» تعبیر شده است. از این رو در اسلام، زندگی بهتر همراه با رفاه بیشتر منع نشده است. اما آنچه جامعه را به سمت هلاکت نزدیک می‌کند، زندگی تجملی است. مصداق روشن زندگی تجملی اسراف در مصرف است. برای مثال، اگر فردی که در خانه خود دارای وسیله سردکننده مناسبی برای نگهداری غذاهاست، درصدد بیفتد که چون در خانه خویشان وی نوع جدیدی از این وسیله وجود دارد، او نیز باید با فروش وسیله خود، مدل جدید آن را فراهم نماید. این برخورد اولین گام به سمت ورطه تجمل پرستی است. زیرا غرب، امروزه با همین تفکر، در دنیای مصرف زدگی بیشتر برای کسب لذت

و سود انسانی (اومانيسم) گرفتار آمده است و در این دنیا هویت خود را فراموش کرده و هستی اش را بی ارزش، بی کرامت و بی معنا قلمداد می کند. دنیای غرب با سرمایه و قدرت صنعت توانسته است اشیای گرانبها و جواهر آلات و کالاهای شیک را به بازار مصرف وارد کند و وجودش را که تجسمی از عدم، پوچی و بیهودگی است معنا و ماهیت ببخشد و به یاری این تمدن مادی و با توسل به این کالاها، عقده گشایی کند و کمبودهایش را ترمیم نماید.

در جامعه اسلامی ما، ریشه های مصرف زدگی و تجمل پرستی در بعضی خانواده های شهری و روستایی نهفته است که باید به عنوان یکی از مظاهر غرب زدگی، آسیب شناسی گردد. اگر کسی در میزان یا نحوه استفاده از نعمت ها و امکانات خدادادی زیاده روی نموده، بیش از آنچه مورد نیاز و درخور شان اوست مصرف کند، در زمره مسرفان یا مبذران خواهد بود و عواقب چنین برخوردی با نعمت های الهی متوجه او خواهد گردید. این موضوع تنها به زندگی فردی هر کس مربوط نمی شود، بلکه در سطح کلان، هر جامعه باید مصارف و نیازهای خود را بر اساس یک برنامه دقیق و حساب شده مطابق میزان درآمد و تولید ملی تنظیم کند تا بتواند استقلال اقتصادی و سیاسی خود را حفظ نموده، تحکیم و تداوم بخشد. قرآن کریم به صراحت از اسراف نهی کرده (سوره اعراف، آیه ۳۱) و مسرفان را اهل آتش (سوره مومن، آیه ۴۳) و مبذران را برادران شیطان معرفی کرده است (سوره اسراء، آیه ۲۷).

برای اسراف دو عامل ذکر شده است: الف) عوامل اخلاقی ب) عوامل روانی

۲-۱۰-۱-۱- عوامل اخلاقی

- ضعف ایمان: از جمله عوامل اخلاقی ضعف ایمان است. مهم ترین عاملی که انسان را در مقابل منکر مقاوم کرده و از افتادن در ورطه گناه بازمی دارد ایمان است و شخصی که دچار اسراف شده بی تردید ایمان در قلب او آنگونه که باید قوت نگرفته است.
- پیروی از هوای نفس: نفس انسان همواره انسان را به بدی می خواند، مگر این که خدا رحم کند. شخص مسرف کسی است که مغلوب نفس اماره گشته است.
- کوتاه نظری: شخص مسرف گمان می کند هر چه پوشاک، خوراک و وسایل زندگی اش در حد عالی باشد از ارزش و مقام بهتری در اجتماع و جلوی سایرین برخوردار است.
- ریا: شخص مسرف برای نشان دادن خود یک سری خرج های دهان پر کن، بذل و بخشش های بی مورد که نه خود و نه دیگران نیازی به آن دارند انجام می دهد تا فقط به چشم بیاید.

- تجمل گرایی و تجمل پرستی: فرد زیبایی‌ها را دوست دارد اما به حد افراط^۱ تا جایی که به مرحله پرستیدن و ستایش کردن می‌رسد. دوست دارد هر چیز زیبایی را که می‌بیند بخرد و آن را از آن خود می‌داند.
- الگوهای نادرست رفتاری و کرداری: فرد به اسراف دچار می‌شود چون عملی مرسوم در خانواده است و یا تحت تاثیر اطرافیان همچون دوستان خود قرار گرفته و از آنان الگوبرداری کرده است.

اسراف مذموم است و در دین اسلام هم نکوهش شده اما زمانی ترغیب به حذف این خصلت در ما ایجاد خواهد شد که ضرورت آن برایمان ملموس و قطعی شود و آن میسر نخواهد بود تا زمانی که میزان قبح عمل و عواقب سوء آن برایمان روشن گردد (تاجور و تاجور، ۱۳۹۱).

در اسلام تمامی فعالیت‌ها و رفتارهای مصرف کننده حتی غذا خوردن فرد، به دلیل توجه به خدا، رنگ معنوی به خود می‌گیرد. اسلام اعتقاد به این ندارد که تقرب و بندگی خداوند با بهره‌وری از نعمت‌های الهی منافات دارد، بلکه در اسلام اعتقاد بر این است که تمتع و برخورداری از مواهب زندگی برای مسلمانان، نه تنها جایز است بلکه امری ضروری می‌باشد.

اگر چه در اسلام بهره‌گیری از نعمت‌های الهی توصیه شده است اما بر خلاف نظام سرمایه داری که مصرف کنندگان را برای مصرف هر چه بیشتر و لذت بردن بدون حد و حصر از هر چیزی، به رقابت رهنمون می‌کند، اسلام مصرف کنندگان را به قناعت فرا می‌خواند و آن‌ها را به کنترل خویش و پرهیز از حرص و نزاع بر سر برخورداری‌های مادی، تشویق و ترغیب می‌کند.

بنابراین در صورتی که مصرف کننده مسلمان حدود مصرف اسلامی را خوب بشناسد و به آن عمل کند، همواره روی خط اعتدال حرکت خواهد کرد. در مورد کالاهای ضروری فرد مسلمان در صورتی که به اندازه نیاز خود مصرف کند، اعتدال را رعایت نموده و اگر بیش از نیاز مصرف کند، اسراف کرده است و در صورتی که مقدار مضاف را بدون استفاده کامل از آن بیرون بریزد، اتلاف نموده است. همچنین اگر

^۱ حب الدنيا رأس كل خطيئه

به مصرف موارد نامشروع پردازد، مرتکب تبذیر شده است. مصرف کننده‌ای که مرتکب موارد اشاره شده نگردد، در مسیر اعتدال حرکت می‌کند.

شناخت + عمل کردن = حرکت در مسیر اعتدال و آسان تر و سریع تر رسیدن به هدف

در دستورات دین اسلام اصول قناعت و قواعد صحیح اقتصادی مورد توجه فراوان قرار گرفته است و مؤمنین موظفند از اسراف و زیاده‌روی دوری گیرند. با این وجود از هنگامی که زندگی غربی الگوی زندگی شرقی قرار گرفت یکی از سجایای بسیار نیکو و زیبای اسلامی که روحیه قناعت کردن است به تدریج رو به کاهش نهاد. در نتیجه آرامش روانی خانواده رو به کاهش نهاد و به جای آن تزلزل و درگیری میان زن و مرد به وجود آمده است.

مطالعه و بررسی وضعیت خانواده‌ها حکایت از آن دارد که بیشتر خانواده‌ها درگیر مشکلات اقتصادی، آموزشی، بهداشتی و... می‌باشند، برخلاف گذشته، زن و مرد هر دو بیشتر وقت خود را صرف کار در بیرون از منزل می‌کنند و آرامش و آسایش خویش را قربانی این تلاش‌های بی حد و حصر نموده‌اند. هر چه خانواده از اصول و آداب اسلامی بیشتر فاصله بگیرد و خود را غرق تجملات نماید، ارکان خانواده سست تر و متزلزل تر خواهد شد. تا خانواده‌ها به اصل اولیه خود که همان آداب و رسوم و سنت‌های ارزنده اسلامی است، بازگشت ننمایند ارکان خانواده‌ها سست تر خواهد شد و پیامدهای ناهنجار آن مثل طلاق، بزهکاری، فرار از خانه و... بیشتر خواهد شد. برای از بین بردن این سنت‌های نادرست باید همگی دست به دست هم دهیم تا اصول اصیل اسلامی را بر زندگی مان حاکم نماییم. مصرف از نظر اقتصادی اهمیت بسزایی دارد؛ زیرا مصرف در حالی که هدف نهایی از تولید و توزیع است از عوامل مؤثر در آن نیز می‌باشد. بر همین اساس، اقتصاددانان از اصلی به نام «حاکمیت مصرف کننده» سخن گفته‌اند؛ یعنی مصرف کننده تولیدات و چگونگی تشخیص منابع تولید و توزیع را شکل می‌دهد.

اهمیت فراوان این امر سبب شده است پیشوایان بزرگ دینی با سخنان و سیره خود بر تدبیر در مصرف و تقدیر معیشت تأکید ورزند. از امام باقر علیه السلام نقل شده است: «همه کمال انسانی در سه چیز است: خوب فهمیدن دین، صبر نمودن بر مصیبت و تقدیر معیشت.»

«استاندارد مصرف» از دیگر گزینه‌های مؤثر در الگوگیری مصرف است. استاندارد مصرف معیاری است که بر نحوه مصرف خانوار اثر می‌گذارد، هر چه استاندارد میزان درآمد بیشتر باشد، سطح مصرف نیز بیشتر خواهد شد. گرچه شکل مصرف در خانواده‌ها متفاوت است، ولی نکته قابل توجه این است

که مصرف باید درست و پسندیده بوده و از هرگونه اسراف و تبذیری به دور باشد؛ زیرا در شریعت مقدس اسلام سخت مورد نکوهش قرار گرفته است.

امام صادق علیه السلام می‌فرماید: «مردی بر پیامبر (ص) وارد شد. دید پیامبر (ص) بر بوریا یی خفته است و بالشی از لیف خرما زیر سر دارد که بر بدن و صورت ایشان جا انداخته است. شروع به دست کشیدن بر بوریا کرد و در این حال می‌گفت: کسرا و قیصر به چنین چیزی رضایت نمی‌دهند، آن‌ها بر حریر و دیبا می‌خوابند و شما بر این بوریا! پیامبر (ص) فرمود: من از آن‌ها بهترم به خدا سوگند! من از آن‌ها ارجمندترم به خدا سوگند! مرا چه به دنیا؟ حکایت دنیا در حقیقت مرد سواری است که از درختی می‌گذرد که سایه‌ای دارد که در آن سایه می‌آرمد و چون سایه بر می‌گردد بار را بر می‌بندد و درخت را ترک می‌کند و می‌رود.»

واژه «اسراف» در مورد تمام نعمت‌های الهی به کار می‌رود؛ خوردنی‌ها، آشامیدنی‌ها، پوشیدنی‌ها، حتی وقت و زمان... اسراف، فقط به جنبه کمی و اندازه بهره‌وری از مال و ثروت و نعمت‌های الهی محدود نمی‌شود، بلکه درست و بهینه مصرف نکردن هم از مصادیق اسراف می‌باشد. «اسراف» امری نسبی است و که به شرایط زمانی، مکانی، پیشرفت و عدم پیشرفت اقتصادی، رفاه، وضعیت معیشتی و... بستگی دارد. ممکن است استفاده از مقداری کالا در جامعه‌ای «اسراف» باشد و در جامعه دیگر یا برای شخصی دیگر، چنین محسوب نشود. اگر در جامعه اسراف نباشد و افراد روحیه قناعت و شکرگزاری از نعمت‌های الهی را در زندگی خود نهادینه کنند، فقری وجود نخواهد داشت، اختلاف طبقاتی از بین خواهد رفت و همه مردم در سایه مواهب الهی با آرامش زندگی خواهند کرد.

تنها هدف جلوگیری از اسراف امکان کمک به تهیدستان نیست، بلکه احترام به نعمت‌های الهی، تقویت بنیه مالی خانواده و جامعه و تأمین رفاه و آسایش جهانی نیز از دیگر اهداف جلوگیری از اسراف است. در سایه عمل به این دستور الهی است که ریشه فقر و تنگدستیو جهان غرق در نعمت و رفاه خواهد شد.

SCC.ir

SCC.ir

فصل سوم

روش‌شناسی پژوهش

۳-۱ مقدمه

در این تحقیق، برای مشخص شدن ابعاد تاثیرگذاری زنان در اقتصاد مقاومتی، به تحلیل محتوای نظرات و اظهارات صاحب نظران، خبرگان و مسئولان در این زمینه پرداخته شده و با استفاده از تحلیل محتوای کیفی، ابعاد تاثیرگذاری زنان در اقتصاد مقاومتی مشخص شده است.

تحلیل محتوا یک تکنیک کیفی تحقیق است که به طور گسترده مورد استفاده قرار می گیرد. کاربردهای متداول تحلیل محتوا سه رویکرد متمایز را براساس درجه نقش استدلال استقرایی نشان می دهد: قراردادی، هدایتی، تلخیصی. همه این سه دیدگاه برای تفسیر معنا از محتوای داده های متن، مورد استفاده قرار می گیرند، بنابراین بر الگوی مبتنی بر اصول طبیعی توافق دارند. آنچه در این پژوهش استفاده شده است تحلیل محتوای قراردادی است. در تحلیل محتوای قراردادی، طبقه بندی های رمزگذاری به طور مستقیم از داده متن اقتباس خواهد شد. این رویکردی است که برای تکوین نظریه زمینه ای استفاده می شود.

۳-۲ روش تحقیق

در این تحقیق، به تحلیل محتوای نظرات و اظهارات ۲۱ نفر از صاحب نظران، خبرگان و مسئولان در این زمینه پرداخته شده و با استفاده از تحلیل محتوای کیفی، ابعاد تاثیرگذاری زنان در اقتصاد مقاومتی مشخص شده است. این افراد با نظر شورای فرهنگی اجتماعی زنان انتخاب شده اند و در زمینه بانوان صاحب نظر هستند. در تحلیل محتوای کمی برای نمونه گیری، به داده هایی نیاز است که با استفاده از قواعد نمونه گیری تصادفی، که اعتبار استنتاج های آماری را تضمین می کنند، انتخاب می شوند؛ درحالی که نمونه در تحلیل محتوای کیفی معمولاً در بردارنده انتخاب هدفمند مواردی است که بازتاباننده پرسش های پژوهش اند.

در تحلیل محتوای کیفی، با در نظر گرفتن موضوع تحقیق، محقق فعالانه وارد فرایند تحقیق می شود و در راستای بیرون کشیدن مقولات از میان داده ها تلاش می کند. در واقع در این روش، تئوری بر مبنای مفاهیم اصلی حاصل از داده ها شکل می گیرد.

۳-۲-۱ واحد تحلیل

واحد تحلیل به بخش اساسی متن به منظور مقوله بندی در طول تحلیل محتوا اشاره دارد. نظرات و صحبت های صاحب نظران و خبرگان در زمینه نقش زنان در اقتصاد مقاومتی به عنوان واحد تحلیل در نظر گرفته شده است.

۳-۲-۲ واحد معنا

واحد معنا در این تحقیق عبارت است از مجموعه‌ای از واژگان یا جمله‌ها که بتوان ارتباطی از معانی مشابه و یکسان در آن‌ها یافت و براساس این معنای مشابه آن‌ها را تقسیم بندی کرد. این تقسیم‌بندی می‌تواند نام‌های متفاوتی داشته باشد، از قبیل واحد تحلیل یا واحد رمزگذاری، یک واحد ایده، واحد لفظی مربوط به متن، یک واژه یا عبارت کلیدی، واحد تحلیل یا تم. واحد معنا در بردارنده کلمه، جمله، یا عبارت-ها و یا پاراگراف‌هایی است که در جنبه‌هایی از زمینه یا محتوایشان با یکدیگر ارتباط دارند. از فشرده‌سازی واحدهای معنا که همان جملات هستند گویه‌ها پدید آمده‌اند.

۳-۳ فرآیند تحلیل محتوا

در فرایند تحلیل محتوای مبتنی بر استقرا، ابتدا نظرات و اظهارات ۲۱ نفر از صاحب‌نظران بررسی شد. از فشرده‌سازی واحدهای معنا تعدادی گویه به دست آمد که در مرحله کدگذاری اولیه و جمع کردن کدهای مشابه زیر یک مقوله واحد، به ایجاد ۲۰ مقوله اولیه منجر شد. در مراحل بعدی تحقیق این مقولات نیز با یکدیگر مقایسه شدند و تعدادی از آن‌ها که نزدیکی بیشتری داشتند زیر مجموعه مقولات عام تری قرار گرفتند. هر یک از این مقولات میانی، معرف یک بخش یا طبقه خاص از موضوع تحقیق می‌باشند. این مقولات می‌توانند در ارتباط با هم قرار گیرند و در سطح بالاتری از انتزاع، ذیل یک مقوله اصلی جمع شوند.

بعد از جمع‌آوری اهم نظرات نخبگان، برای تجمیع داده‌ها در جدول، این سخنان خلاصه و به صورت گویه‌های مختصر در جدول ارائه شده‌اند. طبق روش تحلیل محتوا سعی شده مقوله‌های کلی از این جدول استخراج شود. مقوله‌های کلی کدگذاری شده و بعد از تفسیر کدها مرحله دوم آغاز می‌شود.

۳-۳-۱- مزایا و نقاط قوت تحلیل محتوا

تحلیل محتوا، مزایا و نقاط قوت زیادی دارد که در این نوشتار به موارد اصلی آن اشاره می‌شود:

- ملاحظه مستقیم ارتباط با استفاده از متون یا نوارهای ضبط شده
- تحلیل روابط متقابل و تعاملات اجتماعی
- امکان انجام روش‌های تحلیل به صورت کمی و کیفی
- فراهم آوردن چشماندازهای تاریخی / فرهنگی از طریق تحلیل متون
- درک الگوهای پیچیده فکری و زبانی انسانی

- مقایسه همزمان محتوای رسانه‌های گوناگون در نقاط مختلف برای بحث درباره تغییرات تاریخی
- تفسیر و تحلیل متون برای رسیدن به محتوای متن
- استخراج اطلاعات و معانی پنهان درباره پدیده‌های اجتماعی کلان

۳-۲-۳- نقاط ضعف تحلیل محتوا

تحلیل محتوا به لحاظ نظری و عملی با نقاط ضعف متعددی روبه‌رو است که عمده آن‌ها عبارتند از:

- تحلیل محتوا به تنهایی نمیتواند مبنای اظهارنظر درباره تأثیر محتوا بر مخاطبان باشد.
- تحلیل محتوا به چارچوب مقوله‌ها و تعاریف به کار رفته در تحلیل محدود می‌شود. پژوهشگران ممکن است تعاریف گوناگونی را برای سنجش یک مفهوم واحد به کار گیرند و پژوهشگرانی که از ابزارهای سنجش متفاوت استفاده میکنند، به طور طبیعی به نتایج متفاوتی می‌رسند.
- فاقد پیام‌هایی است که به موضوع تحقیق ربط ندارد. موضوع‌ها و شخصیت‌های بسیاری هستند که در رسانه‌های جمعی پوشش اندکی می‌یابند و به همین دلیل ممکن است در تحلیل‌ها وارد نشوند.
- تحلیل محتوا اغلب وقتگیر و پرهزینه است.
- در معرض افزایش خطا قرار دارد، به ویژه در تحلیل روابط که برای دستیابی به سطوح بالاتری از تفسیر تلاش می‌شود.
- تقلیلگر است، به ویژه هنگامی که با متون پیچیده سروکار دارد.
- در تحلیل‌های کمی تمایل فراوانی به شمارش و به دست آوردن فراوانی‌ها وجود دارد.
- تحلیل کمی اغلب به زمینه‌هایی که باعث فراهم آوردن متن می‌شود، بی‌توجه است.

۳-۳-۳- مراحل تحلیل محتوای کمی و کیفی

براساس نظر کرپندورف (۲۰۰۴) در هر تحلیل محتوا (کمی - کیفی) باید به شش پرسش زیر توجه شود:

- چه داده‌هایی باید تحلیل شوند؟
- داده‌ها چگونه تعریف می‌شوند؟

- جمعیتی که داده‌ها از آن‌ها گرفته شده است، کدامند؟
- ارتباط متن با داده‌های تحلیل چیست؟
- محدودیت‌های تحلیل کدام است؟
- نتایج تحلیل چیست؟

با توجه به پرسش‌های فوق، مراحل تحلیل محتوای کمی و کیفی متفاوت است. در ادامه با توضیح هر یک از مراحل تحلیل محتوای کمی و کیفی این تفاوت‌ها آشکار می‌شود:

۳-۳-۱- مراحل تحلیل محتوای کمی

تحلیل محتوای کمی شامل مراحل متعددی است که عبارتند از:

- فرضیه‌سازی: در تحلیل محتوای کمی پژوهشگر باید اطمینان یابد که فرضیه روشنی برای تحلیل محتوا تدوین کرده است. این فرضیه می‌تواند ناشی از مطالعات و تحقیقات پیشین یا ادبیات تحقیق باشد
- مرور متون و منابع: در این نوع تحلیل، پژوهشگر کار را با مرور گسترده منابعی که در ارتباط با موضوع مدنظر اوست، شروع می‌کند. مرور منابع، موجب انجام درست و روشن تحقیق و فراهم آمدن زمینه‌های بیشتر برای بحث می‌شود. با مرور منابع، علاوه بر پالایش عنوان تحقیق، می‌توان فهمید آیا تاکنون مطالعه برنامه‌ریزی شده‌ای در آن زمینه انجام شده و نتایج معنی‌داری به دست آمده است یا خیر. همچنین می‌توان مشخص کرد، چرا موضوع مورد بررسی نیاز به تحقیق دارد ضمن آنکه مرور منابع، در چگونگی مطالعه موضوع به پژوهشگر کمک می‌کند.
- تعریف موضوع: پژوهشگر باید مواد مورد بررسی را مدنظر قرار دهد و درباره این مسئله فکر کند که موضوع انتخابی چگونه به آزمون فرضیه کمک می‌کند و چه متونی و به چه علت باید مورد توجه و بررسی قرار گیرند.
- تعریف مقوله‌ها: مقولات مورد بررسی باید تعیین و سپس تعریف شوند.
- تهیه شیوه‌نامه کدگذاری: باید شیوه‌نامه‌ای تهیه و طراحی شود و مقولات به نحوی در آن گنجانده شوند که حاکی از درک کامل متن باشد.

- کد گذاری مقولات: مقولات مورد نظر، باید طی یک اجرای مقدماتی کد گذاری شوند. از کنار گذاشتن یک فرضیه و طرح فرضیه جدیدی متناسب با متن، نباید هراس داشت. ممکن است پژوهشگر طی بررسی اولیه به این نتیجه برسد که باید فرضیه‌ها و مقولات چندین بار بررسی شوند و نیز گزارش دقیقی از این تغییرات را یادداشت کند.
- جمع آوری داده‌ها: پس از بررسی مجدد مقوله‌ها ابتدا باید این اطمینان حاصل شود که با توجه به مقولات موجود و برگه کد گذاری، به پرسشهای تحقیق پاسخ داده خواهد شد پس از کسب این اطمینان، کار جمع آوری داده‌ها آغاز می‌شود.
- جمع آوری یافته‌ها و تفسیر داده‌ها: تعداد دفعات وقوع یک مقوله را باید یادداشت کرد و پس از گردآوری اطلاعات مورد نیاز مشخص شود، آیا الگوها و ارتباطات به اثبات فرضیه منجر می‌شود یا خیر. در صورت به اثبات نرسیدن فرضیه، باید علت امر بررسی و به این امر توجه شود که اگر فرضیه‌ای ثابت نشد دلیل بر اشکال طرح تحقیق نیست، بلکه صحت روش اجرایی در بررسی، مهم‌تر از نتایجی است که از این مرحله استخراج می‌شود. در هر حال، در صورت اثبات یا رد فرضیه لازم است یافته‌های تحقیق تنظیم و آماده شوند و نشان داده شود. که تحلیل محتوا چگونه مراحل مختلف تحقیق را هدایت کرده است.
- ارائه پیشنهادها: با توجه به یافته‌های تحقیق و نتایج حاصل از بررسی، پژوهشگر به ارزیابی مواد مورد بررسی می‌پردازد و پیشنهادهایی ارائه می‌دهد.

۳-۳-۲- مراحل تحلیل محتوای کیفی

برخی از مراحل که در تحلیل محتوای کمی مطرح است، در تحلیل محتوای کیفی نیز باید مدنظر قرار گیرد. اما در بعضی موارد تفاوت‌هایی وجود دارد. که از جمله آن‌ها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- در تحلیل محتوای کیفی فرضیه وجود ندارد، بلکه پیش فرض‌های ذهنی پژوهشگر منجر به طرح پرسش‌های تحقیق می‌شود.
- تحلیل محتوای کیفی عموماً با مرور گسترده منابع شروع نمی‌شود. علت این امر آن است که اوایل به پژوهشگر اطلاعات و دیدگاه‌هایی می‌دهد که میتواند در نحوه کار او، انجام تحقیق و جمع آوری و تحلیل اطلاعات تأثیر داشته باشد. ثانیاً ممکن است باعث شود پژوهشگر شرکت

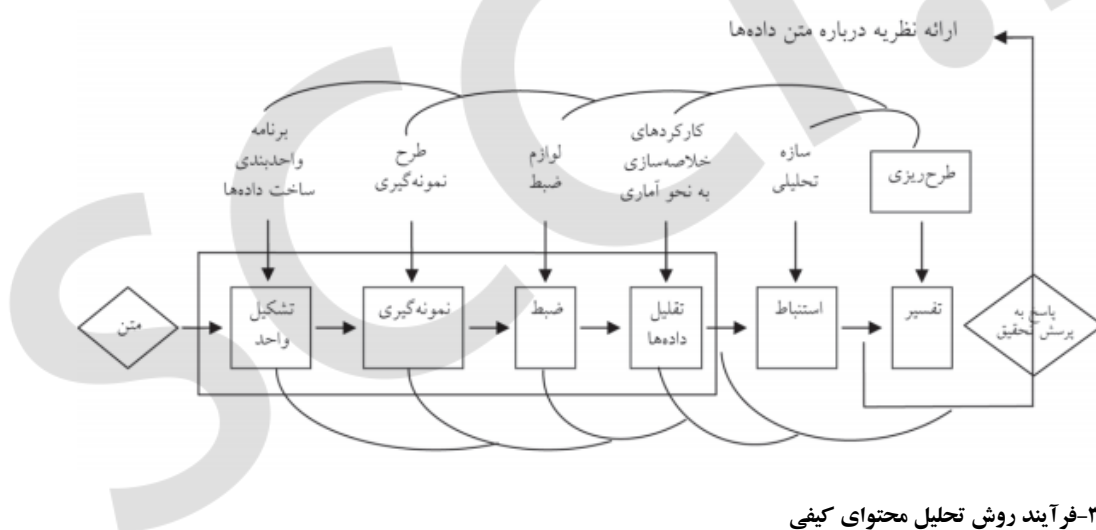
کنندگان در تحقیق را به سمتی سوق دهد که طی مرور منابع به آن پی برده است. از این رو بهتر است در تحقیقات کیفی، مرور منابع به بعد از مرحله تحلیل داده‌ها موکول شود. زیرا هدف پژوهشگر از انجام آن، ایجاد زمینه‌ای برای تحقیق فعلی، یا استفاده از آن به عنوان چارچوب مفهومی، یا تأثیر و رد یافته‌ها نیست، بلکه هدف نشان دادن تناسب بین یافته‌ها و دانسته‌های قبلی به خوانندگان تحقیق است.

علاوه بر موارد فوق، مراحل زیر نیز در تحلیل محتوای کیفی مدنظر قرار دارد:

- تعریف واحد تحلیل: براساس نظر کریپندورف (۲۰۰۴) پژوهشگر باید واحدهای تحلیل را اعم از کلمه، جمله، پاراگراف، مقاله، خبر و... تعیین کند.
- کاهش داده‌ها: منظور از این مرحله، حذف متون همانند و کنار گذاشتن موارد تکراری است.
- استفاده از نظام مقوله‌بندی: لازم است پژوهشگر با استفاده از دو روش استقرایی و قیاسی به توسعه نظام مقوله‌بندی خود پردازد؛ چرا که هسته اصلی در تحلیل محتوای کیفی، ایجاد مقولات و طبقات است. براساس نظر کریپندورف (۲۰۰۴) مقولات یا طبقات باید جامع، فراگیر و مانع‌الجمع باشند؛ به این معنا که هیچ داده‌ای نباید به دلیل آنکه در یک طبقه خاص جای نمی‌گیرد، حذف شود و نیز هیچ داده‌ای نباید بین دو طبقه یا در بیش از یک طبقه قرار گیرد. مقولات یا طبقات می‌توانند شامل مجموعه‌ای زیر مقوله یا زیر طبقه با سطوح متفاوت به صورت انتزاعی باشند.
- اصلاح نظام مقوله‌بندی براساس داده‌ها: پس از تعیین مقولات براساس داده‌های تحقیق، پژوهشگر باید نظام مقوله‌بندی را اصلاح و در صورت نیاز، برخی مقولات را حذف و تعدادی دیگر اضافه کند.
- ارائه گزارش از داده‌های کیفی: در مرحله پایانی، با توجه به داده‌های موجود، باید گزارشی تهیه و ارائه شود. در این زمینه لازم است محتوای مقولات توصیف شوند. در صورت نیاز، میتوان از شمارش و فراوانی مقولات و نیز از دیگر مطالعات کیفی استفاده کرد.

۳-۳-۴- دیدگاه کلی درباره تحلیل محتوا

با توجه به مراحل مختلف تحلیل محتوای کمی و کیفی، کریپندورف معتقد است تمایز بین تحلیل محتوای کمی و کیفی خطایی فاحش بین دو نوع داوری درباره طراحی تحلیل محتواست. صراحت و عینیت داده‌های علمی از یک سو، و تناسب مراحل کاربردی در ارتباط با متن از سوی دیگر برای تحلیل امری ضروری است. مدافعان رویکرد تحلیل محتوای کمی - افرادی چون السول - به محدودیت فراوانی اعداد و ارقام انتقاد دارند، و مدافعان رویکرد کیفی که از تحلیل‌های ادبی، سیاسی، قوم‌شناسی و مطالعات فرهنگی به این رویکرد روی آورده‌اند، به نظام‌مند نبودن این نوع تحلیل در متون و نیز داشتن دیدگاه‌های کلینگر در تفاسیر خود اشاره کرده‌اند. اذعان به کلیت متون کیفی باعث شده است که این پژوهشگران احساس کنند تفاسیر آن‌ها در پرتو مطالعات بعدی تکمیل می‌شود، لذا پذیرفته‌اند که کارهای تحلیلی به صورت موردی انجام شود و تکرارپذیری اغلب مورد توجه قرار نمی‌گیرد یا کمتر مورد توجه است. پژوهشگران کیفی تحلیل محتوا، توالی ویژه‌ای را در مراحل تحلیلی خود اتخاذ کرده‌اند که این مراحل در شکل ۱ آمده است:



شکل ۱-۳- فرآیند روش تحلیل محتوای کیفی

همان طور که در شکل بالا مشخص است، تحلیل محتوای کیفی در نهایت منجر به تدوین یا تکمیل نظریه میشود، در حالی که این امر در خصوص تحلیل محتوای کمی صدق نمی‌کند. همچنین پژوهشگران کیفی با ارائه تفاسیر خود به ارائه مطالبی تحلیلی درباره متون می‌پردازند. تفاسیر در تحلیل محتوای کیفی بخشی از مراحل تحقیق است، در حالی که در تحلیل کمی، تفاسیر اغلب روند تحلیل را همراهی میکنند. به عبارت دیگر، در تحلیل محتوای کمی، تفاسیر از مقوله‌های منتسب به داده‌های آماری اخذ می‌شوند، در

حالی که در تحلیل محتوای کیفی، تفاسیر به دلالت‌های ضمنی متکی هستند. همچنین براساس نظر برلسون، تحلیل محتوای کمی، فنی پژوهشی برای توصیف عینی، منظم و کمی محتوای آشکار پیام است. در حالی که در تحلیل محتوای کیفی، محتوای پنهان پیام مورد توجه است و به این دلیل نگاه عمیق‌تری به کلمات و عبارات داده‌های کیفی وجود دارد. در تحلیل محتوای پنهان، ادراکات و تفاسیر پژوهشگر از یک معنای ارتباطی کدگذاری میشود، درحالیکه در تحلیل محتوای آشکار پیام، کدگذاری روی محتوای قابل مشاهده و سطحی صورت گیرد. در تحلیل محتوای کیفی، پژوهشگر باید حضور معنای پنهان را تفسیر کند و این امر تا حدی برای کدگذار دشوار است، زیرا برای این کار نیاز به آشنایی با متن اشیا دارد و در صورتی که فرد با اصطلاحات خاص آشنایی نداشته باشد، ممکن است معانی ضمنی را از دست بدهد. با توجه به نقاط قوت و ضعف تحلیل محتوای کمی و کیفی، بررسی‌های مختلف حاکی از گویا بودن روش‌های تلفیقی در رسانه‌های ارتباطی است.

۳-۳-۵- اهداف روش تحلیل محتوا

هدف از تحلیل محتوای متن، مصاحبه یا اسناد و... شناسایی اهداف، ارزش‌ها، فرهنگ و تمایلات نویسنده متن یا فرد مصاحبه‌شونده است. به بیان دیگر در تحلیل محتوا، شناخت ناخودآگاه متن و صاحب متن مورد نظر است. "ویمر و دومینک" ۵، هدف اصلی را برای تحلیل محتوا مشخص کرده‌اند:

۱. توصیف محتوای ارتباطات: در این پژوهش‌ها ویژگی‌های مجموعه‌های خاصی با محتوای ارتباطی، در یک یا چند مقطع زمانی و نیز دگرگونی‌های اجتماعی، مورد مطالعه قرار می‌گیرد.
۲. آزمون فرضیه‌ها: درباره سیاست‌ها یا اهداف تولیدکنندگان رسانه‌ای: در برخی مطالعات تحلیل محتوا، با فراتر رفتن از صور سطحی رسانه‌ها، درباره ویژگی، انگیزه‌ها و یا ایدئولوژی تولیدکنندگان محتوای رسانه‌ها، استنتاج‌هایی صورت می‌گیرد.
۳. مقایسه محتوای رسانه‌ها: با جهان واقعیت در بسیاری از مطالعات تحلیل محتوا، نمایش گروه، پدیده، صفت یا ویژگی خاصی در قیاس با استاندارد دی که از زندگی واقعی بدست آمده است، ارزیابی می‌شود.
۴. ارزیابی تصویر گروه‌های خاص در جامعه: کشف تصویر رسانه‌ای برخی گروه‌های خاص و اقلیت، هدف این نوع از تحلیل محتواست.

۵. انجام استنتاج‌هایی درباره آثار رسانه‌ها: به نظر ویمر و دومینیک، تحلیل محتوا به گونه مستقیم نمی‌تواند به ارزیابی تاثیر رسانه‌ها پردازد، ولی با این روش، همراه با سایر روش می‌توان اثر رسانه‌ها بر مخاطبان را اندازه‌گیری کرد.

«برنارد برلسون» در یک تقسیم‌بندی مشخص در سال ۱۹۵۲، پنج هدف عمده را برای تحلیل محتوا مشخص کرد که عبارتند از:

۱. توصیف ویژگی‌های اصلی محتوای پیام
۲. توصیف ویژگی‌های شکلی محتوای پیام استنباط
۳. مفاهیم مورد نظر تهیه‌کنندگان محتوا
۴. استنباط برداشت مخاطبان پیام از محتوای آن
۵. پیش‌بینی اثرات محتوا بر مخاطبان

این دسته‌بندی که در نخستین اثر نوشته شده درباره روش تحلیل محتوا ارائه شد، نشان می‌دهد که از همان ابتدا هدف از تحلیل محتوا، تنها توصیف صرف ویژگی‌های متن نبوده بلکه مهم‌تر از آن نتیجه‌گیری و استنباط از محتوا نیز مورد نظر اندیشمندان بوده است کما اینکه از پنج هدف بالا، سه هدف استنباطی است.

۳-۳-۶- کاربردهای روش تحلیل محتوا

روش تحلیل محتوا را به احتمال زیاد، می‌توان برای دست کم سه دسته کلی از مسایل پژوهشی مناسب یافت:

۱. در صورتی که دسترسی به داده‌های و دشوار داده‌ها پژوهشگر محدود به مدارک اسنادی باشند.
۲. در صورتی که پژوهشگر به موضوع‌های مورد پژوهش دسترسی مستقیم داشته باشد. در این حالت ممکن است ترجیح دهد که داده‌هایش را با استفاده از روش تحلیل محتوا جمع‌آوری کند. چنانچه یافتن معیارهای تکراری ارزش‌ها و افراد مورد بررسی در زمانی معین مدنظر باشد و دلایلی مانند تاثیر کنش متقابل مداوم تحلیل‌گر و موضوع مورد بررسی بر ماهیت پاسخ‌ها

مهم باشد، تحلیل محتوای منابع، در موضوع مورد بررسی، راهی مفید برای جمع‌آوری داده‌هاست.

۳. این روش می‌تواند وسیله‌ای مناسب برای تکمیل داده‌ها باشد. پژوهشگران ممکن است نتایج داده‌های گردآوری شده را از پرسشنامه یا مصاحبه با مقایسه آن راه‌ها از تحلیل محتوای منابع موضوع بررسی مورد مطالعه قرار دهند. دکتر معتمدنژاد در کتاب "تجزیه و تحلیل محتوای مطبوعات" در تقسیم‌بندی مبسوط و جامعی، کاربردهای تحلیل محتوا را در دو دسته کلی جای می‌دهد:

الف: کاربرد در رشته‌های گوناگون علوم اجتماعی که شامل علوم سیاسی، روان‌شناختی، نقد ادبی و جامعه‌شناسی است.

ب: کاربرد تحلیل محتوا در ارتباطات جمعی.

از این نظر کاربردهای محتوا به ۵ دسته تقسیم می‌شوند:

۱. محتوای پیام و ویژگی‌های آن که عبارتند از:

۱.۱. خوانایی محتوا؛ یعنی تشخیص عوامل ویژه‌ای است که مطالعه و ادراک متن را کم و بیش آسان می‌سازد.

۱.۲. ساخت‌های محتوا؛ یعنی تفکیک ویژگی‌های پایدار محتوا و آشکارسازی ساخت ویژه آن.

۲. اندیشه و خط‌مشی پیام‌دهنده: هر پیام ارتباطی، بنا به نظر "دوسولاپول"، دارای دو جنبه: تاس نموداری و ابزاری.

۲.۱. نموداری: از یک سو پیام جنبه نموداری دارد. بدین معنا که در آن شخصیت، حالت

عاطفی و ایدئولوژی فرستنده پیام، حتی بدون آگاهی او بیان می‌شود. با تحلیل پیام‌های ارتباطی، می‌توان گونه‌بندی دقیق رویه‌ها و گرایش‌ها و بالاخره اندیشه هر روزنامه‌نویز، هر فرستنده رادیویی یا هر شبکه تلویزیونی را آشکار ساخت، برای مثال می‌توان بررسی ایدئولوژی رسانه‌ها، پوشش خبری رویداد و موضوعی ویژه در یک یا چند رسانه و مقایسه رویه‌های اعلام شده با رویه‌های عملی رسانه‌ها را ذکر کرد.

- ۲,۲. ابزاری: جنبه دیگر پیام ارتباطی، ابزاری بودن آن است. بدین معنا که به عنوان ابزار و وسیله تاثیرگذاری و اعمال نفوذ روی پیام گیرنده، به کار گرفته می شود. در این روش، مقاصد، نفوذگذاری، انگیزه سازی، استراتژی و خط مشی پیام مورد نظر قرار می دهند، برای مثال. با بررسی آگهی های تجاری می توان اهداف و شیوه های تولید کنندگان، برای تاثیر بر مخاطبان را کشف کرد.
۳. پژوهش در جهت پیام گیرنده: پژوهش این نوع بسیار کم به کار گرفته شده است و از لحاظ نظری، پیچیدگی ها و ابهامات متعددی پدید می آورد. امکان کسب داده های با ارزش درباره مخاطبان وسایل ارتباط جمعی از راه تحلیل محتوای آنها، بیش از آن که از نفوذ و تاثیر پیامها در اندیشه پیام گیرندگان ناشی شود، از همبستگی و نزدیکی مخاطبان با محتوای پیام وسایل ارتباطی پدید می آید.
۴. پژوهش در فرهنگ توده: این امر به معنای شناخت محیط تازه ای است که وسایل ارتباطی نوین صنعتی در اطراف ما پدید می آورد. دکتر معتمدنژاد، در این گروه، سه نوع از پژوهشها را مشخص ها می کند:
- ۴,۱. شناسایی مضمون های مهم فرهنگ توده
- ۴,۲. الگوها، تصویرها و نمونه های قالبی: منظور تصاویر و الگوهای از مردان، زنان و کودکان است که در وسایل ارتباط جمعی ظاهر می شوند.
- ۴,۳. تحول فرهنگی: به کمک تحلیل محتوا، با مقایسه و تطبیق پیام های وسایل ارتباطی در دوره های گوناگون، می توان چگونگی تحول فرهنگ توده را مشخص ساخت.
۵. پژوهش در جهت وسایل ارتباطی: منظورهایی پژوهش است که نقش های این وسایل را در جامعه جستجو می کنند. نقش های اجتماعی وسایل ارتباطی که خود تحت تاثیر شدید خصوصیات تکنیکی آن قرار دارند، به گونه مستقیم در محتوای آنها انعکاس می یابند.
- در نوع دیگر پژوهشها در جهت وسایل ارتباطی، محتوای پیام ها، بدون توجه به مطالبی که منتشر میکنند و با در نظر گرفتن طرز بیانی که به کار می شوند برند، تحلیل می شوند.

۳-۴-روش اسنادی (کتابخانه‌ای)

روش کتابخانه‌ای در تمام تحقیقات علمی مورد استفاده قرار می‌گیرد و در بعضی از آن‌ها موضوع تحقیق از نظر روش، از آغاز تا انتها متکی بر یافته‌های تحقیق کتابخانه‌ای است. در تحقیقاتی که ماهیت کتابخانه‌ای ندارند نیز محققان ناگزیر از کاربرد روش کتابخانه‌ای در تحقیق خود هستند. در هر تحقیقی حتماً دو عنصر باید مورد بررسی قرار گیرد: ۱- بررسی پیشینه ۲- بررسی چهارچوب نظری تحقیق و هر دو اینها بوسیله روش تحقیق کتابخانه‌ای انجام می‌گیرد، پس محقق باید از روش کتابخانه‌ای استفاده کند و نتایج مطالعات خود را در ابزار مناسب شامل فیش، جدول و فرم، ثبت و نگهداری و در پایان به طبقه بندی و بهره برداری از آن‌ها اقدام کند.

تقسیم بندی انواع تحقیقات بر اساس روش‌های جمع آوری اطلاعات: در یک تقسیم بندی کلی، بر اساس معیار روش‌های جمع آوری داده‌ها و اطلاعات، تحقیقات به دو دسته ی اسنادی و میدانی طبقه بندی می‌شوند.

پژوهش اسنادی، پژوهش مبتنی بر شواهد برگرفته از مطالعه اسناد؛ مانند: آرشیوها یا آمار رسمی و... است.

۳-۴-۱-انواع سند

کتاب، مقاله‌ها و مجله‌ها، میکرو فیلم و میکرو فیش، دیسک‌ها و دیسکت‌های رایانه‌ای، اسناد اصل، اسناد دولتی، آمارنامه‌ها، مطبوعات، اسناد شخصی و خصوصی، نشریه‌های رسمی دولتی، اسناد صوتی و تصویری روش تحقیق اسنادی: یکی از راه‌های انجام تحقیق، روش کتابخانه‌ای می‌باشد. در این روش که به آن روش «مطالعه‌ای» نیز گفته می‌شود، تحقیق خود را از راه مطالعه‌ی منابع و مأخذ مختلف انجام می‌دهیم.

بسیاری از اوقات، اصطلاح تحقیق کتابخانه‌ای را به جای پژوهش اسنادی به کار می‌برند، که به نظر، اصطلاح دقیق و درستی نیست؛ زیرا منظور از مطالعات کتابخانه‌ای، مطالعاتی است که موضوعات مورد مطالعه، در اختیار و دسترس محقق قرار نداشته و غالباً مربوط به گذشته‌ای دور یا نزدیک برمی‌گردد و محقق از اسناد و مدارک زمان‌های پیشین که در کتابخانه‌ها موجود می‌باشند، استفاده می‌کند.

تفاوت این دو روش در آن است که در روش اسنادی، محقق با واسطه اسناد و مدارک به مطالعه موضوع مورد تحقیق در خصوص جامعه آماری می‌پردازد، ولی در روش میدانی، محقق مستقیماً با نمونه‌های تحقیق سر و کار دارد.

در ضمن، تحلیل‌های ثانویه‌ای که بر داده‌های آماری و پژوهش‌های پیمایشی انجام می‌گیرند، جزو تحقیقات اسنادی محسوب می‌شوند.

۳-۴-۲- مزایای روش اسنادی

- ارزان بودن انجام آن
- صرفه جویی در وقت
- امکان ارزیابی روند موضوع در گذشته

۳-۴-۳- معایب روش اسنادی

- ناقص و ناکافی بودن این روش در ارزیابی مسائل علوم تجربی
- در دسترس نبودن همه اطلاعات پیرامون موضوعات مورد تحقیق

SCC.ir

فصل چهارم
نتایج و یافته‌ها

۴-۱- بررسی نقش زنان در پیشبرد اهداف اقتصاد مقاومتی

در این تحقیق به بررسی نقش زنان در اقتصاد مقاومتی و همچنین جایگاه آن در پیشبرد اهداف آن پرداخته شده است که نتایج حاصل از آن در دو بخش ذکر می‌شود. بخش اول شامل معرفی و بررسی نقش زنان در این خصوص می‌پردازد و در بخش دوم به بررسی نظرات نخبگان در این خصوص پرداخته شده که ماحصل آن در ادامه آمده است.

۴-۱-۱- اقتصاد خانواده

خانواده اساسی‌ترین عامل تولید و مصرف کالاها و خدمات در جامعه است که مهم‌ترین مسئولیت آن بقای نسل می‌باشد و واضح است که برای رسیدن به این هدف مهم، خانواده نیازمند تکاپوی اقتصادی است. بر این اساس اقتصاد دانان خانواده را بنیان زندگی اقتصادی جوامع می‌دانند. برای رسیدن به اقتصاد سالم در خانواده همکاری اعضای آن لازم و ضروری است که در این میان نقش مادر با توجه به مسئولیت مادری و همسری اش مهم تر است. اسراف و مخارج فرعی و غیرضروری نه فقط سطح بهره‌وری اعضای خانواده را کاهش می‌دهد، بلکه به صورت فرهنگ و عادت نامطلوب به نسل‌های آینده منتقل می‌شود. مادر می‌تواند با مهیا کردن شرایط مناسب و مدیریت صحیح در خانواده رفاه و آسایش اعضای خانواده را به حداکثر برساند تا تمامی افراد خانواده با عزت نفس و بهداشت روانی و جسمی بالا سرمایه انسانی خود را برای دست‌یابی به اهداف شان و کسب رضای خدا به کار گیرند و در آینده نیز افراد مفیدی برای جامعه باشند.

۴-۱-۱-۱- نقش زن در اقتصاد خانواده

درآمد بیشتر خانواده‌ها محدود است و همچنین خانواده مخارجی دارد که هزینه آن از این درآمد پرداخت می‌شود. افراد برای ادامه زندگی به کالاهای زیادی نیاز دارند و بیشتر درآمد آن‌ها به مصرف کالاهایی مثل غذا، پوشاک، مسکن، آموزش و... می‌رسد. واضح است که نیازهای افراد زیاد است، اما چون درآمد محدود است، مقدار محدودی از این نیازها برآورده می‌شود و برخی بی‌پاسخ می‌ماند. اولین سؤال در اداره امور اقتصادی خانواده این است که این درآمد را باید چگونه به مصرف انواع کالاها و خدمات اختصاص داد؟

هنر اقتصاد یعنی، چگونگی تشخیص منابع محدود در دسترس، برای تأمین نیازهای محدود انسان. مدیریت منابع مالی خانواده از مهم‌ترین وظایفی است که با تدبیر همه اعضا شکل می‌گیرد. اگر تدابیر اصولی و صحیحی اندیشه شود اعضای خانواده می‌توانند از کم‌ترین امکانات بیش‌ترین استفاده و بهره‌وری را داشته باشند. اعضای خانواده باید بتوانند مسائل مربوط به هزینه‌های خویش را تحلیل و چگونگی مصرف خود را بر پایه منافع ملی و منابع مادی و معنوی خود تعیین کنند. تسلط انسان بر سرنوشت خویش و زندگی بر پایه آن‌چه اصولی پنداشته می‌شود در ظاهر امری دور از دسترس است، ولی اراده کردن برای برخورد آگاهانه، کسب دانش و اقدام مناسب، نخستین گام‌های عملی تغییردهنده و سرنوشت‌ساز در این راه است. در این تغییر و تحولات همه اعضای خانواده می‌توانند نقش مهم و بزرگی ایفا نمایند؛ پدر در جایگاه کسب‌کننده درآمد، مادر که مدیر خانه است و فرزندان که مصرف‌کننده‌اند، و...

آن‌چه اقتصاد خانواده را منحصر به فرد می‌کند وجود ارتباطات درونی بین نقش‌های شغلی و خانوادگی است؛ یعنی رابطه‌ای که به طور معمول و در غیر از مباحث اقتصادی خانواده یافت نمی‌شود. درک این ارتباط درونی را می‌توان شاه‌کلید سالم‌سازی اقتصاد خانواده دانست. نگرش سیستمی، درک روشنی از تأثیر متقابل سیستم فرعی خانواده و اقتصاد را بر یکدیگر و بر محیط ارائه می‌دهد. باید باور داشت که اقتصاد خانواده فعالیتی جدی و رسمی است نه تفریحی و سرگرمی، ولی این بدین معنا نیست که نمی‌توان یا نباید ارتباط عاطفی با فعالیت‌های مربوط اقتصادی برقرار کرد، بلکه موضوع اصلی این است که برای تأمین هزینه‌ها به اقتصادی حلال، سودآور و موفقیت‌آمیز نیاز است.

مدیریت اقتصادی خانواده در شرایط عادی باید بر اساس میزان درآمدهای اعضای خانواده و هزینه‌ها تنظیم شود. همان‌طور که در خانواده، والدین باید مدیریت عاطفی، روانی و اجتماعی داشته باشند، در هزینه کردن و ایجاد تعادل بین دخل و خرج نیز نیاز به مدیریت است. هر خانواده به بنگاه اقتصادی کوچکی تعبیر می‌شود که نیازمند مدیریت منابع است. صرفه‌جویی، قناعت و پرهیز از تجمل‌گرایی و چشم و هم‌چشمی از ملزومات اجرای مدیریت اقتصادی خانواده و تضمین‌کننده موفقیت آن است. از این رو، اگر اهمیت و نقش اعضای خانواده در اقتصاد خانه تبیین شود، رمز این موفقیت بیشتر خواهد بود.

اقتصاد خانواده به معنی چگونگی سامان‌دهی و مدیریت منابع خانه است؛ خانواده سازمانی است که تولید و توزیع کالاهای مورد نیاز را فراهم می‌سازد و زن بدون مناقشه یکی از دو رکن اساسی خانواده

است که در این سازماندهی و مدیریت نقش اساسی ایفا می‌کند. جایگاه مادری و همسری عمده منابع مصرف را به زن می‌سپارد و انتظار می‌رود که وی بتواند با سازماندهی و مدیریت صحیح بین درآمد و مصرف، توازن برقرار نماید و یا با برنامه‌ریزی صحیح و اجرای صحیح در رشد و توسعه اقتصاد خانواده نقشی مؤثر داشته باشد. از آنجا که اقتصاد خانواده در تنظیم نمودار رشد و توسعه اقتصادی جامعه و برنامه‌های کلان بخش‌های مختلف دولتی و خصوصی تأثیر بسزایی دارد، می‌توان گفت زنان نقش کلیدی در استفاده بهینه از منابع دارند؛ منابعی مثل زمان، پول، درآمد، و...

نقش الگوهای دینی در هدایت زندگی بشر به سوی فلاح و رستگاری زنده و پویا است. حضرت زهرا(س) که الگویی حسنه برای مسلمانان است، در زمینه مدیریت امور خانواده نیز بهترین نقش را در مدیریت و سازماندهی اقتصادی خانواده ایفا می‌نماید. در سیره عملی حضرت زهرا(س) نقش منابع غیرمادی در اقتصاد اسلامی مهم‌تر از منابع اقتصادی است که ایشان بهترین شکل معقول و منطقی را برای استفاده از این منابع به کار می‌گرفت؛ از جمله با شکرگزاری، دعا و کمک گرفتن از ذکر خداوند برای رفع نیازمندی‌های مادی خانواده بیش‌ترین رضایت خاطر را برای اعضای ایجاد می‌نمود.

حضرت زهرا(س) کار خانه را تا جایی که برای افراد خانواده و حتی فرزندان شیرخوار مطلوبیت و رضایت خاطر ایجاد می‌کرد، برنامه‌ریزی می‌نمود. بلال می‌گوید: روزی حضرت زهرا(س) را دیدم که مشغول آرد کردن گندم بود. در این هنگام فرزندش حسین علیه السلام گریه و بی‌تابی می‌کرد. خدمتشان عرض کردم: برای کمک به شما آسیاب کنم یا بچه را آرام کنم؟ حضرت فرمود من به آرام کردن فرزندم اولی هستم، شما آسیاب را بچرخانید.

این بهترین الگو برای ایفای نقش مادر و توجه به نیاز عاطفی فرزند و انتخاب صحیح در تخصیص و بهینه‌سازی اقتصادی است. روش تربیتی و اخلاقی حضرت زهرا(س) بهترین شیوه و تجربه برای تربیت نسلی پاک و سعادتمند است. زندگی ساده و خانه آن بانوی بزرگ محل رشد و کمال والاترین بندگان خدا بود. ایجاد آرامش و آسایش افراد خانواده به در اختیار داشتن امکانات فراوان وابسته نیست، بلکه هرچه امکانات و لوازم رفاه و تشریفاتی بیشتر باشد عمر انسان برای استفاده از آن‌ها بیشتر صرف می‌شود، در نتیجه دلوپسی‌ها و نگرانی‌ها رو به فزونی گذاشته و دغدغه رسیدگی و نگهداری وسایل منزل بر اضطراب و استرس روزانه می‌افزاید. بنابراین، با زندگی ساده و دور از تجملات آسایش و آرامش بیشتر فراهم شده و انسان بهتر می‌تواند به رشد و پیشرفت معنوی و روحی پردازد.

نتیجه آن که نقش زن در اقتصاد خانواده همواره براساس مطلوبیت خانوار و ترجیحات فرهنگی و اجتماعی و صرف وقت در محیط خانه برای تأمین نیازمندی‌های خانوار یا صرف همان زمان در محیط خارج از خانه یا حتی کارهای اقتصادی داخل منزل باید مورد توجه مدیران ارشد جامعه قرار گیرد. بدیهی است غفلت از این امر یا پرداختن به نقش‌های فرعی و حاشیه‌ای زن ضربه‌های جبران‌ناپذیر بر شخصیت وی و نیز کاهش بهره‌گیری اجتماعی از توان خدادادی او خواهد شد. (داوودی، ۱۳۹۵).

۴-۱-۱-۲- نقش سایر اعضای خانواده در اقتصاد خانواده

اصل تعهدشناسی و مسئولیت‌پذیری که از آموزش‌های اساسی همه ادیان آسمانی است در اسلام بسیار مورد تأکید قرار گرفته است؛ به ویژه در مسائل اقتصادی. در پرتو این اصل است که زندگی سامانی شایسته می‌یابد و از رنج و اندوه توده‌های انسانی کاسته می‌شود.

از آنجا که محیط خانه که اصیل‌ترین نهاد است نمی‌تواند بدون مدیریت صحیح رشد و تعالی یابد و با توجه به هویت زن و مرد مبرهن است که سزاوارترین فرد برای اداره خانه مرد است. اعضای خانواده موظف‌اند در برابر مدیر خانواده تابع و پیرو باشند و این منافاتی با مشورت مدیر با اعضا ندارد.

نقش فرزندان که از سویی مصرف‌کنندگان عمده در خانواده‌ها می‌باشند و از سوی دیگر جایگاه مهمی در اقتصاد آینده خانواده خواهند داشت، لزوم توجه به آموزش صحیح و هدایت آنان را پررنگ‌تر می‌کند. با توجه به اهمیت موضوع اقتصاد و مقابله با جنگ اقتصادی که دشمنان همواره با ما داشته‌اند، یکی از ابعاد تقابل، تربیت اقتصادی است. فرزندان این سرزمین باید از همان کودکی با این رویکرد تربیت شده تا در آینده در عرصه جهاد اقتصادی توانمندی لازم را داشته باشند. خانه، مدرسه و رسانه‌های عمومی باید برای آموزش تربیت اقتصادی برنامه‌ریزی جدی داشته باشند تا جهاد اقتصادی تحقق یابد و تا این نوع نگاه نهادینه نشود و به موضوع تربیت اقتصادی مخصوصاً از کودکی پرداخته نشود، در آینده نمی‌توان انتظار تحقق جهاد اقتصادی را داشت.

فرزندان آینده‌ی تمام‌نمای والدین هستند، تا والدین رفتارهای مصرفی خود را اصلاح نمایند نمی‌توانند در این زمینه تربیت خوبی برای فرزندان خود ارائه دهند. کودکان عمدتاً با یادگیری مشاهده‌ای و الگوگیری مسائل را یاد می‌گیرند. اگر والدین مصرف‌گرا باشند نمی‌توان انتظار داشت فرزندان مصرف‌صحیح را یاد بگیرند. در نتیجه والدین در ابتدای امر باید خود رفتار مصرفی صحیحی داشته باشند.

تربیت اقتصادی را در سه حوزه می‌توان به کودکان آموزش داد:

۱. تفکر اقتصادی: با توجه به فهم و درک کودک، مفاهیم اعتقادی مانند رزاقیت الهی، ربوبیت

الهی، مالکیت الهی، امانت الهی، توکل، برکت، شکر و... به کودک آموزش داده می‌شود.

۲. احکام اقتصادی: با توجه به اینکه فرزندان در سن تکلیف مکلف به اجرای احکام می‌شوند اما

قبل از آن لازم است با احکام الهی که توسط پدر و مادر رعایت می‌شود آشنا شوند تا در سن

اجرای احکام براحتی آن را انجام دهند مثلاً والدین خمس خود را در مقابل کودکان محاسبه

نمایند تا فرزندانشان از همان کودکی با این مفهوم آشنا گردند.

۳. مهارت اقتصادی: کودکان نیاز دارند از همان کودکی مهارت‌های اقتصادی را بیاموزند. مهارت

پس انداز کردن، خرید بر اساس نیاز، مصرف صحیح، محافظت از اموال، و...

فرزندان باید با روحیه قناعت و پس انداز کردن آشنا شوند. باید این آگاهی به فرزندان داده شود که

پس انداز برای مقابله با مخارج ناگهانی و غیرعادی است و به آن‌ها آموخت که «قطره قطره جمع گردد

وانگهی دریا شود». فرزندان باید بیاموزند که تفاوت‌های مادی، ملاک ارزش‌گذاری انسان‌ها نیست و

اگر شخصی بخواهد بدون توجه به امکانات، میزان درآمد، قناعت و رضایت از آن چه خداوند به او داده

است به زندگی دیگران چشم بدوزد، بی‌تردید آسایش و بهداشت روانی خود و خانواده اش را به مخاطره

خواهند انداخت؛ چرا که انسان در کسب مادیات حریص است و هر چه در این زمینه بیشتر پیش رود،

بیشتر غرق خواهد شد و هرگز به آرامش خاطر نخواهد رسید.

مادران به عنوان تربیت کننده اصلی فرزندانشان نیاز است برای اینکه در آینده فرزندان با روحیه

جهادگر اقتصادی داشته باشند از همان کودکی این مفاهیم را در وجود فرزندانشان نهادینه نمایند. مصرف

صحیح از مهمترین مسائلی است که کودک باید از همان کودکی یاد بگیرد تا در آینده دچار تجمل

گرایی، مدگرایی، اسراف و... نگردد.

با توجه به اینکه همه تلاش‌های والدین به سوی نیل به سعادت و خوشبختی فرزندان است، راهنمایی

و آموزش فرزندان در همه جنبه‌های زندگی باید در رأس همه برنامه‌ها قرار گیرد. برای رسیدن به این

هدف والدین باید با یکدیگر وحدت نظر داشته باشند و با روشی صحیح و منطقی فرزندان را با ارزش‌های

دینی و اسلامی آشنا سازند. (رضایی آهوانویی، ۱۳۹۰).

۴-۱-۲- مدیریت اقتصاد خانواده

اقتصاد خانواده دو جنبه دارد؛ مدیریت درآمد از طریق کسب روزی حلال و مدیریت هزینه‌ها با دستیابی به الگوی صحیح مصرف. تلاش برای دستیابی به منافع اقتصادی در صورتی که با اصول صحیح همراه باشد اقتصاد خانواده را سالم و پایدار می‌نماید. برای مثال اگر فرزندان منبع درآمد خانواده را نشناسند، فقط به رفع نیازمندی‌های خود عادت می‌کنند و به خواسته‌های سایر اعضای خانواده بی‌اعتنا می‌مانند و طی زمانی کوتاهی به مصرف‌کنندگان حریصی تبدیل می‌شوند که در آتی، هم برای خود و هم برای جامعه زیان‌های جبران‌ناپذیر به بار خواهند آورد.

همچنین اگر والدین به ویژه مادران، فقط در اندیشه رفع نیازهای فرزندان باشند در حالی که به ضروری‌ترین نیازهای خود توجه ندارند، ناآگاهانه توقعات فرزندان را بالا می‌برند. این سبب می‌شود فرزندان از نیازهای والدین بی‌اطلاع مانده و فقط راه ارضای امیال خود را بشناسند. بر این اساس، شایسته است همواره در مدیریت اقتصادی خانواده جایگاه مناسبی برای آموزش و ارتقای سطح آگاهی و آمادگی فرزندان برای مواجهه با مسائل مالی و اقتصادی در نظر گرفته شود. زن در جایگاه مدیرخانه نقش مهمی در اقتصاد ملل در طول تاریخ ایفا کرده است. بخش قابل توجهی از کسب و کارها بر پایه مدیریت یا مالکیت خانوادگی استوار است به طوری که حدود نیمی از تولید ناخالص ملی از این راه تأمین می‌شود.

شیوه مدیریت اقتصادی خانواده‌ها بخش عمده‌ای از هویت آنان را تشکیل می‌دهد و رونق و شکوفایی اقتصادی، رشد و ترقی خانواده را در پی خواهد داشت. آنچه باعث حفظ و رونق اقتصاد خانواده‌ها و به دنبال آن اقتصاد کشورها می‌شود، آموختن این مطلب است که چگونه با کسانی که به آن‌ها علاقه و ارتباط عاطفی داریم، ارتباطات سالم و مناسبی داشته باشیم.

افراد جامعه اسلامی باید تربیتی اقتصادی نیز داشته باشند و فعالیت‌های اقتصادی و هزینه‌ای آن‌ها باید در چارچوب محاسبه و مدیریت انجام گیرد. اهمیت این بعد از تربیت، در این است که نظام اقتصادی خانواده اگر با اندازه‌گیری و محاسبه باشد، زمینه‌ای سازنده برای رشد مادی و معنوی افراد و بهره‌برداری به موقع از امکانات و نیروها ایجاد خواهد کرد و از هدر رفتن توان، فکر و سرمایه انسان‌ها جلوگیری خواهد نمود. زندگی بی‌حساب و فاقد محاسبه، تعادل و هماهنگی لازم را ندارد و با وجود نیرو و سرمایه

فراوان، بازدهی بسیار اندکی خواهد داشت. در نتیجه، امکانات و نیروها به هدر خواهد رفت و استواری و پایداری حیات فردی و اجتماعی به مخاطره خواهد افتاد.

هدف خانواده که مجموعه‌ای به هم پیوسته را تشکیل می‌دهد، فقط پرورش فرزندان نیست بلکه والدین که ستون‌های اصلی خانواده‌اند باید حق اعمال نظر در مدیریت اقتصادی خانواده را داشته باشند. اختیار و آزادی فرزندان باید در محدوده‌هایی باشد که ظرفیت و توان پذیرش مسئولیت را دارند و گرنه بنیاد خانواده بر پایه اعمال ستم و بی‌عدالتی فرزندان نسبت به پدر و مادر بنا خواهد شد.

زنان که مدیریت اقتصادی خانواده را بر عهده دارند علاوه بر توجیه فرزندان در امور اقتصادی و جلوگیری از ایجاد توقعی بالاتر از توان اقتصادی خانواده باید به تعداد فرزندان نیز در توزیع امکانات توجه نمایند تا شرایط لازم برای کار زنان نیز در خانه یا بیرون از خانه برای افزایش درآمد فراهم شود. برای مثال استفاده مشترک فرزندان از برخی امکانات علاوه بر تأثیری که در ارتقای اقتصاد خانواده دارد نوعی آموزش عملی ارتباط متقابل و همبستگی نیز می‌باشد.

تدابیری را که زنان برای مدیریت اقتصادی خانواده می‌توانند بیاندیشند می‌توان به موارد ذیل دسته‌بندی کرد. (رضایی آهوانویی، ۱۳۹۰).

۴-۱-۳- راهکارهای موفقیت در اقتصاد خانواده

اگر بخواهیم اقتصاد خانواده را بر مبنای اصول دینی و علمی دوام بخشیم می‌توان اصول زیر را به کار برد:

۴-۱-۳-۱- برنامه‌ریزی اقتصادی خانواده

برنامه‌ریزی تصویر روشنی از هدف، ابزار و روش‌های مناسب برای رسیدن به هدف است. امروزه اغلب تصمیمات بر اساس طرح‌ها و برنامه‌های از پیش اندیشیده شده یعنی، برنامه‌ریزی صورت می‌گیرد. در بطن مدل سیستمی اقتصاد خانواده، خانواده و اقتصاد آن را نمی‌توان از هم مجزا کرد. توجه به نیازهای آتی خانواده و همچنین شناخت فرصت‌ها و تهدیدهای اقتصادی خانواده در راستای همین مدل قرار دارد. توجه به موارد مذکور را می‌توان موضوع جلسات خانوادگی قرار داد.

۴-۱-۳-۲- جمع آوری اطلاعات وضع موجود در بودجه خانواده

این راهکار نیز در اقتصاد خانواده تأثیر مثبت دارد. برای برنامه‌ریزی و تنظیم بودجه‌ای خانواده، مهم‌ترین کار یادداشت کردن هزینه‌ها و درآمد خانواده است. با یادداشت هزینه و درآمد به صورت روزانه، هفتگی و ماهیانه، علاوه بر مشخص کردن میزان هزینه‌های مصرف شده، امکان تحلیل و بررسی آن نیز فراهم می‌شود. اینکه مهم‌ترین رقم مخارج مربوط به کدام خرید یا خریدها بوده و اینکه مخارج فوق‌تازچه اندازه ضروری و حیاتی است و اثر آن بر بودجه خانواده به چه میزان است، کمک زیادی برای پیش‌بینی و برنامه‌ریزی واقعی بودجه خانواده در آینده خواهد بود.

با نوشتن مخارج، خانواده درمی‌یابد در چه مواردی غیرضروری هزینه کرده است و در آینده از آن جلوگیری خواهد کرد. اگر مخارج خانواده با درآمد موازنه ندارد، نحوه هزینه درآمد را باید تغییر داد. تغییر هزینه‌ها باید به صورتی باشد که حداقل فشار بر خانواده و حداقل احساس محرومیت از مصرف کالاها و خدمات را فراهم سازد. استمرار در انجام این روش برای کم کردن هزینه‌ها سبب قانع شدن افراد مخالف با صرفه‌جویی در خانواده می‌شود.

۴-۱-۳-۳- توازن دخل و خرج

یکی دیگر از راهکارهای موفقیت‌آمیز در اقتصاد خانواده توازن دخل و خرج می‌باشد. موازنه دخل و خرج در بودجه خانواده اهمیت ویژه‌ای دارد. برخی افراد بهمحض دریافت درآمد بدون برنامه آن را خرج می‌کنند و این سبب کسری بودجه آن‌ها در اواخر هر ماه و اقدام به گرفتن وام و قرض می‌شود. برنامه‌ریزی برای خرج کردن خانواده سبب می‌شود نه تنها خانواده با کمبود بودجه مواجه نشود بلکه مازاد یا اضافه درآمد نیز داشته باشد. پس برای رسیدن به موازنه دخل و خرج، داشتن برنامه‌ای اقتصادی لازم است.

از آنجا که شیوه‌های رفتاری خانواده به ویژه مادر تأثیر بسزایی بر فرزندان دارد، باید الگویی صحیح در خانواده نهادینه شود تا به صورت سلسله‌ای این الگوی صحیح به جامعه و خانواده‌های آینده منتقل شود.

۴-۱-۳-۴- نظم و ترتیب در مخارج خانواده

در بودجه خانواده لازم است مخارج طبقه‌بندی شود و اموری که اهمیت بیشتری دارند در اولویت قرار گیرند و درآمد مازاد صرف خرید لوازم و کارهای غیرضروری و تجملی نشود. مازاد درآمد باید درست

مصرف شود و از هر گونه اسراف و تبذیری پرهیز شود. بیشتر مشکلات اقتصادی خانواده‌ها ناشی از بی‌نظمی در مخارج زندگی است.

۴-۱-۳-۵-انجام مشاوره‌های اقتصادی

برخی خانواده‌ها توان مدیریت اقتصادی نداشته و یا اینکه با مشکلاتی مواجه می‌شوند که به تنهایی از عهده حل آن بر نمی‌آیند. امروزه منابع و مراجع بسیاری جهت مطالعه با موضوع اقتصاد خانواده وجود دارد که می‌توان به آن مراجعه کرد و در مدیریت اقتصادی خانواده از آن کمک گرفت.

۴-۱-۳-۶-توجه به آموزه‌های دینی

ترویج مسائل اقتصاد اسلامی و دینی در خانواده و پرهیز از روحیه اسراف و تبذیر می‌تواند اقتصاد خانواده را قوام بخشد. یکی از مهم‌ترین آسیب‌های اقتصاد خانواده غافل شدن از دو واجب دینی خمس و زکات است. بی‌شک در دین اسلام بر کاتی در قالب رعایت این دو مهم برای خانواده‌ها وجود دارد.

نیازهای زندگی و مسائل اقتصادی از بزرگ‌ترین نگرانی‌های انسان است. برطرف کردن این نگرانی‌ها آنگاه امکان دارد که خانواده‌ها میزان اطلاعات و آگاهی خویش را در این زمینه بالا برده، اقتصاد زندگی‌شان را با مسائل ارزشی و آموزه‌های دینی آمیخته کنند و از تجملات و اسراف و تبذیرها پرهیز نمایند. زن در جایگاه مدیر خانه با تدابیر صحیح و به موقع خویش می‌تواند نقش بسزایی در سالم‌سازی فضای زندگی و اجتماع خود داشته باشد و آرامش را برای خانواده به ارمغان آورد.

برای داشتن برنامه اقتصادی مناسب، قوانین به تنهایی نمی‌توانند تعهد لازم و مسئولیت‌شناسی عمیقی را در انسان‌ها به وجود آورده و از مشکلات زندگی و محرومیت‌ها بکاهند. از این رو، اخلاق باید به کمک معیارهای اقتصادی شتافته و عدالت اجتماعی بر سیاست‌های مالی و نظام‌های اقتصادی کوچک (خانواده) و کلان (جامعه) پرتو افکند.

از آنجا که چگونگی گذران زندگی انسان و نحوه دخل و خرج او تأثیری مستقیم بر خوشبختی و شقاوت او در دنیا و آخرت دارد، تبیین الگوی درست مصرف از نگاه دین، ضروری و مفید است. خانواده تنها منبع عرضه‌کننده نیروی کار در جامعه است که می‌تواند بخش مهمی از سرمایه اقتصادی جامعه را با سپرده‌گذاری، خرید اوراق مشارکت و... فراهم کند. از سوی دیگر چون خانواده مصرف‌کننده کالاها

و خدمات است، روش صحیح مصرف میزان بهره‌وری را بالا می‌برد و از هدر رفتن امکانات و دستاوردها جلوگیری می‌کند.

رشد و توسعه کشور در قالب فرهنگ‌سازی خانواده‌ها آن هم از طرف رکن تربیتی آن یعنی، مادر امکان‌پذیر است. مادر در راستای مدیریت اقتصادی صحیح می‌تواند بزرگ‌ترین نقش را در خانه و جامعه ایفا نماید (رضایی آهوانویی، ۱۳۹۰).

۴-۱-۴- شناسایی موارد هزینه‌ها در خانواده

اولین معیار در مدیریت اقتصاد خانواده جدا کردن و دسته‌بندی هزینه‌هاست. هزینه‌ها را می‌توان به دو دسته تقسیم کرد؛ کوتاه مدت و بلند مدت. هزینه‌های کوتاه مدت، هزینه‌هایی است که به طور روزمره یا در چند روز آتی باید صرف شود. مثل هزینه‌های خوراک، پوشاک و... هزینه‌های بلند مدت، هزینه‌های مربوط به اقلام سرمایه‌ای است یا مربوط به اموری است که در چند ماه یا چند سال آینده و با برنامه قبلی و پس انداز باید به آن دست یافت مثل خرید خودرو، وسایل خانگی، و...

در دسته‌بندی دیگری، هزینه‌ها به ضروری و فوق‌العاده تقسیم می‌شوند. هزینه‌های فوق‌العاده می‌تواند هزینه‌هایی کاملاً ضروری مثل درمان بیماری، هزینه‌های آموزشی در سال معین و یا هزینه‌هایی کاملاً تجملی باشد.

قرآن کریم می‌فرماید: «بر توانگر است که از دارایی خود هزینه کند و هر که روزی اش بر او تنگ است از آن چه خدا به او داده است خرج کند». این سخن بدین معنا است که هر کس باید به فراخور درآمد خود برای هزینه‌های زندگی خویش برنامه‌ریزی کند. از این رو، هر کس برای رسیدن به توازن و تعادل میان دخل و خرج زندگی باید برنامه خاص خود را داشته باشد. رعایت این توازن حتی در شرایط مختلف اقتصادی زندگی نیز ضروری است.

«تقدیر» یکی از شاخصه‌های اصیل مدیریت در زندگی است. این اصل در کلمات پیامبر اکرم (ص) و هماهنگی میان نیازها و چگونگی برآوردن آن‌ها و به عبارتی رعایت اصل حیاتی نظم و انضباط اقتصادی امامان معصوم (ع) فراوان آمده است و به معنای اندازه داشتن در هزینه‌ها، حساب کردن امور زندگی، برقراری است. این اصل از برنامه‌های اساسی اقتصادی و تربیتی در اسلام است. (رضایی آهوانویی، ۱۳۹۰).

۴-۱-۵- الگوی مصرف در خانواده

یکی از پایه‌های اصلی توسعه اقتصادی جامعه و خانواده «اصلاح الگوی مصرف» است که نقش مؤثری در توسعه پایدار ایفا می‌نماید؛ زیرا مصرف نامناسب سبب تباهی منابع قابل سرمایه‌گذاری می‌شود و زمینه رشد اقتصادی و رفاه جامعه و خانواده را در بلند مدت از بین خواهد برد، همچنین امکان مشارکت در هزینه‌های عمومی و بهبود توزیع درآمد را تباه خواهد نمود. از این رو، موضوع «اصلاح الگوی مصرف» در نظام اسلامی اهمیت ویژه‌ای دارد.

اصلاح الگوی مصرف فقط مسئله‌ای اقتصادی نیست بلکه ابعادی فرهنگی و اجتماعی نیز دارد. اصلاح الگوی مصرف می‌تواند به خودسازی انسان و مهار تمایلات غریزی او مانند: خودخواهی، حرص، طمع، تجمل‌گرایی کمک کند و با ریاضت اختیاری موجب شکوفایی معنوی انسان گردد. از این رو، همه پیروان قرآن و علاقمندان به پیشرفت و بالندگی اقتصادی سعی می‌کنند به این موضوع اهمیت ویژه‌ای دهند.

از نظر اسلام مال و ثروت نکوهیده نیست، بلکه برای کلیه فعالیت‌های اقتصادی و کارهایی که منجر به کسب درآمد می‌شود شرایط و موازین خاصی مقرر نموده است. در دین اسلام هیچگاه ثروت دورافکنده نیست، بلکه دور افکندنش (اسراف، تبذیر و تضييع مال) حرام است. دین اسلام با این رویه که ثروت و کسب مال هدف قرار داده شود و انسان تمام زندگی خود را فدای آن کند، مخالف است و سخت مبارزه می‌کند: «وَالَّذِينَ يَكْتُمُونَ الذَّهَبَ وَالْفِضَّةَ وَلَا يُنْفِقُونَهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَبَشِّرْهُمْ بِعَذَابٍ أَلِيمٍ» (سوره توبه، آیه ۳۴)، (رضایی آهوانویی، ۱۳۹۰).

۴-۱-۶- مصرف صحیح

برخی از محققان در تقسیم کالاهای مصرفی از نظر اسلام گفته‌اند که از نظر فرهنگ اسلامی، کالاهای مصرفی به سه دسته تقسیم می‌شوند.

۴-۱-۶-۱- کالاهای مصرفی ضروری

آدمی برای رفع احتیاجات ضروری اش به این کالاها نیاز دارد. چنانچه نباشند، حیات افراد مختل می‌گردد و این اختلال منجر به ضرر رسیدن به یکی از ضروریات پنجگانه‌ای که انسانها از آنها بی‌نیاز نیستند می‌گردد. این ضروریات عبارتند از: عقل و دین و عرض و مال و نفس.

نیازهای زندگی = دین + نفس + عقل + مال + نسل

۴-۱-۶-۲- کالاهای حاجیه

کالاهایی هستند که انسانها به آنها برای نیکو ساختن (آسان و آسوده کردن) معیشت و زندگی نیاز دارند. چنانچه نباشند، انسان به نوعی از خرج و مشقت درخواهد افتاد. مثل لباس دوم، ولی بدون آنها نیز حیات فرد باقی است. در مورد طعام و مسکن و لباس و آشامیدنی‌ها و غیره می‌تواند مصداق داشته باشد.

۴-۱-۶-۳- کالاهای تحسینی

کالاهایی که باعث سرور و جمال برای انسان می‌شود. البته به شرط این که به حد معقول و غیر مسرفانه مصرف گردند.

۴-۱-۷- مصرف بر اساس نیاز

۴-۱-۷-۱- انواع آن

نیاز عامل تحرک و فعالیت در انسان است. تعداد نیازها به ماهیت وجودی انسان باز می‌گردد که متشکل از دو عنصر مادی و غیرمادی است. شهید مطهری در کتاب جامعه و تاریخ خود می‌فرماید: «انسان در وجود اجتماعی خویش (که مدنی بالطبع می‌باشد) دو نوع نیاز دارد، نیازهای مادی از قبیل نان و آب و مسکن و جامه و دواء و امثال آنها و نیازهای معنوی شامل نیاز به تحصیل دانش و ادبیات و هنر و تفکرات فلسفی و نیاز به ایمان و عبادت.»

در وجود انسان قوایی قرار داده شده است که هر یک از نیازها با یکی از آنها درک می‌شود و سپس تمایل به آن چه آن نیاز را رفع می‌کند، پیدا می‌شود. چنانچه بعضی از دانشمندان گفته‌اند که: نخستین قوه‌ای که در انسان به وجود می‌آید قوه‌ای است که با آن اشتیاق به غذا پیدا می‌کند، و سپس قوای تخیل و غضب و بعد از آنها قوه عقل در انسان بروز و ظهور می‌کند (ابن مسکویه، قرن ۵).

نیازها به دو دسته‌ی درونی و بیرونی تقسیم می‌شوند.

نیازهای درونی سه دسته هستند:

۱. نیازهای حیاتی: که بقاء انسان منوط به ارضای آنهاست.

۲. نیازهای طبیعی: یعنی نیازهایی که با حفظ حیات و استمرار بقا، نوبت به توجه به آنها می‌رسد. افراد در حالات متفاوت حیات، طبایع متفاوت دارند و پدیده‌های هستی را ملایم و موافق و یا منافر و مخالف طبع خود می‌یابند و بایستی ارضا گردند.

۳. نیازهای سلیقه‌ای: مثلاً یکی از گرایشهای فطری انسان، گرایش به زیبایی است که در عرصه‌های مختلف حیات نمود می‌کند.

نیازهای بیرونی نیز به دو دسته تقسیم می‌شوند:

۱. نیازهای قومی: همان قبول کردن قواعد عرف اجتماع می‌باشد، که هم عقلاً و هم شرعاً مورد قبول و مطلوب باشد.

۲. نیازهای مقامی: بر اساس این که فرد در جایگاه خاصی قرار گرفته، نیازها و مصارف متناسب با خود پیدا می‌کند؛ مثل پوشیدن لباس فرم (اکبری، ۱۳۶۹).

نیازهایی که در درون انسان وجود دارد، گاهی مربوط به زندگی فردی است و گاهی مربوط به زندگی اجتماعی. نیاز به قانون واقعا در وجود انسان هست، منتها مربوط به زندگی اجتماعی اوست، نه حیات فردی اش. یعنی حیات اجتماعی انسان منوط به وجود قانون و مقررات می‌باشد. پس انواع نیازها همان است که ذکر شد.

بنابراین نیاز در وجود انسان، به طور کلی، به دو نوع مادی و معنوی تقسیم شده و شامل تمامی نیازهای جسمی و روحی، عبادی و ایمانی و قومی و اجتماعی و خانوادگی و غیره می‌شود.

۴-۱-۸- مصرف‌گرایی و مصرف‌کالای داخلی

مصرف‌گرایی عبارت است از اصالت دادن به مصرف و هدف قرار دادن رفاه و دارایی‌های مادی. برخی مصرف‌گرایی را به معنای برابر دانستن خوشبختی شخصی با خرید دارایی‌های مادی و مصرف گرفته‌اند.

مصرف‌گرایی با تغییر اندیشه مردم درباره مصرف پدید می‌آید. در زمان‌های گذشته مردم به تهیه کالاها و خدمات ضرور درجه اول و بعد کالاهای غیرضرور با اولویت و توان خرید خود می‌پرداختند و در تهیه و تولید مایحتاج خود نقش داشتند و این اندیشه رایج مردم بود اما برای اشاعه مصرف‌گرایی لازم بود این نوع نگرش تغییر یابد؛ بنابراین به وسیله تبلیغات از طریق وسایل ارتباط جمعی در نوع نگرش

مردم تغییر داده شد و مردم در پی هر چه بیشتر مصرف کردن بودند و هستند. در این تغییر اصل اساسی این بود که مصرف تبدیل به یک ارزش و هنجار شد و مصرف‌گرایی دیگر نکوهیده نبود. نظام سرمایه داری از رسانه‌ها به عنوان ابزاری برای آماده سازی بسترهای فرهنگی و فکری مصرف‌گرایی بهره می‌گیرد و قشرهای اندیشه ور و متوسط را هدف خود قرار می‌دهد.

مصرف‌گرایی نوین در پی زیاد کردن مصرف با هدف حداکثر کردن سود است. رویکرد اقتصاددانان نیز تغییر کرده و در پی رسیدن به مصرف انبوه هستند زیرا مصرف انبوه، تولید انبوه و سود بیشتر را به دنبال دارد. برای مصرف انبوه باید افراد بیشتری مصرف کنند و نمی‌توان به مصرف طبقه مرفه و ثروتمند بسنده کرد. برای همین با یاری جستن از وسایل تبلیغات جهانی، تمام مردم جهان، در اقصی نقاط آن به مصرف‌گرایی کشیده شدند.

از دید جامعه‌شناسان، نیروهای اجتماعی، شکل دهنده و موثر در تعیین مقدار، حجم، محتوا و الگوهای مصرف هستند که باید به آن‌ها توجه شود و در الگوسازی یا اصلاح الگوها باید به این مؤلفه‌ها توجه شود و با تغییر آنها، الگوها نیز تغییر می‌یابند. یعنی با تغییر فرهنگ، الگوهای جدید مصرف شکل می‌گیرند یا الگوهای پیشین اصلاح می‌شوند. با تغییر نظام ارزشی و نیز تحولاتی که در لایه‌های مختلف طبقاتی به وجود می‌آید، مصرف به عنوان یکی از عناصر مهمی که نشان دهنده منزلت اجتماعی است، از جهت کمی و کیفی دچار تغییرات محسوس خواهد شد. (سیدی نیا، ۱۳۸۸)

تحولات اقتصادی و اجتماعی جامعه ایران در دو دهه گذشته و به تبع آن تغییر نظام ارزشی آن، فرهنگ مصرف جامعه را به شدت تحت تأثیر گذاشته و باعث حرکت جامعه به سوی مصرف‌گرایی شدید شده که در این راستا موارد ذیل کاملاً محسوس است:

۱. افزایش مستمر شاخص کلان هزینه‌های مصرفی کشور
۲. افزایش فزاینده مصرف حامل‌های انرژی (بنزین، گاز مایع و نفت گاز، نفت سفید و نفت کوره و..)
۳. افزایش شدت مصرف انرژی (انرژی مصرفی هر واحد تولید)
۴. نامطلوب بودن مصرف انرژی در پالایشگاه‌ها
۵. تخصیص غیربهبینه اعتبارات طرح‌های عمرانی

۶. الگوی ناصحیح مصرف آب
۷. الگوی ناصحیح تولید و مصرف آرد و نان
۸. سطح بالای ضایعات در تولید بخش صنعتی و کشاورزی
۹. الگوی ناصحیح مصرف برق خانگی، کشاورزی، صنعتی و روشنایی عمومی
۱۰. اتلاف بالای برق در خطوط انتقال نیرو
۱۱. و ...

پژوهش‌های انجام شده با تمرکز بر مقوله مصرف گرایی تأیید کننده چنین فرضی است. پژوهشی که در سال ۱۳۷۵ به منظور سنجش میزان مصرف کالاهای تجملی بین سال‌های ۱۳۶۲ و ۱۳۷۵ انجام شده نشانگر آن است که در سال‌های جنگ (دهه ۱۳۶۰) میزان مصرف کالاهای تجملی (شامل لوازم زندگی، تفریحات و سرگرمی و خدمات فرهنگی) روند نزولی داشته است اما پس از پایان جنگ و آغاز دهه ۷۰، مصرف این کالاها افزایش داشته است (کریم خان زند، ۱۳۷۵).

پژوهش فرامرزی رفیع پور نیز در همین راستا، نشان دهنده تغییر ارزش‌ها در دو دهه گذشته است (رفیع پور، ۱۳۷۷).

مرکز افکار سنجی دانشجویان ایران در سال ۱۳۸۱ پژوهشی را در این مورد انجام داده که این پژوهش نیز نشان می‌دهد که ۷۷ درصد مردم، به حاد بودن مسئله مصرف گرایی در جامعه اذعان دارند (فرهنگ و پژوهش شماره ۹۱). اما آن‌چه این چرخش و تغییر را برجسته و چشمگیر می‌کند، تفاوت فاحش و آشکاری است که در فاصله این دو دهه پیش آمده که بدون شک نمی‌توان آن را یک تغییر و روند آرام و طبیعی دانست. با نگاهی تاریخی به تحولات گذشته می‌توان دریافت مسائل کلان و تأثیرگذاری چون انقلاب اسلامی در سال ۱۳۵۷ با نیروهای عمیقاً تأثیرگذارش و نیز سال‌های جنگ هشت ساله که هر دو آمیخته با مجموعه‌هایی از توصیه‌ها، ارزش‌ها و الگوهای خاص آن دوران بوده‌اند، بر این روند تأثیر گذاشته‌اند. اگر دهه ۶۰، دهه حذف نشانگان طبقاتی، تعلقات دنیوی، پنهان کردن شیوه‌های زندگی اشرافی است، دهه ۷۰ در چرخشی کاملاً متضاد، دهه آغاز زندگی تجملی و مصرفی است.

در این دوره تعدادی از مفاهیم، ارزش گذشته را از دست داده و جای خود را به الگوهای رفتاری می‌دهند که بیانگر تمایل شدید به تمایز اجتماعی است. اقبال مختلف اجتماعی در صدند از طریق سبک

زندگی و نیز کالاهای مصرفی، خود را از دیگران جدا کنند. طبقه بالای جامعه آشکارا الگویی هستند برای طبقات پایین تر و رسانه‌های دولتی نیز با برنامه‌های تبلیغاتی خود این جریان را همراهی می‌کنند. برنامه‌های تلویزیونی با پخش آگهی‌های تبلیغاتی و نیز سریال‌هایی که در آن آشکارا زندگی تجملی دیده می‌شود، مستقیم یا غیرمستقیم به مصرف‌گرایی دامن زده و آن را تبدیل به الگویی برای خانواده ایرانی می‌کند. حال باید دید پیامد مصرف‌گرایی در جامعه ایرانی چیست. به نظر می‌رسد مصرف‌گرایی در جامعه ایران موجب تنش در نظم اجتماعی، تهدید نظم سیاسی، سست شدن بنیان خانواده، رشد افسردگی، وابستگی اقتصادی و غفلت از امور مهم زندگی شده است (عبدالملکی، ۱۳۸۹).

مصرف‌گرایی پس از جنگ در جامعه ایران تشدید شده است. توسعه صنعت فرهنگ، ارتباطات، تبلیغات و تغییر در سلسله مراتب نظام ارزشی از وضعیت مذهبی - معنوی به غلبه عناصر مادی، رشد مصرف، اسراف و تجمل‌گرایی را افزایش داده است. تغییر در رویکرد اقتصادی دولت در دهه ۷۰ به رشد طبقه متوسط، منزلت مجدد طبقه مرفه، افزایش شکاف طبقاتی ثروتمندان و فقرا و نیز گسترش مصرف‌گرایی مدرن کمک کرده است. پیامدهای مصرف‌گرایی تنش در نظم اجتماعی، تهدید نظم سیاسی، وابستگی اقتصادی، تشدید عوارض زیست محیطی، شیوع احساس محرومیت جمعی، سرخوردگی و افزایش سطح توقعات در کشور است.

رشد روزافزون مصرف‌گرایی، از هم گسیختگی اخلاقی و نیز نبود گروه‌های مرجعی که دلسوزانه خود را متولی حل بحران‌هایی از این دست بدانند، جامعه را دچار چالش‌های جدی خواهد کرد. به نظر می‌رسد در صورت بی‌توجهی متولیان امر در درازمدت این مسئله اجتماعی تبدیل به چالشی فراگیر شده و نظم اجتماعی را دچار اختلال کند. در این بین باید به بررسی عوامل مختلف از جمله عوامل اقتصادی و فرهنگی پرداخت که به خاطر محدودیت‌های موجود فقط به بررسی عوامل تأثیرگذار فرهنگی خواهیم پرداخت.

جوامعی که با یک فرهنگ پویا مواجه هستند دستخوش دگرگونی‌های سریعی می‌شوند که جامعه با پدیده فرهنگ‌پذیری مواجه است. این پدیده، فرایندی است که بدان وسیله افراد یا گروه‌های یک فرهنگ انگاره‌های رفتار و تفکر فرهنگ دیگری را اقتباس می‌کنند (شایان مهر، ۱۳۷۷). مصرف نیز نوعی هنجار اجتماعی است که شدیداً تحت تأثیر فرهنگ‌های دیگر است.

در صورتی که عوامل فرهنگی تأثیر منفی بر الگوی مصرف بگذارند، مصرف از حالت طبیعی خارج و به مصرف آشکار یا همان مصرف تظاهر آمیز تبدیل می‌شود. این نوع از مصرف، استفاده اسرافکارانه و بی‌رویه کالا و خدمات است که با هدف متشخص جلوه دادن یا احراز موقعیت خاص صورت می‌گیرد. مصرف مسرفانه در فضایی صورت می‌گیرد که فاصله طبقاتی وجود دارد؛ طبقه‌ای مسرف که به نوعی تعیین‌کننده سطح و کیفیت الگوی مصرف هستند و برخی از افراد جامعه تلاش می‌کنند خود را به سطح آن برسانند.

برخی از عوامل فرهنگی مؤثر بر نوع و میزان مصرف به شرح ذیل هستند:

- جهانی شدن: همان‌طور که به‌طور متعدد اشاره شده جامعه همواره در معرض پدیده فرهنگ پذیری است؛ یعنی انگاره‌های رفتاری و تفکر فرهنگی را از دیگران برداشت می‌کند. به همین دلیل است که فرهنگ به صورت جدی از پدیده جهانی شدن متأثر می‌شود. در این شرایط رفتار اقتصادی، سیاسی و فرهنگی جامعه به سمت فرهنگ قالب سوق پیدا می‌کند. در شرایطی که قدرت اقتصادی ترسیم‌گر روند جهانی شدن باشد و لابی‌های سیاسی و اقتصادی خطوط رسانه‌ها را ترسیم کنند و بر آرا و افکار مردم تأثیر داشته باشند، طبیعی است که فرهنگ قالب مصرفی در دنیا، فرهنگ مبتنی بر دیدگاه مادی و اقتصاد سرمایه‌داری و بر پایه منافع شخصی خواهد بود. هرچند این روند با توجه به تضاد با ذات انسانی جامعه قطعاً با مشکلاتی مواجه خواهد بود.
- مصرف تفاخری: مصرف کالا با هدف خودنمایی و تحت تأثیر دیگران، مصرف نمایشی را شکل می‌دهد. بدین ترتیب رضایت حاصل از چنین مصرفی نه از مطلوبیت ذاتی خود کالا بلکه از تأثیر آن بر مردم نشأت می‌گیرد. به این عامل مؤثر بر مصرف، اثر تفاخر نیز می‌گویند.
- مصرف چشم و هم‌چشمی: این عبارت برای نخستین بار توسط اقتصاددان آمریکایی ویلن (۱۸۵۷-۱۹۲۹) مطرح شد و به مصرفی اطلاق می‌شود که نیاز روانی فرد را که به تقلید از دیگران ایجاد شده برطرف می‌سازد. به عبارت دیگر کالا خریداری می‌شود نه بدان دلیل که عملاً مورد استفاده قرار گیرد بلکه به این دلیل خریداری می‌شود که مصرف‌کننده از افراد آشنا عقب نیفتد. به هر حال این نوع کالا مستلزم تقبل هزینه است که از نظر روانی مطلوبیت

زیادی برای مصرف کننده ایجاد کند، هرچند دوره زمانی ایجاد رضایت خاطر روانی آن ممکن است محدود باشد.

- مد اجتماعی: شامل رفتار جمعی نوظهوری است که به صورت رسم اجتماعی تثبیت نشده باشد. مد نیز بخشی از عرف است با این حال کنشی برخلاف رسم تلقی می‌شود که دوام و دیرپایی ویژگی آن است. مد رفتاری زودگذر است برای مثال آرایش شخصی یا طرز گفتار و بسیاری دیگر از رفتارها مد محسوب می‌شوند و افراد را به سمت همگونگی سوق می‌دهند. مد اجتماعی فرهنگ بخش عمده‌ای از جامعه و به خصوص جوانان را به خود مشغول کرده و آن‌ها را از پرداختن به امور مولد و پویا باز می‌دارد و با سوء استفاده از القای این فرهنگ غلط در جامعه منافع اقتصادی و بعضاً سیاسی عده‌ای سودجو را تأمین می‌کند. تشدید تقید جامعه به مد این فرهنگ مصرفی را به یک فخرفروشی اجتماعی تبدیل کرده و تأثیر منفی بسیاری بر الگوی مصرف جامعه می‌گذارد.

- تبلیغات بازرگانی: در بازاریابی برای افزایش فروش از روش‌های مختلفی استفاده می‌شود که یکی از مهم‌ترین این روش‌ها، استفاده از تبلیغات بازرگانی است. وقتی تبلیغات بازرگانی به عنوان یکی از اصلی‌ترین و نخستین ابزارهای تحقیق افراد جامعه برای خرید تلقی شود، اختیار مصرف خانوار به تبلیغات بازرگانی سپرده می‌شود و حتی منجر به ارائه تبلیغات کالاهای خارجی در کشور و ایجاد نیاز و ورود رسمی و غیررسمی کالا برای تأمین این نیاز می‌شود.

- رجحان مصرف کننده: طرز برخورد مصرف کننده در انتخاب کالاها و یا گروه‌های مختلف کالایی قابل جایگزین برای مصرف کننده را رجحان مصرف کننده می‌نامند؛ یعنی مصرف کننده کالاهایی را ترجیح می‌دهد که مصرف آن‌ها مطلوبیت بیشتری دارد. این مطلوبیت اگر براساس ارزش‌ها، هنجارها، باورها، نگرش‌ها و اعتقادات صورت پذیرد، تابعی از فرهنگ فرد، خانوار و جامعه است. این مطلوبیت که همان احساس لذت و خشنودی است می‌تواند فرهنگ مصرف را به شدت منحرف سازد به این ترتیب که مطلوبیت و لذت ناشی از خرید به دلیل استفاده از کالا نیست بلکه افراد جامعه صرفاً با انجام فعل خرید، احساس لذت و خشنودی کرده و به ضرورت و نیاز خود برای خرید کالا توجه کمتری می‌کنند.

در این راستا اصلاح فرهنگ مصرف در جهت صرفه جویی و قناعت و طراحی ساز و کارهای فرهنگی مقابله با تجمل گرایی و فقر در جامعه و اولویت بخشی به الگوهای ساده زیستی باید مدنظر سیاستگذاران و برنامه ریزان قرار گیرد.

ترویج فرهنگ استفاده از کالاهای داخلی به منظور افزایش تولید ملی و کاهش واردات و مواجهه برنامه ریزی شده با آثار منفی فرهنگی و اجتماعی تورم در جامعه نظیر عدم ثبات رفتارهای اجتماعی، اضطراب، کاهش اعتماد عمومی و... ترویج فرهنگ صرفه جویی و دوری از اسراف و ترویج فرهنگ استفاده بهینه از انرژی، آب، مواد غذایی و... براساس آموزه‌های اسلامی نیز در شرایط کنونی کشور یکی از راهکارهای اصلی برون رفت از وضعیت فعلی است.

۴-۱-۹-مدیریت مصرف انرژی

امروزه بکارگیری منابع جدید و استفاده بهینه از منابع جدید بسیار مهم و ضروری است. با افزایش جمعیت و مصرف بیشتر، ذخایر موجود روز به روز کمتر می‌شوند. بهترین راه حل، مصرف بهینه از منابع و انرژی موجود است. مهمترین انرژی‌های مورد استفاده در خانواده‌ها که می‌توان با تدابیر هوشمندانه زنان مورد کنترل قرار گیرد آب و برق می‌باشد.

۴-۱-۹-۱-برق

مدیریت مصرف انرژی از واحد خانوار شروع می‌شود. ما در خانواده نقش اساسی و مهمی را در آموزش مصرف و رفتار خانواده دارد. به عنوان مثال صرفه جویی در مصرف انرژی، در امر ساده استفاده از لوازم برقی و خانگی (نظیر اتو، لباس شویی و...) خود سلسله مراتب دقیقی دارد که اکثر افراد حتی در شهرهای بزرگ از آن بی‌خبرند. اگر لوازم برقی در ساعات اوج مصرف به کار انداخته شود، به شبکه برق ضرر می‌زنند. برای تامین برق، سرمایه گذاری زیادی شده است. اما استفاده از لوازم برقی در طول روز یا بعد از ۱۲ شب، بار مصرف برق کمتر است. استفاده از وسایل برقی توام با صرفه جویی بیشتر و کمک به شبکه برق است.

در کشور ما حدود ۲۱ میلیون مشترک برق وجود دارد. اگر هر مشترک تنها یک لامپ ۱۰۰ وات را خاموش کند، ۲۱۰۰ مگاوات برق صرفه جویی می‌شود. حدود یک پنجم برق تولیدی به مصرف روشنایی می‌رسد که ۶۹ درصد آن در خانه‌ها است. لذا با استفاده از لامپ‌های کم مصرف می‌توان تا حدود زیادی در این زمینه صرفه جویی کرد.

می‌توان با اصلاح قوانین، فرهنگ سازی، اصلاح قیمت، استفاده از تجهیزات مناسب و... در جهت اصلاح وضعیت نامناسب کنونی مصرف اقدام کرد. با مصرف هوشمندانه انرژی، خانواده‌ها قادر خواهند بود مصرف انرژی خود را حدود یک سوم، از راه‌های ساده‌ای نظیر استفاده از وسایل برقی خانگی کم مصرف و یا سایر شیوه‌های علمی صرفه جویی کاهش دهند. همه می‌توانند در این صرفه جویی سهمیم باشند حتی یک صرفه جویی کوچک در محل سکونت می‌تواند اثرات وسیعی در شبکه برقی کشور و حفظ محیط زیست داشته باشد.

رعایت این موارد مصرف برق خانواده‌ها را به حداقل ممکن کاهش خواهد داد:

- تعویض لامپ‌های معمولی را با لامپ‌های کم مصرف و فلورسنت
- کاهش روشنایی راهروها و محل عبور و مرور اطاق را تا حد امکان
- استفاده از روشنایی روز در اطاق مطالعه و کار
- استفاده از لوازم برقی کم مصرف
- آگاهی از ساعات پیک و استفاده نکردن از لوازم برقی در این ساعات تا حد امکان

۴-۱-۹-۲-آب

زندگی تمامی مخلوقات وابسته به این ماده به ظاهر ساده است. آب یکی از اصلی‌ترین مواد متشکله بدن انسان‌ها، حیوانات و گیاهان به شمار می‌رود. استفاده اساسی از آب شامل مصارف کشاورزی صنعتی و تولید نیرو و شهری روز به روز در حال افزایش است. با توجه به روند رو به تزاید مصرف آب و کمبودهای ناشی از عدم بارش و به تعبیری خشکسالی، در صورت عدم رعایت الگوی مصرف بهینه آب، مردم ایران مخصوصاً اهالی مناطق مرکزی و خشک کشور، درگیر مشکلات زیادی خواهند شد. برابر پیش‌بینی سازمان ملل متحد در سال ۱۹۹۰ حدود ۲۸ کشور با ۳۲۳ میلیون نفر جمعیت درگیر بحران آب بوده‌اند که این رقم در سال ۱۹۹۵ به ۳۱ کشور با جمعیتی معادل ۴۵۸ میلیون نفر افزایش یافت. مشکل بی‌آبی که یک بحران اساسی به شمار می‌آید در سال‌های ۲۰۲۵ تا ۲۰۵۰ در بیش از ۵۰ کشور با جمعیت احتمالی بیش از یک میلیارد نفر، خود را نشان خواهد داد. رفتار آگاهانه و متعهدانه می‌تواند به ما کمک کند که در سال‌های آتی جز بحران زده‌ها نباشیم.

این جدول نشان‌دهنده الگوی مصرف هر خانه در روز بر مبنای حداکثر ۱۵۰ لیتر می‌باشد.

نوع مصرف	حداقل (لیتر)	حداکثر (لیتر)
پخت و پز و آشامیدن	۱۰	۲۰
استحمام	۲۲	۴۵
لباسشویی	۱۰	۲۰
ظرفشویی	۵	۱۵
دستشویی و توالت	۲۰	۳۰
شست و شوی خانه و آشپزخانه	۳	۱۰
کولر و تهویه مطبوع	۲	۵
سایر موارد	۳	۵
جمع	۷۵	۱۵۰

۴۰٪ مردم دنیا از آب سالم محرومند و روزانه بیش از ۳۰ هزار نفر در جهان به علت کمبود آب بهداشتی و سالم جان خود را از دست می‌دهند. صرفه جویی در مصرف آب در قرن حاضر فراتر از یک نیاز اجتماعی و ملی است.

زنان که مدیران اصلی خانواده هستند باید با اندیشه و تدبیر خود در این امر دخالت داشته باشند و با مصرف بهینه استاندارد، استفاده از لامپ های کم مصرف، خاموش ساختن لوازم برقی اضافی، استفاده از شیرآلات کم مصرف فرهنگ سازی نمایند و با انجام این امور و آموزش آن به فرزندان و اطرافیان خود فرهنگ مصرف بهینه را به صورت الگویی در آورند تا کل جامعه از آن منتفع گردد. این خود باعث رشد و شکوفایی اقتصادی کشور خواهد شد. هدف از رشد اقتصادی نیز فراهم ساختن رفاه و کامیابی جسمانی و معنوی برای اهالی آن کشور از طریق ارضای خواست و امر تامین نیازهای آن هاست (تاجور و تاجور، ۱۳۹۱).

۴-۱-۹-۳- راهکارهای مدیریت مصرف بهینه

خانواده یک نهاد اجتماعی است که بیشترین نقش را در تربیت افراد هر جامعه بازی می‌کند. بسیاری از عادات و رفتارها چون در سنین کودکی و در کانون خانواده و توسط مادران آموزش داده می‌شوند، در انسان به صورت پایدار و دائم باقی می‌ماند و تغییر آن بسیار دشوار است. حال چنان چه آموزش های مادران

صحیح بوده باشند، نتایج مثبت آن در طول زندگی پدیدار می‌شود و بالعکس چنان چه آموزشهای مادران نادرست بوده باشند پیامدهای منفی آن علاوه بر این که زندگی فردی را تحت تاثیر قرار می‌دهد، زندگی اجتماعی را نیز با چالش مواجه می‌نماید.

زنان به لحاظ این که بیشترین هزینه‌ها را در خانواده مدیریت می‌کنند نقش موثری در خرید لوازم خانه و اصلاح الگوهای مصرفی دارند. بسیاری از زنان فقط به خاطر این که از اطرافیان خود کم نیاورند از هیچ تلاشی در نو کردن وسایل زندگی دریغ نمی‌کنند و گاهی زندگی را هم برای خود و فرزندانشان تلخ می‌کنند. در بسیاری از خانواده‌ها نیز خیلی از وسایل فقط به خاطر این که از مد افتاده با وسایل جدید تعویض می‌شود در حالی که این وسایل هنوز کارایی سابق را دارند. زنان به عنوان مهم‌ترین عناصر در خرج و مخارج و هزینه‌های زندگی در خانه باید با الگوسازی برای خود و فرزندانشان از ترویج اسراف جلوگیری کنند. چرا که اگر اسراف به صورت یک امر عادی تلقی شود خسارت زیادی به سرمایه‌های ملی در آینده ای نزدیک خواهد زد.

در ادامه با برشمردن مثال‌هایی از زندگی روزمره، راهکارهایی جهت مصرف صحیح در حوزه آموزش خانوادگی ارائه می‌گردد:

- ارتقای سطح آگاهی زنان در زمینه مصرف صحیح: در درجه اول ابزار زنان آگاهی و خودباوری آن‌هاست. زنان باید به نقش آموزش دهنده خود در مورد درست مصرف کردن و در نتیجه کاهش ضایعات واقف باشند و بچه‌ها را از کودکی در خانه طوری تربیت کنند که افراد مصرف‌گرا نباشند. این در صورتی ممکن است که زن در زندگی روزمره الگوی صحیحی از مصرف داشته باشد. برای مثال دانستن میزان کالری مورد نیاز بدن در سنین مختلف کمک به خرید مواد به اندازه نیاز می‌کند.
- شناخت کالاهای مباح و ممنوع: برای اتخاذ الگوی صحیح مصرف، ابتدا باید مصرف‌کننده مسلمان زن کالاهای مجاز (مباح) و ممنوع (حرام) را بشناسد و در حد توان، معیار اباحه و تحریم آن‌ها را بداند تا در مرحله عمل، به راحتی و با انگیزه‌ای قوی بتواند آن حدود و مقررات را به کار بندد.

- فرهنگ سازی در بین زنان: در سطح «مصرف کالا» برای فرهنگ سازی نحوه مصرف بهینه خصوصا آب، برق و گاز که تهیه آنها برای مصرف کننده سهل الوصول است، باید آموزش از طریق مدارس، رسانه ها، تولیدکنندگان، وزارت نیرو و ... صورت گیرد. همچنین زنان ایرانی به علت پیوند با دین و مذهب، به خوبی سنت های نهادینه شده را می پذیرند و بدان ارج می نهند. لذا می توان در بخش آموزش از تعالیم و آموزه های دینی که بر صرفه جویی تاکید دارند نیز بیشتر بهره برد.

- تغییر و اصلاح رفتار مصرف توسط زنان: برای این که تغییرات و اصلاح روش ها در سطح عمومی خانواده فراگیر شود، ارائه راهکارهای جدید و اصلاح روش ها، نیازمند اتحاد گروهی و همبستگی افراد خانواده است. در این میان مادر نخستین فردی است که به سهولت می تواند اتحاد و همبستگی در بین اعضای خانواده به وجود آورد و نسبت به شناخت عادت های اشتباه و حذف باورهای غلط اقدام کند.

امام رضا علیه السلام در روایتی می فرمایند: «احسن الظن باللهفان من حسن ظنه عند ظنه، ومن رضيع القليل من الرزق قبل منها ليسير من العمل، ومن رضيا ليسير من الحلال خفت موونته و نعم اهله، و بصر اللهدار الدنيا و دواءها و اخرجه منها سالما الى دارالسلام»، به خداوند خوش بین باش. زیرا هر که به خداوند خوش بین باشد، خدا با گمان خوش او همراه است و هر که به رزق و روزی اندک خوشنود باشد، خداوند به کردار اندک او خشنود باشد و هر که به اندک روزی حلال خشنود باشد، بارش سبک و خانواده اش در نعمت باشد و خداوند او را به دنیا و دوايش پينا سازد و او را از دنیا به سلامت به دارالسلام بهشت می رساند.

- نظارت زنان به نحوه مصرف خانواده: اصلاح روش های مورد استفاده در انجام امور، علاوه بر موارد یاد شده، نیاز به مدیریت جدی و کنترل قانونمندی هم دارد تا با نظارت بر عملکرد افراد، اجرای روش های اصلاحی را با ساختار اصلی آن تطابق دهد. زنان و مادران با توجه به این که حضور پررنگ تری در خانه دارند، بیشتر می توانند بر مسائل صرفه جویی هر چند کوچک نظارت کنند، برای مثال بعضی از مادران بیشتر از تعداد خانواده برای شام یا نهار غذا آماده می کنند و بعد باقیمانده غذا را دور می ریزند در صورتی که با طبخ غذا به مقدار لازم از اسراف جلوگیری می کنند.

- میان‌ه روی در میهمانی های خانوادگی: در باب میهمانی های رسمی و مراسم جشن و عزا و ولیمه و ... سخن بسیار است. متأسفانه در میهمانی های خانوادگی هم زیاده روی و اسراف سایه گسترانیده است. این تأسف هنگامی دو چندان می شود که ردپای تجمل و تجملگرایی و چشم و هم چشمی را بر سر سفره های پر معنویتی همچون سفره ها یا فطار نیز مشاهده می کنیم. زنان این خانواده ها می توانند با برگزاری میهمانی های ساده و به دور از تجمل اولاً بر افزایش رفت و آمدهای خانوادگی و برقراری صله رحم گام بردارند و ثانیاً خود را نیز از قید و بند تهیه چند نوع غذا و تجملات اضافی برهانند و مهمتر از همه فرهنگ ساده زیستی را نیز به فرزندان خود بیاموزند.

- کاهش حجم زباله از طریق بازیافت و استفاده مجدد: زن به عنوان مدیر خانه در تفکیک، زباله از یکدیگر می تواند به نحو احسن عمل نماید. به طوری که نان خشک، کاغذ، شیشه، پلاستیک... را از هم جدا کرده و برای استفاده مجدد برای بازیافت فرستاده شود. امروزه در کشورهای مختلف جهان بازیافت زباله بسیار معمول است و به علت اهمیتی که مواد اولیه در فعالیت های صنایع دارند و نیز محدودیت منابع و افزایش قیمت مواد اولیه مواد خام و سرانجام به دلایل ملاحظات زیست محیطی ۳۰ درصد اجزای ترکیبی زباله نظیر کاغذ، مقوا، شیشه، پلاستیک، فلزات از طریق بازیافت مورد استفاده مجدد قرار می گیرند و بار دیگر به عنوان مواد اولیه به کارخانه ها تحویل می شوند. ۷۰ درصد مابقی اجزای ترکیبی زباله نیز توسط کرم خاکی با نام علمی آیزینیا فوتیدا^۱ به کود آلیبولوژیورمیکمپوست تبدیل و کودش به افزایش محصولات آن هم از نوع ارگانیک می انجامد و خود کرم هم در توسعه صنایع داروسازی، صنایع غذایی، صنایع آرایشی و بهداشتی استفاده می شود.

امام صادق علیه السلام می فرمایند: «منشربمن ماء الفرات والقی بقیة الکوز خارج الماء فقد اسرف» کسی که آبی را از نهر فرات برای خوردن بردارد و بعد از نوشیدن، زیادی آن را بیرون بریزد اسراف کرده است. در روایت دیگری آمده: «روی انه نظر الرضا علیه السلام الی فاکهة قد رمیت من داره لم یستقص اکلها فغضب و قال ما هذا ان کنتم شیعتم فان کثیرا من الناس لم

^۱ Eisenia foetida

یشبعوا فاطعموه من یحتاج» نقل شده است که امام رضا علیه السلام مشاهده کرد میوه‌های را نیم خورده از خانه بیرون انداخته اند، خشمگین شد و فرمود اگر شما سیر هستید خیلی از مردم گرسنه‌اند خوب بود آن را به نیازمندش می دادید.

- آموزش صحیح به فرزندان: چون ما در نقش الگویی در خانواده دارد و تربیت فرزندان نیز بر عهده اوست، آنان هستند که باید صرفه جویی را از کودکی به فرزندان خود آموزش دهند.
- استفاده از محبت مادرانه: مادران و زنان خانواده به دلیل برخورداری از عواطف و روحیه زنانه می‌توانند با توضیح و توجیه محبت آمیز به افراد خانواده آن‌ها را به رعایت نظم، نظافت و استفاده بهینه و درست از وسایل و منابع تشویق کنند.

- مصرف صحیح نان: طبق آمار کشور ما از جمله کشورهایی است که بیشترین میزان دور ریز نان را به خود اختصاص داده است. در بررسی علل این پدیده ممکن است به دلایل و توجیهاتی همچون بی کیفیت بودن نان در ایران پناه ببریم. اگر چه انکار این حقیقت نادرست و شاید روی آوردن به تولید نان صنعتی خود شاهی بر این مدعا باشد اما یکی از پررنگ ترین عوامل دور ریز نان، فرهنگ استفاده نادرست از این برکت الهی در سفره های ایرانی است. زنان می‌توانند با بررسی میزان نان مورد نیاز خود سعی در تهیه نان تازه بکنند، چرا که مصرف نان غیر تازه احتمال دور ریز را بیشتر می‌کند. چنان چه امکان تهیه نان تازه برای هر وعده مصرف فراهم نباشد باید با به کارگیری شیوه های نگهداری نان، احتمال دور ریز در وعده های بعدی را به حداقل رساند. فراتر از تمامی این موارد متأسفانه در بسیاری از خانواده‌ها جدا کردن دور نان و مصرف وسط آن به صورت عادت در آمده که این عمل بسیار ناپسند به طور گسترده در جامعه ما خودنمایی می‌کند. راه حل این مشکل جز در اصلاح رفتار و آموزش از طریق مادران امکان پذیر نمی‌باشد.

- مصرف صحیح آب: همه ما از کودکی با این جمله که «آب مایه حیات است» آشنا هستیم و از سوی دیگر هم به خوبی می‌دانیم که کشورمان جز کشورهای کم آب دنیا محسوب می‌شود. با این همه، اسراف و زیاده روی برخی در استفاده از این موهبت الهی موجب شگفتی است. آن چه که مادران باید از کودکی به فرزندان خود بیاموزند، مصرف صحیح آب است. باز گذاشتن شیر آب هنگام شستن دست و روی و یا هنگام مسواک زدن، استفاده از آب آشامیدنی

جهت شستشوی اتومبیل، حمام های طولانی مدت و در بسیاری از موارد غیر ضروری و...همگی مثال هایی از عادات نادرست ما ایرانیان در مصرف آب است.

- مصرف صحیح برق: زنان به علت حضور بیشتر در منزل حتی بر نحوه استفاده از نیروی برق نیز می توانند کنترل داشته باشند، به طوری در ساعت اوج مصرف برق از روشن کردن وسایل برقی و لامپ ها خودداری کنند. اصلاح الگوی مصرف نه تنها در استفاده از نیروی برق بلکه باید در مورد تمامی یازهای مصرفی مانند آب، تلفن، گاز و حتی زمان باشد.

- اطلاع رسانی از طریق رسانه ها: رسانه های جمعی، مطبوعات، مساجد، تشکل ها، اتحادیه ها می توانند با برنامه ریزی دقیق و مناسب و تبلیغات به موقع و موثر تجملگرایی و مصرف گرایی را دور نمایند. در حال حاضر تبلیغات به سوی مصرف گرایی است و زنان ما در بسیاری از موارد حتی از بسیاری از کشورها در زمینه مصرف جلوتر می باشند. زنان با کسب اطلاعات از طریق تحصیل، رسانه های عمومی، اطلاع رسانی سازمان های خدماتی و آموزش های اجتماعی و تلفیق آن ها با دقت، درایت و خلاقیت خویش در رابطه با موضوعات مختلف می توانند مهارت کافی برای هدایت خانواده را به دست آورند.

- افزایش ارتباطات اجتماعی: ارتباط رو در رو با آشنایان و اطرافیان منجر به آگاهی بیشتر زنان خواهد شد. در گذشته زنان چون ارتباط بیشتری با هم داشتند می توانستند الگوهای مصرفی خوبی برای فامیل، دوستان، همسایگان و...باشند. امروزه این امر کمرنگ شده است.

- عدم اسراف در خرید لباس: لباس وسیله حفظ و مایه زینت و آراستگی آدمی است (سوره اعراف، آیه ۲۶). در آموزه های دینی بر میانه روی در استفاده از آن تاکید گشته و تجاوز از آن، اسراف دانسته شده است. تردید نیست که حس تنوع طلبی و تمایل به شیک پوشی، آراستگی ظاهری و زیبایی، از امور غریزی آدمی به ویژه زنان است و در آموزه های اسلامی نیز مورد تایید بلکه تشویق قرار گرفته است. امام صادق علیه السلام فرمودند: «بر تو باد که خویشتن را به بهترین شکل بیارایی.»

- خرید به موقع و یک جا: در موقع رفتن به فروشگاه، داشتن فهرست کالاهای مورد نیاز از خرید بی مورد ممانعت به عمل می آورد. همچنین خرید در یک روز در هفته هم می تواند از آلودگی هوا و هم از خرید زائد ممانعت نماید.

• اشتغال زنان: در دوران اخیر زنان به دلیل آسیب پذیر بودن به حاشیه رانده شده‌اند و یکی از دلایل تجمل و مصرف زیاد در بین زنان، دور بودن و محروم بودن از امتیاز اجتماعی است. آن چه قابل توجه است عدم خودباوری زنان به ویژه در پست های مدیریتی می‌باشد. برنامه ریزان و مسئولین باید تلاش نمایند که زنان بتوانند در پست های مدیریتی کارآمدی خود را نمایان سازند. آنان می‌توانند از طریق تغییر گفتمان غالب بر جامعه با توجه تخصص و خصوصیات روحی و روانی که فطرتا در ذات خود دارند باعث فرهنگسازی صحیح و هویت بخشی به زنان شده و زمینه ساز الگوی صحیح مصرف باشند (تاجور و تاجور، ۱۳۹۱).

امروزه با گسترش حجم جمعیت در سطح جهانی و محدودیت منابع در دسترس بشر از یکسو و عدم توزیع متوازن منابع محدود موجود که بخشی از آن بنا بر عوامل طبیعی و جغرافیایی و تقسیمات کشورها در سطوح مختلف زمین بوده و بخشی دیگر منبعث از عدم توازن قدرت کشورها در تسلط و بهره برداری از این منابع می‌باشد.

مبنتی بر آینده نگری، به ضرورتی اجتناب «مدیریت مصرف منابع» و به عبارت دیگر «صرفه جویی»، از سوی دیگرناپذیر تبدیل شده است که کشور ما نیز علی رغم بهره مندی از منابع فراوان طبیعی از شمول این ضرورت جهانی مستثناء نیست. یکی از دلایل رشد کشورهای جهان پیشرفته، برنامه ریزی صحیح برای حفظ منابع و برقراری ارتباط مناسب میان منابع موجود و شیوه مصرف است که در فرهنگ جامعه شان نهادینه شده و ما در ایران باید این مهم را به دقت مورد ملاحظه قرار دهیم.

علاوه بر این، تاکیدات فراوان دین اسلام بر امر «صرفه جویی» به عنوان عاملی در راستای اعتدال فردی و اجتماعی زندگی بشر و دوری از پیامدهای مادی و اخلاقی مصرف زدگی نیز پیش روی ما قرار دارد که صرفه جویی را همچنین به رفتاری دینی بدل ساخته است. و اما علی رغم تمامی موارد فوق الذکر، زنان کشور ما که همواره از پیامدهای مخرب حاصل از آن چه عدم موازنه تولید و مصرف در اقتصاد (به ویژه عرصه های حیاتی آن) رنج می‌برند و از دیگر سو به عنوان کشوری مسلمان، مواجه با تاکیدات فراوان دینی مبنی بر صرفه جویی و اجتناب از اسراف منابع می‌باشند؛ در عین حال و در مجموع، در فرایند صرفه جویی و دوری از اسراف، جز در مواقعی خاص و بحرانی، نمره قابل قبولی نمی‌گیرند. تاکیدات مقام معظم رهبری

بر صرفه جویی و اجتناب از اسراف منابع ملی که خواندند و بر بهره گیری از الگوهای رفتار دینی تاکید نمودند؛ در همین راستا تفسیر می شود.

مادر از ارکان اصلی تربیت و عامل مهم شکل گیری شخصیت رفتاری فرزندان است. شیوه های رفتاری فرزندان، انعکاسی از نوع تربیت مادران آنهاست، از این رو بسیاری از دختران و پسران رفتارهای فردی و اجتماعی، اقتصادی و اخلاقی را از والدین خود می آموزند و در موقع لزوم آن را به کار می گیرند. یک مادر خوب و فهمیده که در خانه الگوی صحیحی برای مصرف داشته باشد و از مصارف غیر ضروری و مسرفانه پرهیز کند، قهرا دختری خواهد داشت که در زندگی فردی و اجتماعی آینده خود، دچار ضعف شخصیت و تقلید از دیگران نخواهد شد. اما در نقطه مقابل، مادری که بدون داشتن الگوی صحیح مصرف، به زیاده روی و ولخرجی خو گرفته است، این روش او در ساختار روحی فرزندش اثر گذاشته و قهرا او در زندگی آینده اش آن را به کار خواهد گرفت. اسلام قرن ها قبل از این که دنیای غرب استقلال زنان را به رسمیت بشناسد، در این مورد قوانین آشکار و واضحی داشته که زندگانی حضرت خدیجه (س) به عنوان زنی فعال در عرصه اقتصادی بهترین شاهد این مدعاست که زنان ما می توانند به او اقتدا کنند.

مدیریت مصرف یک رسالت ملی است، وقتی افراد مدیریت مصرف را در جامعه رعایت کنند فرهنگ درست مصرف کردن را می آموزند بنابراین می توانند از منابع استفاده مستمر داشته باشند. خانواده در مصرف تابع زنان خانواده است؛ بنابراین درک زنان از مصرف می تواند در همه خانواده ها تاثیر گذار باشد. زنان باید در رابطه با نحوه درست مصرف کردن توجیه شوند و آموزش ببینند؛ چرا که این امر منجر به صرفه جویی در جامعه و خانواده می شود. زنان می توانند با کاهش هزینه های تشریفاتی و حذف تجملات، مازاد درآمد خانواده را در زمینه های خیر و خدا پسندانه خرج کنند و از این طریق، روحیه خیرخواهی را در فرزندان خود و حتی سایر خانواده ها پرورش دهند. مدیریت مصرف نیازمند بازنگری است، به این دلیل که بسیاری از خریدهایی که از طریق بانوان انجام می شود، نیاز واقعی نیست، بلکه یک عادت یا تقلید از دیگران است. الگوی تحمیلی زمان، مکان و تبلیغات فرد را به صورت ناخود آگاه مجاب می کند به این که به وسایل و اقلام مختلف نیازمند است؛ در حالی که این نیاز، فقط یک نیاز کاذب است. الگوی غلط مصرف در زنان، چشم و هم چشمی، نتیجه حساسیت های بی مورد و تربیت شده است.

حساسیت زنان به جای این که به امور مهم معطوف شده باشد بر مسایل برنامه ریزی نشده است در واقع برخی از زنان با مصرف بی حد می خواهند به نیازهای خود پاسخ دهند. هر اندازه دانش، آگاهی، و

حساسیت زنان بیشتر شود و درک اقتصادی بیشتری در این زمینه بیابند نسبت به طریقه مصرف حساس می‌شوند. آگاهی و رشد فرهنگی و اجتماعی بانوان هر چه بیشتر باشد باعث می‌شود تا زنان تحت تاثیر عادت و تبلیغات قرار نگیرند و الگوی مصرف به اصلاح برسد. مادران باید به فرزندان خود بیاموزند که از منابعی که در اختیار دارند به طور صحیح استفاده کنند تا در آینده دچار مشکل نشوند. اگر مادران در کودکی به فرزندان خود صرفه جویی را نیاموزند، الگوهای مصرف نامناسب جایگزین الگوی مصرف مناسب در زندگی آن‌ها می‌شود.

۴-۱-۱۰- اشتغال زنان

در موضوع اشتغال زنان رهبر معظم انقلاب می‌فرمایند: «حضور زنان در مشاغل و مناصب اجرایی اشکالی ندارد، آن بخشی که مورد اشکال و در امتداد همان گفتمان غربی است، افتخار کردن به تعداد بالای زنان شاغل در مناصب اجرایی است. اینکه ما به حضور بالای زنان در مناصب اجرایی افتخار کنیم، دیدگاهی غلط و در واقع انفعال در برابر گفتمان غربی است. آنچه که باید مایه افتخار باشد، تعداد بالای زنان روشنفکر، فعال فرهنگی و سیاسی و مجاهد است» (بیانات رهبری در دیدار با جمعی از بانوان فرهیخته، ۱۳۹۲).

«مسئله‌ی اشتغال بانوان، جزو مسائل اصلی نیست. البته ما با اشتغال بانوان مخالف نیستیم؛ بنده خودم نه با اشتغال شان، نه با مدیریت هاشان مخالفتی ندارم، مادامی که با آن مسائل اصلی معارضه و تنافی پیدا نکند؛ اگر معارضه پیدا کرد، آن مقدم است. یکی از کارهایی که در این زمینه سوم که عرض کردیم باید انجام بگیرد، طبعاً این است که نگاه کنند ببینند آن مشاغلی که متناسب با این خصوصیت زنانست چیست (بیانات رهبری در دیدار با جمعی از بانوان برگزیده کشور، ۱۳۹۳). بعضی از مشاغل هست متناسب با ساخت زن نیست، خب این‌ها را دنبال نکنند.»

«یکی از مهمترین وظائف زن، خانهداری است. همه می‌دانند؛ بنده عقیده ندارم به این که زن‌ها نباید در مشاغل اجتماعی و سیاسی کار کنند؛ نه، اشکالی ندارد؛ اما اگر چنانچه این به معنای این باشد که ما به خانهداری به چشم حقارت نگاه کنیم، این می‌شود گناه. خانهداری یک شغل است؛ شغل بزرگ، شغل مهم، شغل حساس، شغل آینده‌ساز فرزندآوری یک مجاهدت بزرگ است» (بیانات رهبری در دیدار با جمعی از مداحان، ۱۳۹۲).

این که بعضی مردان وقتی میخواهند ازدواج کنند، شرط قائل میشوند که زن باید حتما کار کند و شغل و درآمدی داشته باشد، خطاست. گرچه خلاف شرع نیست، اما اسلام به چنین کاری هم توصیه نمیکند. این که ما بگوییم «زن را از فعالیت اقتصادی و اجتماعی ممنوع کنیم»، به استناد نظر اسلام، غلط است. اسلام چنین حرفی نگفته است. اما از آن طرف، این را هم که زن را مجبور به انجام کارهای سنگین و تلاشهای دشوار اقتصادی، اجتماعی یا سیاسی کنند، اسلام توصیه نکرده است. نظر اسلام، یک نظر میانه است. یعنی زن اگر فرصت و فراغت داشته باشد، بچه‌داری مانع او نگردد، شوق و علاقه و نیرو و توان جسمانی داشته باشد و بخواهد وارد فعالیتهای اجتماعی، سیاسی یا اقتصادی شود، مانعی ندارد. اما این که او را مجبور کنند و بگویند باید حتما شغلی بپذیری، روزی فلان قدر کار کنی تا با درآمد آن بتوانی در تأمین هزینه خانوار، سهمی به عهده بگیری، نه. این را هم اسلام از زن نخواست است. این را هم یک نوع تحمیل بر زن به حساب می‌آورد (بیانات رهبری در جمع زنان شهر ارومیه، ۱۳۷۵).

۴-۱-۱۰-۱- اشتغال زنان از منظر اسلام

آنچه نظام ارزشی اسلام به عنوان زیر بنای تفکر، و قانون‌گذاری مطرح می‌نماید از اساس هدفمندی جهان خلقت آغاز می‌شود. در دیدگاه الهی خداوند حکیم و علیم، خالق و مالک عالم است و به همین دلیل، اوست که برای زندگی بشر از ریزترین و ساده‌ترین تا بزرگتری و پیچیده‌ترین موضوعات دستورالعمل و برنامه می‌دهد.

انسان با بینش الهی، خود را در سیستمی هدفمند می‌بیند که تفاوت‌های تکوینی در آن حکیمانه طراحی شده‌اند. او در برابر قانون و برنامه الهی تسلیم است و اطاعت از آن را در راستای تعالی و رشد خود می‌داند. در چنین دیدگاهی معیار ارزشمندی لذت فردی نیست و به جای انسان، خدا محور همه چیز می‌باشد. لذا معیار (غیر نسبی) حق و حقیقت، قرب و رضای پروردگار است.

در چنین نظامی علی‌رغم وجود تفاوت‌ها اهداف انسانی یکسان است و زنان و مردان در راستای رسیدن به آن تلاش می‌کنند. گرچه شارع به تناسب توانایی‌ها و بر اساس انتظار الهی برای هر یک از آنها به ویژه در محدوده خانواده نقش‌های متفاوتی را تعریف نموده است. در این تقسیم‌بندی، سرپرستی امور اقتصادی و مدیریت به مردان سپرده شده و تربیت و مدیریت جنبه‌های عاطفی و روانی به زنان واگذار شده

است و البته شبکه به هم پیوسته‌ای از دستورات اخلاقی و حقوقی هر دو طرف را در ایفای وظیفه و تعهد خود حمایت می‌کند.

زن در دیدگاه اسلامی عنصری انسان‌ساز است که البته از توانایی‌های او باید در عرصه اجتماع نیز بهره برد. او می‌تواند در همه عرصه‌های ارزشی و انسانی وارد شده و در جامعه موثر باشد. لیکن آنچه مهم است اصول و ضوابطی است که جایگاه انسانی او را به مخاطره نیندازد. جامعیت، تنوع و برابری ارزشی زنان و مردان در این آیه شریف از قرآن به وضوح بیان شده است: «إِنَّ الْمُسْلِمِينَ وَالْمُسْلِمَاتِ وَالْمُؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ وَالْقَانِتِينَ وَالْقَانِتَاتِ وَالصَّادِقِينَ وَالصَّادِقَاتِ وَالصَّابِرِينَ وَالصَّابِرَاتِ وَالْخَاشِعِينَ وَالْخَاشِعَاتِ وَالْمُتَصَدِّقِينَ وَالْمُتَصَدِّقَاتِ وَالصَّائِمِينَ وَالصَّائِمَاتِ وَالْحَافِظِينَ فُرُوجَهُمْ وَالْحَافِظَاتِ وَالذَّاكِرِينَ اللَّهَ كَثِيرًا وَالذَّاكِرَاتِ أَعَدَّ اللَّهُ لَهُمْ مَغْفِرَةً وَأَجْرًا عَظِيمًا» (سوره احزاب آیه ۳۵).

بنابراین اسلام بر اساس جایگاه انسانی زن برای او نقش فردی، اجتماعی و خانوادگی تعریف می‌کند. نقش‌هایی که با مجموعه به هم پیوسته‌ای از روابط اخلاقی پشتیبانی می‌شود و البته با توجه به اهمیت آن‌ها دارای رتبه و اولویت می‌باشند. بارزترین شکل حضور در فعالیت‌های اجتماعی برای زنان اشتغال است. به طور کلی اشتغال در اسلام امری مقدس، همسو با هدف خلقت و در راستای تعالی و کمال انسانی است. در بینش اسلام تنها انگیزه اشتغالی در آمدزایی نیست بلکه کار کردن به عنوان یکی از راه‌های افزایش قابلیت و شکوفایی استعدادهای انسانی به شمار می‌رود (رضایی، ۱۳۹۴).

۴-۱-۱-۲- ضوابط اشتغال زنان

در نظام فکری اسلام گرچه جواز اشتغال زنان صادر شده است اما حضور زنان در عرصه اشتغال در چهارچوب ضوابطی خاص تایید شده است. این ضوابط در حقیقت برای رعایت مصالحی مهم‌تر و برای حفظ جایگاه و نقش اصلی زن در نظام آفرینش وضع شده است. در نگرش اسلام همیشه انسان و هدایت او مدنظر بوده و از آن‌چه موجب انحراف انسان از مسیر هدایت باشد، نهی شده است. شاخص‌ها و معرف‌های تعیین کننده جایگاه زن در جامعه اسلامی با جهان‌بینی توحیدی و نگرش به انسان با آن‌چه در غرب می‌گذرد اصولاً متفاوت است.

در فرهنگ اسلامی با وجود آزادی انتخاب شغل و کار برای زنا مسلمان و حق مالکیت و فعالیت اقتصادی برای آن‌ها، آن‌چه به نقش و پایگاه زن در جامعه اسلامی معنا و هویت می‌بخشد، فعالیت‌های مادی و اقتصادی به معنای غربی آن نیست، بلکه فعالیت اقتصادی زنان در جامعه اسلامی با حفظ هویت دینی و

گوهر عفت و تقواست. اسلام از زن می‌خواهد تا قبل از ورود به عرصه اشتغال به این سوال اسخ دهد که هدف او از ورود به این عرصه چیست و به عبارت دیگر چه ضرورت فردی یا اجتماعی وی را به اشتغال ترغیب می‌کند؟

سپس در مرحله انتخاب شغل نیز لازم است شغلی را انتخاب کند که متناسب با ویژگی‌های جسمی و روحی باشد. اشتغال زنان در ماغ مردانه و سخت که با ویژگی‌های جسمی زن متناسب نیست و نیز مشاغلی که تحقیر شخصیت زن را به همراه دارد مذموم شمرده شده است. همچنین شغل زن نباید در تعارض با نقش‌های مادری و همسری وی باشد. توجه به این نکته ضروری است که محیط کاری که انتخاب می‌شود، مختلط نباشد و مفسده‌ای نداشته باشد.

در حین اشتغال نیز بطور مستمر رعایت محرم و نامحرم و حفظ عفاف لازم است. مقام معظم رهبری در این زمینه می‌فرماید: اسلام با کار کردن زنان نه تنها موافق است، بلکه تا آنجایی که با شغل اساسی او که مهمترین شغل اوست، یعنی تربیت فرزند و حفظ مزاحم نباشد، شاید لازم هم می‌داند. به این ترتیب بر خلاف نظام غربی که بر تشویق بدون ضابطه برای اشتغال تاکید می‌کند، اسلام به شدت بر رعایت ضوابط شرعی قبل از انتخاب شغل و در حین کار اصرار می‌ورزد.

اسلام اشتغال را برای زن هدف نمی‌داند، بلکه آن را در خدمت خانواده می‌پذیرد و اشتغال را به عنوان یکی از راه‌های افزایش قابلیت و شکوفایی استعداد زنان و در جهت تعالی و کمال آن‌ها می‌داند. در ادامه فعالیت‌هایی که زنان در چهارچوب و موازین مطرح شده می‌توانند بر عهده داشته باشند، آورده شده است.

۴-۱-۱۰-۳- مشاغل خانگی

زنان می‌توانند با اعمال مدیریت صحیح در خانه و انجام امور اقتصادی از قبیل پرورش طیور، تولیدات پوشاک خانگی مانند لباس‌های بافت سهم قابل توجهی در پیشبرد این اقتصاد داشته باشند. تهیه لباس‌های بافتی به دست زنان خانه دار علاوه بر اینکه موجب صرفه جویی اقتصادی می‌شود، مهر و محبت مادر را نیز به فرزندان انتقال می‌دهد. زنان با فعالیت‌های اقتصادی می‌توانند روحیه کار، تلاش و خودباوری را به فرزندان خود انتقال دهند.

برخی از مشاغل خانگی پیشنهادی:

- کسب و کار با گرایش‌های فناوری اطلاعات (آموزش‌های مجازی، ...)

- صنایع دستی (نساجی سنتی، بافته‌های داری و زیراندازها، پوشاک سنتی، چاپ‌های سنتی، صنایع دستی چرمی، صنایع دستی فلزی، صنایع دستی چوبی و حصیری، سفال و سرامیک و کاشی سنتی، صنایع دستی دریایی، صنایع دستی مستظرفه، آبگینه، پیشه‌های سنتی وابسته به صنایع دستی، صنایع دستی سنگی، رودوزی‌های سنتی)
- فرش دستباف و رشته‌های وابسته
- مشاغل تولیدی شامل کشاورزی، دامپروری، شیلات، صنایع نساجی-پوشاک و سراجی
- صنایع غذایی
- فعالیت‌های فرهنگی، هنری (نقاشی، نویسندگی، ویراستاری و...)

۴-۱-۱-۴- کارآفرینی (تربیت اقتصادی برای کارآفرینی در آینده، استفاده از پس‌اندازها برای ایجاد کسب و کار)

کارآفرینی فرآیند خلق و دستیابی به فرصت‌ها و دنبال کردن آن‌ها بدون توجه به منابع در دسترس است. که در محیط‌های مختلف رخ می‌دهد و در طی آن از طریق نوآوری افرادی که در آن دخیل هستند، تغییراتی در سیستم اقتصادی ایجاد می‌شود که در نهایت منجر به پیشرفت اقتصاد می‌گردد. همچنین کارآفرینی یک پدیده چند وجهی است و فواید و نتایج از جمله داشتن سهم به‌سزا در توسعه اقتصاد، زایش ایده‌ها و خلق کسب و کارهای کوچک و همچنین جدید، ترویج فرهنگ کارآفرینی و کارآفرینی ارزشی را داراست (پورداریانی، ۱۳۸۷).

توسعه اقتصادی در دنیای امروز بر پایه خلاقیت، نوآوری، استفاده از دانش و کارآفرینی می‌باشد. در ادامه تلفیقی از ابعاد اقتصاد مقاومتی و کارآفرینی آورده شده است (هوشمند چایجانی و دیگران، ۱۳۹۱).

جدول ۲-۴- تأثیرگذاری کارآفرینی بر ابعاد مختلف تحقق اقتصاد مقاومتی

ابعاد اقتصاد مقاومتی	ابعاد و فواید کارآفرینی
حمایت از تولید ملی	توسعه کارآفرینی شتاب دهنده اقتصاد در داخل کشور اشتغال‌زایی
مردمی کردن اقتصاد	خلق فرصت‌های اقتصادی از طریق نوآوری، ایده پردازی و دانش
حمایت از صنایع دانش بنیان	کارآفرینی ارزشی
مصرف کالای داخلی	همبستگی اجتماعی

ترویج دید کارآفرینانه و ایجاد فرهنگ کار و کارآفرینی	
خلق و توزیع بیتن افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها	
خلق فرصت‌ها توسط افراد بدون توجه به منابعی که در اختیار است	کاهش وابستگی به نفت
کارآفرینی ارزشی	مدیریت مصرف و اصلاح الگوی آن

در اسلام برای زنان حق مالکیت قائل هستند و زنان نیز با توجه به این حق مالکیت در تاریخ نقش بسزایی داشتند (خانم گوهرشاد و خدمتکار ایشان خانم پریزاد) و در حال حاضر نیز با توجه به مالکیتی که در اموال خود دارند مانند داشتند طلای زینتی و ... می‌توانند در تحقق اقتصاد مقاومتی سهم بسزایی داشته باشند. در حال حاضر میزان طلای زینتی که در خانه‌ها موجود است بسیار سرمایه بزرگی است که می‌تواند کارآفرینی به کار گرفته شود.

۴-۱-۱-۵- ایجاد تعاونی‌ها و صندوق قرض الحسنه

اقتصاد خانواده، یکی از مباحث مهم در اقتصاد ملی است و به سهم خویش، نقش بی‌بدیلی در ارتقای سطح کمی و کیفی اقتصاد در سطح ملی ایفا می‌کند. اگر اقتصاد خانواده را «چگونگی سازماندهی و مدیریت منابع خانه» تعریف کنیم بای اذعان نمود که اقتصاد خانواده تا حد زیادی مرهون فعالیت‌ها و تلاش‌های زنان در خانه است. نقش تولیدی زنان اعم از تولید نسل، تولید غذا و پوشاک تا نقش‌های مراقبتی و حمایتی آنان همانند مراقبت از کودک، رشد فرزند، حمایت در برابر بیماری‌ها، آمادگی سازی فرد برای احراز مشاغل و تربیت نیروی انسانی آینده جامعه، از جمله نقش‌هایی است که علاوه بر ابعاد تربیتی و اجتماعی، دارای ابعاد اقتصادی نیز هست و از این منظر نیز می‌تواند مطالعه و بررسی شود. در سال «اقتصاد مقاومتی، اقدام و عمل» و برای تحقق اهداف این برنامه‌ی راهبردی کشور در حوزه‌ی اقتصاد خانواده، توجه به نقش خانه‌داری زنان و سهم آنان در اقتصاد منزل و اقتصاد جامعه از اهمیت خاصی برخوردار است.

خانواده نهادی فطری و اجتماعی است که بر پایه‌ی ازدواج بنا شده است و نوع دوستی و یگانگی زوجین در این نهاد، بهترین فرصت را برای اتحاد و وحدت کاری، اخلاق و روانی به وجود می‌آورد و زنان با وجود نقش‌های اجتماعی متنوع به ایفای وظیفه‌ی مهم خانه‌داری نیز می‌پردازند. وظیفه‌ی خطیر خانه‌داری که فعالیت‌هایی چون نگهداری و تربیت فرزندان، تربیت فرزندان، تهیه غذا، خرید وسایل و لازم منزل،

شست و شوی ظروف و لباس‌ها نظافت منزل و... را در بر می‌گیرد. موید هم یاری و سیع زنان خانه دار در امر اجتماعی کردن فرزندان و اقتصاد خانواده و کشور است.

نتایج بررسی بودجه خانوار بانک مرکزی ایران نشان دهنده این امر است که بیش از ۵۰ درصد افراد شش سال به بالای خانوارها مونث هستند (بانک مرکزی ایران، ۱۳۸۵) و بخش مهمی از نیروی کار بدون مزد، زنان خانه دارند که این تعداد برابر ۲۵٫۲ درصد کل جمعیت ایران است (بانک مرکزی ایران، ۱۳۸۵) و به دلیل فقدان آمارهای مناسب، به این بخش مهم از جامعه توجه نمی‌شود، زیرا آنان بخش عمده‌ای از زمان خود را در خارج از بازار کار سپری می‌کنند. علاوه بر این، در کنار سایر عوامل ذکر شده نظام قیمت گذاری بازار هم موجب می‌شود نقش زنان در اقتصاد خانوار و کشور نادیده گرفته شود، مثلاً ارزش کار زنان خانه دار در کشور کره جنوبی در سال ۲۰۰۶ بیش از ۵۳ میلیارد دلار برآورد شده که این رقم برابر با ۱۵۵ درصد تولید ناخالص داخلی این کشور است.

این در حالی است که ۱۳ درصد از جمعیت کره، خانه دار است (همان) حال آنکه این رقم برای ایران ۲۵ درصد است (بانک مرکزی ایران، ۱۳۸۵) و لذا می‌توان این نسبت جمعیتی از زنان خانه دار ایرانی، برآورد تولید خانگی بیشتری را برای زنان ایرانی انتظار داشت.

از سوی دیگر با آنکه نقش زنان در تولیدات خانگی بیش از مردان است ولی زن خانه دار در مجموعه‌ی مصرف کنندگان و نه تولید کنندگان قرار می‌گیرد. آنان مواد خام (آرد، گوشت، سبزی، پارچه و...) را از بازار خریداری کرده، به مصرف می‌رسانند و به همین دلیل مصرف کننده به شمار می‌آیند، در حالی که در برابر فعالیت‌هایی که در خانوارها می‌آید، به عبارت دیگر تبدیل مواد خام به مصرفی در فرایند آشپزی و پخت و پز کار محسوب می‌شود و از آنجا که در بازار آزاد در برابر این خدمات (تهیه غذا و نظافت و شست و شو) پول دخواست می‌شود می‌توان گفت که کار اقتصادی اتفاق افتاده است و این گونه کارها منشا اثر اقتصادی شده‌اند.

۴-۱-۱۰-۶- کار خانگی^۱

در اولین روزهای استفاده از حسابداری ملی در سال ۱۹۳۴، مارگارت رید^۲ یک تعریف رسمی از چیزی که به عنوان «خدمات همسران خانه دار» از آن یاد می‌شود به شرح زیر ارائه داد:

^۱ Domestic Work

^۲ M.Reid

«تولید خانگی عبارت است از فعالیت‌های پرداخت نشده اینکه توسط او برای اعضای خانواده انجام می‌گیرد. اگر شرایط زندگی، درآمد، و وضعیت بازار و آمادگی شخصی اجازه دهد و این خدمات به شخصی در خارج از گروه خانواده محول و واگذار شوند، این فعالیت‌ها می‌تواند جانشینی برای کالاهای بازار و خدمات پرداخت شده باشند.»

عبارت «معیارسوم» را مارگارت رید بریاولینباردر سال ۱۹۳۴ مطرح کرد: «...اگر بتوان برای انجام فعالیت انجام نشده یک عضو خانوار به شخص سومی دستمزد پرداخت کرد، این فعالیت «کار» نامیده می‌شود، بنابراین تا زمانی که بتوان برای انجام وظایفی مانند پخت و پز، مراقبت از کودکان و باغداری، دستمزد پرداخت کرد، به همه ی این فعالیت‌ها «کار و شغل» هستند، در حالی که هنوز مزایای این کارها به کسی تعلق دارد که پرداخت را انجام می‌دهد. هر چند خواندن یک کتاب یا تماشای تلویزیون به عنوان «اوقات فراغت» تعریف شده اند، زیرا اگر برای انجام این فعالیت‌ها به کسی دستمزد بدهید، او به جای شما از مزایای آن فعالیت‌ها بهره مند خواهد شد.»

در همین زمینه در سال ۱۳۷۲ تحقیقی به نام «بررسی فعالیت زنان خانه دار و نقش آن در تولید ملی» انجام شد. این بررسی بر نقش زنان خانه دار در فعالیت‌های اقتصادی کشور تاکید دارد و به این نتیجه دست یافته است که در صورتی که ارزش ریالی کالاها و خدمات تهیه شده ناشی از فعالیت این قشر عظیم جامعه (از جمله تولید مواد غذایی، پوشاک، صنایع دستی و خانگی، تعلیم کودکان و سایر کارهای خدماتی) محاسبه شود، سهم قابل توجهی از تولید ناخالص داخلی را به خود اختصاص خواهد داد. در بسیاری از کشورها همچون ایران، نیروی زنان (اعم از خانه دار و شاغل) بدون دریافت کم‌ترین دستمزد، بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی را انجام می‌دهند. با توجه به اطلاعات و آمار موجود و نتیج نمونه گیری در این تحقیق، ۱٫۵ درصد تولید ناخالص داخلی (بدون احتساب تولید نفت) برای فعالیت زنان خانه دار کشور برآورد شده است. این برآورد با استفاده از روش‌های علمی با استناد به یکی از منابع خارجی مشابه که در کشور ژاپن انجام شده بود، صورت گرفته است (تنهایی سنگاچین، ۱۳۷۲).

۴-۱-۱۰-۷- اقتصاد دانش بنیان

سازمان همکاری اقتصادی و توسعه^۱، اقتصاد دانش بنیان را اقتصادی که به طور مستقیم، در حوزه تولید، توزیع و استفاده از دانش فعالیت دارد، معرفی می‌کند و برای زمینه سازی آن، سرمایه گذاری در حوزه

^۱ OCDE

پژوهش و توسعه آموزش و همچنین سرمایه‌گذاری در حوزه پژوهش و توسعه آموزش و همچنین سرمایه‌گذاری برای توزیع دانش از طریق شبکه‌های رسمی و غیر رسمی را پیشنهاد می‌دهد.

۴-۲- نقش زنان و اولویت‌های مدیریتی در پیشبرد اقتصاد مقاومتی از نظر نخبگان

این تحقیق در دو مرحله انجام گرفته است؛ بخش اول با استفاده از روش اسنادی و کتابخانه‌ای و با هدف بررسی و پیمایش حداکثری مطالب و منابع مرتبط با موضوع پژوهش، تعداد بسیار زیادی از کتاب‌ها و مقالات مرتبطی که در مجلات چاپ شده و یا در همایش‌های مختلف ارائه شده‌اند، جمع‌آوری و مطالعه شده است. گام‌های انجام شده در این مرحله به صورت زیر است:

- جستجوی جامع در فضای مجازی و کتابخانه‌ها جهت گردآوری منابع (مقالات، کتب و...) و بررسی ویژه موضوع نقش زنان در تحقق اقتصاد مقاومتی و مطالعات تخصصی در این زمینه
- مطالعات اولیه مقالات و کتب
- خلاصه نویسی مطالعات انجام شده در قالب مشخص
- شرکت در همایش‌های مختلف مرتبط با موضوع اقتصاد مقاومتی
- دسته‌بندی موضوعات مطرح شده ذیل اقتصاد مقاومتی

خروجی این بخش از فعالیت‌های مطالعاتی طرح به طور مستقل، بک کتابشناسی جامع و فهرستی نسبتاً کامل از مقالات در موضوع اقتصاد مقاومتی بوده که در پیوست چهارم ارائه شده است. این مجموعه می‌تواند برای هرگونه فعالیت پژوهشی دیگر در این زمینه کاملاً مفید و راهگشا باشد.

فعالیت دیگری که در همین مرحله از تحقیق انجام شده است، بررسی دقیق محتوایی منابع و استخراج فهرست جامع و کامل از عناوین کلی و مطرح شده در کتب و مقالات در زمینه اقتصاد مقاومتی و همچنین ریزموضوعات جزئی ذیل هر یک از عناوین بوده است. این مجموعه نیز در پیوست سوم عرضه شده است و یک تصویر و شمای کلی مفهومی از مطالب مرتبط با اقتصاد مقاومتی در ابعاد مختلف آن در اختیار قرار می‌دهد.

در مرحله دوم تحقیق، برای مشخص شدن ابعاد تاثیرگذاری زنان در اقتصاد مقاومتی، به تحلیل محتوای نظرات و اظهارات ۲۱ نفر از صاحب‌نظران، خبرگان و مسئولان این موضوع پرداخته شده و با استفاده از تحلیل

محتوای کیفی، ابعاد تاثیرگذاری زنان در اقتصاد مقاومتی مشخص شده است. این افراد با نظر شورای فرهنگی اجتماعی زنان انتخاب شده‌اند و در زمینه بانوان صاحب نظر هستند.

جدول ۳-۴- کدگذاری اولیه

ردیف	گویه	مقوله بندی کلی گویه‌ها	تعداد گویه
۱	<ul style="list-style-type: none"> • بالا بردن سطح علمی زنان در مسائل اقتصادی • آموزش‌های حقوقی، اقتصادی مالی در فضای خانواده • افزایش دانش و بینش علمی زنان در زمینه‌های اقتصادی • آشناسازی زنان با ادبیات و سیاست‌ها و راهبردهای اقتصاد مقاومتی • ضرورت افزایش مهارت‌های مالی و توان افزایی و افزایش توانمندی‌های اقتصادی زنان • مثال اینکه افراد بدانند در کجاها سرمایه‌گذاری شود و چه مسائلی را باید حمایت مالی کرد تا بتوانیم به چرخه اقتصادی کمک کنیم، این‌ها از مواردی است که باید از طریق مختلف از طریق رسانه‌ها اطلاع رسانی شوند. 	ارتقاء دانش و بینش علمی زنان در زمینه‌های اقتصاد	۶
۲	<ul style="list-style-type: none"> • ارائه آموزش‌های لازم در مدارس، آموزشگاه‌ها و دانشگاه برای زنان • برگزاری همایش‌ها و نشست‌های علمی، تخصصی، ترویجی و تعلیمی • برگزاری دوره‌های آموزشی و توانمندسازی برای تحقق نقش آفرینی زنان در بحث اقتصاد با رویکرد بومی • برگزاری دوره‌ها، کارگاه‌ها، همایش‌ها و گردهمایی‌های داخلی و بین‌المللی در رابطه با نقش زنان در اقتصاد • نمایش توانمندی‌های علمی - پژوهشی بانوان و ایجاد امکانات ویژه برای آنها • در سطح شهر پایگاه‌ها و رسانه‌های برای نحوه آموزش و تبلیغات صحیح درباره‌ی روش‌های رسیدن به راندمان خوب جهت اقتصاد مقاومتی وجود داشته باشد و روی آن سرمایه‌گذاری گردد. 	برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای تبیین توانمندی‌های اقتصاد مقاومتی	۸

		<ul style="list-style-type: none"> • مادران حال حاضر تنها مادران ۵۰ ساله و یا ۶۰ ساله گذشته نیستند، مادر جوان ما باید آموزش ببیند و در کارگاه‌های استفاده بهینه از محصولات و تولیدات شرکت کنند. • با ارائه کارگاه‌های آموزشی و تربیت زنان خانه دار توأمند در زمینه مشاغل خانگی و توجه به ظرفیت‌های زنان در تحقق اقتصاد مقاومتی می‌توان در جهت هدایت و حمایت زنان گام برداشت 	
۲	<p>برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای معرفی کالای ایرانی و تبیین توانمندی‌های کارگران ایرانی</p>	<ul style="list-style-type: none"> • زنان باید در این رابطه توجه شوند و کارگاه‌های آموزشی معرفی کالای ایرانی برای آن‌ها برگزار شود و توانمندی کارگران ایرانی در بحث تولید برای خانواده‌های ایرانی تبیین شود. • پیرو اقتصاد مقاومتی ما در وهله‌ی نخست باید یک ورود ممنوع و خط قرمز نسبت به کالاهای خارجی بکشیم و سعی کنیم از مشابه آن که در ایران تولید می‌شود و حتی با کیفیت متوسط‌تر استفاده کنیم و دولت در این زمینه حمایت لازم را بنماید. 	۳
۸	<p>اصلاح الگوی مصرف توسط زنان</p>	<ul style="list-style-type: none"> • در اکثر موارد عادات مصرف نادرست باعث می‌شوند که سرمایه‌های خانواده به صورت غیر اثربخش تخصیص پیدا کنند. میزان و شیوه مصرف انرژی مانند آب، برق و گاز در خانواده‌ها یکی از مثال‌های مهم در این بخش است • بدون مشارکت هوشمندانه زنان نمی‌توان انتظار داشت که در توسعه زیرساخت‌ها، اصلاح الگوی مصرف، کیفیت تولید و اقتصاد خانواده توفیقی بدست آوریم زیرا بانوان نقشی اساسی در تشکیل خانواده مصرف‌گرا، قناعت‌گرا یا تولید محور دارند. • زنان می‌توانند در فعالیتهای آموزشی و ترویجی بسیار موثر واقع شوند و اساساً اقتصاد خانواده و جامعه را با ترغیب خانواده به مصرف کالاهای ساخت داخل و پرهیز از مصرف‌گرایی تحت تاثیر قرار داده و الگوی مصرف خانواده و جامعه را اصلاح کنند. • زنان می‌توانند در اصلاح الگوی مصرف و جلوگیری از مصرف بی‌رویه نقش داشته باشند. 	۴

		<ul style="list-style-type: none"> • جامعه زنان می تواند اقتصاد خانواده و جامعه را با ترغیب خانواده به مصرف کالاهای ساخت داخلی و پرهیز از مصرف گرایی تحت تاثیر قرار داده و الگوی مصرف خانواده و جامعه را اصلاح کند. • نیمی از جمعیت و نیروی انسانی کشور را زنان تشکیل می دهند و جامعه زنان می تواند اقتصاد خانواده و جامعه را با ترغیب خانواده به مصرف کالاهای ساخت داخلی و پرهیز از مصرف گرایی تحت تاثیر قرار داده و الگوی مصرف خانواده و جامعه را اصلاح کند. • یکی از مواردی که در سیاست های ابلاغی رهبری در بخش اقتصاد مقاومتی، به صورت مکرر ملاحظه می شود، اصلاح الگوی مصرف است که بر همین مبنا باید گفت از جمله مهم ترین عوامل مؤثر بر اصلاح الگوی مصرف، اصل فرهنگ سازی در خانواده و جامعه است. • شرح وظایف زنان در بحث اقتصاد مقاومتی را یک بخشی بحث اصلاح الگوی مصرف است. اولین سنگ بنای اقتصاد مقاومتی، اصلاح الگوی مصرف است که این نقش توسط زنان انجام می شود
11	تغییر ذائقه ها و ایجاد اقبال به تولیدات داخلی توسط زنان	<ul style="list-style-type: none"> • در اجتماع نیز باید گفت بخش عمده ای از تولید ملی و بالابردن راندمان تولیدی کشور برعهده مردان است و حمایت از تولید ملی در جامعه بر عهده زنان است • یکی از مشخصه های اقتصاد مقاومتی بحث استفاده از کالاهای داخلی است، لذا نقش زنان جامعه به عنوان مدیران سبد دارایی خانواده پررنگ است. • می توان به نقش برتر و ویژه زنان در بحث تربیت فرزندان اشاره کرد که در کنار این قضایا بحث نگاه به تولید و حمایت از تولید داخلی و سرمایه ایرانی به ذهن متبادر می شود. • یک خانم نقش مهمی در زمینه کارآفرینی می تواند داشته باشد که به تبع آن هم تولیدات داخلی افزایش پیدا می کند و هم باری از دوش اقتصادی خانواده برداشته می شود و به نوعی کمک به چرخه اقتصادی کشور کرده است.

		<ul style="list-style-type: none"> • بیشترین مصرف کنندگی مربوط به خانم‌ها است بنا بر این با حمایت از تولیدات داخلی نقش مهمی را در تحقق بخشیدن به اقتصاد مقاومتی ایفا می‌کنند. • مادران باید مهارت استفاده از تولیدات داخلی را به خصوص در نسل جدید که تشکیل دهنده خانواده‌های جدید هستند را بالا ببرند. • یکی از مولفه‌های فرهنگی مهم مصرف کالاهای داخلی است. از آنجا که زنان خانه‌دار بخش بزرگی از مصرف خانواده را در دست دارند، می‌توانند با خرید کالاهای ایرانی در این عرصه ایفای نقش کنند. • استفاده از تولیدات داخلی نخستین مصداق اقتصاد مقاومتی است لذا پیرو اقتصاد مقاومتی ما در وهله‌ی نخست باید یک ورود ممنوع و خط قرمز نسبت به کالاهای خارجی بکشیم و سعی کنیم از مشابه آن که در ایران تولید می‌شود و حتی با کیفیت متوسط‌تر استفاده کنیم و دولت در این زمینه حمایت لازم را بنماید. • استفاده مادران از کالای ایرانی باعث می‌شود تا فرزندانشان نیز آموزش دیده و در آینده از کالای ایرانی استفاده کنند. • تأمین مایحتاج خانه و استفاده صحیح از آن‌ها نیاز به برنامه‌ریزی صحیح دارد که زنان می‌توانند شرایطی را فراهم کنند تا با کم‌ترین هزینه و بالاترین مطلوبیت نیازهای خانه و افراد خانواده تأمین شود • ترجیح کالاهای داخلی بر کالاهای خارجی یکی از مهم‌ترین اشاراتی است که در این حوزه برای تعدیل مصرف در جامعه ایرانی باید ابتدا از سوی زنان کلید بخورد. 	
۳	<p style="text-align: center;">زنان</p> <p style="text-align: center;">انتقال فرهنگ مقاومتی به نسل آینده توسط</p>	<ul style="list-style-type: none"> • بدون مشارکت هوشمندانه زنان نمی‌توان انتظار داشت که در توسعه زیرساخت‌ها، اصلاح الگوی مصرف، کیفیت تولید و اقتصاد خانواده توفیقی بدست آوریم زیرا بانوان نقشی اساسی در تشکیل خانواده مصرف‌گرا، قناعت‌گرا یا تولید محور دارند. • در این میان زنان می‌توانند نقشی تاثیرگذار و متفاوت از سایر گروه‌های اجتماعی ایفا کنند. این حضور متفاوت به دلیل نقش‌های فردی و اجتماعی متعددی است که زنان چه در درون خانواده (به 	۶

		<p>عنوان مادر و همسر) و چه در بیرون از خانواده (در موقعیت‌های تحصیلی و شغلی) بر عهده دارند. در نتیجه نگاه به نقش ایشان در اقتصاد مقاومتی را نیز می‌توان در دو بعد خانواده و جامعه بررسی کرد.</p> <ul style="list-style-type: none"> • می‌توان به بحث نحوه گذراندن اوقات فراغت اشاره کرد. در دهه اخیر این موضوع صرفاً حول سرگرمی‌ها یا فعالیت‌هایی که مصرف‌گرا هستند (مانند رفتن به رستوران، و خرید کردن) سوق پیدا کرده است. مادران و همسران می‌توانند شیوه‌های جدیدی را برای گذران اوقات فراغت پیشنهاد کنند که به جای وابسته بودن به پول، صرفاً مبتنی بر مشارکت فکری، تسهیم منابع و فعالیت‌های جمعی باشند 	
۷	<p>توجه به نقش محوری زنان در تربیت خانواده</p>	<ul style="list-style-type: none"> • توجه به نقش محوری زنان در تربیت خانواده و اجتماع می‌تواند در گفتمان سازی و تبدیل این سیاست‌ها به یک مطالبه عمومی نقش موثری ایفا کند • زنان می‌توانند در فعالیتهای آموزشی و ترویجی بسیار موثر واقع شوند و اساساً اقتصاد خانواده و جامعه را با ترغیب خانواده به مصرف کالاهای ساخت داخل و پرهیز از مصرف گرایی تحت تاثیر قرار داده و الگوی مصرف خانواده و جامعه را اصلاح کنند. • از همه مهم تر تربیت فکری، روحی، عاطفی و نقش آفرینی پسران است که به دست مادران به عنوان مولد و تولید کننده اجتماعی سپرده شده است. • به هر حال فضای خانواده و فضای زنانه نوعی فضای مصرف محسوب می‌شود، اما خوب مصرف کردن و استفاده بهینه بحث دیگری است. رویکرد ما در این که چه نوع کالایی را در چه برهه زمانی نگهداری کنیم و نظارت بر حسن استفاده از کالاها، عدم گرایش در تنوع خریدها و استفاده از جایگزین‌هایی که می‌تواند مطالبات و تقاضاها را کمتر بکند، بستگی به فرهنگ سازی و نوع نگاه زنانه ما دارد که فرزندان را چگونه آموزش بدهیم. 	۷

		<ul style="list-style-type: none"> • زیرا زنان جایگاه استادی و مربی گری جامعه را دارند و فرهنگ و ارزشی که توسط مادر به عنوان مدیر داخلی خانه نهادینه می شود، به سختی قابل تغییر است، و مادر نقشی کلیدی و خاص در فرهنگ سازی و نهادینه شدن فرهنگ در جامعه دارد و فرهنگ و ارزشی که توسط مادر به عنوان مدیر داخلی خانه نهادینه می شود، به سختی قابل تغییر است • فرهنگ به عنوان اعتقادات، باورها و رفتارهای نهادینه شده در وجود افراد در کانون خانواده و توسط مادر شکل می گیرد. زنان نقش خطیری در تحقق اقتصاد مقاومتی و نقش مهم و تأثیرگذاری در ایجاد خانواده ای مصرف گرا یا قناعت گر و تولید کننده دارند. پس لازم است آن ها به خوبی به این نقش توجه کرده و در این زمینه به نقش آفرینی بپردازند. • از همه مهمتر اینکه در بحث اقتصاد مقاومتی نیازمند تربیت یک نسل کارآفرین هستیم. (جوانان و نوجوانان کار آفرین. تربیت اعضای جامعه که مبتنی بر اقتصاد مقاومتی کار کنند) که توسط مادران در خانواده انجام می شود. 	
۵	فرهنگسازی جهت خانواده ی قناعت گر و تولید کننده توسط زنان	<ul style="list-style-type: none"> • صرفه جویی به معنای کم مصرف کردن نیست بلکه به معنای بهینه مصرف کردن است. در آموزش های دینی بر قناعت و صرفه جویی تأکید شده است و ما به عنوان یک مسلمان باید در مسائل تمامی زمینه ها از جمله خوراک، پوشاک، انرژی بهینه مصرف کنیم. • یکی از راهکارهایی که یک مادر در خانواده می تواند اجرا کند و به همسر و فرزندان خود انتقال دهد، اصلاح الگوی مصرف است. • در این بین خانواده در جامعه به عنوان اولین و مهم ترین نهاد اجتماعی در تربیت و پرورش منابع انسانی باید تقویت شود تا زمینه توسعه اقتصادی در کشور فراهم شود. زنان در خانواده به عنوان عاملان پرورش و رشد نیروی کار می توانند در جریان بهره وری و تولید ملی سهم بسزایی داشته باشند. • زنان را به عنوان مدیران یک خانواده در نظر می گیریم در حقیقت آن ها با استفاده از نقش تربیتی و پرورشی که دارند در وهله نخست 	۸

		<p>می‌توانند مؤثر واقع شوند؛ از مهم‌ترین نقش‌های مردم در اقتصاد می‌توان به مدیریت مصرف، یعنی تعادل در مصرف و جلوگیری از اسراف و تبذیر اشاره کرد.</p>
۲۶	<p>پیروی از سبک زندگی اسلامی - ایرانی و دوری از اسراف و تجملات توسط زنان</p>	<p>۹</p> <ul style="list-style-type: none"> • ما در خصوص بازرگانی زنان، پیشینه مذهبی و مکتبی داریم. حضرت زهرا (س) در برهه‌ای فدک را مدیریت می‌کردند و مسئله بازرگانی حضرت خدیجه هم که بسیار گفته شده است. وقتی دنیای کفر لوازم بهداشتی آرایشی را برای ما تدارک می‌بیند، ما حتی فکر نمی‌کنیم که این مواد از مواد اولیه غیرحلال تهیه شده است یا خیر. • در بحث اقتصاد نیز از صدر اسلام ما همه جا زن و مرد را با هم داشتیم. حضرت خدیجه تاجر بود و تجارت خود را با پیامبر به اشتراک گذاشت و این تجارت، تجارت خوبی شد که مسیر کمال را هم طی کرد؛ یعنی تجارت در راه خدا؛ یعنی همه سود برای آن مسیر اصلی به مصرف رسید و این، کمال تجارت است. • سبک زندگی اسلامی پیرو زندگی به دور از تجملات و اسراف زدگی است از این رو بانوان با پیروی و الگو قرار دادن سبک زندگی اسلامی می‌توانند نقش بزرگی را در اقتصاد مقاومتی ایفا کنند. • سبک زندگی اسلامی پیرو زندگی به دور از تجملات و اسراف زدگی است. از این رو زنان جامعه ما با پیروی و الگو قرار دادن سبک زندگی اسلامی می‌توانند نقش بزرگی را در اقتصاد مقاومتی ایفا کنند. • در بحث اقتصاد مقاومتی توجه به سیره اهل بیت (ع) بسیار موثر است، بحث کار و تولیدی که حضرت زهرا (س) در فدک داشتند و یا توجه به سیره حضرت خدیجه (س) در کار تجارت، از طریق درآمد حاصل از آن‌ها کمک فراوانی در جهت ترویج اسلام داشتند، اهمیت خارق العاده‌ای دارد • بخشی از فرایند تحقق اقتصاد مقاومتی از طریق احیای سبک زندگی صورت خواهد پذیرفت؛ از آنجا که زنان نقش مهمی در نحوه سبک زندگی خانواده دارند، می‌توانند نقش عظیمی را در اقتصاد مقاومتی ایفا کنند

<p style="text-align: center;">۵</p>	<p style="text-align: center;">پرهیز از تقاضا برای خرید کالاهای لوکس و غیر ضروری</p>	<ul style="list-style-type: none"> • زنان با پرهیز از تقاضا برای خرید کالاهای لوکس و غیر ضروری به ویژه کالاهای خارجی و تقاضا برای کالاهای ایرانی می‌توانند گام بزرگی در تقویت چرخه اقتصاد داخلی بردارند. • متأسفانه امروزه ذائقه‌ها کمی تغییر پیدا کرده و به سوی سبک غربی پیشرفته است. لذا لازم است علل این تغییر ذائقه‌ها بررسی شود، شاید یکی از دلایل آن این باشد که ما کالاهای دیگران را مشتری باشیم و چرخ اقتصادی آن‌ها را بچرخانیم و در مقابل آن‌ها علیه ما و علیه کشورهای اسلامی بتوانند خودشان را تجهیز کرده و قدرتمندانه در این عرصه قدم بردارند. • اقتصاد مقاومتی یعنی کمتر استفاده کردن از کالای خارجی و هزینه خانوار را کم کردن، یعنی بهداشت، عدم وابستگی دارویی داشتن، اقتصاد مقاومتی یعنی این که مولد و تولید کننده باشیم، • کاستن از تجملات فقط در سایه تغییر نگرش زنان میسر است تا شاید به دنبال آن روان‌ها آرام گرفته و مسیر رشد همه جانبه جامعه طی شود. • تنوع طلبی و زیاده خواهی برخی زنان از مهم ترین دلایل نابسامان شدن وضعیت اقتصاد خانواده‌ها و به تبع آن جامعه است. تداوم این تنوع طلبی‌ها بلای جان اقتصاد ما شده و اگر این زیاده خواهی‌ها برطرف شود آسایش در خانواده و جامعه ایجاد می‌شود چرا که هم هزینه این تغییرات تحمیلی بسیار گزاف است و هم اینکه برای تامین این لوازم از کشور ارز خارج می‌شود که به اقتصاد ملی خسارت می‌زند. 	<p style="text-align: center;">۱۰</p>
<p style="text-align: center;">۱۰</p>	<p style="text-align: center;">کسب و کار خانگی زن در داخل خانواده</p>	<ul style="list-style-type: none"> • توجه به مشاغل خانگی و خانوادگی از اهمیت زیادی برای تحقق اقتصاد مقاومتی برخوردار است؛ چرا که همه اعضای خانواده در مشاغل خانوادگی به یک حرفه می‌پردازند و وارد چرخه تولید می‌شوند • این مشاغل از آن جهت که موجب حضور زن در کنار خانواده و به ویژه فرزندان می‌شود خود در حکم موهبتی برای خود و خانواده به‌عنوان اولین و کوچک‌ترین نهاد مدنی می‌شود، این نوع خاص از 	<p style="text-align: center;">۱۱</p>

کسب و کار که عموماً توسط زنان سرپرست خانوار با عنوان کارآفرینی شناخته می‌شوند، باعث تولید سرمایه خواهند شد.

- روندهای اخیر نشان داده‌اند که تاسیس کسب و کارهای کارآفرینانه کوچک و متوسط توسط زنان در حال افزایش است. این موضوع کاملاً با رویکرد اقتصاد مقاومتی و تلاش برای تقویت بنیان اقتصاد جوامع محلی سازگاری دارد. زنان به دلیل درک مستقیم و روشن از اقتضائات و سبک زندگی در هر جامعه، می‌توانند فرصت‌های درآمدزایی و ارزش‌آفرینی اجتماعی را شناسایی کند و آن‌ها را شکوفا نماید.
- حضور زنان کره جنوبی یا ژاپن در مشاغل خانگی و کمک به تولید ملی و کسب درآمد برای خانواده‌الگوی خوبی برای زنان ما می‌باشد.
- روزها بانوان می‌توانند با استفاده از وام‌های اشتغال‌زایی در منازل خود اقتصاد مقاومتی را اجرا کنند چراکه مشاغل خانگی بهتر و بیشتر از دیگر مشاغل آزاد نرخ بیکاری را در شهرها و روستاها کاهش می‌دهد و با کم‌ترین هزینه قابل اجراست.
- گرایش به مشاغل خانگی علاوه بر آنکه درآمدزا به حساب می‌آید موجب حفظ فرهنگ و هنر ایرانی خواهد شد.
- امروزه فعالیت بانوان در منازل و ایجاد واحدهای تولیدی و کشاورزی در واقع تحقق همان اقتصاد مقاومتی است. چرا که با حداقل بودجه‌ها مشاغلی ایجاد شده است که درآمدهای خوبی دارد و از سوی دیگر تولید ملی را رونق بخشیده است.
- با توجه به روحیه زنان ایرانی می‌توان از استعداد ذاتی آن‌ها برای تولید با استفاده از ظرفیت مشاغل خانگی بهره برد. مشاغل خانگی در سطح روستاها ظرفیت گسترده‌ای دارد و زنان روستایی می‌توانند اقدام به تولید محصولات لبنی، دامی و صنایع دستی کنند از سوی دیگر در سطح شهرها نیز می‌توان زنان را به سمت مشاغل خانگی از جمله طراحی و تولید فرش یا حتی بازی‌های رایانه‌ای سوق داد.

		<ul style="list-style-type: none"> • در بحث مشاغل خانگی و بحث کار و تولید در این عرصه، زنان می‌توانند بضمن ایفای نقش در تولیدات داخلی سهمی نیز در پوشش هزینه‌های خانواده داشته باشند. • تشکیل بازارچه‌های مشاغل خانگی که از مصوبات وزارت کشور در حوزه زنان و خانواده است که می‌تواند نقش مهم و تعیین کننده‌ای در اجرای ابلاغ رهبر معظم انقلاب در خصوص اقتصاد مقاومتی داشته باشد. 	
۴	<p>انتقال دیدگاه اصلاح الگوی مصرف و تفکر اقتصاد مقاومتی از مادر به دیگر اعضای خانواده به خصوص فرزندان</p>	<ul style="list-style-type: none"> • یکی از راهکارهایی که یک مادر در خانواده می‌تواند اجرا کند و به همسر و فرزندان خود انتقال دهد، اصلاح الگوی مصرف است. • زنان در خانواده به‌عنوان عاملان پرورش و رشد نیروی کار می‌توانند در جریان بهره‌وری و تولید ملی سهم بسزایی داشته باشند. • طبیعی است که مدیریت صحیح زنان در تربیت فرزندان و شکل‌دهی به امور جاری خانواده‌ها در این راستا نقش بسیار بارزی دارد و می‌تواند علاوه بر حل معضل گفته شده نشان‌دهنده یکی از اولین کارکردهای زنان در تحقق این مهم باشد. • از همه مهمتر اینکه در بحث اقتصاد مقاومتی نیازمند تربیت یک نسل کارآفرین هستیم. (جوانان و نوجوانان کار آفرین. تربیت اعضای جامعه که مبتنی بر اقتصاد مقاومتی کار کنند) که توسط مادران در خانواده انجام می‌شود. 	۱۲
۷	<p>فرا تر رفتن از جنسیت در حوزه اقتصاد دانش بیان</p>	<ul style="list-style-type: none"> • نباید با نگاه جنسیتی با منابع موجود برخورد شود. در اقتصاد مقاومتی استفاده از همه منابع موجود مهم است. • در کشور هند زنان روستایی به شرط آموزش، اشتغال‌شان در آن بخش‌ها تضمین می‌شود؛ یعنی فرمول‌ها را با توجه به زمینه کشورشان ایجاد و مشارکت فعال زنان را در اقتصاد ضمانت می‌کنند • ما در کشورمان مسئولیت‌ها را جنسیتی می‌کنیم؛ در دنیایی که ترکیب جنسیتی در بسیاری از امور از بین رفته است. وقتی در مورد خانواده می‌گوییم هم مرد هم زن شاغل، این فقط در کشور ما نیست؛ بپذیریم که مسئله خانواده، فقط مسئله ما نیست. 	۱۳

		<ul style="list-style-type: none"> • وقتی می‌گوییم تفکیک جنسیتی در همه نقش‌ها، همین نگاه باعث می‌شود در دوران گذار دچار اشتباه شویم؛ چراکه خودمان را از جریان توسعه عقب نگه می‌داریم. اگر قائل به تفکیک جنسیتی هستیم؛ زن، کارخانه، مرد، کار بیرون؛ چه کسی می‌خواهد این تفکیک را برای ما تعریف کند؟ • در اقتصاد کشورمان این مسئله [اقتصاد مقاومتی] فراتر از جنسیت است • دغدغه‌های ما در حوزه اقتصاد دانش‌بنیان، فراتر از جنسیت است. • در سیاست‌هایی نظیر رشد بهره‌وری یا سیاست مدیریت‌های مالی، بحث جنسیت معنادار است. زنان متخصص معمولاً به روایتی غیر از تخصص‌شان به کار گرفته می‌شوند و همین عامل سبب افت بهره‌وری آنان در فضای اقتصادی می‌شود. اگر فضای کسب و کار برای زنان با توجه به پتانسیل‌های جنسیتی و ظرفیت‌های این قشر فراهم نشود، به دنبال فضاهایی می‌روند که تا به امروز برایشان تعریف شده و این فضا نیز کاملاً اشباع است و بهره‌وری در حوزه اشتغال زنان پایین می‌آید.
۴	حمایت از بازار تولیدات هنری و صنایع دستی و تولیدات خانگی زنان در خانواده	<ul style="list-style-type: none"> • نهاده‌ها شدن حمایت از تولید ملی در خانواده‌ها با محوریت و مدیریت بانوان باید تبدیل به فرهنگ شود. خانواده‌ها باید به این امر واقف باشند که مصرف کالای وطنی و حمایت از تولیدات داخل، آخر الامر به پویایی اقتصاد و به فعال شدن چرخه‌ی تولید خواهد انجامید • زنان ما خودشان تولیدکننده هستند. اگر در زندگی نامه و شرح حال زمان یک توری داشته باشید، خواهید دید که بخشی از چرخه اقتصادی خانواده ما توسط زنان خانواده چرخانده شده است. برای نمونه تولیدات صنایع دستی، قالبی‌ها، فرش بافی‌ها، نوع کارهای بافتنی، صنایع دستی تولید شده • زنان خانه‌دار در عرصه تولید می‌توانند به طور مستقیم تولیدگر باشند. بسیاری از کالاهایی که خریداری می‌شود می‌تواند توسط زنان در خانه تولید شود. زنان خانه‌دار می‌توانند صنایع دستی تولید کنند و

		<p>البته لزومی ندارد که حتما وارد تجارت شوند و بدین گونه بهره‌وری همسر و فرزندانشان نیز بالا رود.</p>	
۸	<p>مدیریت مصرف و استفاده بهینه و صحیح از مواد و لوازم مصرفی</p>	<ul style="list-style-type: none"> • مادر باید این قدر خلاقیت داشته باشد که هر چه که در خانه می‌آید را به درستی استفاده کند و کوچکترین دور ریزی نداشته باشد. • اقتصاد مقاومتی یعنی کمتر استفاده کردن از کالای خارجی و هزینه خانوار را کم کردن، یعنی بهداشت، عدم وابستگی دارویی داشتن، اقتصاد مقاومتی یعنی این که مولد و تولید کننده باشیم، ولو در حد کاشت یک بوته گوجه فرنگی در بالکن خانه مان. • کسانی که می‌توانند در نوع خرید و نوع نگهداری کالاها نقشی را در خانواده ایفا بکنند زنان تاثیر گذار هستند. نخست؛ از آن جایی که زنان نیمی از پیکره جامعه هستند و تاثیر گذار روی نیمه دیگر جامعه، حال یا به عنوان همسر و یا به عنوان مادر در خانواده و دارا بودن نقش تربیتی، عاطفی و مهرورزی و یا به عنوان یک دختر که مطالبات اقتصادی خاص خود را در جایگاه فرزند و اختصاصی جنسیتی زنانه و دخترانه می‌تواند در خانواده داشته باشد، حتما و مطمئنا در فرهنگ سازی تقاضاها، مطالبات، کنترل و هدایت آن چه که به دست می‌آید به فرهنگ خانواده‌ها بستگی دارد • به هر حال فضای خانواده و فضای زنانه نوعی فضای مصرف محسوب می‌شود، اما خوب مصرف کردن و استفاده بهینه بحث دیگری است. رویکرد ما در این که چه نوع کالایی را در چه برهه زمانی نگهداری کنیم و نظارت بر حسن استفاده از کالاها، عدم گرایش در تنوع خریده‌ها و استفاده از جایگزین‌هایی که می‌تواند مطالبات و تقاضاها را کمتر بکند، بستگی به فرهنگ سازی و نوع نگاه زنانه ما دارد که فرزندان را چگونه آموزش بدهیم. • نقش آفرینی زنان در اقتصاد مقاومتی بسیار مهم است زیرا زنان در رابطه با مدیریت درآمدها، هزینه کردها، مدیریت و هماهنگی بانحوه توزیع و تهیه سبد خانوار دخیل هستند. 	۱۵

		<ul style="list-style-type: none"> • زنان نیز در این مسیر در دو میدان خانه و جامعه می‌توانند کارآمد واقع شوند، یعنی از طریق ظرفیت‌های وجودی شان چندین جبهه را مدیریت کنند از یک سو در خانه با در نظر گرفتن مدیریت مصارف خانگی، فرهنگ‌سازی خرید و مصرف و اموری از این دست می‌توانند حتی بیشتر از مردان مثرثمر واقع شوند • محور سوم نقش آفرینی زنان در بحث اقتصاد مقاومتی، استفاده بهینه از انرژی است. زنان می‌توانند در صرفه‌جویی و استفاده مناسب از آب، برق، گاز و انرژی‌های در اختیار نقش مهمی را ایفا کنند. • در بخش اول زنان را به‌عنوان مدیران یک خانواده در نظر می‌گیریم در حقیقت آن‌ها با استفاده از نقش تربیتی و پرورشی که دارند در وهله نخست می‌توانند مؤثر واقع شوند؛ از مهم‌ترین نقش‌های مردم در اقتصاد می‌توان به مدیریت مصرف، یعنی تعادل در مصرف و جلوگیری از اسراف و تبذیر اشاره کرد.
۲	انتخاب جایگزین مناسب و یا حذف برخی امکانات در شرایط کمبود	<ul style="list-style-type: none"> • آنها می‌توانند در مواقع کمبود با حذف برخی امکانات، جایگزین مناسبی را انتخاب کنند بدون آنکه در مطلوبیت آن تغییری ایجاد شود. • همان‌طور که می‌دانیم تأمین مایحتاج خانه و استفاده صحیح از آن‌ها نیاز به برنامه‌ریزی صحیح دارد که زنان می‌توانند شرایطی را فراهم کنند تا با کم‌ترین هزینه و بالاترین مطلوبیت نیازهای خانه و افراد خانواده تأمین شود
۶	بدون داشتن دیدگاه جنسیتی استفاده از ظرفیت زنان و دختران تحصیل کرده	<ul style="list-style-type: none"> • باید از سرمایه بسیار بزرگ دانش آموختگی دختران فارغ‌التحصیل دانشگاهی بهره گرفته شود زیرا وقتی اقتصاد دانش بنیان و توسعه دانایی محور است، نباید نسبت به زن و مرد قائل به تفکیک باشیم و اقتصاد دانش بنیان زن و مرد نمی‌شناسد. • هنوز تعادل مطلوب و قابل قبول و مشارکت عادلانه زن و مرد در فعالیتهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی محقق نشده، فرصت منصفانه بروز خلاقیت و استعداد انسانها برقرار نشده و فرآیند توسعه بگونه‌ای مطلوب موفق نبوده است.

		<ul style="list-style-type: none"> • امروز زنان از محدوده سنتی نقش‌های خود در جامعه خارج شده و خواهان افزایش مشارکت اجتماعی و فرهنگی خود هستند. • امروز بانوان تحصیلکرده زیادی در حوزه مشاغل خانگی، صنعتی، کشاورزی، تولیدی و حتی بازرگانی وارد شده‌اند که هدف ما جهت دهی به این فعالیت‌ها و رسیدن به اقتصاد مقاومتی است. • در ابتدایی‌ترین شکل ممکن می‌توان از ظرفیت زنان برای فرهنگ سازی در عرصه اقتصاد مقاومتی استفاده کرد؛ بنابراین با توجه به ظرفیت‌های زنان برای تحقق اقتصاد مقاومتی، در جهت هدایت و حمایت زنان در این عرصه می‌بایست تلاش‌های لازم صورت پذیرد • باید توجه داشت که در عرصه اقتصادی مشکلات زیادی به وجود آمده و باید زنان در برطرف و متوازن کردن این شرایط به میدان بیایند و مردان کشور نیز باید توانمندی زنان را ببینند چرا که عملکرد آنان در نقش‌های مختلف جامعه اگر از مردان قوی تر نباشد ضعیف تر هم نیست. 	
۲	افزایش سرانه تولید ملی و افزایش کیفیت تولید داخلی	<ul style="list-style-type: none"> • هرچند میزان کاری که یک زن در خانواده انجام می‌دهد مزدی ندارد، اما با توجه به این که این کار وی در حقیقت یک فعالیت اقتصادی درون خانواده‌ای بوده، لذا در gdp خروجی و نهایی اقتصاد جامعه و نیز در سطح کلان در تولید ناخالص ملی تاثیر گذار خواهد بود و باید به آن اهمیت داد • در حوزه اقتصاد مقاومتی بند ۲ به پیشسازی اقتصاد دانش‌بنیان عنایت خاصی دارد. تا سال ۱۹۹۵ دنیا هیچ شاخصی برای اینکه بگوید این اقتصاد دانش‌محور است یا خیر، نداشت. از سال ۱۹۹۵ تقریباً یک‌سری فرمول‌ها کمک کردند تا ما بتوانیم اندازه‌گیری کنیم و براساس آن بگوییم که آیا این اقتصاد دانش‌محور است یا خیر. باید بینیم این شاخص‌ها کجا در روایت جنسیت مصداق پیدا می‌کند. مثلاً سازمان همکاری اقتصادی آسیا و اقیانوسیه (آپک) تقسیمات چهارگانه‌ای را برای اقتصاد دانش‌بنیان معرفی کرده است که از خلق دانش شروع می‌شود و تحصیل و یادگیری دانش، انتشار دانش و کاربرد دانش را دربرمی‌گیرد. شاخصه‌های اندازه‌گیری خلق دانش 	۱۸

		<p>عبارت‌اند از: ابداعات ملی، درصد R&D از GDP، سرانه محققان و سرانه ثبت اختراع. در شاخصه‌های تحصیل و یادگیری دانش، توسعه منابع انسانی، واردات فن‌آوری از کل واردات، ملاک قرار می‌گیرد. شاخصه‌های انتشار دانش شامل IT و ICT است و نهایتاً شاخصه‌های کاربرد دانش، شامل آن می‌شود که برآورد کنیم که نیروی کار متخصص (knowledge worker) ما چند درصد نیروی کار را تشکیل می‌دهند.</p>	
۳	<p>ضرورت حضور زنان در اشتغال رسمی کشور</p>	<ul style="list-style-type: none"> • نباید به این فکر کنیم که راه مشارکت زنان در اقتصاد از مسیر سرویس و خدمات می‌گذرد، بلکه این حرکت باید دوطرفه باشد. توصیه به سرویس خدمات یک توصیه در سطح بسیار خرد است، بلکه توصیه به خود زنان است؛ به زنانی که امروز از ما می‌پرسند من علاقه‌مند به فعالیت اقتصادی هستم و من به ایشان توصیه می‌کنم که کارآفرین شوند و توصیه می‌کنم به بخش خدمات بروند و حوزه‌هایی را که می‌توانند خدمات دهند، شناسایی کنند تا اقتصاد پویا داشته باشند، اما نگاه من باید به ساختارهای کلان جامعه‌ام باشد و توصیه کنیم به بخش‌های درگیر در اشتغال‌زایی که حداقل با یکی از سیاست‌های مناسب حضور زنان ارتباط دارد و حضور زنان را در اشتغال رسمی کشور تضمین کنند، پردازد. • در فضای اشتغال زنان باید به دنبال آن باشیم که یک دید بلندمدت استراتژیک داشته باشیم و پتانسیل و ظرفیت در اقتصاد کشور شناخته شود و زنان و اشتغال آن‌ها در حوزه‌های خاص در اولویت قرار گیرد. من فکر می‌کنم هیچ کار دقیقی روی این قضیه انجام نشده است که ما براساس ظرفیت‌های درونی بتوانیم این حوزه ثمربخش را اول تشخیص بدهیم و بعد هم تجهیز کنیم؛ اشتغال زنان در اقتصاد مقاومتی در همان حوزه معنا پیدا می‌کند. • در ابتدایی‌ترین شکل ممکن می‌توان از ظرفیت زنان برای فرهنگسازی در عرصه اقتصاد مقاومتی استفاده کرد. به طوری که با ارائه کارگاه‌های آموزشی و تربیت زنان خانه دار توأمند در زمینه 	۱۹

		<p>مشاغل خانگی و توجه به ظرفیت‌های زنان در تحقق اقتصاد مقاومتی در جهت هدایت و حمایت زنان گام برداشت. این مشاغل از آن جهت که موجب حضور زن در کنار خانواده و به ویژه فرزندان می‌شود خود در حکم موهبتی برای خود و خانواده به‌عنوان اولین و کوچک‌ترین نهاد مدنی می‌شود، این نوع خاص از کسب و کار که عموماً توسط زنان سرپرست خانوار با عنوان کارآفرینی شناخته می‌شوند، باعث تولید سرمایه خواهند شد.</p>	
3	اصلاح و احیای جایگاه زن در پیشبرد اهداف اقتصاد مقاومتی	<ul style="list-style-type: none"> • مبنای این نیست که در تحقق این مطالبه مانند غرب برای تحقق پیشرفت مادی به زن به عنوان یک نیروی کار ارزان نگاه شود؛ • با توجه به پیشینه خوبی که در فرهنگ ایرانی داریم، زنان نقش مهمی در تولید دارند و در سال‌های گذشته مشارکت گسترده‌ای در اقتصاد کشور و تولید داشتند که برای احیای این نقش زنان باید برنامه‌ریزی شود. • توجه به فرهنگ‌های مختلف و حضور زنان در فعالیت‌های اقتصادی ایجاد انگیزه برای زنان کشور ما است. حضور زنان کره جنوبی یا ژاپن در مشاغل خانگی و کمک به تولید ملی و کسب درآمد برای خانواده الگوی خوبی برای زنان ما می‌باشد. 	۲۰
۴	بهبود فضای کسب و کار برای زنان	<ul style="list-style-type: none"> • باید بحث اشتغال زنان را صرف‌نظر از ظرفیت‌های دولتی و اشتغال دولتی در زمینه‌سازی مناسب برای بخش خصوصی دنبال کنیم که یکی از اصلی‌ترین ابزارهای آن نه تنها در کشور ما؛ بلکه در تمام کشورها، بهبود فضای کسب و کار برای زنان است؛ یعنی به عنوان دولت به جای اینکه ایجاد شغل کنید، باید فضای کسب و کار را مدیریت کنید. • در سیاست‌هایی نظیر رشد بهره‌وری یا سیاست مدیریت‌های مالی، بحث جنسیت معنادار است. زنان متخصص معمولاً به روایتی غیر از تخصص‌شان به کار گرفته می‌شوند و همین عامل سبب افت بهره‌وری آنان در فضای اقتصادی می‌شود. اگر فضای کسب و کار برای زنان با توجه به پتانسیل‌های جنسیتی و ظرفیت‌های این قشر فراهم نشود، به دنبال فضاهایی می‌روند که تا به امروز برایشان تعریف شده و این فضا 	۲۱

		<p>نیز کاملاً اشباع است و بهره‌وری در حوزه اشتغال زنان پایین می‌آید. نتیجه این است که باید یک سرفصل‌های شغلی جدیدی برای آنها تعیین کنیم که مطابق با استانداردهای آنان و دارای انعطاف‌پذیری باشد تا دغدغه‌های آنها را کم کند و بتوانیم از ظرفیت‌های اصلی‌شان نیز استفاده کنیم.</p> <ul style="list-style-type: none"> • در دوران مسئولیت با زنان بسیاری برخورد داشتم که سرپرستی افرادی را بر عهده گرفتند اما به دلیل آنکه از آنان حمایت نشده است مجبور به توقف فعالیت خود شده‌اند که باید تلاش کنیم تا موانع را برای زنان برداریم که این امر با احداث واحدهای تولیدی برای زنان می‌تواند برای بهبود فضای کسب و کار راهگشا باشد. 	
2	افزایش تولید به جای مصرف گرایی	<ul style="list-style-type: none"> • جایگزینی تولید به جای مصرف گرایی را نیازمند تغییر فرهنگ است. فرهنگ سازی هم در ابتدا نیازمند تغییر باورها، ذهنیت‌ها و افکار جامعه است. باید با گفتمان سازی این مفاهیم، اهمیت و ارزش تولید را به عنوان یک فرهنگ در خانواده‌ها ایجاد کنیم. • اقتصاد مقاومتی با بیان اینکه فرهنگ سازی در بحث اقتصاد مقاومتی نیاز به ارائه یک سری راهکارها را دارد. اگر این اتفاق بیفتد، قطعاً تفکر تولید جایگزین تفکر مصرف خواهد شد. مطرح کردن بیانات مقام معظم رهبری (مدظله العالی) و حساسیتی که ایشان در این زمینه دارند، در تحقق اقتصاد مقاومتی بسیار با اهمیت می‌باشد. 	۲۲

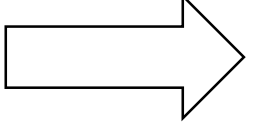
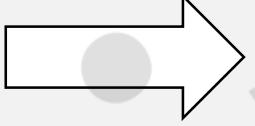

در این پژوهش، پس از اجرای مرحله اول تحلیل محتوای مبتنی بر استقرا، یعنی مرحله کدگذاری اولیه و جمع کردن کدهای مشابه زیر یک مقوله واحد، ۲۰ مقوله اولیه به دست آمد. در مرحله بعدی تحقیق این مقولات با یکدیگر مقایسه شدند و تعدادی از آنها که نزدیکی بیشتری داشتند زیر مجموعه مقولات عام تری قرار گرفتند. هر یک از این مقولات میانی یا محوری، معرف یک بخش یا طبقه خاص از موضوع تحقیق می‌باشند. این مقولات می‌توانند در ارتباط با هم قرار گیرند و در سطح بالاتری از انتزاع، ذیل یک مقوله اصلی جمع شوند.

در ادامه مرحله اول کد گذاری ارائه شده است. بعد از جمع آوری اهم نظرات نخبگان، برای تجمیع داده‌ها در جدول، این سخنان خلاصه و به صورت گویه‌های مختصر در جدول ارائه شده‌اند. طبق روش تحلیل محتوای سلی شده مقوله‌های کلی از این جدول استخراج شود. مقوله‌های کلی کد گذاری شده و بعد از تفسیر کدها مرحله دوم آغاز می‌شود.

در ادامه، مرحله دوم تحلیل محتوا آورده شده است. در این مرحله تعدادی از مقولات که با هم ارتباط نزدیکی دارند ذیل یک مقوله کلی تر جمع‌بندی شده‌اند و به این ترتیب محورهای اصلی تاثیر زنان در اقتصاد مقاومتی مشخص شده است.

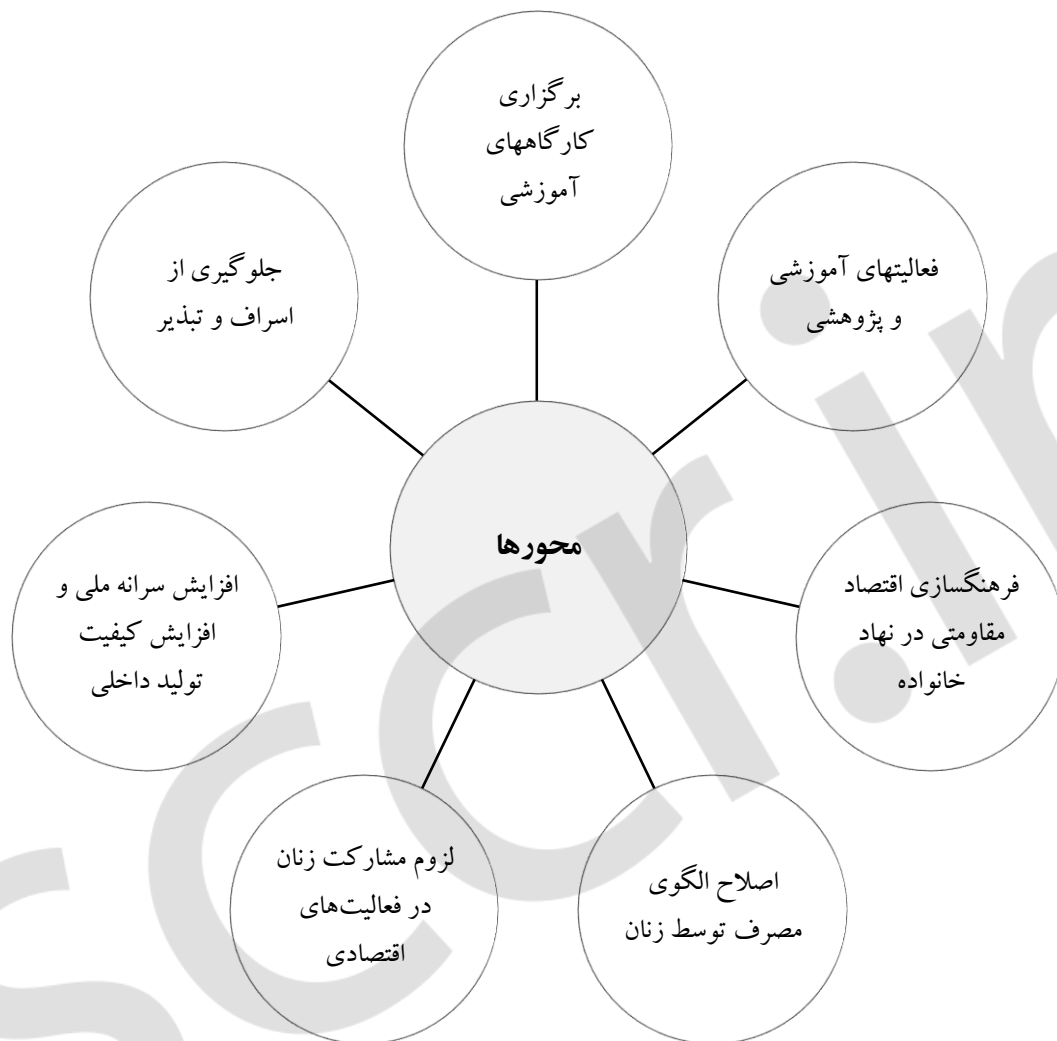
جدول ۴-۴- کدگذاری محوری

مقوله‌های کلی		مقوله‌های محوری
برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای تبیین توانمندی‌های اقتصاد مقاومتی + برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای معرفی کالای ایرانی و تبیین توانمندی‌های کارگران ایرانی		برگزاری کارگاه‌های آموزشی
ارتقای دانش و بینش علمی زنان در زمینه‌های اقتصاد + برگزاری کارگاه‌های آموزشی در زمینه اقتصاد		فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی
انتقال فرهنگ مقاومتی به نسل آینده توسط زنان + فرهنگ‌سازی جهت خانواده قناعتگر و تولیدکننده توسط زنان + تغییر ذائقه‌ها و ایجاد اقبال به تولیدات داخلی توسط زنان + انتقال دیدگاه اصلاح الگوی مصرف و تفکر اقتصاد مقاومتی از مادر به دیگر اعضای خانواده بخصوص فرزندان + اصلاح و احیای جایگاه زن در پیشبرد اهداف اقتصاد مقاومتی		فرهنگ‌سازی اقتصاد مقاومتی در خانواده و جامعه

<p>مدیریت مصرف و استفاده بهینه و صحیح از مواد و لوازم مصرفی</p> <p>+</p> <p>پرهیز از مصرف گرایی و تقاضا برای کالاهای لوکس و غیر ضروری</p> <p>+</p> <p>افزایش تولید به جای مصرف گرایی</p>		<p>جلوگیری از اسراف و تبذیر</p>
<p>انتخاب جایگزین مناسب و یا حذف برخی امکانات در شرایط کمبود</p> <p>+</p> <p>پیروی از سبک زندگی اسلامی ایرانی و دوری از اسراف و تجملات</p> <p>توسط زنان</p> <p>+</p> <p>ترغیب به مصرف کالاهای داخلی</p> <p>+</p> <p>افزایش تولید به جای مصرف گرایی</p>		<p>اصلاح الگوی مصرف توسط زنان</p>
<p>کسب و کار خانگی زنان در داخل خانواده</p> <p>+</p> <p>حمایت از بازار تولیدات هنری و صنایع دستی و تولیدات خانگی زنان در خانواده</p> <p>+</p> <p>ضرورت حضور زنان در اشتغال رسمی کشور</p> <p>+</p> <p>استفاده از ظرفیت زنان و دختران تحصیل کرده بدون داشتن دیدگاه جنسیتی</p> <p>+</p> <p>بهبود فضای کسب و کار برای زنان</p> <p>+</p> <p>اصلاح و احیای جایگاه زن در پیشبرد اهداف اقتصاد مقاومتی</p>		<p>لزوم مشارکت زنان در فعالیتهای اقتصادی</p>


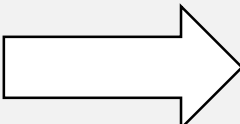
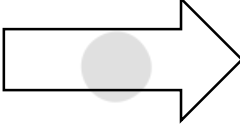
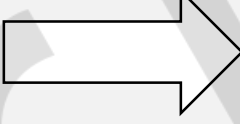

محورهای استخراج شده از مرحله دوم در شکل قابل مشاهده است. البته در محتوای نظرات صاحب نظران، بر اساس نوع چینش می توان مقوله های دیگری نیز استخراج کرد. مقوله ها و محورهایی که در این قسمت مشخص شده اند مقولات کلی و خلاصه ای هستند که سایر مقولات استخراجی را می توان ذیل آن ها گنجانند. با توجه به ارتباطی که محورهای مشخص شده با یکدیگر و با سایر مقولات دارند می توان

ابعاد اصلی تاثیر گذاري زنان در اقتصاد مقاومتی را از آن‌ها استخراج کرد. به این ترتیب وارد مرحله سوم از کد گذاری خواهیم شد که کد گذاری گزینشی است.



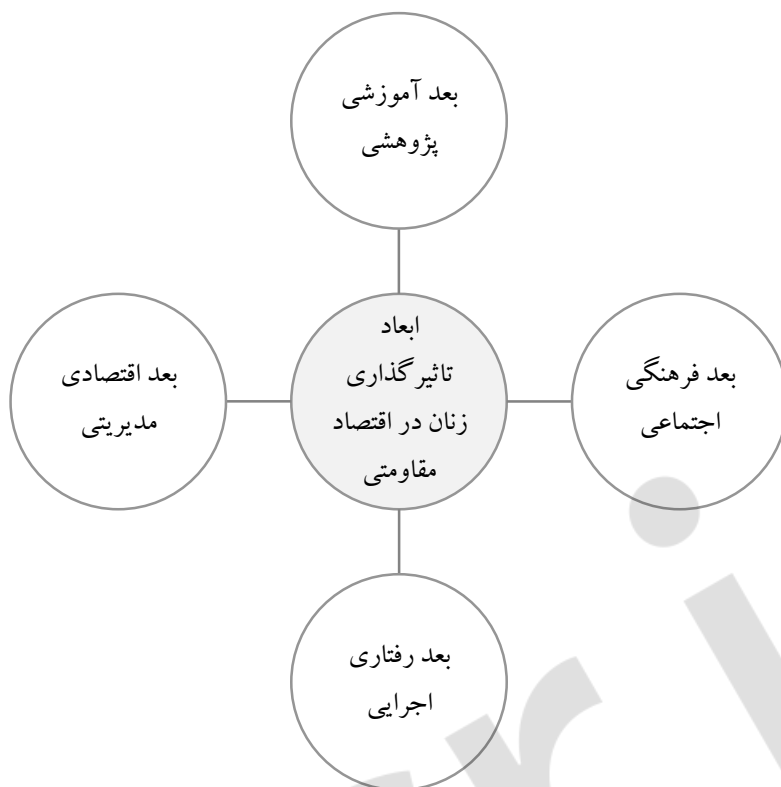
شکل ۱-۴- محورهاى تاثیر زنان در اقتصاد مقاومتی

در مرحله آخر یعنی کد گذاری گزینشی، اهم محورها استخراج و به شکل موضوعی در چهار بعد ذیل طبقه بندی شده اند:

محوورهای کلی		طبقه بندی محورها
فعالیت‌های آموزشی پژوهشی + برگزاری کارگاه‌های آموزشی		پژوهشی بعد آموزشی -
فرهنگ‌سازی اقتصاد مقاومتی در نهاد خانواده + اصلاح الگوی مصرف توسط زنان		اجتماعی بعد فرهنگی -
لزوم مشارکت زنان در فعالیت‌های اقتصادی + اصلاح الگوی مصرف		مدیریتی بعد اقتصادی -
جلوگیری از اسراف و تبذیر + اصلاح الگوی مصرف توسط زنان + افزایش سرانه تولید ملی و افزایش کیفیت تولید داخلی		بعد رفتاری - اجرایی

بر اساس تحلیل محتوای صورت گرفته، زنان در ابعاد چهارگانه زیر می‌توانند در تحقق اقتصاد مقاومتی

تأثیرگذار بوده و نقش‌های موثری ایفا کنند:



شکل ۲-۴- ابعاد تاثیرگذاری زنان در اقتصاد مقاومتی

پس از مشخص شدن ابعاد چهارگانه فوق، محتوای نظرات و سخنان خبرگان و صاحب نظران دوباره بررسی شد و مقولات زیر در ذیل هر کدام از ابعاد چهارگانه استخراج گردید.

۴-۲-۱- بعد آموزشی-پژوهشی

- افزایش بینش و اطلاعات بهره وری اقتصادی در بین زنان
- ارتقای دانش زنان در باب اقتصاد ایران
- ضرورت افزایش مهارت‌های مالی و توان افزایی و افزایش توانمندی‌های اقتصادی زنان
- آموزش حفظ منابع زیست محیطی و منابع انرژی به زنان
- افزایش توانمندی مدیریت اقتصادی زنان از طریق آموزش‌های دوره‌ای
- ارتقاء دانش و بینش علمی زنان در زمینه‌های اقتصاد
- نمایش توانمندی‌های علمی - پژوهشی بانوان و امکانات ویژه برای آنها
- آشناسازی زنان با ادبیات و سیاست‌ها و راهبردهای اقتصاد مقاومتی
- آموزش زنان در راستای افزایش دانش و آگاهی در رابطه با نحوه درست مصرف

- برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای معرفی کالای ایرانی و تبیین توانمندی‌های کارگران ایرانی
- برگزاری دوره‌های آموزشی برای تحقق نقش آفرینی زنان در بحث اقتصاد مقاومتی با رویکرد بومی

۴-۲-۲- بعد فرهنگی-اجتماعی

- کاهش تعارض نقش‌های خانوادگی و شغلی زنان و توان کار و زندگی
- تفکیک فضای شغلی زنان از مردان و سالم‌سازی فضاهای شغلی
- کاهش پیامدهای منفی ترکیب نقش‌های جنسیتی در خانواده
- اصلاح الگوی مصرف توسط زنان
- فرهنگسازی اقتصاد مقاومتی در نهاد خانواده
- تغییر ذائقه‌ها به نسبت اقبال به تولیدات داخلی توسط زنان
- ایجاد انضباط مصرف و اصلاح الگوهای مصرفی توسط زنان در خانواده
- فرهنگسازی جهت خانواده‌ی قناعت‌گر و تولیدکننده توسط زنان
- پیروی از سبک زندگی اسلامی-ایرانی و دوری از اسراف و تجملات توسط زنان
- پرهیز از تقاضا برای خرید کالاهای لوکس و غیرضروری
- استفاده درست از احساسات و عواطف در خانواده جهت اصلاح الگوی مصرف
- پیشگیری از عادات نادرست مصرفی در خانواده‌ها
- ارتقاء فرهنگ مصرف بهینه توسط زنان در خانواده و جامعه
- تغییر ذائقه و نگرش خانواده و مدیریت اقتصادی سالم توسط زنان
- نهادینه کردن مصرف محصولات داخلی و فرهنگسازی خرید محصولات داخلی
- فرهنگسازی جهت ارزشگذاری به کارخانه داری زنان
- توجه به نقش محوری زنان در تربیت خانواده
- ترغیب به مصرف کالاهای داخلی
- استفاده از ظرفیت زنان و دختران تحصیل کرده بدون داشتن دیدگاه جنسیتی

- انتقال دیدگاه اصلاح الگوی مصرف و تفکر اقتصاد مقاومتی از مادر به دیگر اعضای خانواده به خصوص فرزندان
- فرهنگسازی مطلوب و نهادینه کردن مجموعه‌های از ارزشها و معیارهای فرهنگی متناسب با نقش زنان در اقتصاد ملی
- اصلاح سبک زندگی به شکل اسلامی - ایرانی با محوریت نقش زنان
- اصلاح و احیای جایگاه زن در پیشبرد اهداف اقتصاد مقاومتی
- افزایش تولید به جای مصرف گرایی

۴-۲-۳- بعد اقتصادی-مدیریتی

- کسب و کار خانگی زن در داخل خانواده
- مشارکت اقتصادی زنان در فعالیت‌های اقتصادی
- ارائه تسهیلات بیشتر و بسترسازی برای مشارکت اقتصادی زنان
- تنظیم الگوی مصرف در خانواده و بهبود مصرف در خانواده
- ایجاد فرصت‌های درآمدزایی و ارزش آفرینی اجتماعی برای اشتغال زنان
- توجه به نقش پس‌اندازهای مالی زنان در تحقق اقتصاد مقاومتی
- ایجاد نگاه خانواده‌گرای دینی در اشتغال زنان
- بهبود فضای کسب و کار برای زنان
- تشکیل صندوق حمایت از زنان کارآفرین
- معرفی و الگوسازی از زنان کارآفرین و نمونه
- فراتر رفتن از جنسیت در حوزه اقتصاد دانش بنیان
- ضرورت بهره‌وری از پتانسیل تخصصی زنان در حوزه اشتغال
- تغییر ترکیب مهارتی و تحصیلی زنان و ضرورت برداشتن سهمیه‌بندی جنسیتی در اشتغال
- ضرورت حضور زنان در اشتغال رسمی کشور
- پرهیز از مردانه کردن حضور اقتصادی زنان
- برنامه ریزی جهت استفاده از پتانسیل زنان نخبه، مخترع و پژوهشگر

- هدفمند کردن نحوه و میزان مصرف در بین خانواده‌ها
- ایجاد انگیزه جهت مدیریت در آمد همسر توسط زنان
- ارتقای مدیریت اقتصادی زنان در خانواده
- پیشگیری از تحمیل هزینه‌های گزاف و اضافی به خانواده
- استفاده از سرمایه انسانی زنان تحصیل کرده با تجربه
- بهینه‌سازی در بخش مصرف انرژی در خانواده توسط زنان
- اجرای سیاست‌های دوستدار خانواده در محیط‌های کاری
- حمایت از بازار تولیدات هنری و صنایع دستی و تولیدات خانگی زنان در خانواده
- حمایت از تولید داخلی و سرمایه ایرانی توسط زنان در خانواده
- مدیریت زمان توسط زنان شاغل جهت جلوگیری از صرف هزینه‌های بیهوده
- مدیریت منابع توسط زنان و پرهیز از نگاه جنسیتی به منابع انسانی
- ضرورت تسهیل حضور زنان در اقتصاد مقاومتی توسط مدیران زن
- افزایش ارزش خانه‌داری زنان در سطوح مدیریت کلان کشور
- راه‌اندازی بانک توسعه برای زنان کارآفرین و خانه‌دار و اعطای وام به آنها
- پیشگیری از زنانه شدن بخش غیررسمی اقتصاد
- انتخاب جایگزین مناسب و یا حذف برخی امکانات در شرایط کمبود
- تامین مایحتاج خانواده با کم‌ترین هزینه و بیش‌ترین مطلوبیت
- تعادل در مصرف و جلوگیری از اسراف
- مشارکت در بخش‌های تولیدی
- مدیریت درآمدها، هزینه‌ها، توزیع و تهیه نیازهای خانواده
- استفاده از وام‌های خوداشتغالی و توسعه مشاغل خانگی
- تشکیل بازارچه‌های مشاغل خانگی

۴-۲-۴- بعد رفتاری-اجرائی

- تلاش زنان در انتخاب کالاهای مصرفی مناسب و با دوام جهت استفاده اعضای خانواده

- افزایش اثربخشی سرمایه‌های خانواده (مادی، معنوی و زمان)
- توجه به افزایش کیفیت تولیدات داخلی توسط بانوان در بخش‌های مختلف تولید
- توجه به مشاغل خانگی و خانوادگی توسط زنان
- توجه به تأثیر بیشتر وضعیت ریاضتی اقتصاد بر زنان و کودکان
- کاهش پیامدهای منفی تورم ناخواسته و بحران اقتصادی خانواده‌ها
- توجه به حفظ سلامت اعضای خانواده با ایجاد انضباط در خرید و نگهداری و مصرف مواد

غذائی

- تسهیل دسترسی به منابع و فرصت‌های اقتصادی برای زنان
- سازماندهی و مدیریت صحیح بین درآمدها و هزینه‌ها توسط بانوان در خانواده
- افزایش سرانه تولید ملی و افزایش کیفیت تولید داخلی
- مصرف مخارج فرعی و غیرضروری و زیان‌آور توسط زنان در خانواده
- توجه به تولیدگری زنان خانه‌دار و کسب و کارهای خانگی
- ایجاد کمپین زنان ایرانی برای خرید کالاهای ایرانی
- خرید مواد غذایی به مقدار مورد نیاز و شیوه صحیح نگاهداری آن‌ها توسط زنان
- مدیریت مصرف و استفاده بهینه و صحیح از مواد و لوازم مصرفی
- تغییر نگرش خانواده در راستای مدیریت اقتصادی
- حذف نیازهای کاذب
- مدیریت زمان در راستای مدیریت اقتصادی
- استفاده بهینه از انرژی

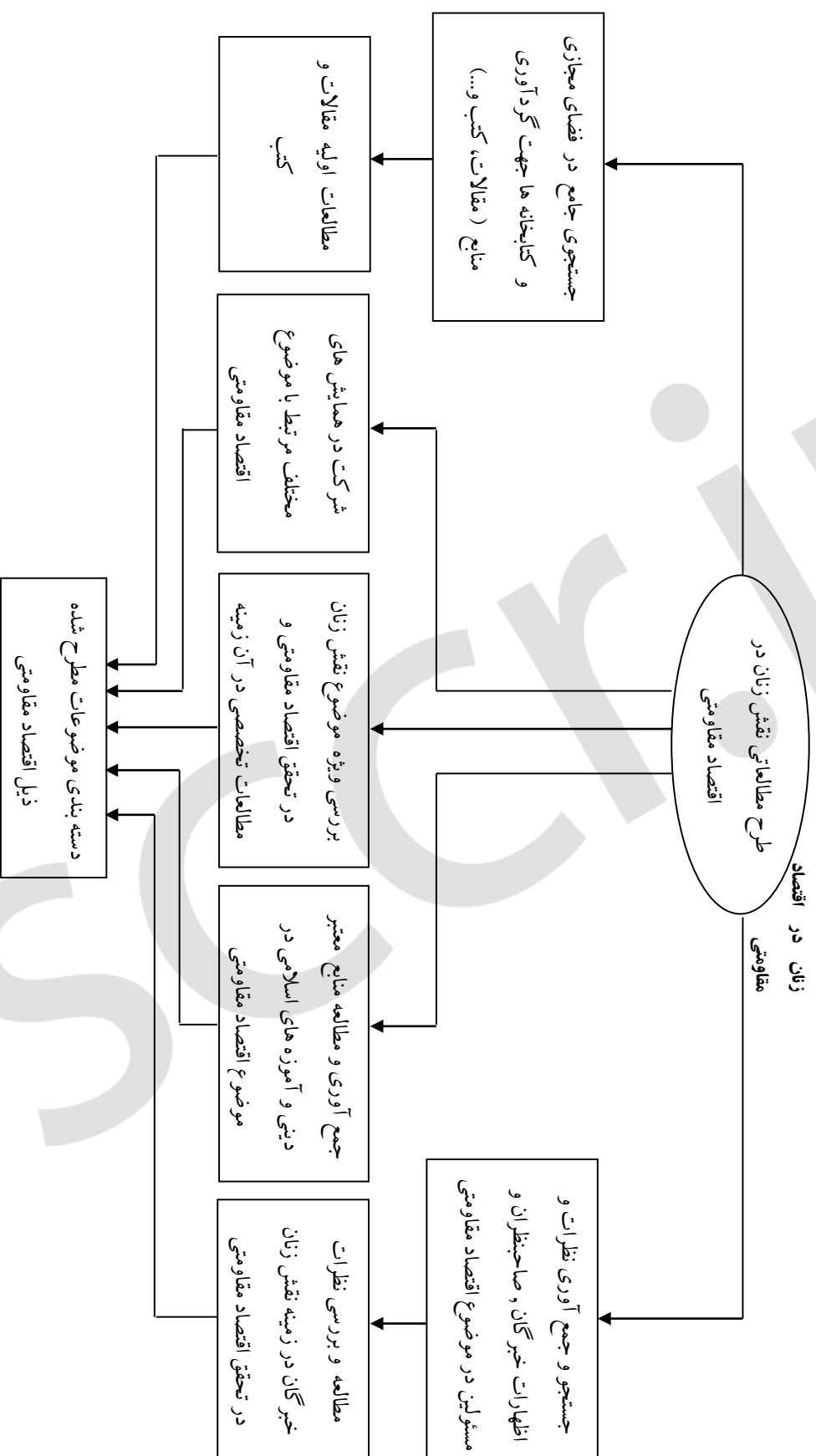
نمودار ۴-۱

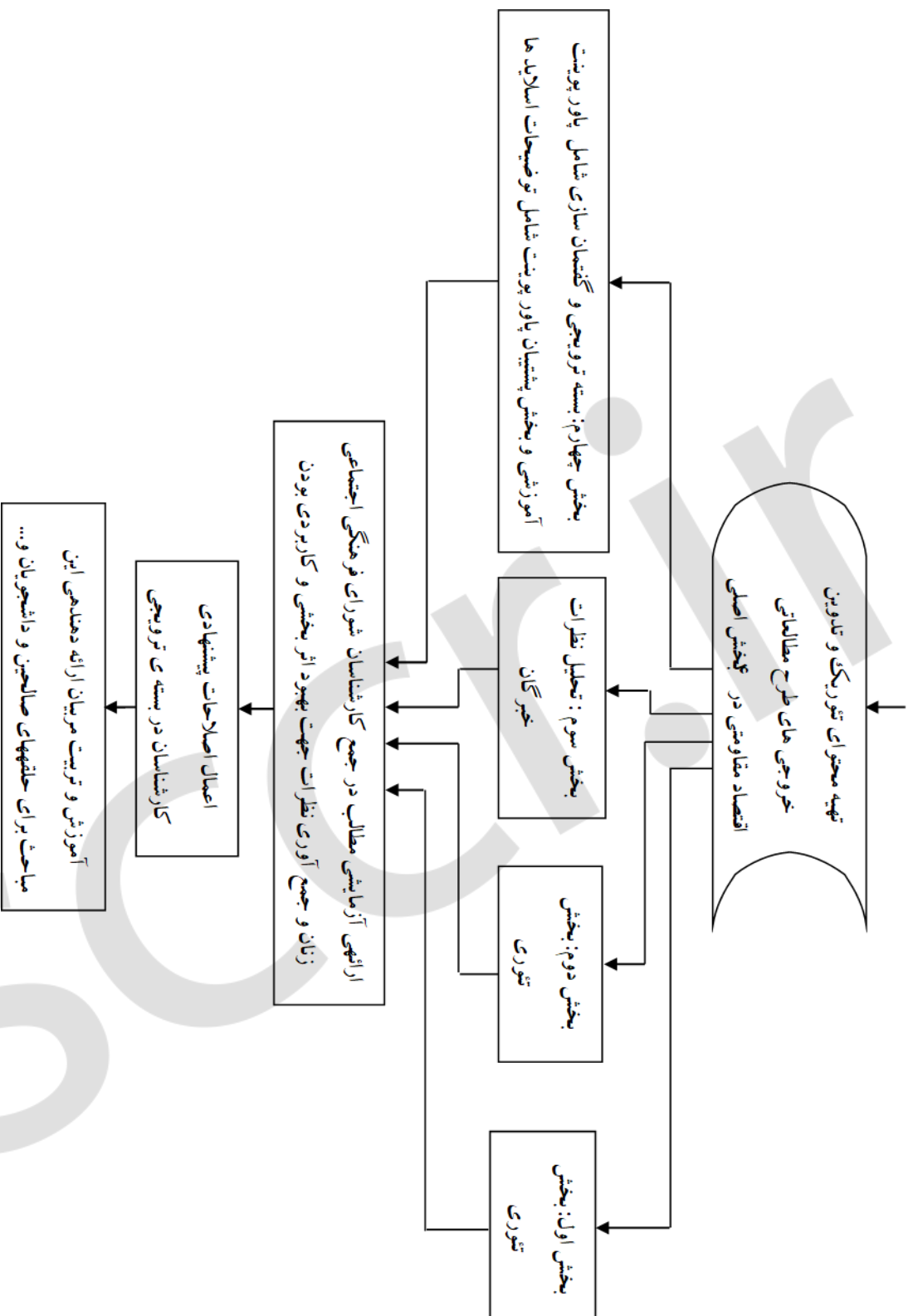
فرآیند انجام طرح

مطالعاتی نقش

زنان در اقتصاد

مقاومتی





فصل پنجم

جمع بندی و نتیجه گیری

۵-۱- جمع بندی

در این تحقیق با بررسی منابع مختلف مشخص شد با توجه به نقش‌های زنان در قالب مادری و همسری، این قشر از جامعه که حدود نیمی از جمعیت کشور را شامل می‌شود، می‌توانند با توجه داشتن و رعایت نکاتی در پیشبرد اهداف اقتصاد مقاومتی نقش بسزایی داشته باشند. از جمله این موارد می‌توان به مدیریت مصرف انرژی، مبارزه با مصرف‌گرایی و مصرف تولیدات داخلی، آموزش صحیح به فرزندان، خرید به موقع و به جا و... اشاره کرد. همچنین از دیگر مصادیق تاثیر زنان در اقتصاد مقاومتی مساله اشتغال است. از این منظر اشتغال بانوان هم در بیرون منزل و هم در منزل با عنوان مشاغل خانگی مد نظر است. توسعه کسب و کارهای خانگی با کمک و حمایت صندوق‌های قرض الحسنه و.. می‌تواند بسیار مفید فایده باشد. همچنین در بخش دیگر نقش زنان کارآفرین در توسعه اقتصادی دیده شده است. همچنین توسعه اقتصاد دانش بنیان که بر پایه استفاده، تولید و توزیع علم بنا نهاده شده است، بسیار موثر خواهد بود. به این معنا که با توجه به وجود زنان تحصیلکرده در کشور، می‌توان با یک برنامه ریزی صحیح از وجود این نیروهای متخصص در توسعه اقتصادی کشور و در نهایت پیشبرد اهداف اقتصاد مقاومتی بهره برد.

اما در این تحقیق علاوه بر بررسی نقش زنان، به تحلیل نظرات نخبگان فرهنگی، اجتماعی و سیاسی و استخراج محورها و ابعاد موضوعی در مورد زنان و اقتصاد مقاومتی پرداخته شده است. چنان که در بخش - های قبل ذکر شد موضوع اقتصاد مقاومتی به ویژه در ارتباط با حوزه زنان مبحثی نوپدید با ادبیات موضوعی بسیار محدود می‌باشد. چگونگی تحقق این امر مهم و استراتژیک در جامعه اسلامی پس از تأکیدات مقام معظم رهبری و ابلاغ سیاستهای کلان در این زمینه، بسیار پیچیده است. لذا لازم است در گام اول مفاهیم این موضوع، تبیین و گفتمان سازی شده و به آموزش‌های لازم، ترویج و سپس اجرایی کردن آنها اقدام گردد.

یکی از الزامات این کار جمع آوری ایده‌ها و نظرات جامعه نخبگان، مسئولین و صاحب‌نظران است. در طول چند سال گذشته شخصیت‌های مختلف علمی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی در این موضوع اظهارنظر نموده و اندیشه‌های خود را به شکل‌های مختلف به جامعه عرضه نموده اند.

در این بخش با بررسی و پیمایش رسانه‌ها، اعم از مکتوب و مجازی مجموعه نظرات نخبگان و صاحب‌نظران در دو سال اخیر جمع آوری شده و پس از بررسی دقیق و تحلیل محتوای آنها اهم محورها استخراج و به شکل موضوعی در چهار بعد ذیل طبقه بندی شده اند:

- بعد آموزشی- پژوهشی
- بعد فرهنگی- اجتماعی
- بعد اقتصادی- مدیریتی
- بعد رفتاری- اجرایی

در نهایت براساس مأموریت شورای عالی انقلاب فرهنگی در راستای تبیین ابعاد فرهنگی اقتصاد مقاومتی، تلاش برای فرهنگ سازی در این زمینه و پیگیری های مربوطه با حصول به نتیجه، معاونت پژوهشی دبیرخانه شورا براساس جمع آوری نظرات خبرگان در کارگروه ها و نشست های تخصصی مجموعه ای از راهبردهای کلان فرهنگی و راهکارهای مربوط به هر یک را به شرح ذیل تهیه و تدوین نموده است. در ذیل با بیان فهرستی از این راهبردها و راهکارها مواردی را که به طور ویژه در حوزه زنان قابل تعریف می باشد را مشخص و به بیان اقدامات و برنامه های متناظر با آنها خواهیم پرداخت.

۵-۲- راهبردهای کلان فرهنگی در راستای عملیاتی سازی سیاست های کلان اقتصاد مقاومتی

در این فصل با توجه به مجموعه یافته ها و نتایج تحقیق و در راستای عملیاتی سازی سیاست های کلان اقتصاد مقاومتی چند راهبرد کلان ارائه می گردد که شرح ذیل می باشد.

براساس مأموریت شورای عالی انقلاب فرهنگی در راستای تبیین ابعاد فرهنگی اقتصاد مقاومتی، تلاش برای فرهنگ سازی در این زمینه و پیگیری های مربوطه با حصول به نتیجه، معاونت پژوهشی دبیرخانه شورا براساس جمع آوری نظرات خبرگان در کارگروه ها و نشست های تخصصی مجموعه ای از راهبردهای کلان فرهنگی و راهکارهای مربوط به هر یک را به شرح ذیل تهیه و تدوین نموده است. در ذیل با بیان فهرستی از این راهبردها و راهکارها مواردی را که به طور ویژه در حوزه زنان قابل تعریف می باشد را مشخص و به بیان اقدامات و برنامه های متناظر با آنها خواهیم پرداخت.

۵-۲-۱- راهبرد کلان فرهنگی ۱: طراحی الگوی سبک زندگی متناسب با اقتصاد مقاومتی راهکارها:

۱. بهینه کردن تصمیم گیری های فردی و جمعی در راستای تقویت اقتصاد داخلی
۲. اصلاح فرهنگ مصرف و کاهش فاصله سرانه مصرف با کشورهای پیشرفته

۳. ترویج مصرف صنایع دستی و سنتی بومی
۴. تغییر در سبک زندگی مردم و ترویج سبک زندگی ایرانی اسلامی
۵. برنامه ریزی جهت ارتقاء کیفیت، سالم سازی و صرفه جویانه کردن فرهنگ و عادات غذایی
۶. تهیه و اجرای برنامه جامع الگوی صحیح مصرف و مقابله با مصرف گرایی، اسراف و تجمل گرایی
۷. فرهنگ سازی در زمینه مصرف پوشاک داخلی با تکیه بر حفظ سنتهای ملی و بهینه سازی

اقتصادی

۵-۲-۲- راهبرد کلان فرهنگی ۲: ترمیم فرهنگ عمومی در راستای تقویت اقتصاد مقاومتی

راهکارها:

۱. تبیین و ترویج اخلاق و فرهنگ اسلامی کار، کارجمعی، صبر هدفمند، جهاد اقتصادی، کارآفرینی، تولید ثروت، کسب رزق حلال، مشارکت و رقابت سالم اقتصادی و پرداخت مالیات به مثابه وظیفه و ارزش ملی برای تأمین عزت جامعه اسلامی و آحاد آن
۲. ترویج ساده زیستی برای حاکمان و مسئولان و پرهیز از تجمل گرایی و رعایت قناعت و کفاف در مصرف و اجتناب از اسراف
۳. توسعه و ترویج انضباط اقتصادی در سطح عمومی جامعه
۴. مبارزه با فرهنگ واسطه گری در اقتصاد و تقویت فرهنگ تولید بهینه

۵-۲-۳- راهبرد کلان فرهنگی ۳: گفتن سازی در راستای اقتصاد مقاومتی

راهکارها:

۱. تبیین دقیق ابعاد مفهومی اقتصاد مقاومتی و خارج کردن آن از ابهامات مفهومی
۲. بسط و تبیین مفاهیم و روش های اقتصاد مقاومتی در دانشگاه ها، حوزه های علمیه و مراکز علمی
۳. حرکت در جهت ایجاد درک متقابل فرهنگ و اقتصاد و تعامل مثبت فعالان این دو حوزه
۴. ایجاد تقسیم کار ملی و همگرایی بین دستگاه های متولی حوزه فرهنگی برای گفتن سازی

اقتصاد مقاومتی

۵. حمایت از تشکل‌های فرهنگی هنری در راستای تولید محصولات و آثار مرتبط با اقتصاد مقاومتی

۶. مخاطب شناسی گفتمان اقتصاد مقاومتی در سطوح دانشگاهی، مدیریتی و عمومی

۵-۲-۴- راهبرد کلان فرهنگی ۴: پیشبرد و ارتقا سیاست‌های توسعه اقتصاد دانش بنیان

راهکارها:

۱. سرمایه‌گذاری برای ارتقا مهارت‌های نیروی انسانی از طریق هدفمند کردن نظام آموزشی کشور

۲. حمایت از ابداع و نوآوری و تغییر برنامه‌ها در دانش و فناوری از ماموریت محور به ترویج محور و ایجاد محیط مناسب برای فعالیت‌های تحقیق و توسعه

۳. ایجاد امکان دسترسی مطمئن، سریع و ارزان به اینترنت و افزایش امکانات مخابراتی و ارتباطی

۴. ارائه خدمات عمومی توسط دولت بصورت برخط به مردم

۵. مدیریت دانش در اقتصاد توسط دولت که عبارت است از تصمیم‌گیری آگاهانه و نظام مند درباره استفاده بهتر از دانش به منظور بهبود وضعیت کارایی در سطح کشور

۵-۲-۵- راهبرد کلان فرهنگی ۵: اصلاح نظام آموزشی در راستای تقویت و ترویج اقتصاد

مقاومتی

راهکارها:

۱. ترویج موثر آموزش‌های فنی و هنری در مدارس

۲. ترویج مهارت‌های حرفه‌ای و کارآفرینانه در مقاطع مختلف آموزشی

۳. اصلاح نگرش دانش آموزان درباره کار، تولید و مصرف

۴. اصلاح نگرش دانش آموزان درباره آموزش‌های فنی حرفه‌ای و اینکه تنها افراد دارای توان تحصیلی اندک جذب این آموزش‌ها می‌شوند.

۵. تاسیس و تقویت رشته‌های مرتبط با مدیریت فرهنگی و جذب نخبگان جهت اصلاح ساختارهای مدیریت فرهنگی

۶. برقراری تعامل میان دانشجویان و پژوهشگران دو عرصه فرهنگ و اقتصاد

۷. بازنگری در نظام تحصیلات تکمیلی و حذف رشته‌های فاقد توجیه فرهنگی و اقتصادی

۵-۲-۶- راهبرد کلان فرهنگی ۶: اصلاح نظام رسانه‌ای و تبلیغاتی در ارتباط با اقتصاد مقاومتی

راهکارها:

۱. فرهنگ سازی در راستای ارزشمند پنداری کار و تولید
۲. مبارزه با فرهنگ مصرف زدگی و مدگرایی
۳. حمایت از تولید آثار هنری و رسانه‌ای مرتبط با اقتصاد مقاومتی
۴. برگزاری دوره‌های آشنایی با اقتصاد مقاومتی برای فعالان فرهنگی و رسانه ای

۵-۲-۷- راهبرد کلان فرهنگی ۷: سیاست گذاری برای افزایش نقش مردم در نظام اقتصادی

راهکارها:

۱. ایجاد چشم انداز ملی استقلال اقتصادی، تولید و مصرف فرهنگ سازی و اصلاح آگاهی ها، باورها، گرایش‌ها و نگرش‌ها برای تحقق آن
۲. ترویج مشتری محوری و تحقق عدالت در تخصیص و توزیع منابع ثروت و دسترسی به فرصت ها، کالا و خدمات
۳. مقابله همه جانبه، فراگیر و سازمان یافته با ویژه خواری (رانت جویی)، فقر، فساد و تبعیض در عرصه‌های اقتصادی

۵-۲-۸- راهبرد کلان فرهنگی ۸: توجه به سوبه‌های اقتصادی برنامه‌های فرهنگی

راهکارها:

۱. تهیه پیوست اقتصادی برنامه‌های فرهنگی
۲. جامع نگری در سیاست گذاری‌ها و توجه همزمان به رشد اقتصادی و تعالی فرهنگی
۳. توجه به اثرات مخرب ورود در آمد نفتی به فضای اقتصاد و فرهنگ
۴. توجه به مزیت‌های اقتصادی ذخایر فرهنگی
۵. حرکت به سوی ایجاد درک متقابل فرهنگ و اقتصاد و تعامل مثبت فعالان متخصص این دو

حوزه

۵-۲-۹- راهبرد کلان فرهنگی ۹: تدوین برنامه ویژه برای عملیاتی کردن بندهای مرتبط با اقتصاد مقاومتی در اسناد بالادستی شورا (نقشه مهندسی فرهنگی، نقشه جامع علمی و سند تحول بنیادین آموزش و پرورش)

جدول ۱-۵- تبیین اهداف، راهبردهای کلان، راهکارهای ملی و اقدامات و برنامه‌های اقتصاد مقاومتی با رویکرد زنان و خانواده

هدف	کلان راهبرد	راهکارها	اقدامات ملی
نهادینه‌سازی اقتصاد مقاومتی با رویکرد خانواده محور	تبیین و تثبیت الگوی اقتصاد مقاومتی در اقتصاد خانواده	<ul style="list-style-type: none"> • تقویت کار کردهای اقتصادی خانواده • توجه به نقش مؤثر زنان در اقتصاد خانواده • ایجاد انگیزه در زمینه تحقق مصرف بهینه در خانواده • تقویت و توسعه اشتغال‌های خانگی خانواده محور • توجه به تربیت و آموزش اعضای خانواده در راستای تحقق اقتصاد مقاومتی 	<ul style="list-style-type: none"> • تولید و عرضه آثار و محصولات علمی و فرهنگی تبیین‌کننده نقش زنان در اقتصاد خانواده • برنامه‌ریزی جهت تقویت فرهنگ شکرگزاری، رضایت از برخورداری مادی و معنوی در زندگی فردی و خانوادگی • ترویج روحیه ساده‌زیستی و پایش مداوم آثار و تبعات مصرف‌گرایی در خانواده‌ها • تولید و برنامه‌سازی رسانه‌ای برای ترویج فرهنگ استفاده از خدمات و تولیدات داخلی توسط زنان و خانواده • طراحی رشته‌های تحصیلی مدیریت اقتصاد خانواده با تاکید بر تربیت اقتصادی کودک از دوران مهدکودک تا بزرگسالی • تغییر رویکرد کتاب‌های درسی آموزش و پرورش در راستای توسعه و نهادینه‌سازی فرهنگ اقتصاد مقاومتی با تاکید بر نقش خانواده • حمایت از تولیدات و محتوای غنی علمی و آموزشی مبتنی بر ترویج روحیه اقتصاد مقاومتی توسط زنان و خانواده • برنامه‌ریزی جهت معیشت مقاومتی و اندازه‌داری در معیشت، تحمل تنگناهای اقتصادی و تاب‌آوری و مقابله با اسراف در خانواده • پیشگیری از بیماری‌ها و تهدید سلامت و بهداشت در خانواده به واسطه ارتقاء دانش سلامت در راستای مدیریت اقتصادی خانواده‌ها

<ul style="list-style-type: none"> • اجرای برنامه جامع الگوی صحیح مصرف به ویژه تغذیه و پوشاک بر اساس سبک اسلامی ایرانی و مقابله با مصرف-گرایی، اسراف و تجمل در بین خانواده ها • گفتمان سازی و تولید ادبیات و نظریه در زمینه موضوع اقتصاد مقاومتی و نقش زنان و خانواده • مدیریت اقتصادی خانواده و برقراری تعادل میان درآمدها و هزینه های خانوار • توجه به نهاد خانواده به عنوان بنگاه کوچک اقتصادی و مدیریت منابع آن • مدیریت صحیح درآمد و مصرف و توازن و ساماندهی اقتصاد خانواده • ارزشگذاری بر صرف وقت بانوان در محیط خانه جهت تأمین نیازمندی های خانوار • توجه به کارکرد اقتصادی خانواده در کاهش هزینه های مازاد • پرورش روحیه جهادگری اقتصادی در بین فرزندان خانواده در راستای مصرف صحیح، کسب روزی حلال، دوری از اسراف و تبذیر و رزاقیت الهی، و... • افزایش مهارت های اقتصادی اعضای خانواده و مدیریت مصرف بهینه در خانواده • ایجاد مشاغل خانگی و اعمال مدیریت صحیح در خانه 			
<ul style="list-style-type: none"> • تدوین منشور کارآفرینی زنان مبتنی بر حفظ ارزش ها و آموزه های اسلامی و ارتقاء آموزش و کارآفرینی زنان • ترویج و معرفی بانوان کارآفرین نمونه در عرصه تولید و خدمات • بازنگری الگوهای اشتغال زنان با تأکید بر تأمین نیازهای جامعه و متناسب با نقش های مادری و همسری و کرامت زنان 	<ul style="list-style-type: none"> • تقویت و توسعه کارآفرینی خانواده محور • هماهنگی میان اشتغال با رشته تحصیلی دانشجویان به منظور جلوگیری از هدر رفت نیروهای تخصصی 	<p>طراحی و استقرار الگوی مشارکت زنان در اقتصاد و تولید ملی</p>	<p>برخورداری اقتصاد از نقش مؤثر زنان در</p>

<ul style="list-style-type: none"> • طراحی و اجرای نظام جذب، انتخاب و انتصاب براساس استانداردهای مدیریت نیروی انسانی با تأکید بر دانش، تعهد و شایستگی زنان • استفاده بهینه از سرمایه‌های راکد زنان نظیر طلا و جواهر و دارایی‌هایی مانند ارثیه با سرمایه‌گذاری موثر آنها جهت توسعه اقتصاد ملی • توجه به ایجاد توازن نقش‌های کاری و خانوادگی و تمهید تدابیر لازم جهت رفع تعارض‌های نقشی 	<ul style="list-style-type: none"> • طراحی و اجرای الگوی اشتغال و مشارکت اقتصادی زنان براساس موازین اسلامی 		
<ul style="list-style-type: none"> • حمایت از ایجاد و گسترش نهاد و تشکل‌های علمی و فرهنگ عمومی و مردم نهاد در جهت حفظ انرژی‌ها و منابع طبیعی • حمایت از فعالیت‌ها و تولیدات هنری و فرهنگی و علمی حول موضوع حفظ محیط زیست و منابع طبیعی • معرف دستاوردها و پیشرفت‌ها در حفظ محیط زیست و منابع طبیعی به واسطه جهت دهی موثر زنان در خانواده و جامعه • آموزش و ترویج الگوی تغذیه و پوشاک اسلامی - ایرانی، مبتنی بر آموزه‌های اسلامی و مصرف بهینه منابع طبیعی و انرژی • حمایت فرهنگی و معنوی از طرح‌های موفق و نوآورانه زنان در عرصه تولید و بهینه‌سازی مصرف • فرهنگسازی جهت کاهش حجم پسماندها و استفاده مجدد از آنها از طریق بازیافت آنها توسط بانوان 	<ul style="list-style-type: none"> • توجه به تأثیر نقش خانواده در مقابله با بحران کم آبی • تقویت فرهنگ حفظ محیط زیست و پرهیز از هدر رفت منابع و انرژی‌ها و منابع طبیعی 	<p>تقویت فرهنگ حفظ انرژی‌ها و منابع محیط زیست با تأکید بر نقش نهاد خانواده</p>	<p>فراگیر نمودن نقش خانواده در حفظ انرژی‌ها و منابع طبیعی</p>
<ul style="list-style-type: none"> • تبیین نظریه اقتصاد مقاومتی و فواید و ضرورت‌های آن • رصد و راهبری تحولات گروه‌های مرجع در زمینه نفوذ فرهنگ مصرفی و وارداتی و بازدارنده‌های اقتصاد مقاومتی • برنامه‌ریزی جهت بکارگیری از توانمندسازی زنان در اقتصادهای محلی و بومی • افزایش روحیه مقاومت در برابر تحریم‌های اقتصادی در بین خانواده و جامعه 	<ul style="list-style-type: none"> • توسعه فرهنگ اقتصاد مقاومتی با محوریت نقش اعضای خانواده • برنامه‌ریزی جهت بهره‌گیری از ابزارهای فرهنگی — آموزشی و رسانه‌ای جهت تقویت 	<p>گسترش روحیه و اخلاق اقتصاد مقاومتی توسط خانواده</p>	<p>نهادینه‌سازی فرهنگ اقتصاد مقاومتی در</p>

<ul style="list-style-type: none"> ● طراحی فعال برای کاهش آسیب‌پذیری و مقاوم‌سازی اقتصاد کشور در برابر تهدیدهای اقتصادی با گسترش روحیه مقاومت جهادی در بین افراد خانواده ● طراحی، ایجاد و نمادپردازی و ترویج نشانه‌ها در زمینه اقتصاد مقاومتی در خانواده و جامعه ● گفت‌وگوهای سازنده نخبگانی و فرهنگ‌سازی عمومی جهت توسعه اقتصاد مقاومتی در خانواده‌ها و جامعه ● تقویت وجدان کاری و توسعه فرهنگ کار با تاکید بر نقش موثر خانواده 	<p>جایگاه زنان در اقتصاد مقاومتی</p>		
--	--------------------------------------	--	--

SCC.ir

فهرست منابع

- (قرن ۴). نهج البلاغه. خطبه ۳.
- ابن منظور. (قرن ۸). کتاب لسان العرب.
- اصغری. محمود. (۱۳۹۲). تربیت دینی و تاثیر آن بر اقتصاد مقاومتی. پژوهش‌های اجتماعی اسلامی. سال نوزدهم. شماره چهارم.
- اصلاح الگوی مصرف و اقتصاد مقاومتی. نشر فرشیم. مشهد. ۱۳۹۲
- افشار. اسدالله. از جهاد اقتصادی تا اقتصاد مقاومتی. نشر سفیر اردهال. تهران. ۱۳۹۳
- اقتصاد مقاومتی برگرفته از سخنان مقام معظم رهبری. (مدظله‌العالی). گردآورنده خانه انقلاب اسلامی و ولایت. حدیث راه عشق. اصفهان. ۱۳۹۱
- اقتصاد مقاومتی و نمونه‌های موفق آن در دنیا. نشر امیران. تهران. ۱۳۹۴
- اکبری. بهمن. (۱۳۶۹). اسلام و مصرف. ج ۱. ص ۶۶ و ۷۶ و ۷۸.
- المحدث النوری. (قرن ۱۳). مستدرک الوسائل. ج ۲. ص ۴۲۰.
- الموسوی الخمینی. روح الله (۱۳۸۱). صحیفه نور. تهران: موسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی.
- امیران. حیدر و امیران. اکرم. آشنایی با مفاهیم و اصول اقتصاد مقاومتی. نشر امیران. تهران. ۱۳۹۴
- امیران. حیدر و امیران زهرا. نگاهی به اقتصاد مقاومتی و ضرورت‌های آن. نشر امیران. تهران. ۱۳۹۴
- امینی. ابراهیم. انضباط اقتصادی دیدگاه اسلام در کسب مال و مصرف آن. بوستان کتاب. قم. ۱۳۹۳.
- باقری. شهلا. ارزش اقتصادی - اجتماعی کارخانه‌داری. دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی. تهران. ۱۳۹۳.
- برآورد تولید خانگی در کره جنوبی. ۲۰۰۶. به نقل از قربانی ۱۳۷۸:۱۱
- بررسی بودجه خانوار. (۱۳۸۵). بانک مرکزی ایران.
- پورحاتمی. زهره. (۱۳۹۳). نقش زنان در تحقق اقتصاد مقاومتی.
- پورداریانی. احمد. کارآفرینی: تعاریف. نظریات و الگوها. تهران: پردیس. ۱۳۸۷
- پورطهماسبی. الهام. تاجور. آذر. مصطفی. زهرا. زن و کیفیت حضور آن در جامعه با تاکید بر صدر اسلام. قابل دسترسی در <http://old.zaneshahid.ir/?q=node/> ۱۱۸۴۸. نوشته شده در ۲۱/۰۱/۹۳.
- پیغامی. عادل. (۱۳۹۴). درس گفتارهای اقتصاد مقاومتی.
- پیغامی. عادل. جستارهایی در اقتصاد مقاومتی، اقتصاد مقاومتی از منظره سیره نبوی (ص). دانشگاه امام صادق (ع). تهران. ۱۳۹۵

- پیغامی. عادل. سمعی نسب. مصطفی. جستارهایی در اقتصاد مقاومتی. مقاوم سازی اقتصادی در ادبیات متعارف. مبادی علمی و نظری. دانشگاه امام صادق (ع). تهران. ۱۳۹۴
- پیغامی. عادل. مدرسان اقتصاد مقاومتی. کاری از مرکز مطالعات راهبردی تربیت اسلامی. تهیه کننده کانون تربیت و اقتصاد. دانشگاه جامع امام حسین. کتاب رواق اندیشه. تهران. ۱۳۹۴
- پیغامی. عادل. نقش آفرینی تربیتی زنان در اقتصاد مقاومتی. سخنرانی پیاده شده. کاری از مرکز مطالعات راهبردی تربیت اسلامی. کتاب رواق اندیشه. تهران. ۱۳۹۵
- تاب آوری. رویکرد مدیریت مخاطرات تهران. دانشگاه عالی دفاع ملی. ۱۳۹۳
- تاجور. آذر و تاجور. ملیحه. (۱۳۹۱). جایگاه زن ایرانی در مدیریت مصرف خانواده با تاکید بر اقتصاد مقاومتی. همایش ملی بررسی و تبیین اقتصاد مقاومتی.
- تراب زاده جهرمی. محمدصادق؛ سجادیه. سیدعلیرضا و سمیعی نسب. مصطفی. (۱۳۹۲). بررسی ابعاد و مولفه های اقتصاد مقاومتی جمهوری اسلامی ایران در اندیشه حضرت آیت الله خامنه ای. فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات انقلاب اسلامی. دوره ۱۰. شماره ۳۲. صفحه ۳۱ تا ۴۶.
- تنهایی سنگاچین. کیمیا. بررسی فعالیت زنان خانه دار و نقش آن در تولید ملی. سازمان برنامه و بودجه استان گیلان و دانشگاه مازندران. ۱۳۷۲
- حسنلو. امیرعلی. دخالت های استعماری انگلیس در ایران قبل از پیروزی انقلاب اسلامی. مجله صباح. شماره ۱۹. ۱۳۸۵
- حسین زاده بحرینی. محمدحسین. (۱۳۹۲). اقتصاد مقاومتی؛ راهکاری برای توسعه. مجله مشکوه. شماره ۱۱۸.
- حسین زاده. حامد و ایزدی. محمد. اقتصاد مقاومتی از باور تا عمل. نشر کیسان. رامیان (گلستان). ۱۳۹۵
- حکیمی. محمدرضا. حکیمی. علی و حکیمی. محمد. (۱۳۹۴). الحیاة. ج ۶ ص ۱۶۳.
- حیدری. محمدرضا و رجیبی. طاهره. رفتارشناسی برکت مدار در اقتصاد. دبیرخانه هیئت هماهنگی و نظارت بر کانون های فرهنگی هنری مساجد استان اصفهان. (یارمانا). ۱۳۹۵
- خاندوزی. احسان. یادداشتی درباره تجربیات جهانی مقاوم سازی اقتصاد. قابل دسترسی در <http://farsi.khamenei.ir/others-note?id=۲۴۸۱۰>. نوشته شده در ۱۳۹۲/۱۰/۰۴.
- خزایی. محمد. اقتصاد مقاومتی در پرتو فرهنگ اقتصادی. قرارگاه گفتمان سازی و ترویج فرهنگ اقتصاد مقاومتی. ستاد کل نیروهای مسلح. معاونت فرهنگی و تبلیغات دفاعی. تهران. ۱۳۹۵

- خوش چهره. (۱۳۹۱). روزنامه خراسان. شماره ۱۸۱۸۰.
- دادرسی یگانه. محمد و حصیرچی. امیر. اقتصاد مقاومتی در کلام مقام معظم رهبری. رهنمودها و بیانات (از سال ۱۳۶۷ تا ۱۳۹۳). تهران. ۱۳۹۴
- داودی آزاد. حسین و صفارزاده. غلامرضا. (۱۳۹۳). نقش بانوان در حماسه اقتصادی و اثرگذاری آن بر خانواده و جامعه اسلامی. کنگره بین المللی فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- داوودی. منیره. نقش زنان در تحقق اقتصاد مقاومتی در جوامع اسلامی. دوفصلنامه علمی-تخصصی مطالعات پژوهشی زنان. سال سوم. شماره پنجم. پاییز و زمستان ۹۵
- درخشان. (۱۳۹۲). مجله دیدگاه. شماره ۲۳۵.
- درس گفتارهای اقتصاد مقاومتی، تبیین نظریه‌های اقتصاد مقاومتی مبتنی بر اندیشه‌های اقتصادی مقام معظم رهبری. بسیج دانشجویی. دانشگاه امام صادق (ع). تهران. ۱۳۹۳
- رازی. ابوعلی (ابن مسکویه). (قرن ۵ و ۴). تهذیب الاخلاق و تطهیر الاعراق. ص ۶۸.
- رزاقی. ابراهیم. اقتصاد مقاومتی. نشر مدرسه. تهران. ۱۳۹۴
- رضاپور. حسین. نقش رسانه‌ها در گفتمان سازی اقتصاد مقاومتی. اندیشه طلایی. تهران. ۱۳۹۴
- رضایی آهوانویی. زهرا. (۱۳۹۰). نقش زن در اقتصاد خانواده. مجله نور. ش ۹.
- رضایی آهوانویی. زهرا. نقش زن در اقتصاد خانواده. فصلنامه‌ی طهورا (در عرصه مطالعات زنان و خانواده). سال چهارم. شماره نهم. تابستان ۱۳۹۰.
- رضایی. محسن. (۱۳۹۵). دبیر مجمع تشخیص مصلحت نظام در جمع مردم شهر ری.
- رضایی. مهشید. باغی. فائزه. اشتغال زنان از دیدگاه اسلام. سومین کنفرانس ملی توسعه پایدار در علوم تربیتی و روانشناسی. مطالعات اجتماعی و فرهنگی. ۱۳۹۴
- رفیع پور. ۱۳۷۷
- رفیع پور. فرامرز. توسعه و تضاد. ۱۳۷۷
- زارعی. ابراهیم. نقشه‌ی راه اقتصاد مقاومتی در بیانات مقام معظم رهبری. انتشارات ایران. تهران. ۱۳۹۱
- سادات اسدی. لیلا. حقوق مالی و اقتصادی خانواده. انتشارات دانشگاه امام صادق. تهران. ۱۳۹۱.
- سالمی. فرهنگ و غفوری. فرهاد. الزامات اقتصاد مقاومتی بر پایه اقتصاد دانش بنیان. فرهنگ زبرجد. تهران. ۱۳۹۴
- سبحانی. جعفر. فروغ ابدیت. جلد اول. چاپ سی و پنجم. انتشارات بوستان کتاب. ۱۳۹۵

- سپهوند. جهان. سلسه مباحث بهره‌وری و مدیریت (الگوی فرهنگ اقتصاد مقاومتی). نگاه پارسه. خرم‌آباد. ۱۳۹۵
- سهیلی. کیومرث. حسنین. سید میثم. الگوی مصرف اسلامی (محدودیت‌ها و مفروضات). دوفصلنامه‌ی علمی-تخصصی مطالعات اقتصاد اسلامی. سال سوم. شماره اول. پاییز و زمستان ۱۳۸۹
- سیدی‌نیا. سید اکبر. مصرف و مصرف‌گرایی از منظر اسلام و جامعه‌شناسی اقتصادی. فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد اسلامی. سال نهم. شماره ۳۴. تابستان ۱۳۸۸
- سیف‌الدین. امیرعلی. (۱۳۹۱). اولین همایش ملی اقتصاد مقاومتی. میزگرد دوم: راهکارهای اجرایی و عملی اقتصاد مقاومتی.
- سیف. الله مراد. (۱۳۹۱). الگوی پیشنهادی اقتصاد مقاومتی جمهوری اسلامی ایران مبتنی بر دیدگاه مقام معظم رهبری.
- شایان مهر. علیرضا. دایره‌المعارف علوم اجتماعی. سازمان انتشارات کیهان. ۱۳۷۷
- شعبانی. احمد. کریمی. علی اکبر. بررسی مقایسه‌ای مفهوم شأن در الگوی مصرف فرد مسلمان و نظریه مصرف متظاهران. دو فصلنامه‌ی علمی-پژوهشی مطالعات اقتصاد اسلامی سال هفتم. شماره‌ی دوم. بهار و تابستان ۱۳۹۴.
- شعبانی. احمد. مبانی الزامات نقشه راه اقتصاد مقاومتی. دانشگاه عالی دفاع ملی. تهران. ۱۳۹۴.
- شیخ کلینی. (قرن ۴ و ۳). اصول کافی. ج ۱. ص ۲۲.
- شیخ کلینی. (قرن ۴ و ۳). اصول کافی. ج ۴. ص ۵۲.
- شیخ کلینی. (قرن ۴ و ۳). اصول کافی. ج ۵. ص ۸۹.
- صادق زاده. کسری و سجاد حسنی تبار. محمد. راهبردهای اقتصادی؛ اندیشه‌های اقتصادی مقام معظم رهبری (دامت برکاته). شورای عالی انقلاب فرهنگی. تهران. ۱۳۹۳.
- صادقی شاهدانی. مهدی. (۱۳۹۱). خبرگزاری فارس.
- صالحی. لایلا و بهزاد. رقیه. (۱۳۹۱). اقتصاد مقاومتی و خانواده.
- صحتی سردرودی. محمد. حیدرانه‌ها- داستانهای شیرین و مستند از شجاعت حضرت علی (ع). انتشارات پرتوی خورشید. ۱۳۸۹
- صدوق. ج ۲. ص ۱۲۹.
- طباطبایی. سیدمحمدحسین. (۱۳۷۵ هـ ق). تفسیر المیزان. جلد ۲. ص ۱۹۶.

- طباطبایی. سیدمحمدحسین. (۱۳۷۵ هـ ق). تفسیر المیزان. جلد ۲. ص ۱۶۰.
- طباطبایی. سیدمحمدحسین. (۱۳۷۵ هـ ق). تفسیر المیزان. جلد ۵. ص ۲۴۰.
- طبرسی. اعلام الوری. ترجمه عزیز الله عطاردی. ص ۷۱. تاریخ ابن خلدون. ج ۱. ص ۳۹۷. سبحانی. جعفر. فروغ ابدیت. ج ۱. ص ۳۵۱.
- طهماسبی بلداجی. اصغر و طهماسبی بلداجین. آذر. (۱۳۹۲). جهاد اقتصاد و اقتصاد مقاومتی از منظر قرآن و اهل بیت علیهم السلام. فصلنامه قرآنی کوثر. شماره ۴۷.
- عبدالملکی. جعفر. رسانه ملی و الگوی بهینه‌ی مصرف در ایران. فصلنامه‌ی پژوهش‌های ارتباطی. سال هفدهم. شماره ۲. تابستان ۱۳۸۹.
- عبدالملکی. حجت الله. (۱۳۹۵). اقتصاد مقاومتی.
- عبدالملکی. حجت... اقتصاد مقاومتی در آمدی بر مبانی سیاست‌ها و برنامه عمل. انتشارات بسیج دانشگاه امام صادق. تهران. ۱۳۹۳.
- عسگری. (۱۳۹۲). مجله شاهد جوان. شماره ۹۹/۹۸.
- علامه مجلسی. (قرن ۱۱ و ۱۲). بحارالانوار. جلد ۷۲. ص ۶۰.
- عیوضی. محمد رحیم. (۱۳۸۷). نفت و موانع توسعه یافتگی. راهبر یاس. شماره ۱۳.
- کریم خان زند. حسین. بررسی روند تجمل گرایی در ایران سالهای ۱۳۶۲-۱۳۷۵. دبیرخانه شورای فرهنگی عمومی. ۱۳۷۵.
- کلانتری. علی اکبر. الگوی مصرف. موسسه بوستان کتاب. قم. ۱۳۸۸.
- گلزاری. حسین. اقتصاد مقاومتی اقدام و عمل. راهبردها و راهکارها. هزار رنگ. تهران. ۱۳۹۵.
- مالک. محمدرضا. اقتصاد مقاومتی و نقش روحانیت در پیشبرد آن. نشر وثوق. قم. ۱۳۹۵.
- مبانی اقتصاد مقاومتی مزین به فرمایشات مقام معظم رهبری. انتشارات محمدهادی. یزد. ۱۳۹۳.
- مجموعه مقالات اقتصاد مقاومتی (مبانی و مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی). مقالات علمی. پژوهشی. پژوهشگاه فرهنگ و معارف اسلامی. نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه‌ها. دفتر نشر معارف. پژوهشگاه فرهنگ و معارف اسلامی. قم. ۱۳۹۵.
- مجموعه مقالات اولین همایش سراسری مروی بر تاریخ اقتصاد مقاومتی در ایران با تأکید بر رویدادها و آرا و نظرات رجال سیاسی در خصوص حمایت از اندیشه، تولید و کار ملی. حوزه معاونت پژوهش و فناوری. دفتر فرهنگ اسلامی دانشگاه آزاد واحد محلات و مشارکت دفتر فرهنگ

- اسلامی واحد ملایر و دیگران. گردآوری و تنظیم مجموعه مقالات معاونت پژوهش و فناوری واحد محلات و کانون قرآن و عترت دانشگاه آزاد اسلامی واحد محلات. دانشگاه آزاد اسلامی. سازمان چاپ و انتشارات. تهران و دانشگاه آزاد اسلامی. محلات. ۱۳۹۲
- محقق خوانساری. جمال الدین. (قرن ۱۲). شرح خوانساری بر غررالحکم و دررالكلم. ج ۱. ص ۳۴۵.
 - مطهری. مرتضی. (۱۳۶۹). جامعه و تاریخ.
 - مطهری. مرتضی. نظری به نظام اقتصاد اسلامی. ص ۲۹.
 - معلمی. سید مهدی. (۱۳۹۱). مفهوم و اصول اقتصاد مقاومتی در آموزه‌های اقتصاد اسلامی.
 - مفتخری مظاهری. علی رضا. اقتصاد مقاومتی، اقدام و عمل. بی. نا. تهران. ۱۳۹۵
 - مقیمی. سیده فاطمه و عسکری. بهنام و هاشمی. مهدی. اقتصاد مقاومتی. ورجاوند. تهران. ۱۳۹۴
 - موسوی. سید علی. (۱۳۹۱). نشست سیاسی با موضوع اقتصاد مقاومتی در دانشگاه پیام نور هندیجان ایزدی. طاهره.
 - موسویان. سید عباس. انفاق قرآنی و ابزارهای مالی مناسب آن در عصر حاضر. فصلنامه اقتصاد اسلامی. سال اول. شماره ۲. ۱۳۸۰.
 - میر معزی. سید حسین. اصلاح الگوی مصرف. پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی؛ تهران. ۱۳۸۸.
 - میر معزی. حسین. (۱۳۹۱). اقتصاد مقاومتی و الزامات آن. فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد اسلامی. سال دوازدهم شماره ۴۷.
 - میرباقری. سید کاظم. اصلاح الگوی مصرف از منظر سیاسی. انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی. تهران. ۱۳۹۰.
 - نریمانی. میثم و عسکری. حسین. (۱۳۹۱). چهارچوب مفهومی اقتصاد مقاومتی.
 - نریمانی. میثم و عسکری. حسین. اقتصاد مقاومتی، مبانی و راهبردها. معاونت عملی و پژوهشی سازمان بسیج دانشجویی. تهران. ۱۳۹۲
 - نصری. محسن. اقتصاد رضوی (ع) مبانی اقتصاد مقاومتی از دیدگاه امام رضا (ع). نشر حدیث راه عشق. اصفهان. ۱۳۹۲
 - نوروزی. علویو عسکری. زهرا. مصرف. دبیرخانه هیئت هماهنگی و نظارت بر کانون‌های فرهنگی هنری مساجد استان اصفهان. اصفهان (یارمانا). ۱۳۹۵

- نیکی ملکی. حاجی ملکی. علی. اقتصاد مقاومتی از منظر دین (مجموعه مقالات). دانشگاه تربیت مدرس. مرکز مطالعات فرهنگی و اندیشه دینی. دبیرخانه مجمع تشخیص مصلحت نظام. کمیسیون مطالعات اسلامی. کتابدار. تهران. ۱۳۹۳
- هوشمند چایجانی. میلاد. آل طه. سید حسن و اسماعیل زاده. محمد. (۱۳۹۱). اقتصاد مقاومتی و کارآفرینی.
- Howard & Sheths. (۱۹۶۹). Theory of buyer behavior
- Reid (۱۹۳۴). Goldschmidt. ۲۰۰۰

SCC.ir

SCCcr.ir

پیوست‌ها

پیوست اول - سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی ابلاغی مقام معظم رهبری

۱. تأمین شرایط و فعال‌سازی کلیه امکانات و منابع مالی و سرمایه‌های انسانی و علمی کشور به منظور توسعه کارآفرینی و به حداکثر رساندن مشارکت آحاد جامعه در فعالیت‌های اقتصادی با تسهیل و تشویق همکاری‌های جمعی و تأکید بر ارتقاء درآمد و نقش طبقات کم درآمد و متوسط
۲. پیشتازی اقتصاد دانش‌بنیان، پیاده‌سازی و اجرای نقشه جامع علمی کشور و ساماندهی نظام ملی نوآوری به منظور ارتقاء جایگاه جهانی کشور و افزایش سهم تولید و صادرات محصولات و خدمات دانش‌بنیان و دستیابی به رتبه اول اقتصاد دانش‌بنیان در منطقه
۳. محور قراردادن رشد بهره‌وری در اقتصاد با تقویت عوامل تولید، توانمندسازی نیروی کار، تقویت رقابت‌پذیری اقتصاد، ایجاد بستر رقابت بین مناطق و استانها و به‌کارگیری ظرفیت و قابلیت‌های متنوع در جغرافیای مزیت‌های مناطق کشور
۴. استفاده از ظرفیت اجرای هدفمندسازی یارانه‌ها در جهت افزایش تولید، اشتغال و بهره‌وری، کاهش شدت انرژی و ارتقاء شاخص‌های عدالت اجتماعی
۵. سهم‌بری عادلانه عوامل در زنجیره تولید تا مصرف متناسب با نقش آنها در ایجاد ارزش، بویژه با افزایش سهم سرمایه انسانی از طریق ارتقاء آموزش، مهارت، خلاقیت، کارآفرینی و تجربه
۶. افزایش تولید داخلی نهاده‌ها و کالاهای اساسی (بویژه در اقلام وارداتی)، و اولویت دادن به تولید محصولات و خدمات راهبردی و ایجاد تنوع در مبادی تأمین کالاهای وارداتی با هدف کاهش وابستگی به کشورهای محدود و خاص
۷. تأمین امنیت غذا و درمان و ایجاد ذخایر راهبردی با تأکید بر افزایش کمی و کیفی تولید (مواد اولیه و کالا)
۸. مدیریت مصرف با تأکید بر اجرای سیاست‌های کلی اصلاح الگوی مصرف و ترویج مصرف کالاهای داخلی همراه با برنامه ریزی برای ارتقاء کیفیت و رقابت‌پذیری در تولید
۹. اصلاح و تقویت همه‌جانبه نظام مالی کشور با هدف پاسخگویی به نیازهای اقتصاد ملی، ایجاد ثبات در اقتصاد ملی و پیشگامی در تقویت بخش واقعی

۱۰. حمایت همه جانبه هدفمند از صادرات کالاها و خدمات به تناسب ارزش افزوده و باخالص

ارزآوری مثبت از طریق:

- تسهیل مقررات و گسترش مشوق‌های لازم.
- گسترش خدمات تجارت خارجی و ترانزیت و زیرساخت‌های مورد نیاز.
- تشویق سرمایه‌گذاری خارجی برای صادرات.
- برنامه‌ریزی تولید ملی متناسب با نیازهای صادراتی، شکل‌دهی بازارهای جدید، و تنوع بخشی پیوندهای اقتصادی با کشورها به ویژه با کشورهای منطقه.
- استفاده از ساز و کار مبادلات تهاتری برای تسهیل مبادلات در صورت نیاز.
- ایجاد ثبات رویه و مقررات در مورد صادرات با هدف گسترش پایدار سهم ایران در بازارهای هدف.

۱۱. توسعه حوزه عمل مناطق آزاد و ویژه‌ی اقتصادی کشور به منظور انتقال فناوری‌های پیشرفته،

گسترش و تسهیل تولید، صادرات کالا و خدمات و تأمین نیازهای ضروری و منابع مالی از خارج.

۱۲. افزایش قدرت مقاومت و کاهش آسیب‌پذیری اقتصاد کشور از طریق:

- توسعه‌ی پیوندهای راهبردی و گسترش همکاری و مشارکت با کشورهای منطقه و جهان بویژه همسایگان.

- استفاده از دیپلماسی در جهت حمایت از هدف‌های اقتصادی.

- استفاده از ظرفیت‌های سازمان‌های بین‌المللی و منطقه‌ای.

۱۳. مقابله با ضربه‌پذیری درآمد حاصل از صادرات نفت و گاز از طریق:

- انتخاب مشتریان راهبردی.
- ایجاد تنوع در روش‌های فروش.
- مشارکت دادن بخش خصوصی در فروش.
- افزایش صادرات گاز.
- افزایش صادرات برق.
- افزایش صادرات پتروشیمی.

- افزایش صادرات فرآورده‌های نفتی.
- ۱۴. افزایش ذخایر راهبردی نفت و گاز کشور به منظور اثرگذاری در بازار جهانی نفت و گاز و تأکید بر حفظ و توسعه ظرفیت‌های تولید نفت و گاز، بویژه در میادین مشترک.
- ۱۵. افزایش ارزش افزوده از طریق تکمیل زنجیره ارزش صنعت نفت و گاز، توسعه تولید کالاهای دارای بازدهی بهینه (براساس شاخص شدت مصرف انرژی) و بالا بردن صادرات برق، محصولات پتروشیمی و فرآورده‌های نفتی با تأکید بر برداشت صیانتی از منابع.
- ۱۶. صرفه‌جویی در هزینه‌های عمومی کشور با تأکید بر تحول اساسی در ساختارها، منطقی‌سازی اندازه‌ی دولت و حذف دستگاه‌های موازی و غیرضرور و هزینه‌های زاید.
- ۱۷. اصلاح نظام درآمدی دولت با افزایش سهم درآمدهای مالیاتی.
- ۱۸. افزایش سالانه سهم صندوق توسعه ملی از منابع حاصل از صادرات نفت و گاز تا قطع وابستگی بودجه به نفت.
- ۱۹. شفاف‌سازی اقتصاد و سالم‌سازی آن و جلوگیری از اقدامات، فعالیت‌ها و زمینه‌های فسادزا در حوزه‌های پولی، تجاری، ارزی و ...
- ۲۰. تقویت فرهنگ جهادی در ایجاد ارزش افزوده، تولید ثروت، بهره‌وری، کارآفرینی، سرمایه‌گذاری و اشتغال مولد و اعطای نشان اقتصاد مقاومتی به اشخاص دارای خدمات برجسته در این زمینه.
- ۲۱. تبیین ابعاد اقتصاد مقاومتی و گفت‌وگوهای آن بویژه در محیط‌های علمی، آموزشی و رسانه‌ای و تبدیل آن به گفت‌وگوهای فراگیر و رایج ملی.
- ۲۲. دولت مکلف است برای تحقق سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی با هماهنگی‌سازی و بسیج پویای همه‌ی امکانات کشور، اقدامات زیر را معمول دارد:
 - شناسایی و بکارگیری ظرفیت‌های علمی، فنی و اقتصادی برای دسترسی به توان آفندی و اقدامات مناسب.
 - رصد برنامه‌های تحریم و افزایش هزینه برای دشمن.
 - مدیریت مخاطرات اقتصادی از طریق تهیه طرح‌های واکنش هوشمند، فعال، سریع و به هنگام در برابر مخاطرات و اختلال‌های داخلی و خارجی.

۲۳. شفاف و روان‌سازی نظام توزیع و قیمت‌گذاری و روزآمدسازی شیوه‌های نظارت بر بازار.

۲۴. افزایش پوشش استاندارد برای کلیه محصولات داخلی و ترویج آن.

پیوست دوم- دسته بندی موضوعات مقالات در حوزه اقتصاد مقاومتی

چنانکه در بخش پیشینه‌ی تحقیق ذکر شد با هدف بررسی دقیق مفاهیم این بحث نظری اهم کتابها و مقالات و مطالب مربوطه مورد مطالعه قرار گرفت و نکات قابل توجه و ریز موضوعات ذیل آنها استخراج شد.

این مجموعه که به صورت عناوین کلی و جزئی در ذیل آورده شده است، می‌تواند تصویری اجمالی از کلیه مطالب مرتبط با بحث اقتصاد مقاومتی و ابعاد مهم آن و زمینه‌های مرتبط که در مکتوبات و اندیشه‌ی صاحب‌نظران به آن‌ها پرداخته شده را در اختیار قرار دهد.

بدیهی است بخش‌های مرتبط با زنان و خانواده که مرتبط با همین تحقیق بوده است به طور ویژه مورد مطالعه و استفاده قرار گرفته است.

اقتصاد مقاومتی:

۱. تبیین اقتصاد مقاومتی و الزامات آن:

- ۱,۱. تبیین اقتصاد مقاومتی و مولفه‌های کلیدی آن
- ۱,۲. جهاد اقتصادی و اقتصاد مقاومتی از منظر قرآن و اهل بیت (ع)
- ۱,۳. اقتصاد مقاومتی و ملزومات آن (با تاکید بر دیدگاه مقام معظم رهبری)
- ۱,۴. معنانشناسی اقتصاد مقاومتی و مولفه‌های آن بر مبنای آموزه‌های اسلامی
- ۱,۵. اقتصاد مقاومتی و مقاومت اقتصادی
- ۱,۶. الزامات اقتصاد مقاومتی از نگاه رهبر انقلاب اسلامی
- ۱,۷. بررسی ابعاد و مولفه‌های اقتصاد مقاومتی ایران در اندیشه حضرت آیت الله خامنه‌ای

- ۱,۸. الزامات اقتصاد مقاومتی از دیدگاه آیت الله جوادی آملی
- ۱,۹. اقتصاد مقاومتی از نگاه دین
- ۱,۱۰. اقتصاد مقاومتی و اقتصاد ریاضتی
- ۱,۱۱. اقتصاد مقاومتی یعنی اقتصاد بدون نفت
- ۱,۱۲. اقتصاد مقاومتی و پایداری ملی
- ۱,۱۳. اقتصاد مقاومتی مهندسی معکوس در اقتصاد
- ۱,۱۴. تعریف متفاوت اقتصاد مقاومتی در نگاه مهندس پورفلاح
- ۱,۱۵. اقتصاد مقاومتی، مدیریت ریسکهای داخلی و خارجی است
- ۱,۱۶. اقتصاد مقاومتی از دیدگاه معاون برنامه ریزی وزارت صنعت، معدن و تجارت
- ۱,۱۷. تحلیلی تجربی از اقتصاد مبتنی بر رویکرد مقاومتی
- ۱,۱۸. تبلور نام گذاری پنج سال به نام اقتصاد در تعریف اقتصاد مقاومتی
- ۱,۱۹. اقتصاد سوسیالیستی، اقتصاد کاپیتالیستی و اقتصاد مقاومتی
- ۱,۲۰. جهاد اقتصادی و اقتصاد مقاومتی از منظر قرآن و اهل بیت (ع)
- ۱,۲۱. مباحث کلاس دکتر «عادل پیغامی» در موسسه طلوع
- ۱,۲۲. اقتصاد مقاومتی راهکاری اساسی برای حماسه سازی اقتصادی
- ۱,۲۳. اقتصاد مقاومتی در صدر اسلام و عصر یوسف پیامبر (ع)
- ۱,۲۴. اقتصاد مقاومتی در تقابل با اقتصاد رانتی
- ۱,۲۵. اقتصاد مقاومتی در اندیشه و عمل کرد علمای عصر مشروطه
- ۱,۲۶. اقتصاد مقاومتی: مفهوم، ضرورت، واقعیت

۱,۲۷. مروری بر تاریخ اقتصاد مقاومتی در ایران

۱,۲۸. نظام اقتصادی اسلام از نظر حضرت امام خمینی و باید‌ها و نبایدهای اقتصاد مقاومتی

۱,۲۹. تجمیع نظریات اقتصاد مقاومتی

۲. زنان و اقتصاد مقاومتی:

۲,۱. نقش اقتصاد مقاومتی در تغییر سبک زندگی خانواده

۲,۲. نقش خطیر زنان در طراحی اقتصاد مقاومتی.

۲,۳. نقش زنان در اقتصاد مقاومتی و مدیریت فرهنگی جامعه

۲,۴. نقش زنان در تحقق اقتصاد مقاومتی

۲,۵. جایگاه زن ایرانی در مدیریت مصرف خانواده با تاکید بر اقتصاد مقاومتی

۲,۶. رابطه‌الگوی مصرف و اقتصاد مقاومتی

۲,۷. زنان و حمایت از محیط زیست با رویکرد اقتصاد مقاومتی

۲,۸. شبکه اقتصادی زنان برای تقویت تولید ملی و اقتصاد مقاومتی

۲,۹. تربیت اقتصادی خانواده توسط زنان

۳. تحقق اقتصاد مقاومتی

۳,۱. اقدامات قرارگاهی در راستای ضرورت اقتصاد مقاومتی

۳,۲. ضرورت تحقق اقتصاد مقاومتی

۳,۳. نقش دولت در تحقق اقتصاد مقاومتی

۳,۴. الزامات موفقیت در اقتصاد مقاومتی

- ۳,۵. حمایت از تولید داخلی، لازمه اقتصاد مقاومتی
- ۳,۶. نقش حیاتی و حساس مدیران در تحقق اقتصاد مقاومتی
- ۳,۷. نقش کلیدی دانش آموزان و دانشجویان در تحقق اقتصاد مقاومتی
- ۳,۸. جشنواره ملی بهره‌وری راهبردی برای تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی
- ۳,۹. تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی با بازار سرمایه
- ۳,۱۰. اقتصاد مقاومتی، ضوابط بایدها و نبایدها
- ۳,۱۱. حمایت از تولید داخلی، لازمه اقتصاد مقاومتی
- ۳,۱۲. اقتصاد مقاومتی و ساماندهی بازار پول:
- ۳,۱۳. آسیب‌شناسی مسیر تحقق الگوی اقتصاد مقاومتی
- ۳,۱۴. بررسی مولفه‌ها، تبیین استراتژی و دستاوردهای پیاده‌سازی اقتصاد مقاومتی
- ۳,۱۵. بسترهای لازم برای استقرار نظام اقتصاد مقاومتی در کشور
- ۳,۱۶. تغییر الگوی مصرف گام اول اقتصاد مقاومتی
- ۳,۱۷. بررسی راهبردها و راهکارهای پیاده‌سازی اقتصاد مقاومتی در ایران
- ۳,۱۸. مدل سه مرحله‌ای نیل به تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی

۴. اقتصاد مقاومتی و نفت

- ۴,۱. تحقیقات پژوهشگاه صنعت نفت در مسیر تحقق اقتصاد مقاومتی
- ۴,۲. ضرورت افزایش ذخایر راهبردی نفت و گاز کشور به منظور اثرگذاری در بازار جهانی انرژی
- ۴,۳. محوریت دانش و مردم در اقتصاد مقاومتی شرکت ملی نفت ایران

۴,۴. اقتصاد مقاومتی یعنی اقتصاد بدون نفت

۴,۵. اقتصاد مقاومتی و مردمی سازی اقتصاد راه برون رفت از چالش های صنعت نفت

۴,۶. اقتصاد مقاومتی ایران در عصر قاجار و نهضت ملی شدن صنعت نفت

۴,۷. ضرورت اقتصاد مقاومتی با تاکید بر رویکردهای دکتر مصدق در ملی شدن صنعت

نفت

۵. دانشگاه و اقتصاد مقاومتی

۵,۱. پژوهشی پیرامون دیدگاه‌های اقتصاد مقاومتی در میان اساتید دانشگاه

۵,۲. پژوهشی پیرامون اقتصاد مقاومتی در میان پرسنل دانشگاه

۵,۳. دانشگاه اسلامی؛ پیشگامان اقتصاد مقاومتی

۵,۴. تجاری سازی فن آوری دانشگاهها به عنوان ابزاری موثر در اقتصاد مقاومتی

۵,۵. تبیین نقش راهبردی شرکت های دانش بنیان در تحقق اقتصاد مقاومتی

۵,۶. پارک های فناوری و مراکز رشد راهی برای تحقق اقتصاد مقاومتی

۶. اقتصاد مقاومتی و مردم

۶,۱. نقش بسیجیان و پایگاه های مقاومت بسیج در اشاعه فرهنگ اقتصاد مقاومتی

۶,۲. نقش مردم و بخش خصوصی در اقتصاد مقاومتی

۶,۳. سرمقاله: نقش تشکل ها و سازمانهای مردمی در اقتصاد مقاومتی

۶,۴. اقتصاد مقاومتی و پایداری ملی

۶,۵. نقش سرمایه های اجتماعی بر اقتصاد مقاومتی در شرایط تحریم

۷. رسانه-فرهنگ و اقتصاد مقاومتی

- ۷,۱. بررسی نقش ارتباطات، رسانه و روابط عمومی در اقتصاد مقاومتی
- ۷,۲. صنعت سینمای ایران و لزوم اقتصاد مقاومتی
- ۷,۳. اقتصاد مقاومتی در افق رسانه
- ۷,۴. بررسی رابطه ی بین فرهنگ و اقتصاد مقاومتی با تکیه بر نقش رسانه ملی
- ۷,۵. تبیین مولفه های فرهنگی جهت دستیابی به اقتصاد مقاومتی
- ۷,۶. مسئولیت فرهنگ سازان در اقتصاد مقاومتی
- ۷,۷. فرهنگ سازی اقتصاد مقاومتی و حمایت از تولیدات داخلی
- ۷,۸. نقش و اهمیت حمایت از تولیدات داخلی بر مولفه های اقتصاد مقاومتی

۸. کشاورزی و اقتصاد مقاومتی

- ۸,۱. کشاورزی، بنیانی مرصوص در اقتصاد مقاومتی
- ۸,۲. اقتصاد مقاومتی در بخش کشاورزی با کاهش هزینه ها و افزایش بهره وری
- ۸,۳. کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران و اقتصاد مقاومتی
- ۸,۴. بررسی نقش کشاورزی در اقتصاد مقاومتی

۹. تولید ملی و اقتصاد مقاومتی

- ۹,۱. تولید ملی، بازوی تقویتی اقتصاد مقاومتی ضرورت جدایی از نظام تک محصولی
- ۹,۲. از تولید ملی تا اقتصاد مقاومتی
- ۹,۳. حمایت از تولید ملی، گامی برای اقتصاد مقاومتی
- ۹,۴. اقتصاد مقاومتی، تولید داخل و حمایت از کار و سرمایه ایرانی
- ۹,۵. جایگاه و کارکرد اقتصاد مقاومتی در حمایت از کار و سرمایه ایرانی

۹,۶. حمایت از تولید ملی و اقتصاد مقاومتی

۹,۷. حمایت از تولید ملی، اقتصاد مقاومتی و جریان سرمایه گذاری خارجی در ایران

۹,۸. راهکارهای بهره مندی از فناوری اطلاعات در راستای اقتصاد مقاومتی با تاکید بر

حمایت از تولید ملی

۹,۹. فرهنگ سازی اقتصاد مقاومتی و حمایت از تولیدات داخلی

۱۰. اقتصاد مقاومتی و بازار سرمایه

۱۰,۱. اقتصاد مقاومتی و بازار سرمایه

۱۰,۲. اقتصاد مقاومتی و نقش نهادهای مالی در آن

۱۰,۳. شاخص های اقتصاد مقاومتی در بازار سرمایه

۱۱. بحران و تحریم و اقتصاد مقاومتی

۱۱,۱. عبور از بحران‌ها با پیاده سازی کامل اقتصاد مقاومتی در کشور

۱۱,۲. اقتصاد مقاومتی: راهکاری در برابر تحریم‌ها

۱۱,۳. آثار اقتصاد مقاومتی در برابر تحریم‌ها

۱۱,۴. روش‌های مقابله جدی و اثربخش با تحریم‌ها در اقتصاد مقاومتی از منظر حقوق

بین‌الملل

۱۱,۵. نقش اقتصاد مقاومتی بر تحریم

۱۲. اقتصاد مقاومتی و کارآفرینی

۱۲,۱. اقتصاد مقاومتی و کارآفرینی

۱۲,۲. کارآفرینی زیر بنای اقتصاد مقاومتی و توسعه اقتصادی

۱۲,۳. مروری جامع بر مدل‌های کارآفرینی و ارائه مدل مناسب برای موفقیت

دراقتصادمقاومتی

۱۳. بهره‌وری و اقتصاد مقاومتی

۱۳,۱. بررسی نقش اقتصاد دانش بنیان و بهره‌وری در اقتصاد مقاومتی

۱۳,۲. اقتصاد مقاومتی عامل اصلی در ارتقاء بهره‌وری

۱۳,۳. بررسی بهره‌وری و مولفه‌های اقتصاد مقاومتی از دیدگاه قرآن، عترت و مقام معظم

رهبری

۱۴. بانک و اقتصاد مقاومتی

۱۴,۱. توزیع عادلانه منابع بانکی در چارچوب اقتصاد مقاومتی

۱۴,۲. تثبیت نرخ ارز و تحقق اقتصاد مقاومتی

۱۴,۳. بررسی مقایسه‌ای تغییرات نرخ ارز رسمی و تعادلی در شرایط اقتصاد مقاومتی

۱۴,۴. «اوراق دوسویه ارزی»، رویه‌ای برای معاملات ارزی در یک اقتصاد مقاومتی

۱۴,۵. مدیریت پولی در اقتصاد مقاومتی

۱۴,۶. توزیع عادلانه منابع بانکی در چارچوب اقتصاد مقاومتی

۱۴,۷. نقش بانکها در تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی

۱۵. سایر

۱۵,۱. اقتصاد مقاومتی نتیجه سوء مدیریت اجرایی

۱۵,۲. اقتصاد مقاومتی و برنامه استراتژیک

- ۱۵,۳. «جهاد ارتباطی»، مولفه ای کلیدی در اقتصاد مقاومتی
- ۱۵,۴. اقتصاد مقاومتی ضامن رشد و شکوفایی کشور
- ۱۵,۵. تجارت خارجی و اقتصاد مقاومتی
- ۱۵,۶. تجارب دفاع مقدس و اقتصاد مقاومتی
- ۱۵,۷. اقتصاد مقاومتی با اقتصاد تعاونی
- ۱۵,۸. استقلال حاصل اقتصاد مقاومتی: الزامات یک قدرت اقتصادی
- ۱۵,۹. مسکن، اقتصاد مقاومتی، حماسه اقتصادی
- ۱۵,۱۰. راهکارهای توسعه صنایع بالادستی در اقتصاد مقاومتی
- ۱۵,۱۱. ایران خودرو، طلایه دار اقتصاد مقاومتی
- ۱۵,۱۲. اقتصاد مقاومتی در بیمارستان
- ۱۵,۱۳. بهره گیری از ظرفیت های گردشگری به مثابه ی راهبرد اقتصاد مقاومتی
- ۱۵,۱۴. سیاستهای اقتصاد مقاومتی امیر کبیر در بخش صنایع
- ۱۵,۱۵. مدل کسب و کاری باز: پیشنهادی برای بکارگیری در شرایط اقتصاد مقاومتی
- ۱۵,۱۶. نقش خصوصی سازی و آزاد سازی اقتصاد در اقتصاد مقاومتی

اصلاح الگوی مصرف:

۱. تبیین و تعریف اصلاح الگوی مصرف

- ۱,۱. تبیین الگوی مصرف در اسلام
- ۱,۲. مبانی مصرف جامعه اسلامی و راهکارهای اصلاح آن
- ۱,۳. اسلام و اصلاح الگوی مصرف

- ۱,۴. اصلاح الگوی مصرف از دیدگاه مقام معظم رهبری (مدظله العالی)
- ۱,۵. مبانی نظری اصلاح الگوی مصرف در قرآن و حدیث
- ۱,۶. اعتدال و میانه روی در آموزه های رضوی
- ۱,۷. تبیین : نگاهی تحلیلی به اصلاح الگوی مصرف
- ۱,۸. مفهوم یابی اصلاح الگوی مصرف در احکام فقهی با تاکید بر مفهوم اسراف و تبذیر
- ۱,۹. اصلاح الگوی مصرف: اصلاح رفتار
- ۱,۱۰. مصرف گرایی و اصلاح الگوی مصرف در سخنان رهبر معظم انقلاب اسلامی
- ۱,۱۱. نگاهی راهبردی به اصلاح الگوی مصرف
- ۱,۱۲. امام صادق (ع) و اصلاح الگوی مصرف
- ۱,۱۳. درآمدی بر اصلاح الگوی مصرف در زندگی یک مسلمان
- ۱,۱۴. اصلاح الگوی مصرف در آرمان شهر مهدوی
- ۱,۱۵. سبک زندگی قرآنی: راهکارهای برون رفت جامعه اسلامی از مصرف گرایی و اسراف
- ۱,۱۶. نگرشی بر کفران نعمت از منظر آیات و روایات
- ۱,۱۷. اصلاح الگوی مصرف در پرتو فرهنگ ساده زیستی (با تاکید بر آموزه های قرآنی)
۲. تحقق اصلاح الگوی مصرف
- ۲,۱. آغاز اصلاح الگوی مصرف از عوامل تولید

- ۲,۲. راهکارهای اصلاح الگوی مصرف در بخش ساخت و ساز
- ۲,۳. راهبردهای برنامه سازی برای اصلاح الگوی مصرف (با تکیه بر مبانی حقوقی و دینی)
- ۲,۴. از گنجایش تا اصلاح الگوی مصرف
- ۲,۵. رفع موانع تولید یعنی اصلاح الگوی مصرف
- ۲,۶. راهکارهای اصلاح الگوی مصرف در ادارات و سازمان ها
- ۲,۷. طرح ملی کاهش تلفات انرژی گامی در راستای تحقق اصلاح الگوی مصرف انرژی
- ۲,۸. چگونگی اصلاح الگوی مصرف در گروه های درآمدی مختلف خانوارهای تهرانی

۳. رسانه و اصلاح الگوی مصرف

- ۳,۱. بررسی نقش رسانه ملی در توسعه فرهنگ اصلاح الگوی مصرف در میان جوانان
- ۳,۲. اصلاح الگوی مصرف و کارکردهای رسانه ملی
- ۳,۳. تبلیغات و نقش آن در اصلاح الگوی مصرف
- ۳,۴. نقش رسانه های جمعی در اصلاح الگوی مصرف

۴. زنان و اصلاح الگوی مصرف

- ۴,۱. نقش زن ایرانی در اصلاح الگوی مصرف و ارائه راهکار
- ۴,۲. نقش اجتماعی مادران در اصلاح الگوی مصرف

۴,۳. خانواده و اصلاح الگوی مصرف

۵. اصلاح الگوی مصرف و بهره‌وری

۵,۱. نقش اصلاح الگوی مصرف بر بهره‌وری

۵,۲. اصلاح الگوی مصرف در پرتو بهره‌وری بهینه

۵,۳. اصلاح الگوی مصرف، عامل افزایش بهره‌وری

۶. سایر

۶,۱. جایگاه حقوق مصرف در اصلاح الگوی مصرف

۶,۲. تعامل دوسویه مدیریت منابع انسانی و اصلاح الگوی مصرف

۶,۳. نفت زندگی و مصرف‌گرایی

۶,۴. مدل‌های اصلاح الگوی مصرف در جهان

۶,۵. تولید در راستای اصلاح الگوی مصرف

۶,۶. باورها و فرهنگی و تاثیر آن در اصلاح الگوی مصرف

۶,۷. جهانی شدن مصرف‌گرایی و نقش آن در اصلاح الگوی مصرف

۶,۸. نقش فناوری اطلاعات در اصلاح الگوی مصرف (با تاکید بر ابزار ارتباطی)

۶,۹. باورها و تاثیر آن در اصلاح الگوی مصرف

۶,۱۰. آثار اصلاح الگوی مصرف بر اقتصاد ملی

پیوست سوم- تقسیم‌بندی موضوعی ماخذشناسی اصلاح الگوی مصرف در ایران

سیاست‌های کلی اصلاح الگوی مصرف که از سوی رهبری ابلاغ شده است را میتوان از نظر محتوایی در

سه محور و شش مفهوم خلاصه نمود:

جدول ۱-۳-پ- طبقه‌بندی سیاست‌های کلی اصلاح الگوی مصرف

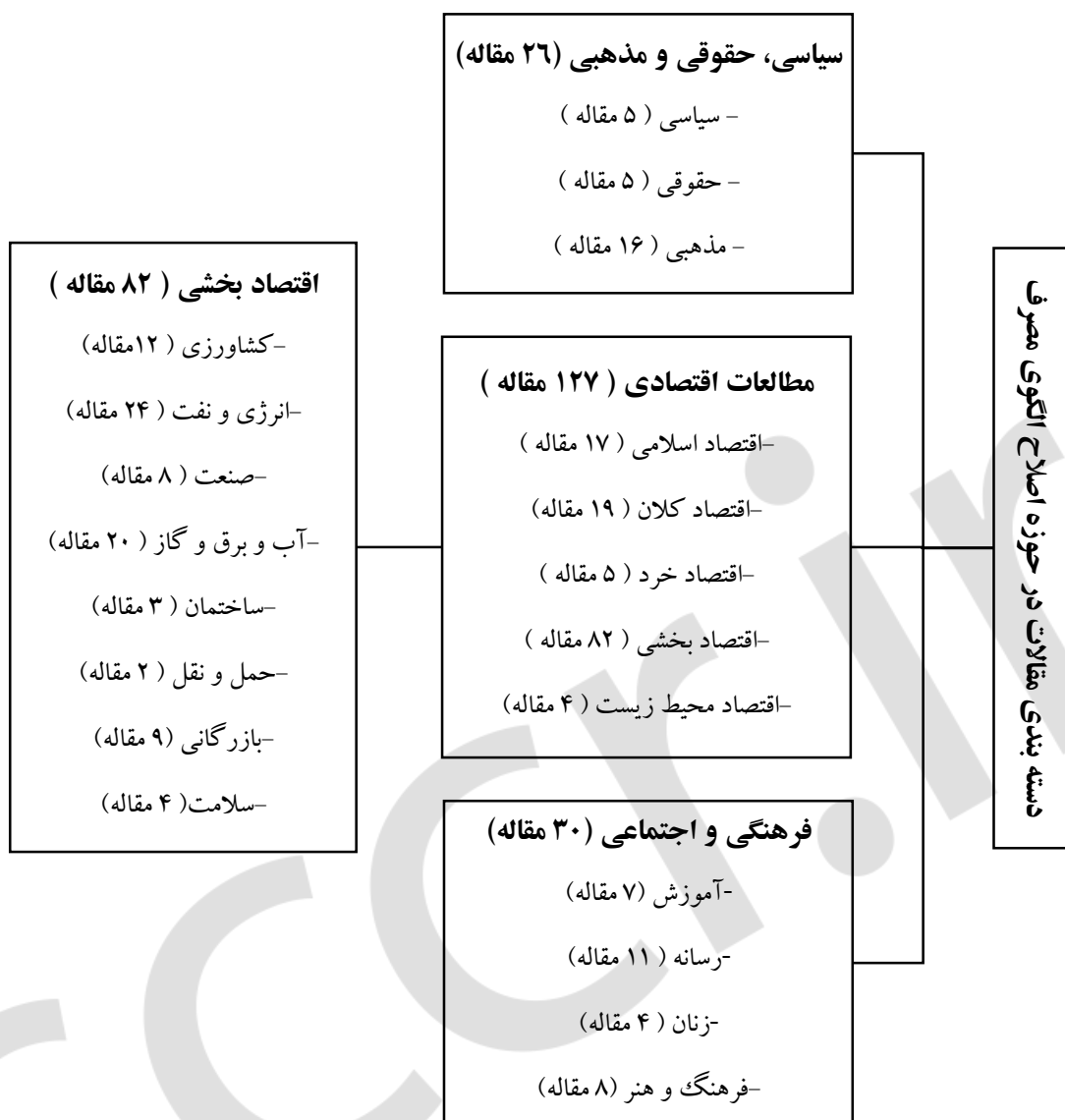


مجموعه‌ای از مقالات علمی- پژوهشی و گزارشات مطالعاتی در این زمینه از مراکز تحقیقاتی زیر

گردآوری شده است. مجموعاً ۱۸۳ مقاله بوده اند:

- مرکز اسناد و کتابخانه ملی
- دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی کشور
- معاونت برنامه ریزی و نظارت راهبردی ریاست جمهوری
- دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی
- پایگاه اطلاعاتی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی
- پایگاه اطلاعاتی مرکز پژوهش‌های صدا و سیما
- پایگاه اطلاعاتی مدارک و اسناد علمی

جدول ۲-۳-پ- طبقه بندی مقالات در حوزه اصلاح الگوی مصرف



پیوست چهارم - کتابشناسی حوزه اقتصاد مقاومتی

۱. آسیب‌شناسی بخش صنعت. معدن و پتروشیمی و ارائه راهکار در راستای سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی. ۱۳۹۳
۲. امیران. حیدر. آشنایی با مفاهیم و اصول اقتصاد مقاومتی. ۱۳۹۴
۳. ملک‌زاده. محمدشریف. ابعاد اقتصاد مقاومتی در صنعت نفت. ۱۳۹۴
۴. نیازی. شیردل. اثرات اقتصاد مقاومتی بر توسعه کسب و کار - تعاون. ۱۳۹۵
۵. ارائه راهبرد مناسب برای پیشبرد اقتصاد مقاومتی در صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران
۶. ارزیابی اثرات بورس کالا بر اقتصاد مقاومتی با تأکید بر شرکت‌های تولیدی (یک مدل ساختاریافته)
۷. از اقتصاد مقاومتی چه می‌دانم؟ آبنوسیان. کریست. ۱۳۹۳
۸. از جهاد اقتصادی تا اقتصاد مقاومتی. افشار. اسدالله. ۱۳۹۳
۹. استراتژی مدیریت راهبردی اقتصاد مقاومتی. صمدی. افشار. بابک. ۱۳۹۵
۱۰. محمدی. مقدم. حسین. اصلاح الگوی مصرف و اقتصاد مقاومتی. ۱۳۹۲
۱۱. افشار. اسدالله. اصول اقتصاد مقاومتی در اقتصاد ایران. ۱۳۹۵
۱۲. موسسه تحقیقاتی تدبیر اقتصاد. اقتصاد دانش بنیان پایه اقتصاد مقاومتی. ۱۳۹۴
۱۳. هادگران عرصه اقتصاد مقاوم. همایش اقتصاد مقاومتی و فرصت‌های سرمایه‌گذاری شهرستان شهریار (نخستین ۱۳۹۳)
۱۴. عبدالملکی. هادی. درآمدی بر راهبردهای اقدام و عمل در اقتصاد مقاومتی با تأکید بر راه کارهای ده‌گانه شعار سال ۱۳۹۵
۱۵. بیگامی. عادل. ۱۳۵۲- درس گفتارهای اقتصاد مقاومتی: تبیین نظریه اقتصاد مقاومتی مبتنی بر اندیشه‌های اقتصادی مقام معظم رهبری. تهران. دانشگاه امام صادق(ع). بسیج دانشجویی. ۱۳۹۳
۱۶. سند اجرایی پروژه‌های اقتصاد مقاومتی برنامه ارتقای توان تولید ملی امنیت غذایی و تولید محصولات راهبردی (ایلام) جلد شماره (۶) / گردآوری و تدوین عباس کشاورز ... [و دیگران]؛ تنظیم‌کننده موسسه پژوهش‌های برنامه‌ریزی. اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی.
۱۷. مشخصات نشر. تهران: موسسه پژوهش‌های برنامه‌ریزی. اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی. مدیریت خدمات پژوهشی. ۱۳۹۵

۱۸. سند اجرایی پروژه‌های اقتصاد مقاومتی برنامه ارتقای توان تولید ملی امنیت غذایی و تولید محصولات راهبردی (فارس) جلد شماره (۱۷)
۱۹. مبانی دینی اقتصاد مقاومتی. موسسه پژوهشهای برنامه‌ریزی. اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی. ۱۳۹۵
۲۰. نعیم آبادی. غلامعلی. مجموعه خلاصه مقالات سومین کنفرانس بین‌المللی "مدیریت و اقتصاد" بامحوریت اقتصاد مقاومتی ۲۰ آبان ماه ۱۳۹۵
۲۱. کنفرانس بین‌المللی مدیریت و اقتصاد بامحوریت اقتصاد مقاومتی (سومین ۱۳۹۵).
۲۲. مجموعه مقالات برگزیده فراخوان اقتصاد پنهان. انضباط اقتصادی (با رویکرد اقتصاد مقاومتی) فراخوان مقالات اقتصاد پنهان: انضباط اقتصادی با رویکرد اقتصاد مقاومتی (ششمین ۱۳۹۲)
۲۳. مجموعه مقالات همایش ملی اقتصاد مقاومتی؛ ابعاد و راهکارها همایش ملی اقتصاد مقاومتی؛ ابعاد و راهکارها ۱۳۹۲.
۲۴. نظام اقتصاد مقاومتی (ماهیت. مبانی. اهداف. ساختار. اصول راهبردی و مدل‌های اجرایی) یوسفی. احمدعلی ۱۳۹۵
۲۵. نقش سرمایه و کار ایرانی در تحقق اقتصاد مقاومتی همایش نقش سرمایه و کار ایرانی در تحقق اقتصاد مقاومتی (نخستین ۱۳۹۲)
۲۶. نگاهی به اقتصاد مقاومتی و ضرورت‌های آن امیران. حیدر ۱۳۹۴.
۲۷. واکاوی مفهوم اقتصاد مقاومتی در اندیشه صاحب‌نظران/ گردآورنده مریم قهرمانی صارم؛ [برای اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی شهرستان کرج]. [مشخصات نشر: تهران: پایتخت. ۱۳۹۵]
۲۸. همیاران اقتصاد مقاومتی نوروزی. روح‌الله ۱۳۹۵
۲۹. از جهاد اقتصادی تا اقتصاد مقاومتی / نویسنده محمدمهدی بهداروند؛ تهیه و تنظیم مؤسسه مطالعات فرهنگی مستشهدین وصال. مشخصات نشر: قم: صبح میثاق. ۱۳۹۱
۳۰. اقتصاد مقاومتی: مبانی و راهبردها نریمانی. میثم ۱۳۹۲.
۳۱. اقتصاد مقاومتی اقدام و عمل شهنامی. سیدصابر. ۱۳۹۵
۳۲. اقتصاد مقاومتی با رویکرد اشتغال‌زایی و مشاغل خانگی / مولفین: سید فرشاد ساداتی. امیر سیاحی. مشخصات نشر: گرگان؛ انتشارات نوروزی. ۱۳۹۵
۳۳. اقتصاد مقاومتی برگرفته از سخنان مقام معظم رهبری خانه انقلاب اسلامی و ولایت. ۱۳۹۱
۳۴. اقتصاد مقاومتی و استراتژی مقاومتی در صنعت شرکت فولاد مبارکه اصفهان. ۱۳۹۲

۳۵. اقتصاد مقاومتی و تولید ملی جوادی. زهره. ۹۶۳۱
۳۶. اقتصاد مقاومتی و کشاورزی (چالش‌ها و راهکارها). حق پرست هادی کیاشر. صدیقه ۱۳۹۵
۳۷. اقتصاد مقاومتی و مدیران جهادی (در جهت سامان جامعه ایرانی اسلامی). شایسته‌زاده. حمید ۱۳۹۵
۳۸. بررسی سازگاری نظام بانکداری بدون ربا با سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی در تئوری و عمل
امیدی. سیروس ۱۳۹۵.
۳۹. ش بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری در تحقق اقتصاد مقاومتی نقش خانواده در تحقق اقتصاد
مقاومتی عباسی. علیرضا. ۱۳۹۵.
۴۰. نقش خانواده در تحکیم اقتصاد مقاومتی خراسانی پاریزی. ابراهیم ۱۳۹۵
۴۱. نقش رسانه‌ها در گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی رضاپور. حسین ۱۳۹۴.
۴۲. نقش صنایع و معادن در اقتصاد مقاومتی مظاهری. امیر ۱۳۹۵
۴۳. نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در پیاده‌سازی اقتصاد مقاومتی احمدپناه. سیدمحسن ۱۳۹۴.
۴۴. نقش نیروهای مسلح در پیاده‌سازی اقتصاد مقاومتی احمدپناه. سیدمحسن ۱۳۹۵.
۴۵. نقش و جایگاه پالایشگاه امام خمینی (ره) سازند در اقتصاد مقاومتی
۴۶. نقشه راه اقتصاد مقاومتی در شهرداری تهران شهرداری تهران. معاونت برنامه‌ریزی. توسعه شهری و
امور شورا. ۱۳۹۵
۴۷. نقشه راه بزرگ لاسمی. محسن ۱۳۹۴.
۴۸. نقشه راه بزرگ لاسمی. محسن ۱۳۹۵.
۴۹. نقشه راه پیاده‌سازی سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی سیف. اله‌مراد ۱۳۹۳
۵۰. نقش هنرستان‌ها در تحقق سیاست‌های کلان اقتصاد مقاومتی (برشی از سند تحول بنیادین آموزش و
پرورش). دفاعی بویینی. حسین ۱۳۹۵
۵۱. نقشه‌ی راه اقتصاد مقاومتی در بیانات مقام معظم رهبری ۱۳۹۱.
۵۲. نقشه‌ی راه اقتصاد مقاومتی و راهبردهای اجرایی آن در شهرداری تهران شهرداری تهران. مرکز
مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران ۱۳۹۴.
۵۳. برکت مدار حیدری. محمدرضا ۱۳۹۵.
۵۴. مفهوم اقتصاد مقاومتی خامنه‌ای. سیدعلی ۱۳۹۵.
۵۵. مفهوم کارایی در حقوق عمومی اقتصادی و جایگاه آن در اقتصاد مقاومتی اقبال. شهاب ۱۳۹۶
۵۶. مقاومت اقتصادی در پرتو اقتصاد مقاومتی خلیلی. حسام ۱۳۹۱

۵۷. مقاومت اقتصادی و اصلاح الگوی مصرف با اقتصاد مقاومتی (پویه‌های جامعه‌شناسی اقتصادی در گذار توسعه (فولادیان. احمد ۱۳۹۵).
۵۸. مقاومت اقتصادی یا اقتصاد مقاومتی؟ شیخ‌زاده. علی ۱۳۹۶. مقاوم‌سازی اقتصاد با شاخص‌های فرهنگی اقتصاد مقاومتی از دیدگاه قرآن و عترت دولت. محمدعلی ۱۳۹۵.
۵۹. مقدمه‌ای بر نقش پدافند اقتصادی در اقتصاد مقاومتی سازمان پدافند غیرعامل کشور. قرارگاه پدافند اقتصادی ۱۳۹۴
۶۰. منشور اقتصاد مقاومتی در بیانات حضرت آیت الله العظمی خامنه‌ای (دام ظلّه الوارف)؛ خامنه‌ای. سیدعلی ۱۳۹۵
۶۱. مولفه‌ها و شاخص‌های اقتصاد مقاومتی علوی مقدم. سیدمجتبی ۱۳۹۵.
۶۲. مولفه‌های نرم در تلاقی فرهنگ و اقتصاد پیغامی. عادل ۱۳۹۵.
۶۳. نسخه شفابخش «سخنان مقام معظم رهبری پیرامون اقتصاد مقاومتی». ۱۳۹۵.
۶۴. نقش‌آفرینی تربیتی زنان در اقتصاد مقاومتی پیغامی. عادل ۱۳۹۵.
۶۵. موعه مقالات اقتصاد مقاومتی (مبانی و مولفه‌های اقتصاد مقاومتی) مقالات علمی - پژوهشی پژوهشگاه فرهنگ و معارف اسلامی ۱۳۹۵.
۶۶. مجموعه مقالات اقتصاد مقاومتی و مدیریت شهری امیری. میثم ۱۳۹۵.
۶۷. مجموعه مقالات اولین همایش سراسری مروری بر تاریخ اقتصاد مقاومتی در ایران «با تاکید بر رویدادها و آراء و نظرات رجال سیاسی در خصوص حمایت از اندیشه . تولید و کار ملی». همایش سراسری مروری بر تاریخ اقتصاد مقاومتی در ایران (نخستین ۱۳۹۲).
۶۸. مجموعه مقالات علمی. طرح‌ها و الگوهای موفق جهادی و آثار فرهنگی و هنری دهمین همایش ملی و اولین جشنواره فرهنگ و مدیریت جهادی همایش ملی فرهنگ و مدیریت جهادی (دهمین ۱۳۹۵).
۶۹. مجموعه مقالات کنگره ملی اقتصاد مقاومتی کنگره ملی اقتصاد مقاومتی ۱۳۹۵
۷۰. مجموعه مقالات همایش اقتصاد مقاومتی از دیدگاه قرآن و حدیث همایش اقتصاد مقاومتی از دیدگاه قرآن و حدیث (نخستین ۱۳۹۵).
۷۱. مجموعه مقالات همایش ملی اقتصاد مقاومتی پیوند فرهنگ. سیاست و اقتصاد همایش ملی اقتصاد مقاومتی: پیوند فرهنگ. سیاست و اقتصاد (نخستین ۱۳۹۵).

۷۲. مجموعه مقالات همایش ملی نقش سبک زندگی در اقتصاد مقاومتی همایش ملی نقش سبک زندگی در اقتصاد مقاومتی ۱۳۹۳.
۷۳. مدرسان اقتصاد مقاومتی پیغامی. عادل ۱۳۹۴.
۷۴. مدل اقتصادی مقاومتی جهادی. مازیار ۱۳۹۴.
۷۵. مدیریت استراتژیک با رویکرد اقتصاد مقاومتی ملکی. علیرضا ۱۳۹۵
۷۶. مدیریت اقتصاد مقاومتی (چالش‌ها و راه‌حل‌ها) (امین. عباس ۱۳۹۶
۷۷. مدیریت مصرف اصل هشتم در تحقق اقتصاد مقاومتی بابائی. حسن ۱۳۹۵
۷۸. مدیریت مصرف انرژی برق در مراکز سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور در راستای سیاست‌های اقتصاد مقاومتی ثنائی. سلمان ۱۳۹۴.
۷۹. مروری بر اقتصاد مقاومتی. جعفری سیریزی. محمد ۱۳۹۶
۸۰. مبانی. الزامات و نقشه راه اقتصاد مقاومتی شعبانی. احمد ۱۳۹۳.
۸۱. مبانی اجتماعی اقتصاد مقاومتی کارکنان نصرآبادی. محمد ۱۳۹۵.
۸۲. مبانی اقتصاد مقاومتی فرهادی. فرهاد ۱۳۹۵.
۸۳. مبانی اقتصاد مقاومتی کلهر. رضا ۱۳۹۵.
۸۴. مبانی اقتصاد مقاومتی مزین به فرمایشات مقام معظم رهبری. ایران. وزارت امور اقتصادی و دارایی. اداره کل امور اقتصادی و دارایی استان یزد ۱۳۹۳.
۸۵. مبانی دینی اقتصاد مقاومتی. نعیم آبادی. غلامعلی ۱۳۹۳.
۸۶. مبانی راهبردی اقتصاد مقاومتی کشور. شوطی. توحید ۱۳۹۴.
۸۷. مبانی سازمان. مدیریت دانش‌بنیان و اقتصاد مقاومتی ۱۳۹۴.
۸۸. مبانی مدل اقتصاد مقاومتی. سلطانی. مصطفی ۱۳۹۴.
۸۹. مبانی و الزامات اقتصاد مقاومتی در آموزه‌های دین. قبادی قوردلار. مه‌ری ۱۳۹۶.
۹۰. مبانی و مدل‌های مشارکت‌های مردمی در اقتصاد مقاومتی. یوسفی. احمدعلی ۱۳۹۵.
۹۱. مجموعه اهداف. سیاست‌ها و برنامه‌های اقتصاد مقاومتی مصوبات شورای اقتصاد ایران. ریاست جمهوری. معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی. امور کمیسیون‌ها. دبیرخانه‌ها و شوراهای اقتصادی ۱۳۹۳.
۹۲. مجموعه بیانات مقام معظم رهبری در موضوع: اقتصاد مقاومتی. اقدام و عمل خامنه‌ای. سیدعلی. رهبر جمهوری اسلامی ایران ۱۳۹۵.

۹۳. مجموعه گزیده مقالات بیستمین همایش ملی توسعه صادرات غیرنفتی کشور (تبریز- آبان ۱۳۹۳) با محوریت عملیاتی کردن اقتصاد مقاومتی در سال اقتصاد و فرهنگ... همایش ملی توسعه صادرات غیرنفتی کشور (بیستمین ۱۳۹۳).
۹۴. مجموعه مقالات اقتصاد مقاومتی. آقانظری. حسن ۱۳۹۵.
۹۵. نشر عملکرد شهرداری شیراز در تحقق اقتصاد مقاومتی (گزارش تحلیلی (شهرداری شیراز. ۱۳۹۴).
۹۶. فرصت‌ها و چالش‌های فرهنگی - اجتماعی اقتصاد مقاومتی در ایران بیچرانلو. عبدالله ۱۳۹۵.
۹۷. فرهنگ کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی. پیری توسنلو. مسعود ۱۳۹۵.
۹۸. فلسفه فقهی اقتصاد بازدارنده و مقاومتی. حاجی. جعفرعباس ۱۳۹۶.
۹۹. فلش کارت اقتصاد مقاومتی. موسسه قرآنی فلق نور اصفهان ۱۳۹۵.
۱۰۰. سایر منابع چاپی کاهش تلفات برق. گامی در جهت تحقق بخشی از اهداف ۱. سیاست‌های کلی اصلاح الگوی مصرف و قانون مربوطه ۲. قانون هدفمند کردن یارانه‌ها ۳. سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی ۱۳۹۳
۱۰۱. کتاب اولین همایش ملی اقتصاد مقاومتی. همایش اقتصاد مقاومتی (نخستین ۱۳۹۱).
۱۰۲. کتاب گزارش نخستین همایش ملی اقتصاد آموزش و پرورش با رویکرد اقتصاد مقاومتی. همایش ملی اقتصاد آموزش و پرورش با رویکرد اقتصاد مقاومتی (نخستین ۱۳۹۵).
۱۰۳. کشاورزی و تحقق اقتصاد مقاومتی. غفاری. ابوالفضل ۱۳۹۶.
۱۰۴. گذار به اقتصاد مقاومتی. فرتوک‌زاده. حمیدرضا ۱۳۹۳.
۱۰۵. گزارش سفر دو روزه وزیر کشور دکتر رحمانی فضلی به کرمان. رزم‌حسینی. علیرضا
۱۰۶. گزیده‌ای از بیانات مقام معظم رهبری در خصوص اقتصاد مقاومتی خامنه‌ای. سیدعلی. رهبر جمهوری اسلامی ایران ۱۳۹۵.
۱۰۷. گزیده بیانات مقام معظم رهبری در مورد اقتصاد مقاومتی خامنه‌ای. سیدعلی. رهبر جمهوری اسلامی ایران ۱۳۹۵.
۱۰۸. گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی انگورج تقوی. بهزاد ۱۳۹۵.
۱۰۹. گل‌واژه‌های اقتصاد مقاومتی در قرآن اسدی. یوسف ۱۳۹۳.
۱۱۰. سند راهبردی و عملیاتی اقتصاد مقاومتی در بخش کشاورزی و منابع طبیعی موسسه پژوهشهای برنامه‌ریزی. اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی ۱۳۹۳.
۱۱۱. سه گفتار در باب اقتصاد مقاومتی نوده فراهانی. اسماعیل ۱۳۹۵.

۱۱۲. سیره اقتصادی پیامبر اعظم (ص) با تکیه بر اقتصاد مقاومتی. خراسانی پاریزی. ابراهیم ۱۳۹۵.
۱۱۳. شاخص سازی اقتصاد مقاومتی در صنعت بانکداری. معافی. سیده فاطمه ۱۳۹۵.
۱۱۴. شاخص سازی متغیرهای اقتصادی با مبانی اقتصاد مقاومتی در ایران. شکست ناپذیری سازمانی. ملکی. محمد حسن ۱۳۹۵.
۱۱۵. شناخت میزان هم راستایی نظام بودجه ریزی دستگاه‌های اجرایی و راهبردهای اقتصاد مقاومتی در استان مرکزی
۱۱۶. شیوه نامه دایره المعارف اقتصاد مقاومتی. معظمی گودرزی. اسدالله ۱۳۹۵.
۱۱۷. شیوه‌های نوین در آمدزایی برای سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران با رویکرد اقتصاد مقاومتی. شیوه‌های نهادینه سازی اقتصاد مقاومتی در مدارس. ۱۳۹۵.
۱۱۸. صنعت پوشاک و اقتصاد مقاومتی. اعتمادی. بیژن ۱۳۹۳.
۱۱۹. ضرورت آموزش قرآن به دانش آموزان (در سال اقتصاد مقاومتی). اقدام و عمل (اوجاقی سارجلو. یوسف ۱۳۹۵).
۱۲۰. طرح جامع اقتصاد مقاومتی شهرداری شیراز طالب نژاد. احمد ۱۳۹۵.
۱۲۱. عایق کاری و بهینه سازی مصرف انرژی در ساختمان با رویکردی بر بهره‌وری انرژی. اقتصاد مقاومتی و مبحث ۱۹ مقررات ملی ساختمان چراغچی باشی آستانه. محمدرضا ۱۳۹۴.
۱۲۲. سند اجرایی پروژه‌های اقتصاد مقاومتی برنامه ارتقای توان تولید ملی امنیت غذایی و تولید محصولات راهبردی (آذربایجان غربی) جلد شماره (۲) (موسسه پژوهشهای برنامه ریزی. اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی ۱۳۹۵).
۱۲۳. سند اجرایی پروژه‌های اقتصاد مقاومتی برنامه ارتقای توان تولید ملی امنیت غذایی و تولید محصولات راهبردی (تهران) جلد شماره (۸) (موسسه پژوهشهای برنامه ریزی. اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی ۱۳۹۵).
۱۲۴. سند اجرایی پروژه‌های اقتصاد مقاومتی برنامه ارتقای توان تولید ملی امنیت غذایی و تولید محصولات راهبردی (جنوب استان کرمان) (منطقه جیرفت و کهنوج) جلد شماره (۳۲) (موسسه پژوهشهای برنامه ریزی. اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی ۱۳۹۵).
۱۲۵. سند اجرایی پروژه‌های اقتصاد مقاومتی برنامه ارتقای توان تولید ملی امنیت غذایی و تولید محصولات راهبردی (چهارمحال و بختیاری) جلد شماره (۹) (موسسه پژوهشهای برنامه ریزی. اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی ۱۳۹۵).

۱۲۶. سند اجرایی پروژه‌های اقتصاد مقاومتی برنامه ارتقای توان تولید ملی امنیت غذایی و تولید محصولات راهبردی (خراسان شمالی) جلد شماره (۱۱) (موسسه پژوهش‌های برنامه‌ریزی. اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی ۱۳۹۵).
۱۲۷. سند اجرایی پروژه‌های اقتصاد مقاومتی برنامه ارتقای توان تولید ملی امنیت غذایی و تولید محصولات راهبردی (آذربایجان شرقی) جلد شماره (۱) (موسسه پژوهش‌های برنامه‌ریزی. اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی ۱۳۹۵).
۱۲۸. سند اجرایی پروژه‌های اقتصاد مقاومتی برنامه ارتقای توان تولید ملی امنیت غذایی و تولید محصولات راهبردی (اردبیل) جلد شماره ۳ موسسه پژوهش‌های برنامه‌ریزی. اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی ۱۳۹۵.
۱۲۹. سند اجرایی پروژه‌های اقتصاد مقاومتی برنامه ارتقای توان تولید ملی امنیت غذایی و تولید محصولات راهبردی (اصفهان) جلد شماره (۴) (موسسه پژوهش‌های برنامه‌ریزی. اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی ۱۳۹۵).
۱۳۰. سند اجرایی پروژه‌های اقتصاد مقاومتی برنامه ارتقای توان تولید ملی امنیت غذایی و تولید محصولات راهبردی (سمنان) جلد شماره (۱۵) (موسسه پژوهش‌های برنامه‌ریزی. اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی ۱۳۹۵).
۱۳۱. سند اجرایی پروژه‌های اقتصاد مقاومتی برنامه ارتقای توان تولید ملی امنیت غذایی و تولید محصولات راهبردی (سیستان و بلوچستان) جلد شماره (۱۶) (موسسه پژوهش‌های برنامه‌ریزی. اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی ۱۳۹۵).
۱۳۲. سند اجرایی پروژه‌های اقتصاد مقاومتی برنامه ارتقای توان تولید ملی امنیت غذایی و تولید محصولات راهبردی (قم) جلد شماره (۱۹) (موسسه پژوهش‌های برنامه‌ریزی. اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی ۱۳۹۵).
۱۳۳. سند اجرایی پروژه‌های اقتصاد مقاومتی برنامه ارتقای توان تولید ملی امنیت غذایی و تولید محصولات راهبردی. (البرز) جلد شماره (۵) (موسسه پژوهش‌های برنامه‌ریزی. اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی ۱۳۹۵).
۱۳۴. سند اقتصاد مقاومتی استان خراسان رضوی ساده شرق. مهین ۱۳۹۳.

۱۳۵. سند پروژه‌های اقتصاد مقاومتی برنامه ارتقای توان تولید ملی امنیت غذایی و تولید محصولات راهبردی (کرمانشاه) جلد شماره (۲۲) (موسسه پژوهش‌های برنامه‌ریزی. اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی ۱۳۹۵).
۱۳۶. سند راهبردی برنامه‌ریزی نیروی انسانی دستگاه‌های اجرایی مشمول اعتبارات بودجه هزینه‌ای استانی مبتنی بر اقتصاد مقاومتی سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان سمنان ۱۳۹۵.
۱۳۷. راهبردهای مدیریت بحران و اقتصاد مقاومتی. رشید ارده. حبیب‌الله ۱۳۹۳
۱۳۸. راهکارهای اقتصاد مقاومتی برای اقتصاد ایران تربیتی قره‌باغ. حبیب ۱۳۹۵.
۱۳۹. راهکارهای عملی استفاده از اقتصاد مقاومتی: کتابی برای هر خانواده ایرانی میرزائی. علیرضا ۱۳۹۵.
۱۴۰. روش‌های اقتصاد مقاومتی از نظر تا عمل رستمی‌نیا. محمد اسمعیل ۱۳۹۵.
۱۴۱. رویکرد اقتصاد مقاومتی در شرکت پنها احمدآبادی. محمد ۱۳۹۳.
۱۴۲. رویکردها و دستاوردهای اقتصادی مقاومتی در استان سمنان سازمان برنامه و بودجه استان سمنان. ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی. دبیرخانه ۱۳۹۶.
۱۴۳. رهنمودهای اقتصادی: (فرمایشات مقام معظم رهبری در باب اقتصاد مقاومتی) ۱۳۹۵.
۱۴۴. زکات در غیر موارد نه گانه عندالفریقین و تاثیر آن بر اقتصاد مقاومتی اعزازی. رضا ۱۳۹۵.
۱۴۵. زنان و اقتصاد خانواده با رویکرد اقتصاد مقاومتی مجدم. صادق ۱۳۹۵.
۱۴۶. زندگی برتر: اصول اقتصاد مقاومتی با الهام از زندگی حضرت زهرا (س). نیلی‌پور. مهدی ۱۳۹۵.
۱۴۷. زوایای پنهان اقتصاد مقاومتی ثابتی. محسن ۱۳۹۵.
۱۴۸. سبک اقتصادی و فرهنگی زندگی قدیری ابیانه. محمدحسن ۱۳۹۳.
۱۴۹. سلسه مباحث بهره‌وری و مدیریت سپهوند. جهان ۱۳۹۵.
۱۵۰. سند اجرایی پروژه‌های اقتصاد مقاومتی برنامه ارتقای توان تولید ملی امنیت غذایی و تولید محصولات راهبردی (گلستان) جلد شماره (۲۴) (موسسه پژوهش‌های برنامه‌ریزی. اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی ۱۳۹۵)
۱۵۱. سند اجرایی پروژه‌های اقتصاد مقاومتی برنامه ارتقای توان تولید ملی امنیت غذایی و تولید محصولات راهبردی (گیلان) جلد شماره (۲۵) (موسسه پژوهش‌های برنامه‌ریزی. اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی ۱۳۹۵)
۱۵۲. خاکریز اقتصادی توکلی. محمدجواد ۱۳۹۵.

۱۵۳. داستان‌های کوتاه درباره‌ی کار و کارآفرینی - اقتصاد مقاومتی؛ اقدام و عمل خلیلی عباس آبادی. هادی ۱۳۹۵.
۱۵۴. درآمدی بر احیای اقتصاد ملی و جهانی شدن اقتصاد ملی با نگرش اقتصاد مقاومتی احمدی‌بافنده. محمد ۱۳۹۶.
۱۵۵. درآمدی بر مدرسه اقتصاد مقاومتی عباسی شکوهی. حمید ۱۳۹۶.
۱۵۶. سایر منابع چاپی درباره سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی ۱. مروری بر ادبیات جهانی درباره تاب‌آوری ملی ۱۳۹۳ .
۱۵۷. سایر منابع چاپی درباره سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی ۲. ثبات قوانین ۱۳۹۳ .
۱۵۸. درس گفتارهای اقتصاد مقامتی پیغامی. عادل ۱۳۹۵.
۱۵۹. دریچه‌ای به افق نوری طاهری. حسین ۱۳۹۵.
۱۶۰. دفاع اقتصادی از منظر حضرت امام خمینی(ره) و مقام معظم رهبری سازمان پدافند غیرعامل کشور. قرارگاه پدافند اقتصادی ۱۳۹۴
۱۶۱. دیپلماسی اقتصاد مقاومتی باقری. فردین ۱۳۹۵.
۱۶۲. رابطه بین چابکی سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی با عملکرد کارکنان در راستای تحقق اقتصاد مقاومتی در سازمان آموزش و پرورش شهر اصفهان
۱۶۳. راهبرد تولید دانش بنیان ایران. ریاست جمهوری. مرکز روابط عمومی و اطلاع‌رسانی ۱۳۹۱
۱۶۴. راهبرد تولید دانش بنیان ایران. ریاست جمهوری. معاونت علمی و فناوری. انتشارات دانش بنیان فناور ۱۳۹۴ .
۱۶۵. راهبردهای افق روشن (با رویکردی بر اقتصاد مقاومتی) جامی. علیرضا ۱۳۹۱.
۱۶۶. راهبردهای بهره‌وری و اقتصاد ملی دانشگاه عالی دفاع ملی. گروه مطالعاتی ۱۳۹۳.
۱۶۷. جایگاه شهرداریها در قانون بودجه سال ۱۳۹۳ کل کشور و اقتصاد مقاومتی در کلام مقام معظم رهبری ۱۳۹۳.
۱۶۸. جستارهایی در اقتصاد مقاومتی پیغامی. عادل ۱۳۹۵.
۱۶۹. جستارهایی در اقتصاد مقاومتی: اقتصاد مقاومتی از منظر سیره نبوی(صلی الله علیه و اله و سلم). دانشگاه امام صادق(ع) ۱۳۹۵.
۱۷۰. جستارهایی در اقتصاد مقاومتی: مقاوم‌سازی اقتصادی در ادبیات متعارف؛ مبادی علمی و نظری پیغامی. عادل ۱۳۹۴ .

۱۷۱. جستاری درباره‌ی اقتصاد مقاومتی خلیلی عباس آبادی. هادی ۱۳۹۵.
۱۷۲. چکیده مقالات اولین همایش منطقه‌ای پژوهش تقاضا محور و تجاری‌سازی فناوری زیربنای اقتصاد مقاومتی / مدیریت آموزش و پرورش ناحیه ۲ شهری همایش منطقه‌ای پژوهش تقاضا محور و تجاری‌سازی فناوری. زیربنای اقتصاد مقاومتی. (نخستین ۱۳۹۵)
۱۷۳. چکیده مقالات همایش ملی نقش سبک زندگی در اقتصاد مقاومتی همایش ملی نقش سبک زندگی در اقتصاد مقاومتی ۱۳۹۳
۱۷۴. چهل حدیث عوامل و عناصر موثر در اقتصاد مقاومتی از منظر برخی روایات اسلامی شامحمدی. محمد ۱۳۹۳
۱۷۵. حرکت حیدری. محمدرضا ۱۳۹۵
۱۷۶. حریم‌های علیه ایران و راه مقابله با آن با رویکرد اقتصاد مقاومتی محمدی. اعظم. ۱۳۶۳
۱۷۷. سایر منابع چاپی تحلیل راهکارهای اجرایی شدن سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی در صنعت پتروشیمی ۱۱۳۹۳
۱۷۸. تحلیل فقهی و حقوقی اقتصاد مقاومتی تحلیلی بر اقتصاد مقاومتی و شاخصه‌های سنجش تحقق آن امیران. حیدر ۱۳۹۴
۱۷۹. تحلیلی بر اقتصاد مقاومتی و شاخصه‌های سنجش تحقق آن کربلایی ابراهیمی. احمد. ۱۳۶۰. ۱۳۹۵.
۱۸۰. تدوین شاخصهای مدیریتی اقتصاد مقاومتی و ارزیابی میزان دستیابی به آن در سازمان اتوبوسرانی شهرداری مشهد
۱۸۱. تدوین شاخص‌های مدیریتی اقتصاد مقاومتی و ارزیابی میزان دستیابی به آن در سازمان مدیریت و نظارت بر تاکسیرانی شهرداری مشهد
۱۸۲. تطبیق احکام پیشنهادی برنامه ششم توسعه با سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی. سیاست‌های کلی برنامه ششم توسعه اقتصادی. اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۹۹ - ۱۳۹۵) (سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور ۱۳۹۴).
۱۸۳. تلفیق علم و صنعت در جهت تحقق حماسه اقتصادی افشار. بابک ۱۳۹۳.
۱۸۴. توجه به اشتغال نیروی کار تحصیلکرده؛ ضرورت تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی سجادی. معصومه سادات. ۱۳۶۶. ۱۳۹۴
۱۸۵. توصیه‌های اقتصادی معصومین علیه‌السلام رحمتی شهرضا. محمد ۱۳۹۵.
۱۸۶. تهدیدات اقتصادی و اقتصاد مقاومتی هاشمی فشارکی. سیدجواد ۱۳۹۳.

۱۸۷. تهیه و تدوین استراتژی به روش SWOT برای بانک انصار مبتنی بر رویکرد اقتصاد مقاومتی مورد

مطالعه: شعب بانک انصار استان ایلام. جایگاه امنیت غذا و تغذیه در اقتصاد مقاومتی ۱۳۹۶

۱۸۸. جایگاه سرمایه انسانی در اقتصاد مقاومتی موسسه تحقیقاتی تدبیر اقتصاد ۱۳۹۵.

۱۸۹. هبود فضای کسب و کار سجادی. معصومه سادات ۱۳۹۴

۱۹۰. بهره‌وری و اقتصاد مقاومتی در دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی کرمانشاه کریم.

حسینی ۱۳۹۵

۱۹۱. پایش اقتصاد مقاومتی پیغامی. عادل ۱۳۹۵.

۱۹۲. پروژه‌های اجرایی اقتصاد مقاومتی موسسه پژوهش‌های برنامه‌ریزی. اقتصاد کشاورزی و توسعه

روستایی ۱۳۹۵

۱۹۳. سایر منابع چاپی پرونده موضوعی ۱۳۹۱.

۱۹۴. سایر منابع چاپی پرونده موضوعی ۱۳۹۲.

۱۹۵. سایر منابع چاپی پرونده موضوعی ۱۳۹۲.

۱۹۶. پژوهش‌های اقتصاد مقاومتی ۱۳۹۵

۱۹۷. پیاده‌سازی اقتصاد مقاومتی در دانشگاه علوم پزشکی کردستان ۱۳۹۶.

۱۹۸. تاب آوری. رویکرد مدیریت مخاطرات آقامحمدی. علی. ۱۳۹۳.

۱۹۹. تاثیر توافق برجام بر روابط اقتصادی ایران و اتحادیه اروپا معصومی. مجید ۱۳۹۵.

۲۰۰. تاثیر روانی برنامه‌های ماهواره‌ای بر اقتصاد مقاومتی نعمت‌الهی. خلیل ۱۳۹۵.

۲۰۱. تبیین تجربی دانش‌بنیانی اقتصاد در شرایط اقتصاد مقاومتی پویا حیرانی. مهرداد ۱۳۹۴.

۲۰۲. تبیین گفتمان اقتصاد مقاومتی مظفری. علی ۱۳۹۵.

۲۰۳. تحریم کالاهای اسرائیلی مقاومتی مدنی است - مصاحبه با دکتر زهرا مصطفوی دبیر کل اتحادیه

بین‌المللی سازمانهای غیردولتی مدافع فلسطین

پیوست پنجم - فهرست مقالات حوزه اقتصاد مقاومتی

۱. تراب زاده. جهرمی. محمدصادق. سجادیه. سیدعلیرضا. سمیعی نسب مصطفی. بررسی ابعاد و مولفه

های اقتصاد مقاومتی جمهوری اسلامی ایران در اندیشه حضرت آیت اله خامنه‌ای.

مطالعات انقلاب اسلامی: بهار ۱۳۹۲. دوره ۱۰. شماره ۳۲. از صفحه ۳۱ تا صفحه ۴۶.

۲. میرمعزی. سید حسن. اقتصاد مقاومتی و ملزومات آن (با تاکید بر دیدگاه مقام معظم

رهبری). اقتصاد اسلامی. دوره ۱۲. شماره ۴۷. زمستان ۱۳۹۱. صفحه ۴۹-۷۶

۳. اله مراد. سیف. **الگوی پیشنهادی اقتصاد مقاومتی جمهوری اسلامی ایران**. آفاق امنیت. شماره ۱۶ علمی پژوهشی. پاییز ۱۳۹۱. صفحه ۵-۲۲
۴. قاسمی. فریده. **انگیزش مصرف پایدار**. انتشارات دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی. شهریور ۱۳۹۲
۵. اصغری. محمود. **تربیت دینی و تاثیر آن بر اقتصاد مقاومتی**. پژوهش‌های اجتماعی اسلامی. شماره ۹۹ علمی- ترویجی (حوزه علمیه). زمستان ۱۳۹۲. صفحه ۱۳۷-۱۶۰
۶. میرباقری. سیدمحسن. **بیداری اسلامی. اقتصاد مقاومتی و دبیران قرآن**. رشد آموزش قرآن. شماره ۳۸. پاییز ۱۳۹۱. صفحه ۲ و ۳
۷. صالحی. لیلا و بهزاد. رقیه. **اقتصاد مقاومتی و خانواده**. مدرسه علمیه ثامن الحجج پارس آباد. پاییز ۱۳۹۱
۸. یوسفی. راحله و صفارزاده. غلامرضا. **نقش بانوان در حماسه اقتصادی و اثرگذاری آن بر خانواده و جامعه اسلامی**. اولین کنفرانس بین المللی نقش مدیریت انقلاب اسلامی در هندسه قدرت نظام جهانی (مدیریت. سیاست. اقتصاد. فرهنگ. امنیت. حسابداری). ۱۳۹۴
۹. دانشمند. مسعود و دیگران. **عبور از بحران‌ها با پیاده سازی کامل اقتصاد مقاومتی در کشور**. نامه اتاق بازرگانی. شماره ۵۳۵. آبان ماه ۱۳۹۱. صفحه ۱۳-۱۹
۱۰. قاضی طباطبایی. سعید. **اقتصاد سوسیالیستی. اقتصاد کاپیتالیستی و اقتصاد مقاومتی**. ماهنامه علمی- آموزشی تخصصی مدیریت تدبیر. جلد ۲۳ شماره ۲۴۴. فروردین ۱۳۹۱. صفحات ۱۰-۱۱
۱۱. **گزارش سمینار بررسی نقش ارتباطات. رسانه و روابط عمومی در اقتصاد مقاومتی**. کتاب ماه علوم اجتماعی. شماره ۶۱. فروردین ۱۳۹۱. صفحه ۹۱
۱۲. برخوردار. محمدحسین. **تجارت خارجی و اقتصاد مقاومتی**. نامه اتاق بازرگانی. شماره ۵۳۵. آبان ماه ۱۳۹۱. صفحه ۱۲
۱۳. **مجموعه مقالات همایش ملی "اقتصاد مقاومتی. ابعاد و راهکارها**. دانشگاه بین المللی امام خمینی (ره)
۱۴. تاجیک. ستایش. **عید نوروز و نقش زنان در اقتصاد مقاومتی**. شبکه اطلاع رسانی روابط عمومی ایران (شارا). اسفند ۱۳۹۲

۱۵. عبداللهی. محسن و موسویان. سید عباس. **تبیین آسیب‌های اجرای عقود بانکی در کشور. رهیافتی برای تحقق اقتصاد مقاومتی.** نشریه علمی - پژوهشی بهبود مدیریت. سال هفتم. شماره ۲. پیاپی ۲۰. تابستان ۱۳۹۲. صفحه ۱۱۵-۱۴۲
۱۶. آملی لاریجانی. صادق. **استفاده از تمام ظرفیت‌ها برای تحقق سیاست‌های اقتصاد مقاومتی.** قوه قضائیه جمهوری اسلامی ایران ستاد حقوق بشر. اسفند ۱۳۹۲
۱۷. آل اسحاق. یحیی و کرباسیان. مهدی و سبحانی. حسین و مصباحی مقدم. غلامرضا و نیلی. مسعود و عربیون. ابوالقاسم و میرمعینی. حمید و قربان. نرسی و حسینی. سید حمید و تالاری. سیروس و مومنی. فرشاد و برخوردار. محمدحسین و غنی نژاد. موسی و نهاوندیانف محمد و سلطانی. پدرام و رنانی. محسن و جهانگیری. اسحاق و لیلاز. سعید. **چگونه اقتصادمان را مقاومتی کنیم.** نشریه آینده پژوهانه آینده‌نگر. شماره ۱۴. مرداد و شهریور ۱۳۹۱
۱۸. توانگر. گالیا. **الگوی فاطمی (س) چراغ راه زن ایرانی.** کیهان. اردیبهشت ۱۳۹۳. صفحه ۵
۱۹. حسین زاده بحرینی. محمدحسین. **اقتصاد مقاومتی. راهکاری برای توسعه.** علوم و قرآن: مشکوه. شماره ۱۱۸. بهار ۱۳۹۲. صفحه ۱۵۹-۱۳۸
۲۰. نهاوندی. محمد. **سخن ماه - اقتصاد مقاومتی.** اقتصاد. نشریه نامه اتاق بازرگانی. شماره ۵۳۵. آبان ماه ۱۳۹۱. صفحه ۳ و ۴
۲۱. حیدری کیا. مریم و رضائی فر. شاهرخ و انصاری. اکرم و مشایخی. فرشته. **بررسی رابطه اقتصاد مقاومتی. گرایش کارآفرینانه و مدیریت دانش.** کنفرانس بین المللی نخبگان مدیریت. ۱۳۹۵
۲۲. سید لشکری. سید خشایار و کاویانی. زهرا. **اقتصاد مقاومتی ۲. ویژگی‌های آن. فرصت‌ها و تهدیدها.** مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی: دفتر مطالعات اقتصادی. بهمن ۱۳۹۱
۲۳. **اقتصاد مقاومتی و مولفه‌های آن.** مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی: دفتر مطالعات اقتصادی. ۱۳۹۱
۲۴. طهماسبی بلداجی. اصغر و طهماسبی بلداجین. آذر. **جهاد اقتصادی و اقتصاد مقاومتی از منظر قرآن و اهل بیت.** فصلنامه قرآنی کوثر. شماره ۴۷. نیمه دوم تابستان و نیمه اول پاییز ۱۳۹۲. صفحه ۱۴۱-۱۵۸
۲۵. سرخه دهی. فاطمه. **اقتصاد مقاومتی و راهبرد مناسب حمایت از تولید ملی.**

۲۶. ملکی. منصور. مفهوم و جایگاه اقتصاد مقاومتی در تعارض با سلطه اهریمنی: شالوده راهبردها. مجله زمانه. شماره ۲۸ و ۲۸. مهر و آبان ۱۳۹۱. صفحه ۱۱۱-۱۱۳
۲۷. صاحبکار. محمد. وقتی اقتصاد مقاومتی تبیین نمی‌شود. مجله زمانه. شماره ۲۸ و ۲۸. مهر و آبان ۱۳۹۱. صفحه ۸۲-۸۴
۲۸. عزیزنژاد. صمد و جوادی. شاهین و عظیمی. میثم و راجی. سید محمد هادی. اظهار نظر کارشناسی درباره: « طرح ساماندهی تخصیص ارز در شرایط اقتصاد مقاومتی و حمایت از تولید ملی ». مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی: دفاتر مطالعات اقتصاد بخش عمومی. مطالعات اقتصادی. مطالعات انرژی. صنعت و معدن. مطالعات حقوقی. دوره نهم- سال اول. ۱۳۹۱
۲۹. کریمی. علی اکبر. نگاهی تازه به شاخصه های اقتصاد مقاومتی. هدف غرب از مصرف گرایی چیست؟ پایگاه اینترنتی بسیج
۳۰. واعظ زاده. سید رقیه و قربانی. حسینعلی. بررسی نقش زنان در اقتصاد مقاومتی. کنفرانس بین المللی و آنلاین اقتصاد سبز. ۱۳۹۳
۳۱. سیف. اله مراد و خوشکلام خسرو شاهی. موسی. نظام ارزی مطلوب اقتصاد ایران در اقتصاد مقاومتی. فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی ایران. سال هجدهم. شماره ۵۴. بهار ۱۳۹۲. صفحه ۱۸۱-۲۰۴
۳۲. تاجور. آذر و تاجور. ملیحه. جایگاه زن ایرانی در مدیریت مصرف خانواده با تاکید بر اقتصاد مقاومتی. همایش ملی بررسی و تبیین اقتصاد مقاومتی. ۱۳۹۱
۳۳. ادبی. یوسف و تاجور. آذر و پورطهماسبی. سیاوش. نقش زن ایرانی در اصلاح الگوی مصرف و ارائه راهکار. مجله مهندسی فرهنگی. شماره ۳۵ و ۳۶. آذر و دی ۱۳۸۸. صفحه ۷۲-۸۲
۳۴. پورایوب. پوران. نقش زنان در تحقق "اصلاح الگوی مصرف" در جامعه خانواده در مصرف. تابع زن است. سومین همایش ملی آب و فاضلاب با رویکرد بهره برداری. 1388
۳۵. پیغامی. عادل. مهم ترین مسئله زنان طراحی مدلی از سبک زندگی با محوریت اقتصاد مقاومتی است. پایگاه تحلیلی خبری خانواده و زنان
۳۶. اصغری. محمود. تربیت دینی و تاثیر آن بر اقتصاد مقاومتی. پژوهش‌های اجتماعی اسلامی. سال نوزدهم. شماره چهارم (پیاپی ۹۹). زمستان ۱۳۹۲

۳۷. اصغری. محمود. **خانواده و نقش آن در اقتصاد مقاومتی**. پژوهش های اجتماعی اسلامی: پاییز ۱۳۹۳، دوره ۲۰. شماره ۳ (پیاپی ۱۰۲)
۳۸. پور حاتمی. زهره. **نقش زنان در تحقق اقتصاد مقاومتی**
۳۹. ادیب. یوسف. تاجور. آذر. پورطهماسبی. سیاوش. **نقش زن ایرانی در اصلاح الگوی مصرف و ارائه راهکار**. مهندسی فرهنگی. شماره ۳۵ و ۳۶. آذر و دی ۱۳۸۸
۴۰. وارسته فر. افسانه، مختاری. هانیه. **بررسی الگوی مصرف نزد زنان شهر تهران**. پژوهش اجتماعی. زمستان ۱۳۸۸. دوره ۲. شماره ۵. صفحه ۴۱-۶۲
۴۱. غفاری. صفی الله. صفارزاده. غلامرضا. **بررسی حقوق و نقش بانوان از منظر اسلام در تحقق حماسه اقتصادی**. کنگره بین المللی فرهنگ و اندیشه دینی. ۱۳۹۳
۴۲. ایروانی. جواد. **اصول و شاخصه های مصرف صحیح و کارآمد**. فصلنامه مشکوه. شماره ۱۰۵. ۱۳۸۸
۴۳. سبجانی نژاد. مهدی. افشار. عبدالله. **اصلاح الگوی مصرف در پرتو فرهنگ ساده زیستی با تاکید بر آموزهای قرآنی**. معرفت فرهنگی اجتماعی. سال اول. شماره دوم. بهار ۱۳۸۹. ص ۱۵۵ - ۱۷۰
۴۴. صالح زاده صنوبری. حسین. صالح زاده صنوبری. حمید. صالح زاده صنوبری. محسن. **نقش اقتصاد مقاومتی در تغییر سبک زندگی**. اولین کنفرانس بین المللی نقش مدیریت انقلاب اسلامی در هندسه قدرت نظام جهانی (مدیریت. سیاست. اقتصاد. فرهنگ. امنیت. حسابداری). ۱۳۹۴
۴۵. **زن در اقتصاد آمریکا طی چند سال اخیر نقش زن در اقتصاد ایالات متحده توسعه یافته**. مجله بورس. دوره اول. شماره ۱۲۶. بهمن ۱۳۵۲. صفحه ۳۳-۳۷
۴۶. شادلو. شیده. **زنان در خاورمیانه (۱) مصر: زن و اقتصاد**. شماره ۲۱. فروردین ۱۳۸۱. صفحه ۳۸-۴۰
۴۷. امیری. مریم و فرخی. مجتبی و امیری. زینب. **نظریه اقتصاد مقاومتی**. همایش ملی بررسی و تبیین اقتصاد مقاومتی. ۱۳۹۱
۴۸. عنان پورخیرآبادی. معجد و ابراهیمی. محمدسجاد. **مولفه های اقتصاد مقاومتی در قرآن کریم**. همایش ملی بررسی و تبیین اقتصاد مقاومتی. ۱۳۹۱

۴۹. بحرینی. محمد و بهاروند. بهجت و نیک پی. مهرداد. **مروری بر تاریخ اقتصاد مقاومتی در ایران**. همایش سراسری مروری بر تاریخ اقتصاد مقاومتی در ایران. ۱۳۹۲
۵۰. رضایی آهوانویی. زهرا. **نقش زن در اقتصاد خانواده**. مجله طهورا. شماره ۹. تابستان ۱۳۹۰. صفحه ۱۴۵-۱۶۴
۵۱. هوشمند چایجانی. میلاد و آل طه. سید حسن و اسماعیل زاده. محمد. **اقتصاد مقاومتی و کارآفرینی**. همایش ملی بررسی و تبیین اقتصاد مقاومتی. ۱۳۹۱
۵۲. شیخ الاسلامی. زین العابدین. **مدل سه مرحله ای نیل به تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی**. همایش ملی بررسی و تبیین اقتصاد مقاومتی. ۱۳۹۱
۵۳. قربانی. پرویز و کولوبندی. عبدالله و محمدی. محمود و سلوگدار. علیرضا. **آموزش کارآفرینی و اقتصاد مقاومتی**. همایش ملی مدیریت و آموزش. ۱۳۹۴
۵۴. طاهرنژاد. **نقش خطیر زنان در اقتصاد مقاومتی / دشمنان نباید برای اقتصاد کشور تصمیم بگیرند**. گفتگو با خبرگزاری مهر. فروردین ۹۳
۵۵. حیدری زاده. اسماعیل. **نقش زنان در اقتصاد مقاومتی و مدیریت فرهنگی جامعه پر رنگ است**. صدا و سیمای آذربایجان شرقی. خبر. ۱۳۹۳
۵۶. اصلانی. مینو. **نقش زنان در تحقق اقتصاد مقاومتی**. پایگاه تحلیلی خبری خانواده و زنان. فروردین ۱۳۹۵
۵۷. کشاورز شال. فتح الله و رجیبی کلوانی. پرویز و عسگری. فاطمه. **شبکه اقتصادی زنان حصیرباف استان گیلان راهبردی بومی برای تقویت تولید ملی واقتصاد مقاومتی**. همایش ملی بررسی و تبیین اقتصاد مقاومتی. ۱۳۹۱
۵۸. اخترشهر. علی و حبیبی. حسن. **رابطه سبک زندگی و اقتصاد مقاومتی**. همایش ملی بررسی و تبیین اقتصاد مقاومتی. ۱۳۹۱
۵۹. نوری. هادی و هوشنگی. مهرباب و رشنوی. میلاد. **تبیین راهکارهای مدیریت مصرف بر مبنای اقتصاد مقاومتی در جهت رشد اقتصادی کشور با تاکید بر فرمایشات مقام معظم رهبری (مد ظله العالی)**. همایش سراسری مروری بر تاریخ اقتصاد مقاومتی در ایران. ۱۳۹۲
۶۰. خلیلوند. کلثوم. **زنان نقش موثری در تحقق و پیشبرد اقتصاد مقاومتی دارند**. خبرگزاری جمهوری اسلامی ایلام: ایرنا. اسفند ۱۳۹۵

۶۱. نقدی. محمد رضا. بسیج جامعه زنان نقش آفرینی مؤثری در اقتصاد مقاومتی داشته باشد. خبرگزاری فارس. فروردین ۹۳
۶۲. نوبخت. منیره. نقش زنان در تحقق اقتصاد مقاومتی از زبان یک مسئول. خبرگزاری دانشجویان ایران (ایسنا). اسفند ۱۳۹۲
۶۳. محمدمقدم. یوسف، ذوالفقاری. حسین و علی پور. میثم و رسولیان. پریسا. بررسی رابطه اقتصاد مقاومتی. گرایش کارآفرینانه و مدیریت دانش. نشریه مدیریت سازمان‌های دولتی. شماره ۱۴۲. بهار ۱۳۹۲. صفحه ۱۰۷-۱۲۰
۶۴. تاجور. آذر و تاجور. ملیحه و نظیری. مجید. تبیین مولفه های فرهنگی جهت دستیابی به اقتصاد مقاومتی. همایش ملی بررسی و تبیین اقتصاد مقاومتی. ۱۳۹۱
۶۵. شمس. ولی و آزادی نژاد. علی. بررسی بهره وری و مولفه های اقتصاد مقاومتی از دیدگاه قرآن. عترت و مقام معظم رهبری. همایش ملی فرهنگ سازی اصلاح رفتارهای اقتصادی در ایران امروز. ۱۳۹۱
۶۶. علیزاده. محمد و رضایی. هادی و زیدی زاده. سمیرا. بازشناسی رفتارهای اقتصادی-اسلامی در شرایط تحریم: با تأکید بر سیره نبوی و علوی. اولین همایش سبک زندگی پیامبر (صلی الله علیه و آله). ۱۳۹۲
۶۷. جعفرزادگان. امیر و حبیبی. احسان اله. اقتصاد مقاومتی: مفهوم. ضرورت. واقعیت. همایش ملی بررسی و تبیین اقتصاد مقاومتی. ۱۳۹۱
۶۸. پناهی. عباس و رفیعی. علی و عباسی. بیژن. اقتصاد مقاومتی ایران در عصر قاجار و نهضت ملی شدن صنعت نفت. همایش ملی بررسی و تبیین اقتصاد مقاومتی. ۱۳۹۱
۶۹. فتاحی ماوردیانی. عاطفه و شفائی هریسی. احمد کاظم. اقتصاد مقاومتی در اندیشه و عمل کرد علمای عصر مشروطه. همایش سراسری مروی بر تاریخ اقتصاد مقاومتی در ایران. ۱۳۹۲
۷۰. محبی. صابر و اکبر زاده. رجب. آسیب شناسی مسیر تحقق الگوی اقتصاد مقاومتی. مجموعه مقالات همایش ملی بررسی و تبیین اقتصاد مقاومتی. اسفند ۱۳۹۱. دانشگاه گیلان
۷۱. یثربی نائینی. سیداحسان و مهدیان مقدم. نسرين. اقتصاد مقاومتی در صدر اسلام و عصر یوسف پیامبر (ع). اولین همایش سبک زندگی پیامبر (صلی الله علیه و آله). ۱۳۹۲

۷۲. پیغامی. عادل. مباحث دوره اقتصاد مقاومتی دکتر «عادل پیغامی» در موسسه طلوع. اسفند

۱۳۹۲

۷۳. صالحی. معصومه و جباری. مرضیه و عباسی. عبادالله. اقتصاد مقاومتی. ضرورت‌ها و مولفه‌ها.

همایش ملی فرهنگ سازی اصلاح رفتارهای اقتصادی در ایران امروز. ۱۳۹۱

۷۴. جعفری. انوش و آهنگری. مریم. استراتژی اقتصاد مقاومتی. همایش ملی بررسی و تبیین اقتصاد

مقاومتی. ۱۳۹۱

۷۵. محمدی سلیمانی. یوسف و محمدی سلیمانی. علی. اقتصاد مقاومتی و متغیرهای آن از دیدگاه

قرآن کریم وائمه معصومین. همایش سراسری مروری بر تاریخ اقتصاد مقاومتی در ایران. ۱۳۹۲

۷۶. سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی و سیاست‌های کلی اصلاح الگوی مصرف و قانون

مربوطه. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی. دفتر مطالعات انرژی صنعت و معدن

۷۷. رهبر معظم انقلاب. لزوم تشکیل مرکز فراقوه‌ای در باره مسئله زن و خانواده. فروردین

۱۳۹۳:

<http://www.hajj.ir/14/48641>

۷۸. سلیمانی. محمد. شش ضرورت اجرای اقتصاد مقاومتی. ۱۳۹۲:

<http://www.ziaossalehin.ir/content/5801>

<http://rasekhoon.net/article/show/695348/> /شش-ضرورت-اجرای-اقتصاد-مقاومتی

پیوست ششم- نظرات نخبگان فرهنگی - سیاسی و اجتماعی

جدول ۱-۶-پ- نظرات نخبگان فرهنگی-سیاسی و اجتماعی در رابطه با نقش زنان در اقتصاد مقاومتی

منبع	معرفی نخبه	نظرات
«نقش مهم زنان در	سیده فاطمه مقیمی متخصص در مهندسی راه و ساختمان،	<ul style="list-style-type: none"> یکی از مشخصه‌های اقتصاد مقاومتی بحث استفاده از کالاهای داخلی است، لذا نقش زنان جامعه به عنوان مدیران سبد دارایی خانواده پررنگ است. بحث محدودیت‌هایی که در سرمایه‌گذاری خانواده‌ها مطرح است، باعث شده که با آن محدودیت‌ها، بحث مدیریت اقتصادی زنان بیشتر به چشم آید.

- اگر دقیق شویم، در این که یک اجتماع چگونه شکل می‌گیرد و جمعیت به چه طریقی پراکنندگی خودش را شکل می‌دهد، درمی‌یابیم که عوامل انسانی و موقعیت‌هایی که در یک منطقه جغرافیایی وجود دارد، از عوامل تأثیرگذار بر این قضیه است... بیشترین عاملی که در این تغییرات نقش آفرینی می‌کند، چیزی است که در مقاطع زمانی می‌تواند تغییراتی را در خواسته‌های اقتصادی مالی و اجتماعی ایجاد کند و آن مجموعه‌ای از عناصر فرهنگی است که بر یک جامعه وارد می‌شود و نباید از یاد برد که پایه و اساس بحث فرهنگ و فرهنگ‌سازی در خانواده شکل می‌گیرد.
- زنان ما با توجه به این که در عرصه‌های اجتماعی فعالیت‌های اقتصادی مختلفی انجام می‌دهند، اما هیچ‌گاه از یاد نبرده‌اند که به هر حال رسالتی را به عنوان فرهنگ‌سازی در خانواده بر عهده دارند. رسالتی که به عنوان یک مادر، یک همسر و در قالب کسی که می‌تواند تأثیرگذار بر فرهنگ یک جامعه باشد، مطرح می‌شود.
- خوشبختانه در جامعه ما حتی در مسیرهای اقتصادی، بانوان رسالت اولیه و اصلی خود را فراموش نکرده و با فرهنگ‌سازی در خانواده خود، باورهای یک جامعه را شکل می‌دهند و تربیت فرزندان و حق انتخاب کالای مصرفی را به وی می‌آموزند.
- در دو دهه قبل نوع اسباب بازی‌هایی که فرزندان ما استفاده می‌کردند از نوع اسباب‌بازی‌های کشورهای بود که مفهوم تهاجم فرهنگی را یدک می‌کشید و در واقع این اسباب بازی‌ها سمبلی از فرهنگ تهاجمی غرب بودند، مانند عروسک‌های باربی که به دنبال آن شاهد پوشش‌های باربی در برخی خیابان‌ها بودیم. سؤال این است که چگونه می‌توان تغییر را به صورت بنیادین در تفکر فرزندانمان ایجاد کنیم که در پاسخ می‌توان به نقش برتر و ویژه زنان در بحث تربیت فرزندان اشاره کرد که در کنار این قضایا بحث نگاه به تولید و حمایت از تولید داخلی و سرمایه ایرانی به ذهن متبادر می‌شود.
- اگر به بحث زنان در جبهه‌های اقتصادی و با رویکرد فرهنگی نگاه کنیم، می‌بینیم که زن ایرانی از طرفی خود مولد سرمایه برای مصرف داخل خانه محسوب می‌شود و از طرف دیگر حتی در صورتی که صرفاً در خانه حضور

<p>داشته باشد، مدیریت درآمد همسرش بر عهده وی خواهد بود و از این رو نقش زن در اقتصاد بیش از پیش اهمیت دارد.</p> <ul style="list-style-type: none"> • هرچند میزان کاری که یک زن در خانواده انجام می‌دهد مزدی ندارد، اما با توجه به این که این کار وی در حقیقت یک فعالیت اقتصادی درون خانواده‌ای بوده، لذا در gdp خروجی و نهایی اقتصاد جامعه و نیز در سطح کلان در تولید ناخالص ملی تاثیر گذار خواهد بود و باید به آن اهمیت داد. • کشورهای در حال توسعه به دنبال آن هستند که مشارکت زنان در فعالیت‌های اقتصادی را گسترده‌تر سازند، به عنوان مثال در کشور خودمان آمار مربوط به حضور زنان در مراکز دانشگاهی و فرهنگی خاطرنشان می‌سازد که باید به دنبال ارایه تسهیلات بیشتر و بسترسازی برای حضور بیشتر زنان در جامعه باشیم. • کشورهایی که در اقتصاد موفق هستند به مشارکت زنان بیشتر اهمیت داده‌اند و در این کشورها زنان در صنایع مختلفی مشغول به کار و فعالیت هستند و باید به این نکته توجه داشت که اشتغال‌زایی با کارآفرینی تفاوت دارد، زیرا اشتغال‌زایی در یک بنگاه اقتصادی میزان به کار گماردن افراد است، اما کارآفرینی، خلاقیت و ارایه ایده‌های نو است. 	<p>نقش زنان در اقتصاد مقاومتی» در مصاحبه با خبرگزاری مهر - ۲۵ اسفند ۱۳۹۲</p>	<p>مهم‌سازادات شریفی</p> <p>کاندیدای نهمین دوره مجلس شورای اسلامی؛ مشاور امور زنان و خانواده و جوانان رئیس سازمان میراث فرهنگی؛ مبلغ امور مساجد و حوزه، استاد دانشگاه؛ مدیر و مشاوره آ. س. سازمان همایون فرهنگ مشاوره دانشگاه علامه کام. مهر ۶ ماه. گ. م. مشاوره</p>
<ul style="list-style-type: none"> • آنچه مسلم است دستیابی به اهداف تعیین شده در سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی از سوی رهبر معظم انقلاب اسلامی و دستورات ریاست محترم جمهور، نیازمند همت و همدلی تک تک آحاد جامعه است. این همدلی و عزم ملی می‌تواند کلیدی باشد برای تسهیل پیشرفت متوازن و افزایش انسجام اجتماعی. در این میان زنان می‌توانند نقشی تاثیر گذار و متفاوت از سایر گروه‌های اجتماعی ایفا کنند. این حضور متفاوت به دلیل نقش‌های فردی و اجتماعی متعددی است که زنان چه در درون خانواده (به عنوان مادر و همسر) و چه در بیرون از خانواده (در موقعیت‌های تحصیلی و شغلی) بر عهده دارند. در نتیجه نگاه به نقش ایشان در اقتصاد مقاومتی را نیز می‌توان در دو بعد خانواده و جامعه بررسی کرد. • اقتصاد مقاومتی رویکردی درون‌زا و سازنده دارد. این امر بدین معناست که افراد جامعه بایستی برای تقویت بنیان اقتصاد جوامع محلی که در آن زندگی می‌کنند، خریدهای خود را به سمت محصولات و خدماتی سوق دهند که 		

توسط همان جامعه و با استفاده از قابلیت‌ها و منابع داخلی آن تولید شده باشد. در این زمینه، زنان به عنوان تصمیم‌گیرنده اصل در مورد سبد خریدی خانواده، می‌توانند با اتخاذ رویکردی مسئولانه هم در حمایت از تولیدکنندگان بومی سهیم باشند و هم این فرهنگ و سبک زندگی را به فرزندان خود نیز آموزش دهند. در نتیجه این رفتار به صورت آگاهانه و با انگیزه مثبت از نسلی به نسل بعد منتقل می‌شود.

- یکی از الزامات حرکت در چارچوب اقتصاد مقاومتی، بهبود الگوی مصرف خانواده است. در اکثر موارد عادات مصرف نادرست باعث می‌شوند که سرمایه‌های خانواده (چه مادی، چه زمان و چه معنوی) به صورت غیر اثربخش تخصیص پیدا کنند. میزان و شیوه مصرف انرژی مانند آب، برق و گاز در خانواده‌ها یکی از مثال‌های مهم در این بخش است. بهبود شیوه مصرف این منابع می‌تواند به خانواده کمک کند که تا ۲۵ درصد از هزینه‌های انرژی خود را کاهش دهد.

- در حوزه دیگر، می‌توان به بحث نحوه گذراندن اوقات فراغت اشاره کرد. در دهه اخیر این موضوع صرفاً حول سرگرمی‌ها یا فعالیت‌هایی که مصرف‌گرا هستند (مانند رفتن به رستوران و خرید کردن) سوق پیدا کرده است. مادران و همسران می‌توانند شیوه‌های جدیدی را برای گذران اوقات فراغت پیشنهاد کنند که به جای وابسته بودن به پول، صرفاً مبتنی بر مشارکت فکری، تسهیم منابع و فعالیت‌های جمعی باشند. نمونه‌هایی از این موارد عبارتند از: صرف کردن اوقات مشترک با خانواده در طبیعت یا پارک‌ها برای ورزش، پیاده روی یا پیک نیک؛ دورهم نشینی‌های خانودگی و دوستانه برای شعرخوانی، داستان خوانی و بازی‌های خلاق خانگی؛ شرکت در برنامه‌های عمومی در فرهنگسراها و سرای محلات؛ ایجاد تنوع در سبد مصرف خانواده برای اوقات فراغت و شمول برنامه‌های فرهنگی مانند سینما و تئاتر.

- در بعد اجتماعی می‌توان به اهمیت نقش آفرینی زنان در رونق و بهره‌وری اقتصادی اشاره کرد. روندهای اخیر نشان داده اند که تاسیس کسب و کارهای کارآفرینانه کوچک و متوسط توسط زنان در حال افزایش است. این موضوع کاملاً با رویکرد اقتصاد مقاومتی و تلاش برای تقویت بنیان اقتصاد جوامع محلی سازگاری دارد. زنان به دلیل درک مستقیم و روشن از اقتضائات و

<p>سبک زندگی در هر جامعه، می‌توانند فرصت‌های درآمدزایی و ارزش آفرینی اجتماعی را شناسایی کند و آن‌ها را شکوفا نماید.</p> <ul style="list-style-type: none"> • در چند سال اخیر نرخ تحصیلات عالی در میان زنان افزایش یافته است. این روند بدین معناست که تاثیرگذاری تخصصی تر زنان در سمت‌ها و مسئولیت‌های مختلف اقتصادی باعث افزایش بهره‌وری تولید محصولات و ارائه خدمات می‌شود. زنان با دارا بودن انگیزه پیشرفت و شکوفایی اجتماعی، با بهره‌مندی از مهارت‌های ارتباطات اثربخش و درک متقابل، و گرایش ذاتی برای لحاظ کردن تاثیرات اجتماعی و زیست-محیطی فعالیت‌های اقتصادی، می‌توانند تاثیر متفاوتی بر ارزش آفرینی اقتصادی-اجتماعی متوازن داشته باشند. • زنان همواره نشان داده‌اند که حضورشان در ایجاد بسترهای فرهنگی لازم برای توسعه و پیشرفت‌های اقتصادی تاثیر مثبت داشته است. قطعاً این موضوع در حوزه اقتصاد مقاومتی و ایجاد همدلی ملی برای تحقق آن صادق است. 	
<ul style="list-style-type: none"> • پیرو اقتصاد مقاومتی ما در وهله‌ی نخست باید یک ورود ممنوع و خط قرمز نسبت به کالاهای خارجی بکشیم و سعی کنیم از مشابه آن که در ایران تولید می‌شود و حتی با کیفیت متوسط‌تر استفاده کنیم. بسیج جامعه زنان سپاه تهران این الگوسازی را از سال گذشته آغاز کرده است و در این زمینه در حال فرهنگ‌سازی هستیم که حداقل اعضای عضو، از فرهنگ استفاده از کالای ایرانی پیروی کنند و آن را ترویج دهند. • در وهله‌ی بعدی ما باید تولیدات داخلی خود را افزایش دهیم به عنوان مثال یک خانم نقش مهمی در زمینه کارآفرینی می‌تواند داشته باشد که به تبع آن هم تولیدات داخلی افزایش پیدا می‌کند و هم باری از دوش اقتصادی خانواده برداشته می‌شود و به نوعی کمک به چرخه اقتصادی کشور کرده است. • صرفه‌جویی به معنای کم مصرف کردن نیست بلکه به معنای بهینه مصرف کردن است. در آموزه‌های دینی بر قناعت و صرفه‌جویی تأکید شده است و ما به عنوان یک مسلمان باید در مسائل تمامی زمینه‌ها از جمله خوراک، پوشاک، انرژی بهینه مصرف کنیم. صرفه‌جویی موجب می‌شود علاوه بر اینکه با تهدیدات اقتصادی مقابله می‌کنیم به هموعان و هموطنان خودمان 	<p>«اصداقیق اقتصاد مقاومتی چیست/نقش زنان در تحقق اقتصاد مقاومتی» در مصاحبه با بسیج</p> <p>مسئول بسیج جامعه زنان سپاه محمدرسول الله ص تهران</p> <p>سیده فریبا تدریسی</p>

<p>کمک کنیم و همه ما بتوانیم از نظر اقتصادی در یک جامعه سالم و سلامت زندگی کنیم.</p> <ul style="list-style-type: none"> • بالا بردن سطح علمی افراد در مسائل اقتصادی از جمله مواردی است که در راستای اقتصادی مقاومتی از اهمیت خاصی برخوردار است. به عنوان مثال اینکه افراد بدانند در کجاها سرمایه گذاری شود و چه مسائلی را باید حمایت مالی کرد تا بتوانیم به چرخه اقتصادی کمک کنیم، اینها از مواردی است که باید از طریق مختلف از طریق رسانه‌ها اطلاع رسانی شوند. بعد از اینکه این بیش اقتصادی افراد افزایش پیدا کرد، دیگر مردم می‌دانند در چه زمینه‌های می‌توانند ورود پیدا کنند و یکی از افسران میدان جنگ مقاومتی اقتصادی باشند و با ایفای نقش حساس خودشان ان شاء الله بتوانند گامی در جهت بهبود اقتصادی نظام و کشورمان بردارند. • سازمان بسیج جامعه زنان با قشر بانوان ارتباط نزدیکی دارد، از آنجا که زنان نقش مهمی در نحوه سبک زندگی خانواده دارند می‌توانند نقش عظیمی را در اقتصاد مقاومتی ایفا کنند. • سبک زندگی اسلامی پیرو زندگی به دور از تجملات و اسراف زدگی است از این رو بانوان با پیروی و الگو قرار دادن سبک زندگی اسلامی می‌توانند نقش بزرگی را در اقتصاد مقاومتی ایفا کنند. • نقش مهم دیگر خانم‌ها در اقتصاد مقاومتی حمایت از تولیدات داخلی است چرا که می‌توان گفت بیشترین مصرف کنندگی مربوط به خانم‌ها است بنا بر این با حمایت از تولیدات داخلی نقش مهمی را در تحقق بخشیدن به اقتصاد مقاومتی ایفا می‌کنند. • بسیج جامعه زنان قشر اصناف را تحت پوشش خود دارد و ما با این قشر تعامل داریم تا همان طور که گفته شد یک حکمت دوسویه را انجام دهیم یعنی هم ذائقه‌ها را به سمت تولیداتی ایرانی هدایت کنیم و هم این اتفاق بیفتد که کیفیت کالاهای ایرانی و پشتیبانی از آنها را بالا ببریم. 		
<ul style="list-style-type: none"> • زنان با پرهیز از تقاضا برای خرید کالاهای لوکس و غیرضروری به ویژه کالاهای خارجی و تقاضا برای کالاهای ایرانی می‌توانند گام بزرگی در تقویت چرخه اقتصاد داخلی بردارند. 	<p>نقش</p>	<p>پروین هدایتی معاون طرح و نامه مد: امه</p>

<ul style="list-style-type: none"> • برخی زنان به بهانه کیفیت بهتر کالاهای خارجی، اقدام به تهیه آن‌ها می‌کنند؛ اما با ورود کالاهای چینی به کشور، کیفیت اجناس خارجی نیز کاهش یافته است و تعمیر این اجناس موجب تحمیل هزینه‌های گزافی به خانواده می‌شود. • همیشه باید در بحث معیشت و اشتغال بر اصل خانواده محوری تاکید داشته باشیم و لازم است اشتغال در جهت افزایش توانمندی همه اعضای خانواده باشد و آنان به عنوان همراه و همکار یکدیگر در جهت تحقق اقتصاد مقاومتی تلاش کنند. • در سمت عرضه، نیروی کار مهم است که در این جهت توجه به مشاغل خانگی و خانوادگی از اهمیت زیادی برای تحقق اقتصاد مقاومتی برخوردار است؛ چرا که همه اعضای خانواده در مشاغل خانوادگی به یک حرفه می‌پردازند و وارد چرخه تولید می‌شوند، این در حالی است که اکنون پدر یا به تنهایی همراه مادر مسوولیت تامین معیشت خانواده را برعهده دارد. • زنان با وارد کردن پس‌انداز خود در چرخه تولید می‌توانند گام بسیار بزرگی در جهت اقتصاد مقاومتی بردارند، چرا که سرمایه‌گذاری در تولید یک بحث مهم و اساسی است. • زنان با تبدیل سرمایه‌های خود و ورود به چرخه تولید، می‌توانند نقش موثری در به راه انداختن این چرخه داشته باشند. • مردم به ویژه زنان با توجه به ابلاغ سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی از سوی مقام معظم رهبری و عزم قوای سه‌گانه در تحقق این سیاست‌ها، می‌توانند نقش بسیار زیادی در به ثمر نشستن این تلاش‌ها و تحقق اقتصاد مقاومتی ایفا کنند. 		
<ul style="list-style-type: none"> • با توجه به سرعت رشد زنان در عرصه‌های اجتماعی پس از انقلاب اسلامی و حضور در محافل آکادمیک و به تبع آن در عرصه اشتغال و با در نظر گرفتن نگاه خانواده‌گرای دینی به اشتغال زنان، به نظر می‌رسد لازم است نقش زنان در عرصه اقتصاد مقاومتی؛ هم در عرصه مدیریت مصرف خانواده و هم در عرصه اشتغال و مدیریت‌های کلان اقتصادی تبیین و تشریح شود. • ابتدا بایستی جایگاه زنان در اقتصاد را ریشه‌یابی کنیم؛ چراکه می‌خواهیم به صورت محدود و مشخص در مورد جایگاه زنان صحبت کنیم. ما در عرصه 	<p>«زنان چگونگی در اقتصاد مقاومتی نقش ایفا</p>	<p>لیلا فلاحتی دکتر علوم اجتماعی گرایش جنسیت و توسعه (دانشگاه پورترا - مالزی)؛ فوق‌دکتر اقتصاد از اقتصاد اسلامی (دانشگاه بستان)</p>

حضور زنان می‌توانیم صراحتاً دو مقطع را شناسایی کنیم. اول مقطع قبل از انقلاب صنعتی است و دوم مقطع پس از انقلاب صنعتی.

- برخلاف نتیجه‌گیری‌هایی که همیشه صورت می‌گیرد و زن به عنوان مصرف‌کننده صرف در اقتصاد معرفی می‌شود، قبل از انقلاب صنعتی زن یکی از مهم‌ترین تولیدکنندگان اقتصاد به‌شمار می‌رفت. به این دلیل که در آن مواقع تفکیک کار جنسیتی کاملاً مشخص و وظایف بین زن و مرد تقسیم شده بود و مرد وظیفه صید و شکار و بخشی از کارهایی که مشخص بود را برعهده داشت و زن نیز در منزل علاوه بر فرزندپروری، معمولاً در کشاورزی و تولید مواد غذایی نقش بسیار پررنگی ایفا می‌کرد.
- این تولید اقتصادی شاید قابل محاسبه‌تر بوده است؛ به این دلیل که زن بخشی از بنیان‌های خوراک خانواده را تأمین می‌کرد. حتی آن زمان زن‌ها در سب‌بافی، بافت و دوخت لباس، نقش بسیار مهمی داشتند و بنابراین وجه اقتصادی زن مشخص بود.
- با وقوع تحولات صنعتی، ماشین‌ها جای زنان را گرفتند؛ یعنی حجم تولید بالا رفت، همه چیز صنعتی شد و تولید خانگی از بین رفت و تولید صنعتی جایگزین آن شد. جایگزین شدن تولید صنعتی سبب حضور مردان به عنوان اپراتورهای کارخانه‌ها و صنایع شد و همین امر باعث گردید که زنان نتوانند در عرصه اقتصاد خودشان را به آن معنا نشان دهند و این روند ادامه پیدا کرد تا به آن‌چه که امروز می‌بینیم، رسیدیم.
- اگر بخواهیم نقش زنان را در اقتصاد مقاومتی ببینیم، بهتر است که نقش زنان را در یک اقتصاد شکوفا ببینیم؛ اقتصادی که در خیلی از موارد حرف اول را می‌زند. آن وقت متوجه خواهیم شد که قطعاً یک اقتصاد وقتی شکوفا و موفق است که از همه منابعش استفاده کند. استفاده از همه منابع شامل منابع زیرزمینی و انسانی می‌شود و یکی از مهم‌ترین بخش‌هایی که الان در مدیریت منابع داریم، استفاده از منابع انسانی است.
- اتفاقی که در حال حاضر در کشور ما رخ داده است، این است که به حجم زیادی از زنان، فرصت تحصیلی داده‌ایم و این فرصت‌های تحصیلی در یک دهه، خودش را کاملاً در پیک تعداد دختران ترکیب دانشگاه‌ها نشان داده است. در حال حاضر ما با سیستم سهمیه‌بندی مواجهیم که از پایان دهه ۸۰

اتفاق افتاد و ترکیب ۶۵ درصدی زنان را کنترل کردیم و الان ترکیب دانشگاه‌ها ۴۹ به ۵۱ است؛ یعنی باز هم وزارت علوم یک وزارت کاملاً زنانه است و در بدنه دولتی هم می‌دانیم که دولت برای تحصیل دختران دانشجوی هزینه می‌کند.

- اما در عمل وقتی نرخ مشارکت زنان را نگاه می‌کنیم می‌بینیم که در کنار همین چند کشور همسایه هم قرار نداریم؛ نرخ مشارکت اقتصادی زنان ما ۱۲ درصد است.

- گزارش مجمع جهانی اقتصاد سال ۲۰۱۳ نشان می‌دهد که ما از بین ۱۳۶ کشور در حوزه اشتغال زنان در رتبه ۱۳۰ ایستاده‌ایم و این بدان معناست که ما اصلاً در استفاده از منابع داخلی موفق عمل نکرده‌ایم. وقتی نرخ اشتغال و بیکاری را مطالعه کنیم می‌بینیم که ۶۱ درصد از زنان جویای کار دارای تحصیلات دانشگاهی هستند و این بدین معناست که دولتمان در طی سال‌ها یعنی ورای نام دولت‌ها، یک سری سیاست‌های اجتماعی در کشور اجرا کرده است که این سیاست‌ها ظرف این سال‌ها متمرکز بر توسعه تحصیلات تکمیلی بوده است.

- در بخشی از این توسعه تحصیلات تکمیلی زنان مد نظر قرار گرفت؛ اما علاوه بر اینکه از آن‌ها هیچ استفاده اقتصادی نبردیم، محدودیت‌ها و تعارضاتی را هم ایجاد کردیم. در صحنه جامعه ارزش تحصیلات را شدیداً بالا بردیم و همه را مجبور کردیم بروند به امیدی یک مدرک تحصیلی بگیرند، اما این مدرک هیچ استفاده‌ای ندارد.

- نباید با نگاه جنسیتی با منابع موجود برخورد شود. در اقتصاد مقاومتی استفاده از همه منابع موجود مهم است.

- ما در حوزه اشتغال زنان به صورت کلی به دنبال فعال‌سازی و به حداکثر رساندن مشارکت آحاد جامعه بوده و با یک بحث واقع‌بینانه روبه‌رو هستیم. بخش اعظمی از اشتغال زنان در فضای دولتی معنا شده است، آن هم در بخشی از فضاهای منحصر به فرد مثل خدمات بهداشتی و دولت‌ها تا یک حدی می‌توانند شغل ایجاد کنند.

- من خودم مباحث اقتصادی در سند تحول بنیادین آموزش و پرورش را آنالیز کردم، اما شما نمی‌توانید آموزش پرورش را راضی کنید که حداقل در

مباحث اقتصادی از بنیان شروع کند. وقتی می‌گوییم اقتصاد مقاومتی، دانش بنیان است، یعنی یک دانش آموز تفاوت بین خواسته و نیاز را تشخیص دهد. دانش آموز باید بداند که مثلاً داشتن تبلت خواسته اوست، اما دندانپزشکی رفتن نیاز او و بین این دو باید تفاوت قائل شود و به نیازش بپردازد. وقتی به نیاز بپردازد، یاد می‌گیرد چگونه صرفه‌جویی کند.

- در متن پیشنهادی آموزش و پرورش برای آموزش مبانی اقتصادی نوشته شده بود: «علی یک سال است که از یک مسواک استفاده می‌کند». این جمله خطر بهداشتی دارد؛ این چه طرز آموزش است؟ پایه اساسی یک اقتصاد مقاومتی به عقیده من که چندین مقاله در حوزه جامعه‌پذیری اقتصاد دارم، این است که ما باید از خانواده شروع کنیم. خانواده بنیان اقتصاد مقاومتی و اقتصاد دانش بنیان است؛ نه به آن معنا که خانواده را متهم کنیم و بگوییم مصرف نکن؛ بلکه بدین معنا که درست مصرف کردن را به خانواده‌ها آموزش بدهیم.
- در خانواده دخترها از همه مباحث اقتصادی خارج هستند. مثلاً وقتی می‌خواهند ماشین بخرند، پسرها و سطانند. از طرفی به دختران می‌گوییم که تو نگران نباش جهیزیه‌ات آماده است؛ در حالی که اتفاقاً باید نگران باشد. یعنی ما داریم به او می‌گوییم شما را با یک ضمانت اقتصادی از خانواده خارج می‌کنیم؛ اما ما باید دختران را وارد مباحث اقتصادی کنیم و آن‌ها را مدیر پرورش بدهیم. وقتی می‌گوییم دانش بنیان؛ یعنی به این معنا دانش اقتصادی سیال شود.

- در کشور مالزی امتحان جالبی را انجام دادیم و طی آن دیدیم که اصلاً زنان دست چک که می‌بینند دست و پایشان می‌لرزد. کار بانکی نمی‌توانند انجام دهند و کاملاً خودشان را بدون توانمندی می‌دانند. جالب است در کارآفرین‌ها این مسئله چقدر شدید بود. در کشور مالزی سراغ کارآفرینی رفتیم که بسیار ذهن خلاق داشت، ولی به این دلیل که از مباحث اقتصادی می‌ترسید، تمام کارهایش را به شوهرش سپرده بود و این خانم تبدیل شده بود به یک سرویس دهنده؛ چراکه سواد اقتصاد و مهارت‌های مالی نداشت.

- وقتی مقام معظم رهبری می‌گویند بحث خانواده؛ بروید سراغ بحث زنان در خانواده، یعنی به زنان باید نقش فعال بدهیم. اگر ما می‌گوییم زن‌ها در خانه مدیر اقتصادی هستند، نباید فقط مدیر اقتصادی به معنای مدیر جیب همسر

باشد. به عنوان مثال می‌گوییم یک زن ۳۰ ساله، ۱۰ سال در اقتصاد خانواده‌اش صرفه‌جویی می‌کند و پول بزرگی را برای خانواده خود پس‌انداز می‌کند. سرمایه‌گذاری که با این پول پس‌انداز می‌شود، به نام کیست؟ ایراد اینجاست که با این سرمایه‌گذاری، یک خانه به اسم مرد خانواده خریداری می‌شود، ماشین به اسم مرد خانواده می‌شود و...؛ ما باید برای زن سهم قائل شویم.

- وقتی زن احساس کند اثربخش است و این اثربخشی به خود او برمی‌گردد و حقوق‌اش محفوظ می‌ماند، در نتیجه فعال عمل می‌کند، ولی وقتی احساس کند حقوق‌اش در این پس‌انداز محفوظ نیست، این پول را برمی‌دارد می‌رود تلویزیون ۱۰ میلیون تومانی می‌خرد؛ یعنی مقطعی و کوتاه‌مدت فکر می‌کند.
- بایستی آموزش‌های حقوقی، اقتصادی مالی در فضای خانواده صورت گیرد و سهم برابر برای دانش و Practice اقتصادی را آموزش داد و در آن زمان می‌توان در یک بازه ده ساله به نتیجه رسید.

- گرانی‌ای که همیشه در حوزه زنان وجود دارد این است که اقتصاد وقتی در شرایط مقاومتی قرار می‌گیرد اثرش بر زنان دوگانه است؛ یعنی شدت اثر در وضعیت ریاضتی اقتصاد، بر زنان بیشتر است و زنان و کودکان بیشتر آسیب می‌بینند؛ لذا ما باید مواظب باشیم که در لبه تیغ به درستی حرکت کنیم، چون در یک اقتصاد ریاضتی ما برای کسب و راه انداختن اقتصاد خانواده و فعال کردن حوزه‌ها از فرمول‌های کوتاه‌مدت استفاده می‌کنیم؛ مثل توصیه‌ای که زنان را به بخش سرویس خدمات حرکت می‌دهیم. می‌گوییم چون در اقتصاد رسمی کشور هنوز فرصت‌های شغلی ایجاد نشده است، بنابراین بروید در بخش سرویس و خدمات.

- نباید از این غافل شویم که حضور پررنگ زنان در بخش خدمات فاصله‌ای بین اقتصاد رسمی کشور و اقتصادی که فقط مبتنی بر سرویس است ایجاد می‌کند؛ یعنی ما زنان را در یک حوزه دومی قرار می‌دهیم و این خود بازتولید تبعیض‌های جنسیتی می‌شود. ما دوباره می‌آییم می‌گوییم که مدیریت‌ها، تصمیم‌گیری‌های کلان اقتصادی و بخش‌های رسمی اقتصاد را به مردان بدهیم، اما زنان فعلاً بروند بخش سرویس و خدمات. باید مواظب باشیم که حرکت در این بخش‌ها را به موازات پیش ببریم؛ یعنی باید از سیاست‌هایی استفاده شود که اولاً برخی از سهم‌های اشتغال را برای زنان در اقتصاد

رسمی کشور نهادینه کند؛ یعنی وقتی متخصصی را در حوزه نانو تکنولوژی

داریم و رزومه بهتری هم دارد، چرا اولویت را به مرد می دهیم؟

• ما با این تصور که مرد نان آور خانواده است اقتصاد را مردانه کرده ایم. باید قبول کنیم نزدیک به یک دهه است که این ترکیب در کشورمان تغییر کرده است؛ یعنی در اکثر کشورهای دنیا تغییر کرده و پذیرفته اند. نزدیک به یک دهه است که بحث Dual Worker ها؛ یعنی زن و مرد شاغل، کاملاً در کشور ما رایج و دیده شده است.

• بهترین فضا برای زنان فضای خانواده است. برای مرد هم بهترین فضا، فضای خانواده است. خانواده متعلق به هر دو جنس است. ترکیب تحصیلی و مهارتی زنان طی دهه های گذشته تغییر کرده است و می توانند نقش فعال تری در اقتصاد داشته باشند. با پذیرش این امر می توانیم برای نحوه حضور فعال زنان در اقتصاد، سیاست گذاری کنیم. ما تنها کشوری نیستیم که مبتلا به این مسئله هستیم.

• در کشوری مثل آفریقای جنوبی سهمیه بندی جنسیتی در اشتغال ایجاد کردند و بعد از مدتی دیدند مقاومت ایجاد می شود؛ لذا روشی ایجاد کردند به این صورت که یک سهمیه را برای برخی از شغل ها، ویژه زنان تعریف کردند و سالیانه هم روی این سهم اضافه شد. بنابراین این طرح ورود زنان را به اقتصاد تضمین کرد یا مثلاً در کشور هند زنان روستایی به شرط آموزش، اشتغال شان در آن بخش ها تضمین می شود؛ یعنی فرمول ها را با توجه به زمینه کشور شان ایجاد و مشارکت فعال زنان را در اقتصاد ضمانت می کنند.

• نباید به این فکر کنیم که راه مشارکت زنان در اقتصاد از مسیر سرویس و خدمات می گذرد، بلکه این حرکت باید دوطرفه باشد. توصیه به سرویس خدمات یک توصیه در سطح بسیار خرد است، بلکه توصیه به خود زنان است؛ به زنانی که امروز از ما می پرسند من علاقه مند به فعالیت اقتصادی هستم و من به ایشان توصیه می کنم که کارآفرین شوند و توصیه می کنم به بخش خدمات بروند و حوزه هایی را که می توانند خدمات دهند، شناسایی کنند تا اقتصاد پویا داشته باشند، اما نگاه من باید به ساختارهای کلان جامعه ام باشد و توصیه کنیم به بخش های درگیر در اشتغال زایی که حداقل با یکپاز سیاست های مناسب

حضور زنان ارتباط دارد و حضور زنان را در اشتغال رسمی کشور تضمین کنند، پردازد.

- ما در کشورمان مسئولیت‌ها را جنسیتی می‌کنیم؛ در دنیایی که ترکیب جنسیتی در بسیاری از امور از بین رفته است. وقتی در مورد خانواده می‌گوییم هم مرد هم زن شاغل، این فقط در کشور ما نیست؛ بپذیریم که مسئله خانواده، فقط مسئله ما نیست. در حال حاضر در تمام کشورهای دنیا، خانواده جدای از مرزبندی‌های سیاسی، اولویت دارد. اگر یک جستجوی ساده بکنیم، می‌بینیم که مثلاً در آمریکا نیز مسئله خانواده را دارند و جالب است بحث از اشتغال زنان می‌کنند. در شروع بحث طرح می‌کنند که به صورت نهادینه بخشی از وظایف مثل فرزندآوری، فرزندپروری و انجام امور منزل برای زنان تعریف شده است. پس آنقدر فاصله ندهیم و نگوییم فقط در کشور ما این گونه است؛ خیر، در همه جای دنیا در حال حاضر خانواده اولویت دارد.
- وقتی می‌گوییم تفکیک جنسیتی در همه نقش‌ها، همین نگاه باعث می‌شود در دوران گذار دچار اشتباه شویم؛ چرا که خودمان را از جریان توسعه عقب نگه می‌داریم. اگر قائل به تفکیک جنسیتی هستیم؛ زن، کارخانه، مرد، کار بیرون؛ چه کسی می‌خواهد این تفکیک را برای ما تعریف کند؟ یعنی ما بحث را فردی و شخصی می‌کنیم و همین شاید منبع تخاصم در خانواده شود.
- در گذشته تحصیل ویژه مردان بوده است. بسیاری از فضاهای دانشگاهی مردانه طراحی شده‌اند و همه دنیا هم همین‌طور است. زنان در بسیاری از عرصه‌ها تازه‌وارد هستند. اشتغال هم همین‌طور؛ ساختار اشتغال هم کاملاً مردانه است. الان تحولی اتفاق افتاده به نام تحصیلات؛ زنان دارند تحصیل می‌کنند و می‌خواهند از تحصیلاتشان به منظور توسعه استفاده ببرند.
- اصلاً وظیفه دولت این است که بگوید چون فرصت تحصیلات ایجاد کردم، این فرصت اشتغال و بهره‌وری را هم می‌خواهم برای شما ایجاد کنم. ما باید سراغ چه نوع سیاستی برویم که اولاً تعارضی در خانواده ایجاد نشود، وظایف خانواده محفوظ بماند و ثانیاً چکار کنیم که چرخه اقتصادی هم کار کند. بحث بر سر این است وقتی می‌گوییم مسئولیت‌ها تقسیم شود، یعنی همه چیز جدا شود، این هم پرخطر است.

- در گذشته نان‌آوری وظیفه مردانه بوده، اما امروزه زنان بیشتر وارد وظایف مردانه شده‌اند تا مردان وارد وظایف زنانه. این چالشی است که ما داریم و مطرح شده است. ما در گذشته دو شرح وظیفه جداگانه داشتیم. از ۱ تا ۱۰ مردان بوده و از ۱ تا ۱۰ زنان. الان زنان از ۱ تا ۱۰ خودشان را دارند انجام می‌دهند و از ۱ تا ۵ مردان را هم انجام می‌دهند؛ اتفاقی که افتاده این است که در اثر تعارض نقش، گران‌باری نقش ایجاد شده است و زنان، فشار و استرس زیادی را تحمل می‌کنند.
- من خود یکی از منتقدان بانک جهانی هستم و در یکی از کارگاه‌هایشان این را برایشان طرح کردم که ما فقط برای حل مسائل اقتصادی توسعه اقتصادی در کشورها، نگاه کمی داشتیم که زنان را هم در بازار کار وارد کنیم، اما گران‌باری نقش زنان و تعارضات را ندیدیم؛ چراکه مردان نخواستند بیایند در از ۱ تا ۵ زنان مشارکت کنند. پس باید در این زمینه فرهنگ‌سازی شود.
- مردان به دلیل برجسب خوردن نقش‌های زنانه به عنوان نقش‌های دست دومی و سطح پایین، وارد نقش‌های خاص زنانه نمی‌شوند. ما در فرهنگ جنس یک و جنس دو داشتیم. بنابراین نقش یک و نقش دو داشتیم. جنس یک نقش‌های باکلاس و جنس دو نقش‌های سطح پایین‌تری داشته است. حتی در ادبیات هم واژه‌ها همین‌طور است، اما الان با خیزش زنان مواجهیم و زنان آمدند ظرفیت‌هایشان را ثابت کنند. الان نخبه ریاضیات داریم که در یک حوزه مردانه بعد از چهار مرد، به جایگاه ویژه‌ای رسیده است. اینها ثابت می‌کند که اگر آموزش و فرصت‌ها برابر باشد، زنان هم حرفی‌برای گفتن داریم. مثلاً در فرهنگ مان واژه «زن‌ذلیل» برای مردی به کار می‌رود که در کار خانه به همسرش کمک می‌کند. مردهای بسیاری داریم که پیش شرط ازدواجشان زن شاغل است. وقتی پیش شرط خود مرد، زن شاغل است، باید آموزش‌اش هم بدهیم که تو باورهای اقتصادی را در بخش نقش‌های اقتصادی کنار گذاشتی و داری با زنی ازدواج می‌کنی که شاغل است. پس یک سری باورهای روانی و فرهنگی خودت را هم کنار بگذار و در خانواده مشارکت کن؛ این حرف نه تنها غربی نیست، بلکه کاملاً اسلامی است؛ اسلامی به تمام معنا. ما حتی در اسلام برای شیر دادن زن، حق و حقوق قایل می‌شویم.

- زن در بالای هرم مثلث خانواده است. ما متاسفانه در جامعه در حال گذاری هستیم که تکلیفمان معلوم نیست و نمی‌دانیم دقیقاً چه سبک خانواده ایده‌آل و چه نقش‌ها و چه بحث‌هایی را می‌خواهیم داشته باشیم. از یک طرف سطح تحصیلات هر دو جنس بالا رفته است که این هم جزو حقوق اولیه هر دو است و از طرفی دو ست داریم در فضای اقتصادی رونق پیدا کنند که هر دو جنس از آن محروم‌اند.
- در کنار آسیب‌های شدیدتر در عرصه خانواده، اشتغال زنان در رتبه سوم یا چهارم قرار دارد؛ در صورتی که در همه جای دنیا مشخص است که با ارتقای سطح تحصیلی زنان، بهداشت، سلامت و کیفیت خانواده بالا می‌رود و ارتقاء پیدا می‌کند. بحث این است که ما چه کنیم و در چه مسیری حرکت کنیم که بتوانیم در همه بخش‌ها اقتصاد توسعه یافته داشته باشیم.
- در ترکیب قبلی خانواده، مرد با نان‌آوری خود می‌توانست نیازهای خانواده را تأمین کند. ناپایداری اقتصادی و تورم باعث شده است که مرد زنش را سرکار بفرستد و ما در پروسه زنده ماندن و تأمین نیازهای اولیه قرار گرفتیم. یک خانواده فقط برای بقای خودش تلاش می‌کند و فرصتی نمی‌ماند تا به نیازهای دسته دومی، سومی، چهارمی و تعالی خانواده فکری کند. پس این تورمی که در اقتصاد کشور اتفاق افتاده باعث شده است که در نظام خانواده، ترکیب نقش‌های جنسیتی خیلی سریع به هم بریزد. ما پیش‌بینی می‌کردیم با رشد تحصیلات زنان، در بازه زمانی ۱۰ ساله، می‌توانیم هم یک سری اشتغال ایجاد کنیم و هم در یک اقتصاد ثابت آن زن و همسرش از ۸ صبح تا ۴ بعدازظهر کار کنند و یک درآمد ثابت مشخص داشته باشند و ظرف ۵ سال صاحب خانه و ماشین شوند. بچه هم ۴ بعدازظهر به خانه می‌آمد؛ یعنی پیش‌بینی مان این بود که از ساعت ۵ بعدازظهر کل خانواده دور هم جمع باشند، اما الان آموزش هم به گونه‌ای شده است که ساعات طولانی می‌طلبد و خانواده هم دارد نقش‌های خودش را به آموزش واگذار می‌کند. به این دلیل که آموزش تخصصی شده است و بچه باید جامعه‌پذیر باشد، لذا باید در فضای اجتماعی یاد بگیرد. در این حالت دیگر گران‌باری نقش، تعارض هویتی، استرس‌های شغلی را نداشتیم. خانواده فرصت دور هم بودن را داشت و دولت می‌توانست با آموزش مهارت‌های زندگی خیلی از آسیب‌های دیگر را کنترل کند، اما

تورم ناخواسته باعث شد که بحران اقتصادی گریبانگیر خانواده‌ها شود و مردان از زنانشان بخواهند که وارد اشتغال شوند.

- امروز بحث بر سر اشتغال زن و تأثیر اشتغال بر نهاد خانواده نیست، بحث بر سر این است که مردان برای تأمین نیازهای اقتصادی و بقای خانواده، به شغل دوم و یا سوم روی آورده‌اند و اصلاً حضوری در جمع خانواده ندارند. به عقیده من بحرانی که در عرصه اشتغال داریم این است که اشتغال زنان طولانی است، اما بعد از ساعات کاری یعنی از ۶-۵ بعد از ظهر به نقش‌های سنتی‌شان در خانواده برمی‌گردند، ولی مرد به خاطر اینکه وظیفه نان‌آوری دارد، ۱۲ شب به خانه می‌آید و ۶ صبح هم سرکار می‌رود. گاهی اوقات بچه‌ها فقط احساس می‌کنند که پدر دارند.

- من می‌گویم اگر مردها در ۵ رتبه زنان وارد شوند، اتفاقی نمی‌افتد. تلویزیون باید فرهنگ‌سازی کند، دولت باید خود فرصت ایجاد کند. باید در شرایط ثبات اقتصادی نقش‌هایی را که داریم با الزامات هر دو جنس تعریف کنیم. نباید مردان را از وظایف تربیتی، عاطفی، ساختاری و کارکردی‌شان در خانواده مجزا کنیم. اید این فرهنگ را ایجاد کنیم که قطعاً مردان هم در خانواده و ظایفی دارند که چقدر هم خوب است که آن‌ها را بپذیرند؛ همان‌طور که زن در اقتصاد خانواده مشارکت می‌کند. در حال حاضر زنانی داریم که بچه‌هایشان به سرانجام رسیده‌اند و توانمند هستند. دولت می‌تواند برای بهبود شرایط این خانواده‌ها هزینه کند. من واقعا فکر می‌کنم آن بحران اقتصادی که ریشه‌اش هر عاملی از قبیل تحریم، بی‌تدبیری، فشار غرب، مصرف‌گرایی و.. بود، ما امروز آثارش را در اقتصاد دیدیم، اما قطعاً بدانید که آثارش در ۵ سال آینده در خانواده هویدا خواهد شد.

- ظرف این ۳۰ سال کاستی‌های ما در شناخت ظرفیت‌ها بوده است. بعد از انقلاب اسلامی اثرپذیری از انقلاب در بسیاری از کشورها وجود داشت. در کشور مالزی هم زمان با انقلاب ما متوجه شده بودند که روسری‌کی از تفاوت‌هایی است که زن مسلمان می‌تواند با دیگر زنان داشته باشد و نشان می‌داد که در ترکیب لباس چقدر از مانتو و شلوار ما اثرپذیر بودند. ما همین حوزه را خودمان نشناختیم. ما امروز می‌توانستیم بزرگ‌ترین صادرکننده مد اسلامی باشیم. می‌توانستیم مد اسلامی را در کشورهای دنیا تعیین تکلیف

کنیم، ولی اکنون مدیست‌های ما منتظرند طراح‌های ترکیه به عنوان مد اسلامی مد بدهند. بعد ما کمی کوتاه‌تر یا بلندتر می‌کنیم و در کشورمان می‌آوریم؛ در حالی که این خود می‌توانستیک اقتصاد بسیار تأثیرگذار زنانه در عرصه‌های ملی و بین‌المللی باشد و متأسفانه ما این ظرفیت را نشناختیم و برای آن ارزش قائل نشدیم.	
--	--

<ul style="list-style-type: none"> • ما در دنیای اندیشه‌های امام (ره) به دنیا آمده بودیم. دنیای اندیشه‌های امام (ره) با دنیای قبل از ایشان متفاوت بود. امام خمینی (ره) فرمودند زنان باید در مقدرات اساسی مملکت دخالت کنند. با توجه به فرمایش ایشان، برای ما، هم حق ایجاد شد هم تکلیف. وقتی در طول ۴۰-۳۵ سال پس از حاکمیت اسلام نگاه می‌کنیم می‌بینیم هر جا از این تفکر تخطی شده، مشکل ایجاد شده است؛ حالا چه در اندیشه‌های سیاسی، چه در اندیشه‌های فرهنگی اجتماعی و چه در حوزه اقتصادی. • در تمام طول تاریخ زن و مرد با هم خلق شده‌اند، با هم کار کرده‌اند، و با هم مسیر رشد را طی کرده‌اند. زن و مرد بعد از ازدواج به کمال می‌رسند و توانایی‌هایشان را با هم به اشتراک می‌گذارند. قوت زن در احساس است و قوت مرد در عمل‌گرایی. قدرت فکر کردن و تعقل، با احساس به کمال می‌رسد. در بحث اقتصاد نیز از صدر اسلام ما همه جا زن و مرد را با هم داشتیم. حضرت خدیجه تاجر بود و تجارت خود را با پیامبر به اشتراک گذاشت و این تجارت، تجارت خوبی شد که مسیر کمال را هم طی کرد؛ یعنی تجارت در راه خدا؛ یعنی همه سود برای آن مسیر اصلی به مصرف رسید و این، کمال تجارت است. • اما در کشور ما یک تفکری است که این دو را از هم جدا می‌کند؛ در صورتی که اینها از هم جدا شدنی نیستند. زن وقتی از خانه‌اش بیرون می‌آید و کار اقتصادی می‌کند، هم به کشور کمک می‌کند و هم به خانواده‌اش. زمانی که نماینده مجلس بودیم به دیدار مقام معظم رهبری رفتیم و ایشان فرمودند که آنقدر که به زن در خانه ظلم می‌شود، در هیچ جای دنیا نمی‌شود. 	<p>«زنان چگونه در اقتصاد مقاومتی نقش ایفا کنند؟» در مصاحبه با مهرخانه ۲۴ آبان ۱۳۹۳</p> <p>سهیلا جلودارزاده</p> <p>نماینده دوره‌های پنجم، ششم، هفتم و دهم مجلس شورای اسلامی؛ مشاور امور زنان وزارت صنعت، معدن و تجارت (۹۲-۹۴)؛ رئیس اتحادیه زنان کارگر</p>
--	--

- هیچ اقتصاد مقاومتی بدون اینکه مولد باشد، نمی تواند شکل بگیرد. اقتصاد مبتنی بر خدماتی است که باید ملزومات آن از بیرون مرزها تأمین شود، با هر تحریمی دچار لرزش می شود و سقوط می کند. به همین جهت در درجه اول به عنوان راهکار عملی بها دادن و احیای بخش هایی است که در صنعت و تولید در حال از بین رفتن هستند. الان زنانی هستند که با تدبیر و درایت در این دوره، در حال فعالیت اند. ۶ کارخانه اجاره کرده اند؛ کارخانه های سنگین با حدود ۳۵ هزار نفر کارگر. در همین نمایشگاه کتاب امسال حدود ۵۰۰ خانم کارآفرین در بخش خصوصی؛ از خوداشتغال گرفته تا خانم های کارخانه دار حضور داشتند.
- زن ها یکی از ارکان مهم و تأمین کننده بازار هستند و سلیقه شان، گرایشات بازار را تأمین می کند. هر زنی بلد است ذائقه جامعه را تشخیص دهد. در جهاد کشاورزی هنوز زنان بیش ترین سهم را دارند؛ به ویژه موارد صادراتی که دارای ارزش افزوده هم هستند، در دست زنان است. بخش دیگری که زنان فعال هستند، زیورآلات و تراش سنگ های قیمتی است که الان یکی از مشکلات بخش معدن ما این است که وقتی مواد خام به فروش می رسد ارزش افزوده آن چند برابرش به دست خارجی می رسد و دوباره برمی گردد و مصرف می کنیم.
- آفریقای جنوبی برای صابون های آرایشی بهداشتی که در خانه ها تولید می شود، ارزش افزوده خیلی عالی در نظر می گیرد.
- ما در خصوص بازرگانی زنان، پیشینه مذهبی و مکتبی داریم. حضرت زهرا (س) در برهه ای فدک را مدیریت می کردند و مسئله بازرگانی حضرت خدیجه هم که بسیار گفته شده است. وقتی دنیای کفر لوازم بهداشتی آرایشی را برای ما تدارک می بیند، ما حتی فکر نمی کنیم که این مواد از مواد اولیه غیرحلال تهیه شده است یا خیر.
- بخش دیگر صنایع الکترونیک ICT و IT است که زنان هم در کاربری و هم در نگهداری آن فعالیت دارند. غیر از لوازم الکترونیکی مواردی را ما در چهار بخش پیش بینی کردیم و کار می کنیم تا توانمندسازی انجام شود؛ حتی کارآفرینان آن توانمند شوند؛ یکی تجمیع منابع مالی است که می تواند برای زنان مصرف شود. امروز دنیا تا حد ۳۰ درصد در منابع، سهمی را برای زنان به

رسمیت شناخته است و زنان تحصیل کرده ما هم می‌توانند در این حد وارد شوند. البته در کشور ما بیش از ۳۰ درصد است؛ چراکه الان در خود وزارت صنعت که بخش دولتی است، ۴۷ درصد کارشناس‌های این وزارتخانه زنان هستند و این نشان می‌دهد اگر وزارتخانه‌های دیگر نیز رصد شوند، در بخش دولتی جا پیدا می‌شود؛ چرا که مردان ترجیح می‌دهند به بخش غیردولتی بروند. بخش دولتی اشباع شده است و تقریباً الان استخدام جدید نداریم و بیش از حد هم استخدام کرده‌ایم که اینها باید جایگزین شوند؛ لذا باید یک فیلد مشخص برای زنان در اقتصاد در نظر گرفته شود و کارگروه کارآفرینی نیز فعالیت‌ها را به این چند رشته دسته‌بندی می‌کند و فرصت‌های را برای اشتغال خانگی تا اشتغال صنعتی فراهم می‌آورد.

- من فکر می‌کنم باید به حوزه‌های جدیدی که ممکن است ابداع و نوآوری باشد، پردازیم. در حال حاضر رقابتی که با برخی از صنایع جات داریم، بسیار هزینه‌بر است. مثلاً فرض کنید هزینه ایجاد یک نوآوری و یک بدعت جدید در حوزه صنعت ممکن است از آن کمتر باشد. ما چند عامل را در نظر گرفتیم. به عنوان مثال ما ۵۰ میلیون متر چادر مشکی در سال وارد می‌کنیم. حدود یک پنجم آن را با یک کارخانه جدیدی که ایجاد کردیم و آخر اسفند ماه به نتیجه می‌رسد، خودمان تولید می‌کنیم. این تولید در داخل با صرفه‌تر است یا اینکه پارچه‌اش را وارد کنیم؟ کدام با اقتصاد مقاومتی سازگار است؟ درباره پارچه چادر مشکی، مافیای واردات این چادر شکل گرفته بود و با اسناد محکم و محکمه‌پسندی که به مجلس ارائه شد، نگذاشته‌اند تولید چادر مشکی شکل گیرد و تعرفه واردات چادر مشکی را کم کرده بودند؛ قیمت بالا رفت، تعرفه پایین آمد و واردات هم زیاد شد. مزیت تولید داخل این است که قیمت شکسته می‌شود و تولید داخل شکل می‌گیرد.

- حتی در مورد پوشاک دوخته شده، هیچ‌کس نمی‌تواند منکر شود که دوخت پوشاک در داخل ایران ارزان‌تر از ترکیه است. اتاق بازرگانی از سرمایه‌دار ترک دعوت می‌کند که سرمایه‌اش را در ایران سرمایه‌گذاری کند. حق و حقوق کارگر ما یک سوم حق و حقوق کارگر در ترکیه است و کارگاه اینجا ارزان‌تر درمی‌آید. مسئله گمرک هم هست و همه اینها دیده شده است. در خصوص IT و ITC هم اگر اینجایک کامپیوتر مونتاژ شود، خیلی ارزان‌تر

<p>از جای دیگر است. مونتاژ و تولید برای مواردی که خیلی پرمصرف هستند، باید در داخل صورت گیرد.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ما شورایی به نام شورای راهبردی زنان راهاندازی کردیم که این شورای راهبردی در ریاست جمهوری در حال تدوین برنامه ۵ ساله ششم و هفتم است؛ یعنی تا سال ۱۴۰۴. این شورای راهبردی سیاست‌های پایلوت را تنظیم می‌کند، برای برنامه بازخورد می‌گیرد و در ارتباط با وظایفی که الان امور زنان وزارتخانه‌شان باید برای زنان انجام دهند، برنامه‌ریزی ترتیب می‌دهد. 		
<ul style="list-style-type: none"> • نقش آفرینی زنان در اقتصاد مقاومتی بسیار مهم است زیرا زنان در رابطه با مدیریت درآمدها، هزینه‌ها، مدیریت و هماهنگی با نحوه توزیع و تهیه سبد خانوار دخیل هستند. • با توجه به نقش زنان در اقتصاد مقاومتی و نامگذاری سال ۹۵ با عنوان اقتصاد مقاومتی، اقدام و عمل باید نقش زنان به طور دقیق و عمیق مورد بررسی قرار گیرد. • هنوز تعادل مطلوب و قابل قبول و مشارکت عادلانه زن و مرد در فعالیتهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی محقق نشده، فرصت منصفانه بروز خلاقیت و استعداد انسانها برقرار نشده و فرآیند توسعه بگونه‌ای مطلوب موفق نبوده است. • باید توجه داشت که در عرصه اقتصادی مشکلات زیادی به وجود آمده و باید زنان در برطرف و متوازن کردن این شرایط به میدان بیایند و مردان کشور نیز باید توانمندی زنان را ببینند چرا که عملکرد آنان در نقش‌های مختلف جامعه اگر از مردان قوی تر نباشد ضعیف تر هم نیست. • امروز زنان از محدوده سنتی نقش‌های خود در جامعه خارج شده و خواهان افزایش مشارکت اجتماعی و فرهنگی خود هستند. 	<p>بررسی نقش بانوان در تحقق اقتصاد مقاومتی کشور - خبرگزاری ایسنا - ۹۵/۹/۲۱</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • ما کجا اجازه داریم که پیوست جنسیت را به موضوعات متصل کنیم؟ این مؤلفه بحث عملیاتی علمی را می‌طلبد؛ چرا که به نظرم در حال حاضر سیستم به سمتی می‌رود که در همه حوزه‌ها به نوعی بحث جنسیت جداگانه مورد مطالعه قرار می‌گیرد و تجزیه و تحلیل می‌شود. • در برخی موارد ممکن است نگاه خاص به زنان ضررش بیش از منفعت‌اش باشد؛ لذا این خود یک بحث آکادمیک و علمی را می‌طلبد که در چه 	<p>«زنان چگونه در اقتصاد مقاومتی</p>	<p>لیلا سادات زعفرانیچی کارشناسی اقتصاد، دانشگاه تهران، تهران؛ کارشناسی ارشد توسعه اقتصاد مقاومتی، نامه‌های اقتصاد</p>

زمینه‌هایی اجازه داریم پیوست بحث زنان را به موضوعات متصل کنیم؟ این مقدمه را به این دلیل عنوان کردم که ابتدا لزوم بحث اقتصاد مقاومتی و ارتباط خاص آن با زنان را تعریف کنیم و تبیین سازیم که چرا لازم است در این زمینه جنسیت مورد توجه قرار گیرد.

- در اقتصاد کشورمان این مسئله [اقتصاد مقاومتی] فراتر از جنسیت است و درصدی از بودجه کشور ما که رقم نسبتاً بالایی است از درآمدهای نفتی تشکیل شده است. این در حالی است که درآمدهای نفتی هم بودجه دولت را تأمین می‌کند و هم بخش اعظمی از درآمدهای ارزی واردات مان را.
- به نظرم معقول‌ترین پیش‌بینی این است که بینیم ظرفیت دولت برای چنین فضایی چقدر است. با توجه به اصول اقتصادی مثل اصل ۴۴ قانون اساسی که به سمت کوچک‌سازی و خصوصی‌سازی دولت پیش می‌رود، به نظر می‌آید که اگر به دنبال بهبود وضعیت اشتغال زنان هستیم، حداقل باید نسبت به بخش دولتی و نسبت به فضایی که ممکن است در حوزه اشتغال دولتی برای زنان تهیه و تدارک دیده شود، پیش‌بینی نسبتاً معقولی داشته باشیم و خیلی دور از منطقی هم نیست که فرض کنیم این ظرفیت محدود است. بنابراین باید بحث اشتغال زنان را صرف‌نظر از ظرفیت‌های دولتی و اشتغال دولتی در زمینه‌سازی مناسب برای بخش خصوصی دنبال کنیم که یکی از اصلی‌ترین ابزارهای آن نه تنها در کشور ما؛ بلکه در تمام کشورها، بهبود فضای کسب و کار برای زنان است؛ یعنی به عنوان دولت به جای اینکه ایجاد شغل کنید، باید فضای کسب و کار را مدیریت کنید.
- در فضای اشتغال زنان باید به دنبال آن باشیم که یک دید بلندمدت استراتژیک داشته باشیم و پتانسیل و ظرفیت در اقتصاد کشور شناخته شود و زنان و اشتغال آن‌ها در حوزه‌های خاص در اولویت قرار گیرد. من فکر می‌کنم هیچ کار دقیقی روی این قضیه انجام نشده است که ما براساس ظرفیت‌های درونی بتوانیم این حوزه ثمربخش را اول تشخیص بدهیم و بعد هم تجهیز کنیم؛ اشتغال زنان در اقتصاد مقاومتی در همان حوزه معنا پیدا می‌کند.
- بسیاری از این کشورها بحث‌های خوداشتغالی و کارآفرینی را به خاطر انعطاف‌پذیری ساعات کار و زمینه متناسب رضایت شغلی زنان در این پست‌ها

تجربه کرده‌اند. من مطالعه‌ای درباره کشور کانادا به عنوان یکی از کشورهای پیشتاز در حوزه کارآفرینی داشته‌ام. ۳۵ درصد از کارهای کوچک در کشور کانادا که ۳۳ میلیون نفر جمعیت دارد، در دست زنان است. زنان در مجموع ۱۸ میلیارد دلار به اقتصاد این کشور در حوزه کارآفرینی سود می‌رسانند. از همه مهم‌تر اینکه متوسط سن زنان کارآفرین در این کشور ۴۱ سال به بالاست؛ یعنی این‌طور هم نیست که فضایی که در کارآفرینی تصور می‌کنیم، منحصر به زنان جوان باشد.

- مشکلات جهانی کارآفرینی زنان بیشتر در حوزه کسب منابع سرمایه و جذب منابع مادی است، اما ما تجربه کارآفرینی زنان مان هنوز بالغ نشده است و کمتر از ۱۰ درصد کارآفرینان ما زن هستند. این نشان می‌دهد که زنان هنوز نه شروع به کارشان را می‌توانند استارت بزنند و نه تداوم کارشان را؛ یعنی حمایت مالی از آنان اگرچه به جای خود قابل تأمل است، ولی مشکل این است که انگیزه آنان بالغ نشده است و فرد اصلاً نمی‌داند می‌خواهد چه کار کند و هنوز مقررات حقوقی اولیه اشتغال و کارآفرینی؛ مثل دست چک و... را نمی‌شناسد. اینها نشان می‌دهد که آگاهی زنان ما همچنان نیاز به تکمیل شدن دارد.

- من بحثی را از وزارت صنعت و معدن خواندم که پیشنهاد خوبی است؛ تشکیل صندوق حمایت از زنان کارآفرین، که فکر می‌کنم اگر تمرکز آن فقط به حوزه مالی نباشد، تجربه بی‌نظیری خواهد بود. علاوه بر آنکه بخش مهمی از گزارش سال ۲۰۱۲ (GEM سازمان دیده‌بان کارآفرینی جهانی) به بهبود نسبی کارآفرینی زنان در ایران اشاره دارد؛ لذا چه بهتر که دولت یا مدیران اقتصادی نظام بتوانند حوزه‌های کارآفرینی که بالاخص زنان می‌توانند در آن‌ها بهتر نقش‌آفرینی کنند را معرفی و مدیریت کنند.

- در حوزه اقتصاد مقاومتی بند ۲ به پیشتازی اقتصاد دانش‌بنیان عنایت خاصی دارد. تا سال ۱۹۹۵ دنیا هیچ شاخصی برای اینکه بگوید این اقتصاد دانش‌محور است یا خیر، نداشت. از سال ۱۹۹۵ تقریباً یک‌سری فرمول‌ها کمک کردند تا ما بتوانیم اندازه‌گیری کنیم و براساس آن بگوییم که آیا این اقتصاد دانش‌محور است یا خیر. باید ببینیم این شاخص‌ها کجا در روایت جنسیت مصداق پیدا می‌کند. مثلاً سازمان همکاری اقتصادی آسیا و اقیانوسیه (آپک)

تقسیمات چهارگانه‌ای را برای اقتصاد دانش‌بنیان معرفی کرده است که از خلق دانش شروع می‌شود و تحصیل و یادگیری دانش، انتشار دانش و کاربرد دانش را دربرمی‌گیرد. شاخصه‌های اندازه‌گیری خلق دانش عبارت‌اند از: ابداعات ملی، درصد R&D از GDP، سرانه محققان و سرانه ثبت اختراع. در شاخصه‌های تحصیل و یادگیری دانش، توسعه منابع انسانی، واردات فن‌آوری از کل واردات، ملاک قرار می‌گیرد. شاخصه‌های انتشار دانش شامل IT و ICT است و نهایتاً شاخصه‌های کاربرد دانش، شامل آن می‌شود که برآورد کنیم که نیروی کار متخصص (knowledge worker) ما چند درصد نیروی کار را تشکیل می‌دهند.

- دغدغه‌های ما در حوزه اقتصاد دانش‌بنیان، فراتر از جنسیت است. قرار بود براساس برنامه پنجم توسعه، سالیانه نیم‌درصد به اعتبارات R&D نسبت به GDP اضافه شود که تا آخر برنامه توسعه به ۳٪ برسد. نسبت اعتبارات R&D به رشد تولید ناخالص داخلی از ۶٫۶٪ سال ۹۲، به ۴٫۲٪ در سال ۹۳ کاهش پیدا کرده که این فرآیند فراتر از بحث‌های جنسیتی، نگران‌کننده است؛ یعنی بودجه پژوهش نسبت به سال ۹۲ کم شده است. از طرف دیگر بحث انتشار دانش در بحث درصد مخارج ICT از GDP هم سنجیده می‌شود و این شاخص، شاخص نگران‌کننده‌ای در اقتصاد ایران است. این شاخص در کشورهای در حال توسعه ۶-۱۰ درصد است و سهم ایران کمتر از ۵٫۱ درصد است. در این قضیه زنان در کجاها توانمند هستند و کجا احتیاج به بحث در حوزه جنسیت وجود دارد.

- در بحث‌های خلق دانش، بحث بودجه پژوهش دست و پاگیر بوده و برای هر دو جنس قابل تأمل است. سرانه محققان و آمار رسمی اعضای هیئت علمی که به نوعی روایت‌کننده خلق دانش است، یا اختراعات و ابداعات یا حتی جوایزی که دانش‌آموزان می‌گیرند، نشان می‌دهد که زنان در این مرحله حضور پررنگی دارند. در یادگیری دانش هم ما در حوزه جنسیت وضعیت خوبی داریم. در حوزه انتشار دانش نیز روایت مدیریتی است؛ یعنی زنان مانند مردان از همه زیرساخت‌ها استفاده می‌کنند، اما مسئله‌ای که دغدغه است این است که نرخ بیکاری زنان فارغ‌التحصیل بالا است؛ یعنی در حوزه کاربرد دانش نه تنها اقتصاد نمی‌تواند از نیروی متخصص استفاده کند، بلکه حتی

نتوانسته است حلقه‌های دوم و چهارم اقتصاد دانش‌بنیان؛ یعنی تحصیل و کاربرد دانش را به هم مرتبط کند.

- چاره این است که اولاً ما ببینیم زنان آموزش‌دیده اصلاً بر اساس نیاز بازار کار آموزش می‌بینند یا خیر؟ ثانیاً اینکه آیا نیازهای بازار را به این منظومه‌های آموزشی مرتبط کرده‌ایم؟ جایی وجود دارد که متقاضیان عامل کار بیایند و اعلام کنند که فلان میزان نیروی متخصص نیاز داریم؟
- پس ایران در شاخص Science & Technology Perfect که رشد علم و تکنولوژی است، وضع مناسبی دارد و ما همه به این می‌بالیم، اما در عرصه Knowledge Economy باید وضعیت را رصد کنیم؛ یعنی نیامده‌ایم علم را به صنعت ملحق کنیم. در بحث زنان این مسئله خطرتر است؛ یعنی با جمعی بی‌نظیر از زنان فارغ‌التحصیل روبه‌رو هستیم که وارد بازار کار نمی‌شوند و چاره‌اش این است که این دو مؤلفه با هم کار کنند.
- من فکر می‌کنم این که امروز در بحث اقتصاد مقاومتی اصل توجه را بر حضور زنان در عرصه تولید گذاشته‌ایم، دلیل نمی‌شود که نقش چشم‌گیر زنان در مصرف مورد توجه قرار نگیرد. ما بحثمان را از اینجا شروع کردیم که در بحث اقتصاد مقاومتی، باید به اولویت‌ها توجه کنیم. با این پیش‌فرض باید گفت که ما بر اساس آمار سال ۱۳۹۰ حدود ۲۱ میلیون خانوار داریم؛ اعم از مرد سرپرست و زن سرپرست. در این ۲۱ میلیون خانوار، زنان هم به صورت فردی مصرف‌کننده هستند و هم مدیر مصرفی خانوار به حساب می‌آیند.
- بند ۸ این سیاست‌ها [سیاست‌های مقاومتی] به حوزه مصرف و بحث تنظیم و انضباط مصرف اشاره می‌کند که زنان در این حوزه حضور بی‌بدیل دارند. بنابراین در کنار بحث‌های تولیدی و تأثیرگذاری حوزه زنان در تولید، آن قسمتی که باید نظم و انضباط مصرفی با فرهنگ‌سازی به خانواده ابلاغ شود، توسط زنان است و باید این قضیه پی‌گیری شود و بخواهیم که هر چه سریع‌تر به مرحله نهایی برسد و نتیجه دهد.
- در سیاست‌هایی نظیر رشد بهره‌وری یا سیاست مدیریت‌های مالی، بحث جنسیت معنادار است. زنان متخصص معمولاً به روایتی غیر از تخصص‌شان به کار گرفته می‌شوند و همین عامل سبب افت بهره‌وری آنان در فضای اقتصادی می‌شود. اگر فضای کسب و کار برای زنان با توجه به پتانسیل‌های جنسیتی و

ظرفیت‌های این قشر فراهم نشود، به دنبال فضاهایی می‌روند که تا به امروز برایشان تعریف شده و این فضا نیز کاملاً اشباع است و بهره‌وری در حوزه اشتغال زنان پایین می‌آید. نتیجه این است که باید یک سرفصل‌های شغلی جدیدی برای آن‌ها تعیین کنیم که مطابق با استانداردهای آنان و دارای انعطاف‌پذیری باشد تا دغدغه‌های آن‌ها را کم کند و بتوانیم از ظرفیت‌های اصلی‌شان نیز استفاده کنیم.

- یک بحث، بحث ضرورت تعیین استراتژی کلان ملی است؛ یعنی اینکه اگر اقتصادی دارید که دارای مزیت نسبی در تولیدات کشاورزی است و یا اگر در یک رشته‌ای از بخش صنعت دارای مزیت است، کلیه منابع انسانی و کلیه منابع سرمایه‌ای کشور تجهیز و به آن سمت برود. اما چون این استراتژی تعیین نشده است، هم زنان و هم مردان مشمول این سردرگمی شده‌اند. این یک بحث است و در بحث دیگر ما یک سری ارزش‌ها و ملاک‌های خاص خودمان را داریم که این ملاک‌ها و ارزش‌ها نه به معنی عدم حضور اقتصادی زن، بلکه به معنای اولویت‌بندی شکل حضور است.

- اگر قرار است در خصوص حضور بازاری زنان در مشاغل اقتصادی صحبت کنیم، باید با ملاحظه بگوییم که زنان مسئولیت اقتصادی در تأمین معاش خانواده را ندارند. یک موقع سرپرست خانوار زن است و یک موقع به اقتصاد خانوار کمک می‌کند؛ ولی آیا شما می‌توانید زنی را از نظر حقوقی و قانونی مؤاخذه کنید که نتوانسته‌ای هزینه شوهرت را تقبل کنی؟ ما چنین چیزی را نداریم. مسئولیت با ضرورت فرق می‌کند. می‌خواهم بگویم اگر چه نیاز اقتصادی ممکن است بیش از یک عضو شاغل را در خانوار طلب کند، در کنار این نیاز اقتصادی، خانواده هم نباید نابسامان شود و آسیب ببیند. ما زنان را تجهیز کردیم تا دارای سرمایه انسانی شوند، اما فضای مناسبی برای اینکه آنان هم خانواده را هم حفظ کنند و هم فعالیت اقتصادی انجام دهند، فراهم نکرده‌ایم.

- اتفاقی که افتاده این است که زنان حضور اقتصادی خود را مردانه تعریف می‌کنند. این مسئله بحث‌های مادی و معنوی ناخواسته‌ای را ایجاد می‌کند. جالب این است که در حوزه اشتغال زنان، دوست داریم احقاق حقوق زنان را در سایه کار و شغل دنبال کنیم، اما چرا در آن حوزه‌هایی که واقعاً حق و

سرمایه مادی آنها در خانواده است، ورود نداریم؟ مثل بحث جدی نفقه و مهریه. چرا بسته اقتصادی دین و حمایت مالی از زن تبیین نمی شود؟ علاوه بر اینکه بحث اشتغال زنان صرفاً زنان متأهل و دارای فرزند را شامل نمی شود و مراعات تنوع سنی و مجرد و تأهل، از لوازم اصلی تعیین استراتژی اشتغال زنان در کشور است.

- در اینکه دولت باید فرصت شغلی برای آحاد جامعه ایجاد کند، شکی نیست. این نص صریح قانون اساسی است. اما بحث، بحث هدایت شغلی زنان است. من معتقدم که هدایت شغلی زنان باید در مسیری باشد که در کنار حفظ کرامت فردی و نقش های خانوادگی، دغدغه حضور در فضای اقتصادی زن همراه با آن حل و فصل شود. اگر قرار باشد به نسل آینده بگوییم فارغ از مرد و یا زن بودن وارد فضای اقتصادی شو، همان بحث تعارض بین مسئولیت اقتصادی و خانوادگی پیش می آید. مواظب این خطر باشیم. مسئولیت های خانوادگی تأمین معاش برعهده مرد و تولیدات خانگی یعنی پرورش سرمایه انسانی آینده برعهده زن است و این نباید مخدوش شود و نایبستی برای رسیدن به برابری دو جنس در فضای اقتصادی، «خانواده»، بی انضباط و رها گردد.

- از همه مهم تر اینکه ما براساس اصول ارزشی مان معتقدیم که زنان به عنوان مادر یک سری مؤلفه های خاص دارند. تعاملی که مادر به نوعی با کودک در سنین خاصی نکرده است، در سال های بعد جبران نمی شود. از این زاویه هم نگاه کنیم. وقتی می گوییم که فضای شغلی مهیا باشد، این فضای شغلی باید با این دغدغه ها مهیا شود که در کنار حضور اقتصادی، آن اولویت های اصلی در خانواده را فدا نکنیم. این مهم وقتی ایجاد می شود که فضایی که برای زنان تدارک می بینیم، کاملاً معنادار و متفاوت باشد. یک موقع می گوییم تفکیک به منظور بهبود، یک موقع می گوییم تفکیک به معنای تبعیض؛ کدام بخش ملاک ما است؟ من معتقدم هر تفکیکی دلیل بر تبعیض نمی شود. قطعاً این را کسی تأیید نمی کند. بحث تفکیک فضای شغلی زنان از مردان به معنای اعمال تبعیض علیه آنان نیست. اگر شما در فضای بهبود و رضایت شغلی زنان قدم بردارید، قطعاً باید به این جنس نگاه کنید. وقتی می گوییم زن، زنی که مادر است، زنی که همسر است، زنی که این مسئولیت ها را دارد؛ این خودش یک

نوع تفکیک است. حالا برای این زن می‌خواهیم کاری تعریف کنیم که معیارهای خاص خود را دارا باشد.

- من معتقدم که تمام مشکلات اقتصادی در حوزه زنان منحصر به فضای اشتغال نمی‌شود، همان‌طور که تمام دغدغه‌های خانواده نیز با تأکید بر نقش زنان حل نخواهد شد؛ اگرچه معتقدم عدم توجه به نقش‌های اصلی و مزیت دو جنس در حوزه‌های مربوطه، ناکارآمدی و واسطه‌پاری مسئولیت‌ها را به خارج از خانواده منجر خواهد شد.

- بحث اشتغال زنان بحث جالب و جذابی است، اما واقعیت قضیه این است که مسئله اقتصاد زن خیلی کلی‌تر از اشتغال زن است. ما معمولاً آنقدر که راجع به فرصت شغلی صحبت می‌کنیم، راجع به عرصه‌های پس‌انداز و سرمایه‌گذاری و نقش‌های اقتصادی زنان در خانواده صحبت نمی‌کنیم. در کشورهای در حال توسعه؛ به‌خصوص خاورمیانه، معمولاً خانواده‌ها زنانی دارند که منابعی را احیاناً در دسترس دارند، ولی نمی‌دانند این منابع را کجا خرج و چگونه سرمایه‌گذاری کنند. معمولاً زنان ریسک‌گریز و دنبال سرمایه‌گذاری‌های کم‌هزینه‌اند.

- در ساختار اقتصادی خودمان براساس جنسیت برنامه‌ریزی دقیقی نداریم. فرض کنید در حوزه طلا و پس‌اندازهای مالی، زنان مجهز هستند، ولی اصلاً نمی‌دانند چه کار کنند. زنان ما تا حدی دستیابی به یک‌سری از منابع دارند، ولی برای تجهیز آن منابع خرد، هیچ راهکاری ندارند. بیایم از این ظرفیت‌های خرد و بالقوه استفاده کنیم. سرمایه‌گذاری زنان ممکن است همراه با اشتغال نباشد. شما زنان سرمایه‌گذار در دنیا را ببینید که منابع مالی دارند و فقط مدیریت می‌کنند.

- در حوزه بحث خاص اقتصاد مقاومتی، حیطه تأثیرگذاری زنان در مصرف، با توجه به حضورشان در همه خانواده‌ها مهم است. همچنین تجربه ثابت کرده است که زنان مخارج مصرفی خانوار را اگر مدیریت هم نکنند، قطعاً هدایت می‌کنند. مثلاً در کشور انگلیس ۸۰ درصد هزینه‌های خانوار توسط زنان مدیریت می‌شود. در کشور ما به این اندازه نیست، ولی زنان تأثیرگذارند و این تأثیرگذاری نباید از چشم بیفتد و باید فرهنگ‌سازی شده و تولید ملی، درون‌زا باشد. در خانواده تأثیرگذارترین بخش روی زنان است. اگر آن حوزه

زمینه زنان عهده دار هستند. تبیین نقش زنان تا حدی است که ما می‌توانیم در زمینه اقتصاد مقاومتی، کار فرهنگی، تبلیغاتی و سمت و سو دادن به نوع تقاضامندی زنان؛ از فکر و افکار و طراحی خودشان استفاده بکنیم تا نقش زنان را بیش از گذشته ببینیم.

- کسانی که می‌توانند در نوع خرید و نوع نگهداری کالاها نقشی را در خانواده ایفا بکنند زنان تاثیرگذار هستند. نخست؛ از آن جایی که زنان نیمی از پیکره جامعه هستند و تاثیرگذار روی نیمه دیگر جامعه، حال یا به عنوان همسر و یا به عنوان مادر در خانواده و دارا بودن نقش تربیتی، عاطفی و مهرورزی و یا به عنوان یک دختر که مطالبات اقتصادی خاص خود را در جایگاه فرزند و اختصاصی جنسیتی زنانه و دخترانه می‌تواند در خانواده داشته باشد، حتما و مطمئنا در فرهنگ سازی تقاضاها، مطالبات، کنترل و هدایت آن چه که به دست می‌آید به فرهنگ خانواده‌ها بستگی دارد. از همه مهم تر تربیت فکری، روحی، عاطفی و نقش آفرینی پسران است که به دست مادران به عنوان مولد و تولید کننده اجتماعی سپرده شده است.

- زنان ما خودشان تولیدکننده هستند. اگر در زندگی نامه و شرح حال زمان یک تورقی داشته باشید، خواهید دید که بخشی از چرخه اقتصادی خانواده ما توسط زنان خانواده چرخانده شده است. برای نمونه تولیدات صنایع دستی، قالیبافی‌ها، فرش بافی‌ها، نوع کارهای بافتنی، صنایع دستی تولید شده، همچنین تامین بسیاری از مایحتاج خوراکی با قیمت ارزان تر و پیوست آن بهداشت و سلامت بیشتر در محیط خانواده، سفره آرایشی‌ها، خانه آرایشی‌ها همه به دست زنان ما سپرده شده است.

- به هر حال فضای خانواده و فضای زنانه نوعی فضای مصرف محسوب می‌شود، اما خوب مصرف کردن و استفاده بهینه بحث دیگری است. رویکرد ما در این که چه نوع کالایی را در چه برهه زمانی نگهداری کنیم و نظارت بر حسن استفاده از کالاها، عدم گرایش در تنوع خریدها و استفاده از جایگزین‌هایی که می‌تواند مطالبات و تقاضاها را کمتر بکند، بستگی به فرهنگ سازی و نوع نگاه زنانه ما دارد که فرزندان را چگونه آموزش بدهیم. مادران باید مهارت استفاده از تولیدات داخلی را به خصوص در نسل جدید که تشکیل دهنده خانواده‌های جدید هستند را بالا ببرند.

- اگر مادران بتوانند این خصیصه را در فرزندان نهادینه کنند، چرخه نگاه و حمایت از اقتصاد مقاومتی را در کشورمان بهینه کرده ایم. یادمان نرود ما داستان گاندی را داریم تکرار می کنیم که وقتی می خواست از دکمه انگلیسی استفاده نکند سعی کرد جایگزینی برای آن از محصولات داخلی خودشان پیدا کند. این نوع آموزش فرهنگ نگاه و تبلیغات توسط زنان ما هم می تواند به نحو بهینه ای در جامعه استفاده شود.
- در آموزش های غیر رسمی، اوقات فراغت، کارگاه های مهارتی، آموزش های جانبی قرار دارد و در بخش آموزش های رسمی ما کتاب های آموزشی است که باید مورد دقت بیشتری قرار بگیرد. حتی نوع کالای تبلیغاتی در تبلیغات محیطی، مبلمان های شهری در نوع چشم انداز ما برای آینده و چشم اندازی که می توانیم در فضای شهری ایجاد بکنیم، تاثیرگذار است.
- در این آموزش ها، تبلیغات ها و ترویج این فرهنگ که زمینه های فرهنگ سازی را ایجاد می کند، برای تنویر اذهان و برای هر دو جنسیت زنان و مردان می تواند تاثیرات بسزایی داشته باشد.
- استقبال و روی گردانی از متضررات به دست خانواده هاست و در خانواده به دست مادران. این که ما تبلیغات داخل و برای مثال صدا و سیما را نقد کنیم، تنها بخشی از این قضایا محسوب می شود. فضاهای اینترنتی و ماهواره ها نیز موجود است. تنها بخشی از تبلیغات مربوط به سیما است، بخشی سینما، بخشی رسانه های نوشتاری و بخشی عکس و موارد دیگر.
- اگر ما این استقبال و عدم استقبال را در محیط خانواده ها و فرهنگ سازی مانند اوایل انقلاب و یا صدر اسلام جلوه بدهیم، مشکل حل می شود. با این که تجملات بود اما مردم به ساده زیستی روی آورده بودند. بنابراین نوع فرهنگ مردم شهر، نگاه حاکمان و متولیان امور فرهنگی ما سبب می شود که این ها جایگاه خودشان را داشته باشند و یا خود را کمتر ببینند. ما زمانی عرضه را بیشتر می کنیم که تقاضا برای آن وجود داشته باشد. اگر ما بتوانیم تقاضاها را توسط فرهنگ سازی ها کنترل کنیم مطمئنا عرضه ما به اندازه، به جا و به موقع است ولو اگر تبلیغات هم وجود داشته باشد. ما باید روی تقاضاها برنامه ریزی بیشتری را داشته باشیم.

- جامعه ما ترکیب یافته از افراد درون خانواده‌ها است. حتی با وجود تاثیر جامعه اما خانواده‌ها ولو اقل، تابع اکثریت جامعه نمی‌شوند و این از نفوذ تربیتی خانواده است. در خصوص فرهنگ سازی‌ها حمایت آموزش و پرورش، آموزش عالی، رسانه‌ها، ائمه جمعه و جماعت، متولیان امور فرهنگی و مسئولان طلب می‌شود.
- خانواده به دلیل کنترل نظارت و نگهداری سمت و سو دادن به اعضا و سفره به عام (فرهنگی، مصرفی و تغذیه) که در خانواده پهن می‌شود، در کنترل و آستانه رضایت مندی از چرخه اقتصاد نقش بسیار بسزایی دارد و مادران ما در فضای خانواده این مسئله را خوب می‌توانند کنترل کنند.
- راهکار ما در زمینه آموزش، پژوهش‌های بروز، کارهای فرهنگی، تبلیغات ترویجی و اهمیت دادن به این نقش باید باشد. ببینید نشود سالی یک بار ما در ایام میلاد به دنبال نقش مادران باشیم. ما باید همواره مادران را حمایت بکنیم و برنامه‌های مثبت حکایتی برایشان داشته باشیم. ما باید مادران را آموزش بدهیم.
- مادران حال حاضر تنها مادران ۵۰ ساله و یا ۶۰ ساله گذشته نیستند، مادر جوان ما باید آموزش ببیند و در کارگاه‌های استفاده بهینه از محصولات و تولیدات شرکت کنند. ما فقط داریم درباره اقتصاد مقاومتی شعار می‌دهیم و آموزش نمی‌دهیم. اصلاً اقتصاد مقاومتی برای ما تعریف نمی‌شود. ما باید بتوانیم جواب معادله‌ها و معامله‌های خود را بدهیم. ما در سطح شهر پایگاه‌ها و رسانه‌های خوب برای نحوه آموزش و تبلیغات صحیح در بای رسیدن به این اهداف عالی و به دست آوردن راندمان خوب جهت اقتصاد مقاومتی را نداریم و روی آن سرمایه گذاری نکرده ایم. برای نمونه در حال حاضر همه در حال استفاده از دارو آن هم بی‌رویه هستند در اقتصاد مقاومتی ما با پیشگیری باید کاری کنیم که مریض نشویم و سلامت خانواده را حفظ کنیم. درمان‌های ابتدایی باید به مادران آموزش داده شود تا این همه محتاج داروها و آنتی بیوتیک‌ها نباشیم. آموزش مدیریت بحران و کمک‌های اولیه جز موارد ابتدایی آموزش‌ها محسوب می‌شود اما باز هم مادران ما آموزش آن را ندیده‌اند. آموزش در سیستم آموزشی ما در خانوار در حد حداقل است.

<ul style="list-style-type: none"> • اگر چه خط مقدم مدیریت اقتصاد مقاومتی در خانواده به دست زنان ایجاد می‌شود. اما در این میان به نقش آن‌ها در نهادهای اجتماعی و مباحث اقتصادی به عنوان تشکیل دهنده نیمی از جمعیت کشور کمتر توجه شده است. چرا که اگر خانم خانه با تغییر نگرش و ذائقه خانواده بتواند مدیریت اقتصادی سالمی را پیاده کند، مرد هم به تبع آن مدیریت می‌شود. • سهم زنان خانه‌دار در اقتصاد مقاومتی در چهار جبهه علمی، فرهنگی، سیاسی و اجرایی قابل تامل و بسیار مهم است اما آن چیز که بیشتر و مهمتر به نظر می‌رسد نقش زن در جبهه فرهنگی است زیرا زنان جایگاه استادی و مربی‌گری جامعه را دارند و فرهنگ و ارزشی که توسط مادر به عنوان مدیر داخلی خانه نهادینه می‌شود، به سختی قابل تغییر است، و مادر نقشی کلیدی و خاص در فرهنگ سازی و نهادینه شدن فرهنگ در جامعه دارد و فرهنگ و ارزشی که توسط مادر به عنوان مدیر داخلی خانه نهادینه می‌شود، به سختی قابل تغییر است. • منظور از جبهه فرهنگی، گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی و فرهنگ‌سازی در این زمینه است و باید فرهنگ آنگونه باشد که باورها و ارزش‌های موجود اقتصادی با ارزش‌های اقتصاد مقاومتی یکی شود. زنان خانه‌دار می‌توانند نقش تبلیغی ایفا کنند و البته می‌توانند فرهنگ اقتصاد مقاومتی را در فرزندان خود نهادینه کنند و به اطلاع‌رسانی بپردازند چرا که تولید سرمایه انسانی، اجتماعی، معنوی و عاطفی از وظایف مهم زنان در خانه است، که شاید در دانشگاه و مدرسه ساخته شود ولی پایه آن در خانه شکل می‌گیرد و فرهنگ به عنوان اعتقادات، باورها و رفتارهای نهادینه شده در وجود افراد در کانون خانواده و توسط مادر شکل می‌گیرد. زنان نقش خطیری در تحقق اقتصاد مقاومتی و نقش مهم و تأثیرگذاری در ایجاد خانواده‌ای مصرف‌گرا یا قناعت‌گر و تولیدکننده دارند. پس لازم است آن‌ها به خوبی به این نقش توجه کرده و در این زمینه به نقش آفرینی بپردازند. • با آشنا نمودن زنان با بندهای اقتصاد مقاومتی و استفاده از این بندها در حیطه مدیریتی خانواده، می‌توان زنان خانه‌دار را در اقتصاد مقاومتی فعال کرد. <ul style="list-style-type: none"> ▪ مصرف کالاهای داخلی: یکی از مولفه‌های فرهنگی مهم مصرف کالاهای داخلی است. از آنجا که زنان خانه‌دار بخش بزرگی از مصرف 	<p>«نقش فرهنگی زنان در اقتصاد مقاومتی» در نسیم امروز ۲۵ آبان ۱۳۹۵</p>	<p>زهرة عباسی کارشناسی ارشد آموزش پزشکی؛ کارشناسی ارشد مامایی گرایش بهداشت مادر و کودک؛ دکتری بهداشت باروری؛ عضو هیات علمی دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی و درمانی خراسان شمالی - دانشکده پرستاری و مامایی بجنورد</p>
---	---	---

خانواده را در دست دارند، می‌توانند با خرید کالاهای ایرانی در این عرصه ایفای نقش کنند.

- مقابله با مصرف‌گرایی: به معنای تعمیق فرهنگ استفاده منطقی از مواهب و منابع کشور در جهت توسعه پایدار همراه با تلاش مجاهدانه برای بهبود همه جانبه شاخص‌های زندگی برای نسل امروز و آیندگان.
- تولید گر بودن زنان خانه‌دار: زنان خانه‌دار در عرصه تولید می‌توانند به طور مستقیم تولیدگر باشند. بسیاری از کالاهایی که خریداری می‌شود می‌تواند توسط زنان در خانه تولید شود. زنان خانه‌دار می‌توانند صنایع دستی تولید کنند و البته لزومی ندارد که حتما وارد تجارت شوند و بدین گونه بهره‌وری همسر و فرزندانشان نیز بالا رود.
- پیشگیری از اسراف: یکی از مولفه‌های مطرح در مصرف، اسراف است که زنان با جلوگیری از آن و البته جلوگیری از اتلاف انرژی می‌توانند این مولفه را مدیریت کنند.
- پیروی از سبک زندگی اسلامی: سبک زندگی اسلامی پیرو زندگی به دور از تجملات و اسراف زدگی است از این رو بانوان با پیروی و الگو قرار دادن سبک زندگی اسلامی می‌توانند نقش بزرگی را در اقتصاد مقاومتی ایفا کنند.

• نقش سازمان‌ها و نهادها برای تحقق اقتصاد مقاومتی در خانواده‌ها:

- برنامه ریزی برای شناخت و بهره‌برداری بهتر از پتانسیل زنان: در ابتدایی‌ترین شکل ممکن می‌توان از ظرفیت زنان برای فرهنگسازی در عرصه اقتصاد مقاومتی استفاده کرد. به طوری که با ارائه کارگاه‌های آموزشی و تربیت زنان خانه‌دار توانمند در زمینه مشاغل خانگی و توجه به ظرفیت‌های زنان در تحقق اقتصاد مقاومتی در جهت هدایت و حمایت زنان گام برداشت. این مشاغل از آن جهت که موجب حضور زن در کنار خانواده و به ویژه فرزندان می‌شود خود در حکم موهبتی برای خود و خانواده به‌عنوان اولین و کوچک‌ترین نهاد مدنی می‌شود، این نوع خاص از کسب و کار که عموماً توسط زنان سرپرست خانوار با عنوان کارآفرینی شناخته می‌شوند، باعث تولید سرمایه خواهند شد.

■ اقتصاد مقاومتی دانش بنیان: بدون مشارکت زنان به خصوص در حوزه اقتصاد مقاومتی و اقتصاد دانش بنیان نمی‌توانیم به اهداف مورد نظر برسیم بنابراین باید از سرمایه بسیار بزرگ دانش آموختگی دختران فارغ التحصیل دانشگاهی بهره گرفته شود زیرا وقتی اقتصاد دانش بنیان و توسعه دانایی محور است، نباید نسبت به زن و مرد قائل به تفکیک باشیم و از تمام ظرفیت آنان در این زمینه استفاده گردد.

■ آشنا نمودن زنان با ادبیات و سیاست‌های اقتصاد مقاومتی: در این راستا باید دانش و بینش علمی زنان را در زمینه‌های اقتصادی بالا ببریم و فقط شعار دادن درباره اقتصاد مقاومتی کافی نیست و لازم است در این زمینه همگان آموزش ببینند. و در سطح شهر پایگاه‌ها و رسانه‌های برای نحوه آموزش و تبلیغات صحیح درباره‌ی روش‌های رسیدن به راندمان خوب جهت اقتصاد مقاومتی وجود داشته باشد و روی آن سرمایه‌گذاری گردد.

■ حمایت و فراهم کردن بازار تولیدات هنری و صنایع دستی: نهادینه شدن حمایت از تولید ملی در خانواده‌ها با محوریت و مدیریت بانوان باید تبدیل به فرهنگ شود البته این کار؛ برنامه ریزی، تدبیر و هوشمندی بالایی را می‌طلبد. خانواده‌ها باید به این امر واقف باشند که مصرف کالای وطنی و حمایت از تولیدات داخل، آخر الامر به پویایی اقتصاد و به فعال شدن چرخه‌ی تولید خواهد انجامید که از پرتو آن، اشتغال ایجاد شده و در نتیجه بیکاری از جامعه رخت بر خواهد بست. با فعال شدن بخش صنعت، سایر بخش‌ها نیز از رکود و کم تحرکی نجات خواهند یافت.

■ تشویق به مصرف کالاهای داخلی و حمایت از تولیدکنندگان در داخل: استفاده از تولیدات داخلی نخستین مصداق اقتصاد مقاومتی است متأسفانه امروزه ذائقه‌ها کمی تغییر پیدا کرده و به سوی سبک غربی پیشرفته است. لذا لازم است علل این تغییر ذائقه‌ها بررسی شود، شاید یکی از دلایل آن این باشد که ما کالاهای دیگران را مشتری باشیم و چرخ اقتصادی آن‌ها را بچرخانیم و در مقابل آن‌ها علیه ما و علیه کشورهای اسلامی بتوانند خودشان را تجهیز کرده و قدرتمندانه در این عرصه قدم بردارند. لذا پیرو اقتصاد مقاومتی ما در وهله‌ی نخست باید یک ورود

<p>ممنوع و خط قرمز نسبت به کالاهای خارجی بکشیم و سعی کنیم از مشابه آن که در ایران تولید می‌شود و حتی با کیفیت متوسط‌تر استفاده کنیم و دولت در این زمینه حمایت لازم را بنماید.</p> <p>▪ <u>ارائه کارگاه‌های در رابطه با حاکمیت مدیریت در خانه و محیط‌های اجتماعی:</u> ارائه کارگاه‌های آموزشی در رابطه با اصلاح الگوی مصرف و مدیریت بودجه در خانوار، ساده‌سازی کردن و پرهیز از تجمل‌گرایی، استفاده از کالاهای ایرانی به جای کالاهای خارجی، در سطح وسیع و رایگان یکی از گام‌های موثر و اثر بخش بوده که زنان را با ادبیات اقتصاد مقاومتی آشنا نماید.</p> <p>▪ <u>راه‌اندازی بانک توسعه برای زنان کارآفرین و خانه‌دار و اعطای وام به آن‌ها:</u> زنان با فعالیت‌های اقتصادی می‌توانند زنان به عنوان مدیران سبد دارایی و مصرفی خانواده‌ها، با گام برداشتن در جهت ارتقای اقتصاد خانواده، نقش مهمی را در تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی بازی می‌کنند و با بهره‌گیری از تمام پتانسیل‌های موجود و اعمال مدیریت صحیح در خانه و آشنا شدن با ادبیات اقتصاد مقاومتی، می‌توانند سهم قابل توجهی در پیشبرد این مسئله داشته باشند و علاوه بر اینکه موجب صرفه‌جویی اقتصادی می‌شوند، روحیه کار، تلاش و خودباوری، مهر و محبت را به فرزندان خود انتقال دهند. باید زمینه‌های ایفای نقش‌های متعدد برای زنان مهیا شود، چنانچه نگرش به فعالیت‌های اقتصادی زنان مناسب باشد، می‌توان گفت که حضور زنان و مشارکت آنان در عرصه‌های اقتصادی و اجتماعی هیچگونه لطمه‌ای را بر وظایف اصلی آنان وارد نمی‌کند.</p>		
<ul style="list-style-type: none"> • لازم است سهم مناسبی برای نقش‌آفرینی بانوان در برنامه اقتصاد مقاومتی در نظر گرفته شود زیرا مشارکت این قشر در برنامه مذکور باعث شکوفایی اقتصادی، اشتغال و جلوگیری از واردات بی‌رویه به کشور می‌شود. • نباید انتظار داشت که مشارکت چشمگیر زنان در برنامه‌های اقتصادی کشور در یک دوره زمانی کوتاه مدت ایجاد شود. • برنامه اقتصاد مقاومتی دارای مختصاتی چون درون و برون‌گرا و دانش‌بنیان بودن است که در هر کدام از این برنامه‌ها امکان مشارکت گسترده زنان کشور وجود دارد. 	<p>همایش «نقش زنان در اقتصاد مقاومتی و توسعه»</p>	<p>شهبندخت مولاوردی</p> <p>معاون امور زنان و خانواده ریاست جمهوری در دولت یازدهم</p>

<ul style="list-style-type: none"> • بدون مشارکت هوشمندانه زنان نمی توان انتظار داشت که در توسعه زیرساخت ها، اصلاح الگوی مصرف، کیفیت تولید و اقتصاد خانواده توفیقی بدست آوریم زیرا بانوان نقشی اساسی در تشکیل خانواده مصرف گرا، قناعت گرا یا تولید محور دارند. • با اینکه پرشتاب ترین نرخ رشد دانش آموختگی را داریم و ۷۰ درصد کرسی های دانشگاهی کشور هم متعلق به بانوان است اما ۶ میلیون بانوی دانش آموخته هم داریم که سطح مشارکت آنها در فعالیت های اقتصادی و بازار کار کشور حدود ۱۳٫۶ درصد است در حالیکه در کشورهای رشد یافته این رقم حدود ۵۰ درصد می باشد. این آمارها نشان می دهد که هنوز نتوانسته ایم فرصت لازم را برای بروز و ظهور شایستگی های بانوان فراهم کنیم اما با برنامه ریزی های بلندمدت و مدون در پی افزایش سطح مشارکت آنها در بازار کار کشور هستیم. • با ایجاد یک برنامه پوششی چند وجهی و اقتصادی می توان سطح مشارکت زنان را در بازار کار و اقتصاد کشور افزایش داد زیرا اجرای هرگونه برنامه توسعه ای و اقتصادی در کشور بدون در نظر گرفتن مشارکت بانوان، گزاف و هزینه بر است. 	
<ul style="list-style-type: none"> • نقش زنان از ابعاد مختلف در تحقق سیاست های اقتصاد مقاومتی مهم و موثر است و با توجه به نقش محوری آنها در خانواده و تربیت خانواده و اجتماع، می توانند در گفتمان سازی و تبدیل این سیاستها به یک مطالبه عمومی نقش بسیار موثری ایفا کنند. ضمن اینکه زنان نیمی از جمعیت و نیروی انسانی کشور را تشکیل می دهند. • البته تاکنون کمتر به این نقش محوری و مهم زنان توجه کافی و مناسب شده است که امیدواریم این نگاه اصلاح شود. زنان می توانند در فعالیتهای آموزشی و ترویجی بسیار موثر واقع شوند و اساسا اقتصاد خانواده و جامعه را با ترغیب خانواده به مصرف کالاهای ساخت داخل و پرهیز از مصرف گرایی تحت تاثیر قرار داده و الگوی مصرف خانواده و جامعه را اصلاح کنند. • امروز در روند توسعه پایدار جوامع دیگر جنسیت تا حدود زیادی رنگ باخته و در کشورمان هم به اعتبار برخورداری زنان از سطح دانش و توانایی های علمی بالا و با توجه به افزایش اثرگذاری ظرفیتهای نوین مثل حوزه IT در 	<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">نقش آفرینی زنان گروه صنعتی ایران خودرو - مهرخانه - ۹۵/۱۲/۲۳</p>

<p>توسعه، زنان متخصص کشورمان می‌توانند فارغ از محدودیت‌های سابق از جمله بی‌عدالتی‌های جنسیتی، نقش موثرتری در توسعه و پیشرفت کشور ایفا کنند.</p> <ul style="list-style-type: none"> • اگر حضرت فاطمه (س) را آنگونه که بود و نه آنگونه که ما یا بعضی‌ها می‌پسندیم، شناخته و معرفی کنیم، قطعاً ایشان الگویی الهام بخش و هویت ساز، نه تنها برای مسلمانان یا زنان، بلکه برای همه بشریت در اعصار مختلف هستند. زندگی کوتاه اما پر بار حضرت زهرا (س) برای همه جنبه‌های زندگی و زمانه پرتلاطم بشر در عصر حاضر و همه زمان‌ها حاوی نکات و درسها و راهنمایی‌های سازنده و موثر است. دخت نبی مکرم اسلام، همچون پدر، همسر و فرزندانش الگوی زیست مومنانه و انسانی است. • امام خمینی (ره) در دیدگاه و عمل راه را برای نقش آفرینی موثر زنان در پیروزی انقلاب و تمامی تحولات سیاسی و اساسی پس از آن هموار کردند. • اگر چه بعضی‌ها از جمله برخی بزرگان اصرار داشتند که زنان پس از مشارکت در پیروزی انقلاب اسلامی باید به خانه‌ها بازگردند، اما امام راحل این نگاه روشن خود مبنی بر لزوم نقش آفرینی موثر زنان در عرصه‌های اجتماعی و اداره نظام جمهوری اسلامی را در عرصه عمل نیز مصرانه دنبال کردند که حمایت و تاکید ایشان به حضور زنان در مجلس خبرگان قانون اساسی و حضور یک زن در ترکیب هیات اعزامی به شوروی سابق، تنها نمونه‌هایی از اعتقاد راسخ ایشان به ضرورت نقش آفرینی اجتماعی و سیاسی زنان و ارائه یک الگوی سوم در میان دیدگاههای افراط گرایانه یا تفریط گرایانه که به ابتدال یا تحجر می‌انجامد، بود. 		
---	--	--

<ul style="list-style-type: none"> • بدون مشارکت زنان به خصوص در حوزه اقتصاد مقاومتی و اقتصاد دانش بنیان نمی‌توانیم به اهداف مورد نظر برسیم . • باید از سرمایه بسیار بزرگ دانش آموختگی دختران فارغ التحصیل دانشگاهی بهره گرفته شود زیرا وقتی اقتصاد دانش بنیان و توسعه دانایی محور است، 	<p>زنان در اقتصاد</p>	
---	-----------------------	--

<p>نباید نسبت به زن و مرد قائل به تفکیک باشیم و اقتصاد دانش بنیان زن و مرد نمی‌شناسد .</p> <ul style="list-style-type: none"> این موضوع باید مورد توجه برنامه ریزان قرار گیرد تا بتوانیم با بررسی مشکلات موجود از پدیده زنانه شدن بخش غیر رسمی اقتصاد جلوگیری کنیم و شرایط و مزایای بخش عمومی و رسمی اقتصاد را به بخش خصوصی منتقل کنیم تا به نقش زنان در خانواده و جامعه کمک کنیم. 		
<ul style="list-style-type: none"> اگر ایران ۱۰ میلیون یا ۵ میلیون مانند زهرا نعمتی داشته باشد و این اراده در وجود همه زنان ما وجود داشته باشد، موفقیت ایران حتمی است چرا که این افراد کسانی هستند که بدون آن که تبلیغات خاصی داشته باشند یا کسی از آنان حمایت کند نماینده قشر سالم و فرهیخته این جامعه محسوب می‌شوند. یکی از معیارهای سنجش توسعه یافتگی حضور زنان است که باید تلاش شود تا موانع کمتری برای حضور، پیشرفت، سرمایه‌گذاری و سیاست‌گذاری آنان وجود داشته باشد. زنان کشورمان در عرصه‌های داخلی و بین‌المللی با قوت به مشارکت خود می‌پردازند اما این امر را کافی نمی‌دانیم و باید این امر بیشتر شود چرا که براساس آن تصمیم همه افراد جامعه اعم از زن و مرد مورد در حمایت از قانون قرار دارند و هیچ مانعی برای پیشرفت زنان وجود ندارد. زنان می‌توانند در حوزه اقتصاد مقاومتی در حوزه داخلی نقش بسزایی داشته باشند که اگر به این امر توجه کنیم تاثیرات بسزایی را در این زمینه شاهد خواهیم بود. زنان می‌توانند در اصلاح الگوی مصرف و جلوگیری از مصرف بی‌رویه نقش داشته باشند که توجه به آن می‌تواند تاثیرات بسزایی را به همراه داشته باشد. در دوران مسئولیت با زنان بسیاری برخورد داشتم که سرپرستی افرادی را بر عهده گرفتند اما به دلیل آنکه از آنان حمایت نشده است مجبور به توقف فعالیت خود شده‌اند که باید تلاش کنیم تا موانع را برای زنان برداریم که این امر با احداث واحدهای تولیدی برای زنان می‌تواند برای بهبود فضای کسب و کار راهگشا باشد. 	<p>«زنان نقش بسزایی در اجرای اقتصاد مقاومتی دارند» - خیرگزاری فارس - ۲۰ اسفند ۱۳۹۳</p>	<p>نماینده دوره هفتم مجلس شورای اسلامی؛ معاون حقوقی رئیس جمهور ایران در دولت یازدهم؛ دستیار رئیس جمهور ایران در امور حقوق شهروندی در دولت یازدهم</p> <p>الهام امین زاده</p>

<ul style="list-style-type: none"> • خوشبختانه در زمینه آموزش پیشرفت داشته‌ایم و اگر بتوانیم آموزش‌های لازم را در مدارس، آموزشگاه‌ها و دانشگاه برای زنان فراهم کنیم می‌توانیم تاثیرات بسزایی را در این زمینه شاهد باشیم. • در بعضی از کشورها بر روی نیروی کار زنان حساب می‌کنند و در برخی از کشورها بر روی نیروی انسان‌سازی زنان تمرکز می‌شود اما به نظر می‌رسد با ایجاد اعتدال بین توانمندی زنان بعنوان یک نیروی کار و یک نیروی انسانی می‌توانیم از هر دو توانایی زنان بهره‌مند شویم. • زن ایرانی زنی معتدل است و همواره سعی کرده است در جامعه خود موثر باشد چرا که این امر را در انقلاب، دفاع مقدس و بعد از آن شاهد بودیم و باید بدانیم زن ایرانی محکوم است که موفق شود و بدون زن ایرانی، جامعه نمی‌تواند رشد کند. 		
<ul style="list-style-type: none"> • توجه به نقش محوری زنان در تربیت خانواده و اجتماع می‌تواند در گفتمان‌سازی و تبدیل این سیاست‌ها به یک مطالبه عمومی نقش موثری ایفا کند . • نیمی از جمعیت و نیروی انسانی کشور را زنان تشکیل می‌دهند و جامعه زنان می‌تواند اقتصاد خانواده و جامعه را با ترغیب خانواده به مصرف کالاهای ساخت داخلی و پرهیز از مصرف‌گرایی تحت تاثیر قرار داده و الگوی مصرف خانواده و جامعه را اصلاح کند . • امروزه در روند توسعه پایدار جهانی دیگر تفاوت جنسیتی رنگ باخته و در کشور ایران با توجه به افزایش زنان فرهیخته با سطح توانایی‌های علمی و متخصص، زنان می‌توانند نقش موثری در اقتصاد، توسعه و پیشرفت کشور ایفا کنند . 	<p>در گفتگو با ایرنا-۹۵/۱۲/۲۵</p>	<p>مدیر کل دفتر امور زنان و خانواده استانداری ایلام کلثوم خلیوند</p>
<ul style="list-style-type: none"> • اقتصاد مقاومتی در خانه و خانواده که محور اصلی آن زن و مادر می‌باشد بر عهده مادر است چرا که زن در خانه وظیفه مدیریت اقتصادی را هم بر عهده دارد و اگر برای این امر مهم نیت کند می‌تواند آن را به بهترین نحو اجرا کند . • یکی از راهکارهایی که یک مادر در خانواده می‌تواند اجرا کند و به همسر و فرزندان خود انتقال دهد، اصلاح الگوی مصرف است . • مادر باید این قدر خلاقیت داشته باشد که هر چه که در خانه می‌آید را به درستی استفاده کند و کوچکترین دور ریزی نداشته باشد . 	<p>خبرگزاری دانا به نقل از شاخه طبوبی - ۹۵/۳/۱۶</p>	<p>عفت دیابی مسئول بسیج جامعه زنان سپاه قائم آل محمد(عج) استان سمنان</p>

<ul style="list-style-type: none"> • مسئله اقتصاد مقاومتی تدبیری هوشمندانه است که از سوی مقام معظم رهبری مطرح شده و در مجموع راهکاری است که برای مقاوم سازی، بحران زدایی و ترمیم ساختارها و نهادهای فرسوده و ناکارآمدی که در اقتصاد وجود دارد، مطرح شده است. • در این بین خانواده در جامعه به عنوان اولین و مهمترین نهاد اجتماعی در تربیت و پرورش منابع انسانی باید تقویت شود تا زمینه توسعه اقتصادی در کشور فراهم شود. زنان در خانواده به عنوان عاملان پرورش و رشد نیروی کار میتوانند در جریان بهرهوری و تولید ملی سهم بسزایی داشته باشند . • همانطور که میدانیم تأمین مایحتاج خانه و استفاده صحیح از آن‌ها نیاز به برنامه‌ریزی صحیح دارد که زنان میتوانند شرایطی را فراهم کنند تا با کم‌ترین هزینه و بالاترین مطلوبیت نیازهای خانه و افراد خانواده تأمین شود . • آنها میتوانند در مواقع کمبود با حذف برخی امکانات، جایگزین مناسبی را انتخاب کنند بدون آنکه در مطلوبیت آن تغییری ایجاد شود. • اگر مدیریت اقتصادی خانواده را یکی از وظایف زنان بدانیم در این زمینه فرهنگسازی مطلوب و نهادینه کردن مجموعه‌های ارزش‌ها و معیارهای فرهنگی متناسب با نقش زنان در اقتصاد ملی جامعه امری ضروری و اجتنابناپذیر میشود . • در بخش اول زنان را به عنوان مدیران یک خانواده در نظر میگیریم در حقیقت آن‌ها با استفاده از نقش تربیتی و پرورشی که دارند در وهله نخست میتوانند مؤثر واقع شوند؛ از مهمترین نقش‌های مردم در اقتصاد میتوان به مدیریت مصرف، یعنی تعادل در مصرف و جلوگیری از اسراف و تبذیر اشاره کرد . • یک زن باید درک عمیقی از مشکلات و راهکارها داشته باشد و باید در رابطه با نحوه درست مصرف کردن توجه شود و آموزش ببیند هر اندازه دانش و آگاهی زنان بیشتر شود و درک اقتصادی بیشتری در این زمینه بیابند نسبت به طریقه مصرف حساستر میشوند . • ترجیح کالاهای داخلی بر کالاهای خارجی یکی از مهمترین اشاراتی است که در این حوزه برای تعدیل مصرف در جامعه ایرانی باید ابتدا از سوی زنان کلید بخورد . . 	<p>«جایگاه زنان در اقتصاد مقاومتی از حرف تا عمل - هفته نامه حزب مؤتلفه اسلامی - ۹۵/۱/۱۶»</p> <p>فاطمه سادات میرهادی کارشناس امور اقتصادی و مدرس دانشگاه</p>
---	--

<ul style="list-style-type: none"> • در بخش تولید نیز زنان میتوانند با مشارکت در فعالیتهای اقتصادی و مشاغل متناسب با شأن‌شان در کنار تمرکز بر امور نظیر اقتصاد دانش بنیان به شکل عملی در عرصه اجتماعی فعالیت کرده و بخشی از فرمان اقتصاد مقاومتی را به‌عنوان یکی از ارکان مهم جامعه عملی سازند. • بخشی از فرایند تحقق اقتصاد مقاومتی از طریق احیای سبک زندگی صورت خواهد پذیرفت؛ از آنجا که زنان نقش مهمی در نحوه سبک زندگی خانواده دارند، میتوانند نقش عظیمی را در اقتصاد مقاومتی ایفا کنند . • سبک زندگی اسلامی پیرو زندگی به دور از تجملات و اسرافزدگی است. از این رو زنان جامعه ما با پیروی و الگو قرار دادن سبک زندگی اسلامی میتوانند نقش بزرگی را در اقتصاد مقاومتی ایفا کنند . • نقش مهم دیگر بانوان در اقتصاد مقاومتی حمایت از تولیدات داخلی است؛ چراکه میتوان گفت بیش‌ترین مصرف‌کنندگی مربوط به خانمها است؛ بنابراین با حمایت از تولیدات داخلی نقش مهمی را در تحقق بخشیدن به اقتصاد مقاومتی ایفا میکنند . 		
<ul style="list-style-type: none"> • مسئله اقتصاد مقاومتی تدبیری هوشمندانه است که از سوی مقام معظم رهبری برای مقاوم سازی، بحران زدایی و ترمیم ساختارهای موجود در اقتصاد مطرح شد. اقتصاد مقاومتی به دنبال آن است که با کاهش وابستگی‌ها و تأکید بر مزیت‌های تولید داخلی و تلاش برای خودکفایی زمینه توسعه و پیشرفت را مهیا سازد و در این بین خانواده در جامعه به عنوان نخستین و مهم‌ترین نهاد اجتماعی در تربیت و پرورش منابع انسانی باید تقویت شود تا زمینه توسعه اقتصادی در کشور فراهم گردد. • باید به این نکته توجه داشت که این روزها بانوان می‌توانند با استفاده از وام‌های اشتغال‌زایی در منازل خود اقتصاد مقاومتی را اجرا کنند چراکه مشاغل خانگی بهتر و بیشتر از دیگر مشاغل آزاد نرخ بیکاری را در شهرها و روستاها کاهش می‌دهد و با کم‌ترین هزینه قابل اجراست . • تشکیل بازارچه‌های مشاغل خانگی که از مصوبات وزارت کشور در حوزه زنان و خانواده است که می‌تواند نقش مهم و تعیین‌کننده‌ای در اجرای ابلاغ رهبر معظم انقلاب در خصوص اقتصاد مقاومتی داشته باشد . 	<p>«مشاغل خانگی بستر تحقق اقتصاد مقاومتی است - صدا و سیما گلستان - ۹۶/۷/۲»</p>	<p>فرماندار شهرستان آق‌قلا؛ کارگروه اقتصاد مقاومتی شهرستان آق‌قلا</p> <p>امانگلدی ضمیر</p>

<ul style="list-style-type: none"> • امروز اشتغال زنان وارد عرصه جدیدی شده چرا که امروز بانوان تحصیلکرده و فعال اجتماعی ما در کنار انجام وظایف مادری و خانواده به عنوان یک عنصر موثر در بازارهای اقتصادی و فرهنگی و اجتماعی وارد فعالیت شده اند . • در حال حاضر مسئله ما این نیست که اشتغال بانوان باید با شد یا خیر بلکه ما معتقدیم شرایط جهان امروز سبب شده است تا بانوان زیادی بنا بر دلایل مالی خانوادگی و حتی با توجه به تحصیلات در بازارهای کار وارد شوند و اکنون این وظیفه ماست تا با جهت دهی و هدایت این گروه بتوانیم از تاثیرات آنان در تحقق اقتصاد مقاومتی بهره بگیریم. • امروز بانوان تحصیلکرده زیادی در حوزه مشاغل خانگی، صنعتی، کشاورزی، تولیدی و حتی بازرگانی وارد شده‌اند که هدف ما جهت دهی به این فعالیت‌ها و رسیدن به اقتصاد مقاومتی است . • امروزه فعالیت بانوان در منازل و ایجاد واحدهای تولیدی و کشاورزی در واقع تحقق همان اقتصاد مقاومتی است. چرا که با حداقل بودجه‌ها مشاغلی ایجاد شده است که درآمدهای خوبی دارد و از سوی دیگر تولید ملی را رونق بخشیده است. 	<p>خبرگزاری تسنیم - ۹۶/۲/۱۰</p>	<p>مدیرکل امور بانوان و خانواده استانداری قزوین مریم پیدخام</p>
<ul style="list-style-type: none"> • از همان ابتدای انقلاب اسلامی زنان نقش مؤثری در جامعه ایران داشته‌اند و به‌عنوان نیمی از جمعیت کشور به شکل مستقیم و غیر مستقیم در فعالیتهای اقتصادی و اجتماعی ایفای نقش میکنند. علاوه بر این موضوع با یک نگاه جامع میتوان به این مهم پی برد که بسیاری از ارتباطات، تعاملات و فعالیتهای اجتماعی متأثر از این قشر هستند تا آنجا که برخی از اندیشمندان اجتماعی زنان را یک منشاء مهم در تحولات اجتماعی و فرهنگی میدانند. • نگاهی اجمالی به جایگاه زنان در ترکیب جمعیت ایران که همان • 49 درصد جمعیت کل کشور را شامل میشود و سهم فعالیت زنان با • ۱/۹ درصد بیانگر اهمیت نقش آنان در اقتصاد مقاومتی است و در نتیجه نمیتوان نقش زنان در تولید ملی و توسعه اقتصادی را در حد شعار یا توصیه محدود کنیم بنابراین ظرفیت زنان را در این عرصه نمیتوانیم نادیده بگیریم . • یکی از مواردی که در سیاستهای ابلاغی رهبری در بخش اقتصاد مقاومتی، به صورت مکرر ملاحظه میشود، اصلاح الگوی مصرف است که بر همین مبنا 	<p>«نقش زنان در اقتصاد مقاومتی محوری است نه ابزاری -هفته نامه حزب مؤتلفه»</p>	<p>کارشناس اقتصاد؛ فعال در حوزه کارآفرینی زهرا گل محمدی</p>

باید گفت از جمله مهمترین عوامل مؤثر بر اصلاح الگوی مصرف، اصل فرهنگ سازی در خانواده و جامعه است.

- طبیعی است که مدیریت صحیح زنان در تربیت فرزندان و شکلدهی به امور جاری خانواده‌ها در این راستا نقش بسیار بارزی دارد و میتواند علاوه بر حل معضل گفته شده نشاندهنده یکی از اولین کارکردهای زنان در تحقق این مهم باشد .

- نکته‌ای که در فرهنگ‌سازی می‌بایست مدنظر این ظرفیت قرار گیرد این است که نباید مقابله با مصرف‌گرایی را با رهبانیت و مقاومت اقتصادی یکی دانست؛ بلکه این مفهوم به معنای تعمیق فرهنگ استفاده منطقی از مواهب و منابع کشور در جهت توسعه پایدار همراه با تلاش مجاهدانه برای بهبود همه‌جانبه شاخصهای زندگی برای نسل امروز و آیندگان است؛

- در ابتدایی ترین شکل ممکن میتوان از ظرفیت زنان برای فرهنگ‌سازی در عرصه اقتصاد مقاومتی استفاده کرد؛ بنابراین با توجه به ظرفیتهای زنان برای تحقق اقتصاد مقاومتی، در جهت هدایت و حمایت زنان در این عرصه میبایست تلاشهای لازم صورت پذیرد .

- مبنای این نیست که در تحقق این مطالبه مانند غرب برای تحقق پیشرفت مادی به زن به عنوان یک نیروی کار ارزان نگاه شود؛ اقتصاد مقاومتی در حقیقت یک اقتصاد الگوی مردم محور است و یک نظام اقتصادی هماهنگ با سیاستهای کلان سیاسی و امنیت نظام اسلامی برای مقاومت در برابر تخریبهای نظام سلطه بر علیه ما است .

- زنان نیز در این مسیر در دو میدان خانه و جامعه میتوانند کارآمد واقع شوند، یعنی از طریق ظرفیتهای وجودی شان چندین جبهه را مدیریت کنند از یک سو در خانه با در نظر گرفتن مدیریت مصارف خانگی، فرهنگ‌سازی خرید و مصرف و اموری از این دست میتوانند حتی بیشتر از مردان مثرثمر واقع شوند

- در اجتماع نیز باید گفت بخش عمده‌های از تولید ملی و بالابردن راندمان تولیدی کشور برعهده مردان است و حمایت از تولید ملی در جامعه بر عهده زنان است

<ul style="list-style-type: none"> • درحقیقت در اقتصاد مقاومتی مانند دیدگاههای اقتصاد، غرب، زن بهعنوان ابزاری برای افزایش تولید به حساب نمیآید؛ بلکه وجود او به شکلی غیرمستقیم در معادلات افزایش تولید نقشآفرین خواهد بود. • گرایش به مشاغل خانگی علاوه بر آنکه درآمدزا به حساب میآید موجب حفظ فرهنگ و هنر ایرانی خواهد شد . • به هر ترتیب کسب و کارها و مشاغل خانگی که با واژه کارآفرینی ارتباطی تنگاتنگ دارد در حقیقت نمایانگر این واقعیت است که زن ایرانی میتواند به خودی خود مولد سرمایه برای خانه و سپس جامعه باشد البته نباید فراموش کرد که نهادهای حمایتی دولتی و مانند آن نیز میبایست زنان کارآفرین را در میدان اقتصاد تنها نگذارند تا از این طریق مفهوم مردمی بودن و تعامل افراد جامعه در اقتصاد مقاومتی به بهترین شکل محقق شود. 		
<ul style="list-style-type: none"> • خط مقدم اقتصاد مقاومتی، زن است چراکه مردان همواره در تلاش هستند تا نیازها و خواسته‌های زنان را محقق کنند، بنابراین اگر خانم خانه با تغییر نگرش و ذائقه خانواده بتواند مدیریت اقتصادی سالمی را پیاده کند مرد هم به تبع آن مدیریت می‌شود . • در حال حاضر خانم‌ها با ایجاد نیازهای کاذب برای خود زندگی را سخت تر کرده و به دنبال آن نارضایتی در جامعه افزایش پیدا کرده است. • کاستن از تجملات فقط در سایه تغییر نگرش زنان میسر است تا شاید به دنبال آن روان‌ها آرام گرفته و مسیر رشد همه جانبه جامعه طی شود. 		<p>کارشناس حوزه خانواده حمید حبیبی</p>
<ul style="list-style-type: none"> • تنوع طلبی و زیاده خواهی برخی زنان از مهم ترین دلایل نابسامان شدن وضعیت اقتصاد خانواده‌ها و به تبع آن جامعه است . • تداوم این تنوع طلبی‌ها بالای جان اقتصاد ما شده و اگر این زیاده خواهی‌ها برطرف شود آسایش در خانواده و جامعه ایجاد می‌شود چرا که هم هزینه این تغییرات تحمیلی بسیار گزاف است و هم اینکه برای تامین این لوازم از کشور ارز خارج می‌شود که به اقتصاد ملی خسارت می‌زند. زنان شاغل هم باید در نحوه اداره خانواده خود تجدیدنظر کرده و شرایط اقتصادی را در نظر بگیرند. 		<p>کارشناس مسائل اجتماعی محسن ایمانی</p>

<p>به این معنی که بیشتر مادرانی که شاغل هستند مجبور به پرداخت هزینه مهد فرزندان، خرید غذا از خارج از منزل یا پرداخت هزینه نظافت محیط زندگی به دلیل نداشتن وقت هستند، بنابراین چیزی از درآمدها باقی نمی‌ماند. اکنون که توجه به اقتصاد مقاومتی مد نظر است باید زنان شاغل روزهای تعطیل و اوقات فراغت خود را مدیریت کنند تا در طول هفته از پرداخت هزینه‌های بیهوده جلوگیری شود. به عنوان نمونه می‌توانند در روز جمعه هم برای نظافت منزل برنامه ریزی کنند و هم اینک غذاهایی را که ماندگاری بالاتری دارند بپزند و برای مصرف هفتگی خانواده آماده نگه دارند .</p> <ul style="list-style-type: none"> • اقتصاد مقاومتی اقتصادی است که برای یک ملت، حتی در شرایط فشار و تحریم زمینه رشد و شکوفایی را فراهم کند که در این راستا نقش خانواده‌ها به عنوان هسته اصلی نظام اجتماعی و به ویژه زنان در اجرایی شدن آن بسیار حائز اهمیت می‌باشد. 		
<ul style="list-style-type: none"> • با توجه به پیشینه خوبی که در فرهنگ ایرانی داریم، زنان نقش مهمی در تولید دارند و در سال‌های گذشته مشارکت گسترده‌ای در اقتصاد کشور و تولید داشتند که برای احیای این نقش زنان باید برنامه‌ریزی شود . • زنان سه نقش اساسی در بحث اقتصاد مقاومتی دارند • با توجه به روحیه زنان ایرانی می‌توان از استعداد ذاتی آن‌ها برای تولید با استفاده از ظرفیت مشاغل خانگی بهره برد. مشاغل خانگی در سطح روستاها ظرفیت گسترده‌ای دارد و زنان روستایی می‌توانند اقدام به تولید محصولات لبنی، دامی و صنایع دستی کنند از سوی دیگر در سطح شهرها نیز می‌توان زنان را به سمت مشاغل خانگی از جمله طراحی و تولید فرش یا حتی بازی‌های رایانه‌ای سوق داد . • محور دوم نقش آفرینی زنان در بحث اقتصاد مقاومتی، استفاده از کالای ایرانی است . • زنان باید در این رابطه توجیه شوند و کارگاه‌های آموزشی معرفی کالای ایرانی برای آن‌ها برگزار شده است و توانمندی کارگران ایرانی در بحث تولید برای خانواده‌های ایرانی تبیین شود . • استفاده مادران از کالای ایرانی باعث می‌شود تا فرزندانشان نیز آموزش دیده و در آینده از کالای ایرانی استفاده کنند . 	<p>نقش زنان... - تسنیم - ۹۵/۱/۱۴</p>	<p>رئیس بسیج جامعه زنان مینو اصلانی</p>

<ul style="list-style-type: none"> • محور سوم نقش آفرینی زنان در بحث اقتصاد مقاومتی، استفاده بهینه از انرژی است. زنان می‌توانند در صرفه‌جویی و استفاده مناسب از آب، برق، گاز و انرژی‌های در اختیار نقش مهمی را ایفا کنند . • برای تحقق نقش آفرینی زنان در بحث اقتصاد مقاومتی برگزاری دوره‌های آموزشی و توانمندسازی البته با رویکرد بومی نیاز است . 		
<ul style="list-style-type: none"> • نقش زنان در بحث اقتصاد مقاومتی هم به جهت نقش بیش از ۵۰ درصدی آن‌ها در مدیریت هزینه‌های خانواده بسیار بالاست. • شرح وظایف زنان در بحث اقتصاد مقاومتی را یک بخشی بحث اصلاح الگوی مصرف است. اولین سنگ بنای اقتصاد مقاومتی، اصلاح الگوی مصرف است که این نقش توسط زنان انجام می‌شود . • در بحث مشاغل خانگی و بحث کار و تولید در این عرصه، زنان می‌توانند بضمن ایفای نقش در تولیدات داخلی سهمی نیز در پوشش هزینه‌های خانواده داشته باشند . • از همه مهمتر اینکه در بحث اقتصاد مقاومتی نیازمند تربیت یک نسل کارآفرین هستیم.(جوانان و نوجوانان کار آفرین. تربیت اعضای جامعه که مبتنی بر اقتصاد مقاومتی کار کنند) که توسط مادران در خانواده انجام می‌شود . • جایگزینی تولید به جای مصرف گرایی را نیازمند تغییر فرهنگ است. فرهنگ سازی هم در ابتدا نیازمند تغییر باورها، ذهنیت‌ها و افکار جامعه است. باید با گفت‌وگو سازی این مفاهیم، اهمیت و ارزش تولید را به عنوان یک فرهنگ در خانواده‌ها ایجاد کنیم. • در بحث اقتصاد مقاومتی توجه به سیره اهل(ع) بسیار موثر است، بحث کار و تولیدی که حضرت زهرا(س) در فدک داشتند و یا توجه به سیره حضرت خدیجه(س) در کار تجارت، از طریق درآمد حاصل از آن‌ها کمک فراوانی در جهت ترویج اسلام داشتند، اهمیت خارق العاده‌ای دارد . • توجه به فرهنگ‌های مختلف و حضور زنان در فعالیت‌های اقتصادی ایجاد انگیزه برای زنان کشور ما است. حضور زنان کره جنوبی یا ژاپن در مشاغل خانگی و کمک به تولید ملی و کسب درآمد برای خانواده الگوی خوبی 	<p>گوهرشاد نیوز- ۹۵/۱/۴</p>	<p>کارشناس اقتصاد مقاومتی حسن جامی</p>

<p>برای زنان ما می‌باشد. باید این مفاهیم و گزاره‌ها را در فکر، ذهن، باور جامعه و زنانمان فرهنگ سازی کنیم .</p> <ul style="list-style-type: none">• اقتصاد مقاومتی با بیان اینکه فرهنگ سازی در بحث اقتصاد مقاومتی نیاز به ارائه یک سری راهکارها را دارد. اگر این اتفاق بیفتد، قطعاً تفکر تولید جایگزین تفکر مصرف خواهد شد. مطرح کردن بیانات مقام معظم رهبری (مدظله العالی) و حساسیتی که ایشان در این زمینه دارند، در تحقق اقتصاد مقاومتی بسیار با اهمیت می‌باشد.		
---	--	--

SCC.ir

Abstract

Investigating the Role and Dimensions of Women's Impact on Resistive Economics

Due to the sanctions and the economic warfare, the realization of resistive economy policies is now a fundamental and upcoming issue in our country, and it is a common task to find suitable strategies for achieving these policies at the community level. In the meantime, women, who are half the population of the country, can be driven by the role of mother and wife as the whole movement of society towards a resistive economy. This research has selected the Iranian Women Society as its target community and has examined which role women can take on the play in achieving a resistive economy and how effective they can play in each role.

In this research, the content of the opinions of the experts and officials in this field has been analyzed. Using the qualitative content analysis method, by contractual approach, their views have been examined.

Finally, in this research, various sources have shown that women can play a role in advancing the objectives of the resistance economy, taking into account the roles of motherhood and spousal family. These include energy management, combating consumerism and domestic consumption, proper education for children, timely and simultaneous economic purchases, and so on. Another typical example of this subject is employment. The employment of women both in or outside the home, as the home-based business, influences the economy of the country. Therefore, developing home business and paying attention to the role of entrepreneurial women in economic development seems important. Finally, the role of educated women in the development of knowledge-based economics is referred to; in the sense that, given the presence of educated women as productive human resources in the country, it is possible to properly manage these specialist forces in economic development and, ultimately, to advance the objectives of the resistive economy.

Keywords: resistive economy, women, economic rules, women employment, educated women



*The Secretariat of Supreme Council
Cultural Revolution*

Investigating the Role and Dimensions of Women's Impact on Resistive Economics

**Author: Sharif University of Technology
Master: The Secretariat of Supreme Council
Cultural Revolution**

**Scientific Office: The Women and Family
Socio_Cultural Council**

Summer: 2018