

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشران ما، چالش‌ها و الزامات تحقق؛ بیست و دوم و بیست و سوم خردادماه ۱۳۹۸

شاخص‌های فرهنگی در اقتصاد مقاومتی ایران

با تأکید بر ابلاغیه مقام معظم رهبری

حسین قلیجی

کارشناس ارشد مدیریت فرهنگی - hosseinghelich@gmail.com

دکتر سیدمهدی آقاپور

عضو هیئت علمی دانشگاه تهران - aghapour@ut.ac.ir

چکیده

۴ دهه از شکل‌گیری جمهوری اسلامی ایران می‌گذرد و از ابتدای این دوران شاهد فشارهای مختلف جریان استکبار هستیم که در این دهه به میزان این فشارها و تحریم‌ها افزوده شده است. رهبر فرزانه انقلاب ایران از ابتدای شدت گرفتن فشارها بر ملت ایران با احساس خطر در زمینه اقتصاد، راه‌کارهای مناسب را طی چند سال اخیر طراحی و اعلام نمودند که همگی در نهایت به نظام جدید اقتصاد مقاومتی ختم می‌شود. اقتصاد مقاومتی یک حرکت جهادی است و برای حرکت جهادی همه مردم، دستگاه‌ها، نهادها باید عامل باشند و این مهم جز با فرهنگ‌سازی قابل اجرا نمی‌باشد. از نظر این مقاله الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت تنها در زمینه فراگستر اقتصاد مقاومتی که همه دستگاه‌های خرد و کلان را درگیر کند امکان تحقق خواهد داشت.

سیاست‌های اقتصاد مقاومتی که در تاریخ ۳۰ / ۱۱ / ۱۳۹۲ از سوی رهبر معظم انقلاب اسلامی ابلاغ شد، اگرچه هدف نهایی خود را در چارچوب اقتصادی پی‌می‌گیرد، اما بخش‌های فرهنگی سهم زیادی از زمینه تحقق این مهم را به خود اختصاص داده‌اند. اهمیت نقش فرهنگ در سیاست‌های ابلاغی زمانی آشکارتر می‌شود که به نامگذاری سال‌های قبل نیز توجه شود.

این پژوهش با روش مصاحبه عمقی با صاحب‌نظران و متخصصان، نمایندگان کمیسیون اقتصادی مجلس، اساتید دانشگاه، مدیران عامل و افراد مرتبط با حوزه فرهنگ و اقتصاد انجام گرفت و با توجه به مبنا قرار دادن ابلاغیه مقام معظم رهبری در مورد اقتصاد مقاومتی و بیانات معظم له در همین رابطه، شاخص‌های فرهنگی مرتبط با این موضوع نظیر، مدیریت جهادی، رسانه، تولید، سبک زندگی، کارگر و کارفرما و همچنین عوامل آسیب‌زا همچون عدم خودباوری به داخل، رانت سیاسی و ویژه‌خواری و تأثیر منفی آنها در تحقق اقتصاد مقاومتی بررسی شد که هر یک برای تحقق الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت بسیار مهم هستند.

با توجه به یافته‌های این تحقیق می‌توان نتیجه گرفت که متغیرهای مهمی چون مدیریت جهادی، رسانه، تولید، سبک زندگی، کارگر و کارفرما بر تحقق اقتصاد مقاومتی موثر است. همچنین عدم خودباوری داخلی، ویژه‌خواری و فساد مدیران از آسیب‌ها و موانع جدی در تحقق اقتصاد مقاومتی است. و مدیریت کلان جامعه باید برای تحقق الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت به این شاخص‌های کلان اقتصاد مقاومتی توجه مستمر و جدی و عملی داشته باشد.

مفاهیم کلیدی: اقتصاد مقاومتی، مدیریت جهادی، کارگر و کارفرما، تولید، خودباوری

اقتصاد مقاومتی به عنوان یکی از استراتژی‌ها و راهکارهای مهم پیشرفت و توسعه پایدار جوامع در حال گذار و تحولی می‌باشد که توسط مقام معظم رهبری در ادبیات توسعه همه جانبه ایران و مقاومت انقلابی آن در برابر کشور های استکباری بویژه امریکا مطرح شد. یکی از مهم ترین جنبه های اقتصاد مقاومتی جنبه فرهنگی آن است که ریشه در هنجارها، قوانین جامعه و سبک زندگی شهروندان دارد. رویکرد فرهنگی به اقتصاد، به عنوان کنشی در بستر اجتماعی آن را موضوع جامعه شناسی فرهنگی و اقتصادی دانسته است. در این رویکرد اهمیت توجه به مقوله فرهنگ، سرمایه انسانی، مدیریت جهادی، آموزش، وجدان کاری، کسب روزی حلال، مدیریت و اصلاح الگوی مصرف و گفتمان سازی آن در محافل علمی، آموزشی و رسانه ای به چشم میخورد.

" اقتصاد مقاومتی یک حرکت جهادی است و برای حرکت جهادی همه مردم، دستگاه ها، نهاد ها باید عامل باشند و این جزء با فرهنگ سازی قابل اجراء نمی باشد. تبدیل اقتصاد ایران به یک اقتصاد پویا، مقاوم، مستحکم و آسیب ناپذیر در برابر فشار های خارجی، از ضروریات قطعی در شرایط کنونی انقلاب و کشور است. بدون تردید پویاسازی، مقاوم سازی، مستحکم و آسیب ناپذیر نمودن اقتصاد ایران در برابر فشار دشمنان، یک آرزوی قطعی برای ملت ایران و نظام جمهوری اسلامی در مقطع کنونی به حساب می آید. ظرفیت های فرهنگ در تحقق اقتصاد مقاومتی در دو حوزه اقتصاد فرهنگ و صنعت فرهنگ وجود دارد. (بیانات مقام معظم رهبری در خصوص اقتصاد مقاومتی)

هر جامعه سه رکن اساسی دارد فرهنگ، سیاست و اقتصاد. این سه رکن مقوم هم هستند که در الگوی پیشرفت جامعه باید به آنها توجه شود. در این میان، فرهنگ نقش مهمتری دارد. بنابراین اقتصاد در تبعیت از فرهنگ عمل می کند. اساسا اقتصاد، ارزش ها و جهت خود را از فرهنگ متبوع خود میگیرد. بنابراین تا فرهنگ مقاومتی نباشد، اقتصاد هم مقاومتی نخواهد شد. پس این دو با هم یک رابطه ی طولی دارند. (خضری ۱۳۹۳) در واقع فرهنگ و اقتصاد لازم و ملزوم یکدیگر هستند و اهداف اقتصاد مقاومتی با ابزارهایی محقق میگردد که همان ابعاد فرهنگی در حوزه رفتاری اقتصاد است. در واقع فرهنگ است که الزامات و در نهایت اهداف اقتصاد مقاومتی را تحقق می بخشد (حسینی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۲۱) با کمی تأمل در باب اقتصاد مقاومتی درمی یابیم که یکی از ملزومات اجرایی شدن اقتصاد مقاومتی بازنگری در سبک زندگی است و تغییر در سبک زندگی نیازمند تحولات ارزشی در جامعه است. (محسنیان راد، ۱۳۷۵: ۲۶)

برخلاف روح انقلاب و آموزه های سبک زندگی امام خمینی(ره) و رهنمود های رهبر فرزانه در زمینه سبک زندگی اسلامی-ایرانی، به تدریج فرهنگ مصرفی و مصرف گرایی با مسلط شدن اشرافیگری سیاسی و اقتصادی و فرهنگی و رسانه ای که مردم و فرهنگ را به عنوان ابزاری برای ثروت اندوزی و قدرت طلبی خود قرار می دهند، در جامعه و بویژه سازمانهای دولتی نفوذ کرده و فرهنگ سالم و ارزشی را به حاشیه سبک زندگی رانده است به طوریکه به قول پیر بوردیو فرهنگ شناس برجسته ، نوعی ذائقه و عادت واره و سبک زندگی مصرفی و مصرف زدگی را الگو و برجسته ساخته است. در این هنگامه غوغاسالار فرهنگ مصرفی، پولکی بودن، پول دوستی، پول پرستی و همه حیات و زندگی در راه کسب پول و سود انبوه، راحت و سریع برای مصرف بر بسیاری از آحاد اجتماعی بویژه اشراف و ثروتمندان و گروههای ذینفوذ و هزار فامیل و طبقات مرفه حتی نهادهای فرهنگی و رسانه ای حاکم می گردد رهبری معظم انقلاب بیان نمودند که " ما باید اعتراف کنیم به این مسأله، عادت های ما، سنت های ما، روش های غلطی که از این و آن یاد

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشبران ما، چالش‌ها و الزامات تحقق؛ بیست و دومین و بیست و سومین خردادماه ۱۳۹۸

گرفته‌ایم، ما را سوق داده است به زیاده‌روی در مصرف به نحو اسراف" (مشهد - نوروز ۱۳۸۸). آمارهای تطبیقی و شاخص‌های متعدد حاکی از افزایش مصرف است. در سال‌های اخیر مصرف‌گرایی در جامعه ایران در حال ریشه دواندن و گسترش است (آقاپور، ۱۳۹۲)

در سبک زندگی مصرفی، فرهنگ مک دونالدی و سبک زندگی فست فودی، با بکارگیری آمپول بی‌حسی و بی‌خاصیتی (الدوس هاگسلی ۱۳۸۲) شاخص‌های اساسی نظیر سرعت در دستیابی لذت، راحتی و آسان بودن در مصرف، انبوهی و سود سرشار بویژه در کسب ثروت و قدرت و شهرت، و روابط اجتماعی و سیاسی برای ارضای نفسانیات بشری و سلطه بر افراد و جوامع دیگر در فرایند رقابت‌های بیمارگونه و افسار گسیخته دنبال می‌گردد که استفاده از رسانه‌های جمعی، ماهواره، اینترنت، گوشی‌های تلفن همراه و فضای مجازی در ساختار تکنوپولی جهان به قول نیل پستمن دانشمند منتقد و استاد دانشگاه نیویورک، رکن اساسی آن است. (نیل پستمن ۱۳۹۰) در فرهنگ و سبک زندگی غربی از عناصر احساسی و هیجانی ویژه با ابزارهای جدید رسانه ای و سینما و موسیقی و ورزش برای مقبولیت و پذیرش فرهنگی داخلی و جهانی سازی به معنی غربی سازی جوامع دیگر به صورت انبوه و جذاب بهره برداری می‌شود (رفیع پور ۱۳۹۳ به نقل از آقاپور)

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 و روند روبه رشد همه جانبه‌ی خود را در ابعاد ملی، منطقه‌ای و جهانی حفظ کند. اقتصاد مقاومتی رابطه نزدیکی با انسجام ملی دارد. منظور از اقتصاد مقاومتی واقعی یک اقتصاد مقاومتی فعال و پویاست نه یک اقتصاد منفعل و بسته به طوری که کشور ضمن مقاومت در مقابل موانع و ناملازمات مسیر خود، روند پیشرف پایدار خود را حفظ کند. (طاهری ۱۳۹۲)

مدیریت جهادی لازمه تحقق اقتصاد مقاومتی است چنانچه مدیریت جهادی محقق شود، مسیر تحقق اقتصاد مقاومتی هموار می‌گردد. در واقع برای تحقق اقتصاد مقاومتی ما نیازمندی‌هایی داریم که یکی از اهم آنها تاکید بر مولفه‌های مدیریت جهادی است. اصولاً اقتصاد مقاومتی یک الگوی فرهنگی - اقتصادی است مبتنی بر مکتب اقتصادی اسلام است. این الگو که متناسب با شرایط امروز کشور ماست، به دنبال عملیاتی کردن مکتب اقتصادی اسلام در شرایط فعلی است. (عبدالملکی، سرویس اقتصادی فردا)

پژوهشگران و صاحب نظران عوامل متعدد تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی را مورد مطالعه و بررسی قرار داده اند اما در این میان عوامل فرهنگی اقتصاد مقاومتی بعنوان یک اصل مورد توجه قرار نگرفته است. ما در این تحقیق بنا داریم عوامل فرهنگی موثر بر تحقق اقتصاد مقاومتی را مورد بررسی قرار دهیم، چرا که بدون بکارگیری شاخصه‌های فرهنگی و بدون در نظر داشتن عوامل فرهنگی اقتصاد مقاومتی نمی‌توان این موضوع را نهادینه کرد. لذا بر آن شدیم با توجه به اهمیت بالای اقتصاد مقاومتی و نقش بی‌بدیل فرهنگ مقاومتی و شاخصه‌های چون مدیریت جهادی، رسانه و سبک زندگی و تلاش برای تولید بیشتر و بهتر در جامعه ایران این موضوع را مورد پژوهش قرار دهیم.

روش بررسی

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشبران، چالش‌ها و الزامات تحقق؛ بیست و دومین و سومین خردادماه ۱۳۹۸

این پژوهش از نظر روش شناسی در زمره مطالعات توصیفی قرار می‌گیرد. در این پژوهش به منظور دستیابی به مفهوم فرهنگ اقتصادی و همچنین دستیابی به الگویی که جایگاه فرهنگ اقتصادی را در اقتصاد مقاومتی به تصویر بکشد از مطالعه کتابخانه‌ای و اسنادکاو و همچنین از نظرات خبرگان حوزه‌های فرهنگی و اقتصادی استفاده می‌شود. ابتدا چندین مقاله و پژوهش مختلف در رابطه با شاخصه‌ها و عوامل فرهنگی اقتصاد مقاومتی از نظر کمی و کیفی مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت و سپس مصاحبه عمقی با خبرگان و صاحب‌نظران در زمینه اقتصاد مقاومتی و عوامل فرهنگی موثر بر آن به روش گلوله برفی انجام شد.

الگوی مورد نظر با استفاده از تحلیل نظریه‌های مطرح شده در مورد اقتصاد مقاومتی و همچنین فرهنگ اقتصادی و با رویکردی فرآیندی کارکردی تهیه شد. در الگوی کارکردی ابتدا با استفاده از تعاریف صاحب‌نظران مفاهیم و اجزاء تبیین و سپس جایگاه هر یک از عوامل فرهنگی در ساختار متغیر اصلی یعنی اقتصاد مقاومتی تعیین شد. تعیین جایگاه عوامل فرهنگی بر اساس مطالعات کتابخانه‌ای و نظر خبرگان حوزه‌های اقتصاد و فرهنگ انجام گرفت در این پژوهش پایه اصلی و بنیانی الگوی پژوهش بیانات مقام معظم رهبری است

روش تحقیق این مقاله بصورت ترکیبی (کمی - کیفی) خواهد بود. گام اول بصورت کیفی و از طریق مصاحبه عمقی با صاحب‌نظران به شناسایی و احصاء عوامل فرهنگی در اقتصاد مقاومتی پرداخته شد و گام بعدی به صورت کمی و پیمایشی به بررسی سهم هر یک از عوامل و شاخصه‌های فرهنگی پرداخته شد.

در روش کیفی بصورت مطالعه اسنادی از طریق کدگذاری موضوعی و استخراج مطالب از مصاحبه‌های عمقی انجام یافت در روش کمی از طریق تحلیل اکتشافی و معین شده از نظر صاحب‌نظران انجام شد و جمع‌بندی و تجزیه تحلیل شاخص‌ها و نتیجه‌گیری از آنها برای تعیین عوامل فرهنگی اقتصاد مقاومتی صورت پذیرفت. جامعه آماری این پژوهش از صاحب‌نظران و متخصصان، کارشناسان اقتصادی و نمایندگان کمیسیون اقتصادی مجلس و اساتید دانشگاه در حوزه فرهنگی اقتصاد مقاومتی می‌باشد. روش نمونه‌گیری به صورت هدفمند و غیر احتمالی با تکنیک گلوله برفی خواهد بود.

یافته‌ها

یافته‌های این تحقیق حاصل مصاحبه عمقی با اساتید دانشگاه در مقطع دکترا و کارشناسی ارشد، مسئولین تاثیرگذار در عرصه اقتصادی، افراد صاحب‌نظر و مدیران بخش صنعت می‌باشد، که به صورت خلاصه و جهت سهولت کدگذاری شده است. مصاحبه‌ها ابتدا به صورت خام و سپس خلاصه نظرات دسته‌بندی شده است در مرحله سوم کلیدواژه‌هایی که از نظرات شبیه و همگرا استخراج گردید، حروف و اعداد لاتین مبین کد پرسش‌شوندگان می‌باشد در ابتدا به عنوان سوال کلی و اصلی، در خصوص عوامل فرهنگی اقتصاد مقاومتی سوال شد و سپس شش سوال دیگر نیز درباره شاخصه‌های موثر بر اقتصاد مقاومتی پرسش به عمل آمد این عوامل را با توجه به ابلاغیات مقام معظم رهبری در خصوص اقتصاد مقاومتی احصاء کرده و از مصاحبه‌شوندگان سوال شد. متغیرهای اصلی پژوهش مورد پرسش عبارت بودند از یک سوال کلی یعنی عوامل فرهنگی موثر بر اقتصاد مقاومتی و شش سؤال دیگر یعنی مدیریت جهادی، عامل رسانه، عامل تولید، سبک زندگی، عدم خودباوری به داخل، رانت سیاسی و ویژه‌خواری، عامل کارگر و کارفرما تشکیل

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشران ما، چالش‌ها و الزامات تحقق؛ بیست و دوم و بیست و سوم خردادماه ۱۳۹۸

می شد که هر یک در خین مصاحبه به مفاهیم خرد دیگری تقسیم شده است. در استخراج و جمع بندی یافته ها مشخصات مصاحبه شوندگان با کدهای اختصاصی مشخص شده است. یکی از مهمترین شاخصه های این افراد مرتبط بودن تجربه ها، تحصیلات و فعالیت ها و همخوانی موضوع پژوهش با تحصیلات و حرفه و کار و بویژه صاحب نظر بودن آنها بود یا فته ها به همراه جدول جوابها به شرح زیر است.

عوامل فرهنگی موثر بر اقتصاد مقاومتی

خود باوری و ملی گرایی از عوامل فرهنگی اقتصاد مقاومتی هستند. (m002)

در اقتصاد مقاومتی اولین کلمه ای که معمولاً مطرح میشه معنا و مفاهیم کار آفرینی است که عمدتاً هم که بحث خلاقیت و بحث نوآوری توش است، بحث الگوی مصرف است و یا به عبارت دیگر مدیریت مصرف است، بحث حمایت از تولید ملی معمولاً در این مقوله مطرح میشه، به عبارت دیگر تکیه بر مردم و مردمی کردن اقتصاد یکی از بحث های کلیدی است (m003)

مصادق های فرهنگی مثل : مصرف بهینه و الگو برداری از رفتار مصرفی خودمان فارغ از اینکه دنیا به چه سمت سویی می رود از لحاظ فرهنگی و تاکید بر خودباوری ها و حمایت ها از نهاد های اقتصادی خودمان که این ها ریشه های فرهنگی دارد (m004)

مؤلفه های فرهنگی رو تقسیم می کنیم به ۳ سطح: ۱. سطح مفروضات فکری و فرهنگی (برداشت هر شخص از مقوله های مختلف سطح قناعت من با شخص دیگر فرق دارد) ۲. سطح ارزش ها و هنجارها (از لحاظ اسلام قناعت خوبه ولی عمل نمیکنیم امام زمانی که شد ارزش و هنجار عمل میکنیم) ۳. و سطح نماد های فرهنگی و رفتارهای فرهنگی که بر اقتصاد مقاومتی موثر است. (چه چیز هایی رفتار های فرهنگی مارو تاثیر میزارند، نهاد های دینی (مسجد، هیئات)، ستاره های سینما، همسالان، مدرسه، دانشگاه، قهرمانان ورزشی) (m005)

اقتصاد مقاومتی دنبال تحقق یک چشم انداز هست ولی نهادهای فرهنگی شکل گرفته در جامعه در عرصه مصرف در عرصه سبک زندگی در عرصه رفتار سرمایه گذاری و ... خلاف عمل می کنند. (m006)

شاخصه های فرهنگی اقتصاد مقاومتی یعنی مذاکره کنیم برای رفع تحریم های داخلی (m007) توی مؤلفه های فرهنگی اگر حالا ما خواسته باشیم فرهنگ رو بر اساس ارزش ها، باور ها و هنجار ها بیایم تقسیم بندیش بکنیم بیشتر در قالب سبک زندگی و فرهنگ کار ما باید این تحلیل رو انجام بدیم. (m008)

از همه ظرفیت های دولتی و مردمی استفاده شود تا نسبت به حمایت از کالای داخلی و تولید، مبارزه با مفاسد اقتصادی و فرهنگ سازی مصرف ، دانش بنیان کردن آن فرهنگ سازی شود. (m010)

اقتصاد مقاومتی پرتوی از اقتصاد اسلامی است و میبایست مبتنی بر فرهنگ و ارزش های اسلامی و انقلابی باشد هدف اقتصاد مقاومتی نظام سازی است و میبایست هماهنگ با اقتصاد اسلامی از دیدگاه نظام اسلامی، نمیتواند جدای از نظام سیاسی و نظام فرهنگی، معنی و مفهوم پیدا کند.

مقاومت گام اول است و گام بعدی تهاجم است. اقتصاد مقاومتی، منفعل نیست، اقتصاد مقاومتی اقتصادی پویاست که میتواند حمله کند، اوج مقاومت در حمله است.

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشران ما، چالش ها و الزامات تحقق؛ بیست و دوم و بیست و سوم خردادماه ۱۳۹۸

اقتصاد مقاومتی اقتصاد تهاجمی علیه دشمن هم هست. این درسهایی است که ما از اقتصاد اسلامی، برای اقتصاد مقاومتی میگیریم. (m011)

اقتصاد مقاومتی به نهادینه شدن مولفه های آن در جامعه وابسته است یکی از آن مولفه ها عوامل فرهنگی است. عوامل فرهنگی هر جامعه ریشه در باید ها و نباید های اجتماعی آن جامعه دارد. همه باید بدانند که یک دست واقع صدا ندارد و همه بایستی دست در دست هم نهاده و پیرو کار جمعی باشند (m012).

به صورت کلی می توان سه لایه فرهنگی مؤثر بر موضوع اقتصاد مقاومتی را بر شمرده، آموزش های رسمی، آموزش های غیر رسمی، تربیت خانوادگی و محیط خانواده، خانواده از حیث اثرگذاری فرهنگی در پیشرفت و توسعه گفتمان اقتصاد مقاومتی در درجه اول قرار دارد (m013)

اصلاح الگوی مصرف، مسئله جلوگیری از اسراف، مسئله همت مضاعف و کار مضاعف، مسئله جهاد اقتصادی، تولید ملی و حمایت از کار و سرمایه ایرانی، حماسه سیاسی و حماسه اقتصادی، اقتصاد و فرهنگ با عزم ملی و مدیریت جهادی، دولت و ملت همدلی و همزبانی، اقتصاد مقاومتی اقدام و عمل، اقتصاد مقاومتی تولید و اشتغال و حمایت از کالای ایرانی و همچنین مواردی از قبیل کار و تلاش و فعالیت اقتصادی و مقابله با فرهنگ مصرفی و غیر تولیدی در جامعه، توجه عمیق به اقتصاد اسلامی و ترویج فرهنگ اقتصاد اسلامی (که متأسفانه فقط ظاهر آن و بدون محتوای نظریه های اسلامی در جامعه رواج دارد) مدیریت مصرف، مقابله با اسراف (شامل فرهنگ سازی و اقدام عمل) تعادل در مصرف و سیاستهای فرهنگی از جمله روحیه جهادی و مدیریت جهادی یکی از ارکان مؤثر بر اقتصاد مقاومتی است. امید بخشی، ترسیم آینده روشن، فرهنگ کار و وجدان کار از عوامل مؤثر فرهنگی بر تحقق اقتصاد مقاومتی می باشد به شرط به کارگیری و عمل در سطوح مختلف اجتماع. (m016)

عوامل فرهنگی مؤثر بر تحقق اقتصاد مقاومتی را می توان در توسعه فرهنگ کار و تلاش، خودباوری، واقع بینی و امید به آینده دانست. فرهنگ جهاد و ایثارگری که شهدا به تاسی از آن در مسیر الهی الله حرکت کردند، برای تحقق اقتصاد مقاومتی بهره ببریم. این فرهنگ ایثار و از خودگذشتگی است که امروز می تواند به عنوان یه مولفه مهم فرهنگی برای پیاده سازی اقتصاد مقاومتی در ارکان مختلف اقتصادی کشور در نظر گرفته شود. (m018)

کلید واژه مطرح شده در مورد عوامل فرهنگی اقتصاد مقاومتی

کد	کلید واژه	کد	کلید واژه
M001	-	M010	مردمی کردن اقتصاد، دانش بنیانی، حمایت از تولید ملی، مبارزه با مفاسد اقتصادی، اصلاح الگوی مصرف
M002	خود باوری	M011	برگرفته از اقتصاد اسلامی است، فرهنگ اسلامی کار ارزش ها و باورها، سبک زندگی
M003	مردمی کردن اقتصاد، اصلاح الگوی مصرف، حمایت از تولید ملی	M012	لزوم تحقق اقتصاد مقاومتی، ارزش ها و باورها سبک زندگی اسلامی ایرانی، مردمی کردن اقتصاد، مصرف گرائی
M004	اصلاح الگوی مصرف، باور و ارزشها، خود باوری	M013	سبک زندگی، خانواده، آموزش باورها و ارزشها
M005	باور ها و ارزشها، الگوها، سبک زندگی اسلامی ایرانی	M014	-
M006	اصلاح الگوی مصرف، سبک زندگی غربی، سبک زندگی اسلامی ایرانی	M015	-

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشران ما، چالش ها و الزامات تحقق؛ بیست و دومین و بیست و سومین خردادماه ۱۳۹۸

فرهنگ اسلامی کار، مصرف زدگی، تجمل گرایی، روحیه جهادی، اصلاح الگوی مصرف، باور ها و ارزش ها، سبک زندگی، مردمی کردن اقتصاد	M016	خود باوری	M007
-	M17	ارزش ها و باورها، سبک زندگی	M008
لزوم تحقق اقتصاد مقاومتی، روحیه جهادی فرهنگ اسلامی کار، تلاش و خودباوری	M18	-	M009

مدیریت جهادی

مدیریت جهادی لازمه تحقق اقتصاد مقاومتی است و اگر مدیریت جهادی صحیحی اعمال شود اقتصاد به وضعیت نرمال بر میگردد. (m001)

مدیر جهادی فردی است با تخصص و صاحب نظر که درگیر بوروکراسی نمیشود. (m002)

مدیریت جهادی دارای عزم و قائل به یک حرکت جمعی است. (m003)

مدیریت جهادی بدون در نظر گرفتن محدودیت منابع و با استفاده از فرصت ها اقدام کردن است. (m005)

مدیریت جهادی روحیه جهادی میطلبد. (m006)

مدیریت جهادی برآمده از مکتب اسلامی ماست. مدیر جهادی فردی است پرکار که با تدبیر حرکت میکند و شب و روز

نمیشناسد و دنبال کار را تا زمان اجراء میگیرد. (m007)

مدیریت جهادی نیازمند کار و تلاش مضاعف است. (m008)

فرهنگ مدیریت جهادی به صورت مبارزه علیه تعرض به نظام اسلامی باید ظاهر شود. (m011)

مدیریت جهادی باید با روحیه ایثار گری، امید، تقوا، ایمان، عدالت طلبی و احسان همراه باشد. (m012)

مدیریتی که در آن منافع شخصی و سیاسی و حزبی و غیره مانع ایجاد تحولات بزرگ نشود. در واقع عنصر اصلی مفهوم

جهاد شامل موضوع گذشت از منافع است. که مدیریت خستگی ناپذیر، علمی، شفاف و با تکیه بر محتوای انقلابی و

اسلامی به عرصه اجرایی و عملیاتی برسد. (m013)

روحیه خدمت به مردم و نیت خدایی و با خودباوری و تلاش و کوشش و جدیت و خستگی ناپذیری و شوق به کار همراه

با گام های بلند از چالش ها موانع عبور می کند. (m014)

مدیریت تهدیدها و مهار آن یک استراتژی قابل قبول و پذیرفته شده است. که همه این ها در مدیریت جهادی و انقلابی

تعریف شده است. (m015)

ضرورت جهادی سازی مدیریت و ایجاد تحول در نظام مدیریت کشور به سمت مدیریت جهادی به مثابه یک الزام برای

تحقق اهداف نظام می باشد. (m016)

بدون مدیریت جهادی و مدیران و رهبران جهادی، اقتصاد مقاومتی جزء طرحی بر روی کاغذ نیست. (m017)

اقتصادی می تواند در برابر دشمنی ها و دسیسه ها مقاوم باشد که عوامل اجرایی و نقش آفرینان آن بدون وقفه برای

رشد و پیشرفت قدم بردارند. (m018)

کلید واژه مطرح شده در مورد عامل مدیریت جهادی

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشران ما، چالش‌ها و الزامات تحقق؛ بیست و دومین و بیست و سومین خردادماه ۱۳۹۸

کد	کلید واژه	کد	کلید واژه
M001	لازمه تحقق اقتصاد مقاومتی است	M010	-
M002	دارای تخصص، پرکار و با تدبیر	M011	بر آمده از مکتب اسلامی ماست
M003	دارای تخصص، پرکار و با تدبیر	M012	روحیه جهادی، لازمه تحقق اقتصاد مقاومتی
M004		M013	روحیه جهادی، فرا جناحی، انقلابی و اسلامی، دارای تخصص، پرکار و با تدبیر
M005	لازمه تحقق اقتصاد مقاومتی. دارای تخصص، پرکار و با تدبیر	M014	خودباوری، روحیه جهادی، لازمه تحقق اقتصاد مقاومتی، انقلابی و اسلامی مدیریت تهدیدها و مهار آن
M006	روحیه جهادی، لازمه تحقق اقتصاد مقاومتی	M015	روحیه جهادی، انقلابی و اسلامی
M007	بر آمده از مکتب اسلامی ماست، لازمه تحقق اقتصاد مقاومتی دارای تخصص، پرکار و با تدبیر، روحیه جهادی	M016	لازمه تحقق اقتصاد مقاومتی، روحیه جهادی،
M008	پرکار و با تدبیر، لازمه تحقق اقتصاد مقاومتی، روحیه جهادی	M017	لازمه تحقق اقتصاد مقاومتی، روحیه جهادی،
M009	-	M18	لازمه تحقق اقتصاد مقاومتی، روحیه جهادی، مقاومتی دارای تخصص، پرکار و با تدبیر، بر آمده از مکتب اسلامی ماست

عامل رسانه

رسانه‌ها با غنا بخشیدن به اخبار و ارائه تحلیل‌های کارشناسانه و اطلاع‌رسانی صحیح اقتصادی می‌توانند گام مثبت و بلندی در جهت رشد و توسعه کشور و رسیدن به اهداف حمایت از تولید ملی و کار و سرمایه ایرانی بردارند. رسانه‌ها در راستای ایجاد فرهنگ و روحیه مطالبه‌گری مردم از مسولین پویا عمل نمایند. (m001)

رسانه قابلیت این را دارد که الگو بسازد و حتی الگو را تغییر دهد و رفتارها مارو تحت تاثیر قرار بدهند. (m002) برای اجرای موفق هر برنامه‌ای لازم است افکار عمومی ضرورت اجرای آن را درک کنند و آماده اجرای آن باشند رسانه‌ها زبان گویای تمایلات فکری و خاستگاه اجتماعی هستند. (m007)

ایجاد شفافیت اقتصادی به پیشبرد اقتصاد مقاومتی کمک نماید و با تولید، تامین و پخش برنامه و سریال در زمینه‌های اقتصادی از جمله فرهنگ مصرف، کارآفرینی، فرهنگ کار و حمایت از تولید ملی بر اساس مولفه‌های اصلی اقتصاد مقاومتی از جمله، مردم بنیاد بودن، عدالت محور بودن، دانش بنیان بودن، درون‌زا و برون‌گرا بودن، با بهره‌گیری از پشتوانه مبانی دینی به گفتمان سازی تبدیل شود. (m010)

از طریق رسانه باید مفاهیم اقتصاد اسلامی و مقاومتی وارد نظام‌های تصمیم‌گیری، اندیشه‌مدیریتی مدیران و حتی اندیشه‌های روزنامه‌نگاران و اصحاب جراید کنیم. (m011)

بی‌شک رسانه‌ها با ارتقاء روحیه مبارزه طلبی و پرهیز از موارد گزینشی و ارائه راهکار در کنار انتقاد میتواند نقش بسیار موثری بر استحکام و شکل‌گیری ریشه‌ای اقتصاد مقاومتی داشته باشد. (m012)

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشبران ما، چالش‌ها و الزامات تحقق؛ بیست و دومین و بیست و سومین خردادماه ۱۳۹۸

با توجه به سبک زندگی امروز رسانه به صورت مستقیم میتواند حیطه اثرگذاری فرهنگی را گسترش دهد. (m013)

مسئله فرهنگ سازی و گفتمان سازی و مطالبه گری در سطح جامعه امری ضروری و حتمی باید باشد چرا که مردم یک جامعه برای این که یک عمل و رفتار خوب و اثرگذار را در جامعه به صورت یک پارچه و هم گستر ببینند. (m014)

فرهنگ سازی به عهده رسانه ست. (m016)

هر طرح و برنامه بزرگی مانند اقتصاد مقاومتی نیاز به پشتیبانی مردمی و فرهنگ سازی دارد و این امر از راه پشتیبانی رسانه ای امکان پذیر است. (m017)

میتوان نقش رسانه در اقتصاد مقاومتی را در محورهای تبیین، فرهنگ سازی، ارائه راهکارهای عملی و مطالبه از متولیان امر؛ خلاصه کرد. رسانه در تحقق اقتصاد مقاومتی نه تنها برای مخاطب عام که برای مخاطب خاص و متخصص نیز می تواند بسیار مهم و تعیین کننده باشد. (m018)

کلید واژه مطرح شده در مورد عامل رسانه

کد	کلید واژه	کد	کلید واژه
M001	حمایت از تولید ملی کار و سرمایه ایرانی مطالبه گری	M010	الگو سازی و فرهنگ سازی فرهنگ مصرف، کارآفرینی، حمایت از تولید ملی شفافیت اقتصادی
M002	الگو سازی	M011	الگو سازی ، آموزش به عوامل رسانه ای
M003	-	M012	الگو سازی ، آموزش به عوامل رسانه ای، مطالبه گری
M004	-	M013	الگو سازی و فرهنگ سازی، تولید محتوا
M005	-	M014	الگو سازی و فرهنگ سازی
M006	-	M015	-
M007	الگو سازی و فرهنگ سازی	M016	الگو سازی، فرهنگ سازی
M008	-	M017	الگو و فرهنگ سازی
M009	-	M18	الگوسازی و فرهنگ سازی، مطالبه گری،

عامل تولید

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشران ما، چالش‌ها و الزامات تحقق؛ بیست و دوم و بیست و سوم خردادماه ۱۳۹۸

برای تحقق اقتصاد مقاومتی همه قوا باید با هم هماهنگ و همکار باشند. (m001)

هرکسی وارد عرصه تولید، یا مقوله اقتصاد می شود باید حتما یک فکر نو داشته باشد (m003)

مسئله ای که در تولید وجود دارد و به نوعی مانع رقابت پذیری محصولات تولید داخل ما بعنوان خروجی سیستم های سازمانی ما هست، مسئله کیفیت و قیمت تمام شده بالای اراه خدمت یا محصول است که این بخش در واقع به جنبه های فرهنگی بر میگردد. (m006)

تولید ملی قوی نیازمند تحقق ۶ عامل کلیدی است: ۱. بازار مصرف کافی، ۲. علم و فن آوری ثروت آفرین، ۳. مواد اولیه مناسب، ۴. سرمایه کافی، ۵. نیروی کار توانمند، ۶. فرهنگ تولیدی. (m007)

در فرهنگ کار موضوعی که بیشتر مد نظر هست ارزش تلاش و تولید است. تولید کردن باید تبدیل به یک بحث ارزشی و ارزشمند تلقی بشود، که خود این یک مولفه فرهنگی است که تاثیر مثبتی بر اقتصاد مقاومتی خواهد داشت. (m008)

عامل تولید را میتوان ریشه و ستون اقتصاد مقاومتی دانست که بدون آن صحبت از مولفه های دیگر اقتصاد مقاومتی بی معنا است. دانش بنیان شدن بخش خدمات، افزایش بهره وری در نظام تولید، سرمایه گذاری های تولید، محکم کاری در عرصه های تولید، تبلیغ مصرف کالای داخلی، فرهنگ سازی در نکوهش بیکاری و کم کاری در تولید، حمایت از تولید ملی و محصولات ساخت داخل کشور، رقابتی کردن فضای کسب و کار، کاهش تورم بواسطه افزایش تولید و ایجاد تعادل در عرضه و تقاضا از الزامات رونق تولید است. (m011)

تنها عاملی که میتواند رکود تورمی موجود در کشور را همزمان و بدون ایجاد دردهای دیگر در اقتصاد از بین ببرد تقویت تولید ملی است. در واقع همه عناصر فرهنگی و اقتصادی در نظریه اقتصاد مقاومتی باید در جهت تقویت تولید ملی قرار بگیرند و موضوعی مهمتر از آن وجود ندارد. (m013)

کشوری که به دنبال اقتصاد مقاومتی می باشد اگر تولید پایداری نداشته باشد چطور می تواند وابستگی بر سایرین را قطع یا به حداقل برساند بنابراین تولید به عنوان یک امر اساسی در اقتصاد مقاومتی موثر است. (m014)

اقتصاد مقاومتی، تولید محور است، رفع مشکل بیکاری از راه تولید ملی و پشتیبانی از تولیدات داخلی است. (m015)

اگر تولید مولد باشد قطع بیقین تاثیر فراوانی بر اقتصاد مقاومتی خواهد داشت، ویژگی های چنین تولید مولدی بشرح ذیل تبیین می گردد، دارای استحکام درونی و پایدار باشد، خود اتکا در تامین نیازهای اساسی جامعه باشد، استقلال خود را حفظ و هیچگونه وابستگی اساسی به بیرون نداشته باشد، سهم برتر نیروی انسانی در آن اشکار باشد، دانش بنیان و همراه با تولید بومی و متکی بر دانش باشد، همراه با مشارکت حداکثری مردم در کنار هدایت دولت باشد، رشد متوازن پایدار درونزا و برون نگر و مستمر و مطمئن داشته باشد. متکی به برنامه همراه با مدیریت جهادی دقیق و عالمانه و عادلانه و عادلانه بخصوص در مورد منابع باشد، کمترین آسیب پذیری را داشته باشد از توطئه های دشمنان نظام و تحریم ها داشته باشد، از درآمد های حاصل از صادرات گاز و نفت رهایی یافته باشد. (m016)

اقتصاد مقاومتی بر پایه استقلال و حمایت از تولیدات بومی بنا شده است، اقتصاد مقاومتی برنامه ای است برای تسهیل و پشتیبانی از تولیدات داخلی (m017)

یکی از ارکان اقتصاد، تولید است. اگر در تعریف اقتصاد مقاومتی می گوئیم اقتصادی مولد، برون گرا و درون زا؛ منظور این است که این اقتصاد مولد بر پایه تولید شکل گرفته است. به تعبیری تولید داخلی بر اساس نیازها و بایسته های

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشبران ما، چالش‌ها و الزامات تحقق؛ بیست و دومین و بیست و سومین خردادماه ۱۳۹۸

اقتصادی کشور شکل گرفته و به چرخه اقتصاد مقاومتی کمک می‌کند. اساسا اقتصاد مقاومتی دیگر اقتصادی مولد نیست بلکه یک اقتصاد وارداتی وابسته به خارج است. بهره‌وری باعث تعهد کارگر و کارفرما به کار می‌شود و کالای تولیدی کالایی با کیفیت بالا و رقابتی خواهد بود. چراکه اگر کالایی دارای مزیت رقابتی نباشد نمی‌تواند مشتری را جذب کرده و سهم بازار خود را به دست آورد. (m018)

کلید واژه مطرح شده در مورد عامل تولید

کد	کلید واژه	کد	کلید واژه
M001	هماهنگی تمام دستگاه‌ها	M010	-
M002	-	M011	لازمه تحقق اقتصاد مقاومتی، دانش بنیان شدن تولید، ترویج فرهنگ اسلامی کار، رقابتی کردن فضای کسب و کار، حمایت از تولید ملی،
M003	نوآوری و خلاقیت در تولید	M012	-
M004	-	M013	لازمه تحقق اقتصاد مقاومتی، تولید داخلی
M005	-	M014	لازمه تحقق اقتصاد مقاومتی
M006	کیفیت، قیمت تمام شده بالا	M015	لازمه تحقق اقتصاد مقاومتی تولید داخل
M007	بازار مصرف کافی، مواد اولیه، سرمایه، نیروی کار توانمند، ترویج فرهنگ اسلامی کار، نوآوری و خلاقیت در تولید کیفیت، قیمت تمام شده بالا	M016	ترویج فرهنگ اسلامی کار، نوآوری و خلاقیت در تولید، لازمه تحقق اقتصاد مقاومتی،
M008	ترویج فرهنگ اسلامی کار	M017	لازمه تحقق اقتصاد مقاومتی
M009	-	M18	لازمه تحقق اقتصاد مقاومتی، تولید کالای با کیفیت، ترویج فرهنگ اسلامی کار (تعهد کارگر و کارفرما،

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشران ما، چالش‌ها و الزامات تحقق؛ بیست و دومین و سومین خردادماه ۱۳۹۸

سبک زندگی

مردم از یک طرف عوامل تولید هستند چه محصول چه خدمت فرقی نمی‌کند. کسیکه داره تو کار خانه کار می‌کند عامل تولید اون محصول در ان حوزه خاص است از این مهم تر همین مردم مصرف کننده هستند. (m002)

زیر بنای اقتصاد مقاومتی اعتقادات و باورها فردی و اجتماعی افراد است، بنابراین موضوع اقتصاد مقاومتی باید بعنوان ارزش قلمداد شود (m003)

سبک زندگی اون هنجارهای ارزش یافته ای که تبدیل به عمل انسان شده، سبک زندگی ما در اینکه اقتصاد مقاومتی چگونه شکل بگیرد موثر خواهد بود. (m005)

فشارهای هنجاری که جنبه فرهنگی داشته باشد در اقتصاد ما جزو ترمز های اقتصاد مقاومتی است مثلاً شما وقتی راجع فرهنگ مصرف در جامعه بحث می‌کنی یکی از جنبه های این فرهنگ مصرف در جامعه امروز ما فشارهای تقلیدی ناشی از سبک زندگی غربی است، باید تلاش بکنیم سبک زندگی رو ببریم بسوی الگوی ایرانی اسلامی و روی آن تاکید بکنیم. (m006)

سبک زندگی به سمت سبک زندگی اسلامی یک مولفه فرهنگی مفید و موثر بر روی اقتصاد مقاومتی باشد (m009)

تجمل گرائی و مصرف زدگی فرهنگ ما را تحت سیطره خود قرار داده است و تا وقتی در این فضا سبک زندگی وجود باشد اقتصاد مقاومتی معنا پیدا نمی‌کند. (m011)

مدیریت مصرف، اصلاح الگوی مصرف، مصرف کالای داخلی، افزایش بهره وری و اقتصاد دانش بنیان از مولفه های نقش سبک زندگی در اقتصاد مقاومتی است. (m012)

اقتصاد مقاومتی موضوعی است که با جنبه های فرهنگی به صورت کامل تعامل دارد، تغییر در سبک زندگی میتواند مؤثرترین مسیر در پیشبرد گفتمان مذکور باشد. مهم چگونگی شکل گرفتن و محتوای مؤلفه های سبک زندگی است که باید در مسیر صحیح تولید و تعمیق شوند. (m013)

در یک جامعه اگر بخواهد اقتصاد مقاومتی محقق شود یقیناً فرهنگ سازی بسیاری از رفتارها در سطح جامعه می‌تواند به ما کمک کند (m014)

سبک زندگی اسلامی در میان جامعه زمانی بر اقتصاد مقاومتی اثر گذاری می‌باشد که مسئولین نظام اسلامی خود ابتدا به ساکن عامل به آن سبک زندگی باشد و الگویی برای آحاد مردم جامعه باشند. (m016)

یکی از شاخصهای سبک زندگی در اقتصاد مقاومتی فرهنگ استفاده مردم از کالای ایرانی است. (m018)

کلید واژه مطرح شده در مورد عامل سبک زندگی

کلید واژه	کد	کلید واژه	کد
-----------	----	-----------	----

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشران ما، چالش‌ها و الزامات تحقق؛ بیست و دوم و بیست و سوم خردادماه ۱۳۹۸

-	M010	-	M001
تقلید از سبک زندگی غربی مصرف زدگی تجمل گرایی	M011	مردمی بودن، فرهنگ استفاده از کالای داخلی. تمایل به کالای خارجی، اعتقادات و باور ها و ارزش	M002
اصلاح الگوی مصرف، فرهنگ استفاده از کالای داخلی سبک زندگی ایرانی اسلامی	M012	اعتقادات و باور ها و ارزش	M003
سبک زندگی اسلامی ایرانی اعتقادات و باور ها و ارزش	M013	-	M004
سبک زندگی اسلامی ایرانی اعتقادات و باور ها و ارزش	M014	اعتقادات و باور ها و ارزش	M005
اصلاح الگوی مصرف	M015	اصلاح الگوی مصرف تقلید از سبک زندگی غربی مصرف زدگی تجمل گرایی سبک زندگی ایرانی اسلامی	M006
تجمل گرایی و مصرف زدگی مسئولین. نابرابری	M016	فرهنگ استفاده از کالای ایرانی	M007
تجمل گرایی و مصرف زدگی سبک زندگی ایرانی اسلامی	M017	-	M008
فرهنگ استفاده از کالای داخلی سبک زندگی ایرانی اسلامی	M18	سبک زندگی ایرانی اسلامی	M009

عدم خود باوری به داخل، رانت سیاسی و ویژه خواری

یکی از مهمترین عناصر اقتصاد مقاومتی، خودباوری است. تا زمانی که به خود باوری نرسیم که اقتصاد می تواند درون زا باشد قطعاً به نتیجه نخواهیم رسید. (m002)

ما اقتصاد مقاومتی رو به شکل دیگر در مدیریت استراتژیک و در مدیریت راهبردی تعریف میکنیم، به آن منبع محور گفته میشود یعنی تکیه بر منابع داخلی کشور (m003)

فساد، سیاسی کاری و بی کفایتی مدیران از مهمترین موانع تحقق اقتصاد مقاومتی است. (m007)

از بزرگترین آفت ها برای رسیدن به اقتصاد مقاومتی عدم خود باوری و همچنین رانت های سیاسی و اقتصادی و ویژه خواری است. این عوامل همچون موریه پایه های اقتصادی را خورده است و سرمایه گذاران بخش خصوصی را نا امید میکنند لذا باید به شدت با این مولفه برخورد نمایند و مردم را از نتیجه این برخوردها مطلع نمود. (m012)

بزرگترین تهدید برای اقتصاد مقاومتی ناشی از موانع داخلی کشور است. اصولاً یکی از نتایج مهم نظریه اقتصاد مقاومتی این است که تمرکز باید بر مسائل و چالشهای داخلی باشد. (m013)

عدم خودباوری و اعتماد به توانمندی های داخلی و رانت سیاسی در تحقق اقتصاد مقاومتی مانع ایجاد کند (m014)

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشران ما، چالش ها و الزامات تحقق؛ بیست و دوم و بیست و سوم خردادماه ۱۳۹۸

به دلیل دو موضوع عدم درک درست از اقتصاد مقاومتی و عدم باور برخی از مسئولین به این راهبرد، در عمل اقتصاد مقاومتی با آنچه باید تاکنون صورت می‌گرفت، فاصله بسیاری دارد. (m015)

یکی از این پارامترهای اقتصاد مقاومتی خود باوری و یکی از موانع آن عدم خود باوری است که متأسفانه در حال و وضع کنونی رانت سیاسی و اقتصادی دقیقاً توسط مسئولین که به ارزشهای داخلی و حتی خودشان باور ندارند انجام می‌شود. برای موفقیت هیچ مقدمه‌ای مهم‌تر از خود باوری و اعتماد به نفس نیست. (m016)

اصول اولیه اقتصاد مقاومتی بر پایه خود باوری و اعتقاد به تولید داخل و استقلال کشور می‌باشد، و موانع بر سر راه تحقق اصول، عدم خود باوری، رانت و قبیله‌گرایی سیاسی و اقتصادی است. (m017)

اگر میان تولیدکنندگان خود باوری و اعتماد به توانایی‌های داخلی نباشد نمی‌توانیم شاهد حرکت اقتصادی کشور در چارچوب اقتصاد مقاومتی مورد نظر رهبر انقلاب باشیم. آنچه باعث رشد و پیشرفت نظام اقتصادی کشور میشود شفافیت عملکرد فعالان اقتصادی و افزایش قدرت دستگاه‌های نظارتی در برخورد با متخلفان است. این عدم شفافیت رانت خواری را بوجود می‌آورد.

کلید واژه مطرح شده در مورد عامل عدم خود باوری به داخل، رانت سیاسی و ویژه خواری

کد	کلید واژه	کد	کلید واژه
M001	پیشگیری، برخورد متناسب با متخلفان، شفاف سازی، ویژه خواری	M010	پیشگیری
M002	اعتماد و خود باوری، ویژه خواری	M011	خود باوری
M003	اعتماد و خود باوری	M012	عدم خود باوری، رانت سیاسی، ویژه خواری، برخورد متناسب با متخلفان
M004	-	M013	موانع داخلی
M005	-	M014	عدم خود باوری، رانت سیاسی
M006	-	M015	عدم درک درست از اقتصاد مقاومتی، عدم خود باوری
M007	ویژه خواری، فساد، رانت سیاسی، بی کفایتی مدیران	M016	عدم خود باوری
M008	-	M017	عدم خود باوری، رانت سیاسی، ویژه خواری
M009	-	M018	عدم خود باوری، خود باوری مثل شفافیت اقتصادی و نظارت مقتدرانه

عامل کارگر و کارفرما

خلاقیت ما، نوآوری ما، مولفه‌هایی که تو اقتصاد مقاومتی ازش صحبت شد مثل: کارآفرینی، مدیریت مصرف، تولید ملی و غیره همه‌ی اینها تکیه داره بر توان و خلاقیت و نوآوری نیروی انسانی یعنی پایه‌ی اقتصاد مقاومتی کارآفرینی است و کار آفرین کسی جز نیروی انسانی نیست (m003)

گرایش‌های نیروی انسانی، اعتقادات نیروی انسانی اون محفلی که دارند تاکید می‌کنند بر یک رفتاری و مشروعیت می‌دهند. در واقع منشأ تولید ثروت امروزه یک فرایند ذهنی است. اگر در گذشته‌ی ما با استفاده از منابع طبیعی، کشاورزی،

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشران ما، چالش‌ها و الزامات تحقق؛ بیست و دوم و بیست و سوم خردادماه ۱۳۹۸

ذغال سنگ، نفت، گاز تولید ثروت می کردیم اما امروز با تراوشات ذهنی با ذهنی بادانش تولید ثروت می کنیم حتی منابع طبیعی هم باید تبدیل به محصول شود این کار را چه کسی انجام میدهد؟ نیروی انسانی (m004)

موتور اصلی اقتصاد مقاومتی آدم است آدم که می خواد تربیت بشه برای تحقق اقتصاد مقاومتی یعنی این آدم مقاوم بشه، سیاست های ما برای تحقق اقتصاد مقاومتی باید در فضای جامعه گفتمان سازی بشه (m005)

توجه به جنبه های انسانی بدون تردید یکی از مهمترین عوامل تضمین کننده تحقق اقتصاد مقاومتی باشه (m006)

در اقتصاد مقاومتی میگیریم اقتصاد باید مقاوم باشه باید بتونیم نیروی انسانی را نیز توانمند بکنیم. (m008)

دانش بنیان شدن بخش خدمات کلید افزایش بهره وری در نظام تولید است که باید توسط کارفرما و درکنار آن کارگران در بنگاه به آن توجه نمایند، برنامه ریزی جامع برای ارتقای تولیدات داخلی به ویژه رعایت حقوق مصرف کنندگان ، بهبود فضای کسب و کار نیز از مواردی است که کارفرما باید آن را مدیریت نماید. (m011)

نقش کارگر و کارفرما در اقتصاد مقاوتی بسیار حیاتی است. از پایه های تولید و کار آفرینی کارگر و کارفرما است

این دو دو بازوی اصلی تولید بحساب می آیند که با ضعیف شدن هریک از آنها تولید بخطر می افتد لذا برای کارگران امنیت شغلی، دستمزد مناسب و رفاه برای زندگی و در حوزه کارفرمایان افزایش بهره وری، امنیت در تولید و فروش در بازار از عوامل مهم محسوب میشود.

کارگر و کارفرما باید بدانند نه تنها مقابل هم نیستند بلکه هر دوی آنها بدون هم بی معنا میشوند و کارکرد خود را از دست میدهند، لذا تعامل منطقی به این دو از عوامل موثر در اقتصاد مقاومتی است. (m012)

یقیناً نقش کارگر و کارفرما در اقتصاد مقاومتی بسیار مهم و اثر گذار می باشد چرا که اگر کارگر و کارفرما با روحیه انقلابی و جهادی و ایثار و فداکاری و پر کاری و تحول آفرینی در فعالیت ها و برنامه های خود تلاش نکند اقدام مثبت و اثر گذاری در مجموعه خود اتفاق نمی افتد (m014).

رابطه این دو رابطه لازم و ملزوم می باشد یعنی یکی بدون دیگری معنا ندارد تعامل این دو سبب پیشرفت تولید و اقتصاد کشور است. این دو باید این نکته را بدانند که اگر کارآفرینی نباشد و کاری وجود نداشته و در عاملی نیز تا کارگران نباشد تولیدی حاصل نمی شود و ایده های کارآفرینان نیز تحقق نخواهد شد بنابراین این دو با تکیه بر هم به خلق حماسه و حرکت جهشی در عرصه های اقتصادی بپردازند. (m16)

رابطه متقابلی بین کارگر و کارفرما در اقتصاد مقاومتی وجود دارد، بدین صورت که کارگر موتور محرک تولید است، و کارفرما نقش سرمایه گذار و یا مدیر تولید است. (m017)

زمانی که از تولید و اقتصاد مقاومتی سخن می گوئیم نمی توان کارگر و کارفرما را به عنوان دو رکن اصلی تولید نادیده بگیریم. کارگر با افزایش بهره وری و ارتقای کیفیت کار خود در کیفیت محصول نهایی نقشی مستقیم و موثر دارد. از سوی دیگر کارفرما با ایجاد رضایت شغلی و تامین خواست های کارگران در بالابردن کیفیت کار آنان نقشی مهم را ایفا می کند. از این رو کارگر و کارفرما حلقه متصل تولید را شکل می دهند که اگر هرکدام وظیفه خود را به خوبی انجام دهند می توان به تحقق اقتصاد مقاومتی در بعد تولید کالای داخلی امیدوار بود و انتظار داشت مصرف کننده با

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشبران ما، چالش‌ها و الزامات تحقق؛ بیست و دوم و بیست و سوم خردادماه ۱۳۹۸

برخورداری از سبک زندگی ایرانی اسلامی و رویکرد خرید کالای ایرانی، کالای تولیدی داخلی را با اشتیاق خریداری کرده تا اقتصاد را در برابر فشارهای دشمنان مقاوم کند (m18).

کلید واژه مطرح شده در مورد عامل نیروی انسانی

کد	کلید واژه	کد	کلید واژه
M001	-	M010	-
M002	سرمایه علمی	M011	دانش بنیان شدن خدمات (تولید باکیفیت و...)، توجه به سرمایه انسانی
M003	توجه به سرمایه انسانی با انگیزه، خلاق و مولد	M012	لزوم تحقق اقتصاد مقاومتی، توجه به سرمایه انسانی، تعامل کارگر و کارفرما،
M004	توجه به سرمایه انسانی، اعتقادی انسانی،	M013	-
M005	توجه به سرمایه انسانی	M014	لزوم تحقق اقتصاد مقاومتی، توجه به سرمایه انسانی، تعامل کارگر و کارفرما
M006	توجه به سرمایه انسانی، تربیت نیروی انسانی، لزوم تحقق اقتصاد مقاومتی	M015	-
M007	تولید بیشتر، تولید باکیفیت، کار و کوشش	M016	لزوم تحقق اقتصاد مقاومتی، توجه به سرمایه انسانی، تعامل کارگر و کارفرما
M008	توجه به سرمایه انسانی	M017	لزوم تحقق اقتصاد مقاومتی، توجه به سرمایه انسانی، تعامل کارگر و کارفرما
M009	تعامل انسانی	M18	تعامل کارگر و کارفرما کالای باکیفیت رضایت شغلی کالای ایرانی

بحث و نتیجه گیری

با توجه به یافته های بدست آمده در این پژوهش میدانی می توان نتیجه گرفت عوامل فرهنگی بر اقتصاد مقاومتی موثر است. که ابلاغیه مقام معظم رهبری در خصوص اقتصاد مقاومتی بیانگر این موضوع نیز است. عوامل فرهنگی لزوم تحقق اقتصاد مقاومتی است و برای تحقق آن باید شاخصه های فرهنگی آن بعنوان باور و ارزش مطرح شود، و این موضوع بدون دخالت همه آحاد مردم امکان پذیر نیست، اقتصاد باید مردمی بشود، موضوع خود باوری، اصلاح الگوی مصرف، حمایت از تولید ملی باید در سبک زندگی نهادینه شود. همچنین در بخش تولید نیز با مدیریت جهادی، توجه به فرهنگ اسلامی کار، دانش بنیان کردن تولید و آموزش به نیروی انسانی میتوان گام های موثری در این راه برداشت. همچنین در این راه

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشران ما، چالش‌ها و الزامات تحقق؛ بیست و دوم و بیست و سوم خردادماه ۱۳۹۸

شفافیت اقتصادی و مبارزه با مفاسد اقتصادی، علاوه بر کمک به بخش‌های مختلف صنعت، موجب اطمینان مردم و اعتماد بیشتر میشود.

۱ - اقتصاد مقاومتی پرتوی از اقتصاد اسلامی است و لذا میبایست مبتنی بر فرهنگ و ارزش‌های اسلامی و انقلابی باشد. عوامل فرهنگی موثر بر تحقق اقتصاد مقاومتی را می‌توان در توسعه فرهنگ کار و تلاش، خودباوری، واقع‌بینی و امید به آینده دانست. در اقتصاد مقاومتی اولین کلمه‌ای که معمولاً مطرح میشه معنا و مفاهیم کار آفرینی است که عمدتاً هم که بحث خلاقیت و بحث نوآوری توش است، بحث الگوی مصرف است و یا به عبارت دیگر مدیریت مصرف است، بحث حمایت از تولید ملی معمولاً در این مقوله مطرح میشه همچنین تکیه بر مردم و مردمی کردن اقتصاد یکی از بحث‌های کلیدی است. باید از همه ظرفیت‌های دولتی و مردمی استفاده شود تا نسبت به حمایت از کالای داخلی و تولید، مبارزه با مفاسد اقتصادی و فرهنگ سازی مصرف، دانش بنیان کردن آن فرهنگ سازی شود.

بندشماره ۵ سیاست‌های ابلاغی اقتصاد مقاومتی: سهم‌بری عادلانه عوامل در زنجیره تولید تا مصرف متناسب با نقش آنها در ایجاد ارزش، با افزایش سهم سرمایه انسانی از طریق ارتقاء آموزش، مهارت، خلاقیت، کارآفرینی و تجربه.

۲- بیانات در خصوص کار، کارگر و کارفرما:

اگر بخواهیم خودمان را از نفت بی‌نیاز کنیم، غیر از این است که باید به محیط کار، به جامعه کارگری، به مسئله کارگاه‌ها و به مسئله آموزش کارگران، اهتمام ویژه‌ای بشود؟... هم مجلس، هم دولت، هم مسئولان گوناگون، باید به مسئله کار و کارگر به چشم موضوعی که گاهی با آن مواجه میشوند و یک تنگنایی پیدا میشود، نگاه نکنند؛ باید به موضوع کار و کارگر به چشم یک مسئله اساسی و حقیقی کشور نگاه کنند... توسعه اقتصادی، بدون تقویت مسائل کار و نگاه به کار، امکان پذیر نیست. این انسانی که خودش را صرف کارمیکند، باید بدانند که نظام پشتیبان اوست. (بیانات مقام معظم رهبری، ۱۵ / ۰۲ / ۱۳۷۸)

بند شماره ۵ سیاست‌های ابلاغی لزوم توجه به نیروی انسانی در زنجیره تولید (کارگر و کارفرما) و نقش کارگر و کارفرما در تولید با کیفیت که رضایت و انعام مصرف‌کننده را در بر خواهد داشت و انطباق دارد با مطالب گرد آوری شده در این مقاله در خصوص عامل کارگر و کارفرما که به شرح ذیل است:

خلاقیت ما، نوآوری ما، مولفه‌هایی که تو اقتصاد مقاومتی از ش صحبت شد مثل: کارآفرینی، مدیریت مصرف، تولید ملی و غیره همه‌ی اینها تکیه‌داره بر توان و خلاقیت و نوآوری نیروی انسانی یعنی پایه‌ی اقتصاد مقاومتی کارآفرینی است و کارآفرین کسی جز نیروی انسانی نیست. نقش کارگر و کارفرما نقش بسیار اساسی و حیاتی در اقتصاد مقاومتی است. از پایه‌های مهم تولید و کارآفرینی کارگر و کارفرما است. این دو بازوی اصلی تولید بحساب می‌آیند که با ضعیف شدن هریک از آنها تولید بخطر می‌افتد لذا برای کارگران امنیت شغلی، دستمزد مناسب و رفاه برای زندگی و در حوزه کارفرمایان افزایش بهره‌وری، امنیت در تولید و فروش در بازار از عوامل مهم محسوب میشود. کارگر و کارفرما باید بدانند نه تنها مقابل هم نیستند بلکه هر دوی آنها بدون هم بی‌معنا میشوند و کارکرد خود را از دست میدهند، لذا تعامل منطقی به این دو از عوامل موثر در اقتصاد مقاومتی است. رابطه متقابلی بین کارگر و کارفرما در اقتصاد مقاومتی وجود دارد، بدین صورت که کارگر موتور محرک تولید است، و کارفرما نقش سرمایه‌گذار و یا مدیر تولید است. زمانی که از

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشران ما، چالش‌ها و الزامات تحقق؛ بیست و دوم و بیست و سوم خردادماه ۱۳۹۸

تولید و اقتصاد مقاومتی سخن می‌گوییم نمی‌توان کارگر و کارفرما را به عنوان دو رکن اصلی تولید نادیده بگیریم. کارگر با افزایش بهره‌وری و ارتقای کیفیت کار خود در کیفیت محصول نهایی نقشی مستقیم و موثر دارد. اگر کارگر با دلسوزی و تعهد به کار خود مشغول شود و کالای تولیدی از کیفیت بالایی برخوردار باشد در این صورت مصرف‌کننده نیز به عنوان حلقه نهایی زنجیره اقتصاد با رغبت و رضایت کامل کالای داخلی را خریداری کرده و مصرف می‌کند. از سوی دیگر کارفرما با ایجاد رضایت شغلی و تامین خواست‌های کارگران در بالا بردن کیفیت کار آنان نقشی مهم را ایفا می‌کند. دانش بنیان شدن بخش خدمات کلید افزایش بهره‌وری در نظام تولید است که باید توسط کارفرما و در کنار آن کارگران در بنگاه‌های به آن توجه داشته باشند.

بند شماره 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.

۳- بیانات در خصوص تولید:

یک رکن اقتصاد مقاومتی، حمایت از تولید ملی است؛ صنعت و کشاورزی. آمارهایی که آقایان میدهند، آمارهای خوبی است؛ از داخل دولت هم، خود مسئولین به ما می‌گویند که بعضی کارخانه‌ها دچار مشکل اند، اختلال دارند، در بعضی جاها تعطیلی صنایع وجود دارد. باید اینها را علاج کرد. اینها طبعاً ایجاد اشکال میکند. اگر چنانچه شما امروز از لحاظ همین بخش دوم قضیه یعنی آن نیمه خالی لیوان نمی‌بود، رونق اقتصادی، وضع بهتری را در کشور ارائه میکردید و کمکه‌های بیشتری به مردم می‌شد. بالاخره حمایت از تولید ملی، آن بخش درون زای اقتصاد ماست و به این بایستی تکیه کرد. واحدهای کوچک و متوسط را فعال کنید. البته خوشبختانه واحدهای بزرگ ما فعال اند، خوب اند و سودده‌ی‌شان هم خوب است، کارشان هم خوب است، اشتغال‌شان هم خوب است؛ لیکن باید به فکر واحدهای متوسط و کوچک باشید؛ اینها خیلی مهم است، اینها در زندگی مردم تأثیرات مستقیم دارد. (بیانات مقام معظم رهبری، ۰۲ / ۰۶ / ۱۳۹۱) همه مسئولان و دلسوزان کشور باید خود را موظف و مکلف به ایجاد کار، تولید، کارآفرینی و پررونق کردن روزافزون این کارگاه عظیم بدانند؛ کشور ایران حقیقتاً امروز یک کارگاه عظیمی است و همه باید خودشان را موظف بدانند (بیانات مقام معظم رهبری، ۱۶ / ۰۶ / ۱۳۸۹)

بند شماره ۶ سیاست‌های ابلاغی به لزوم اهمیت به تولید اشاره دارد و انطباق دارد با مطالب گردآوری شده در این مقاله در رابطه با عامل تولید که خلاصه آن به شرح ذیل است:

اقتصاد مقاومتی، تولید محور است، رفع اصلی مشکل بیکاری از راه تولید ملی و تقویت و پشتیبانی از تولیدات داخلی است عامل تولید را میتوان ریشه و ستون اقتصاد مقاومتی دانست که بدون آن صحبت از مولفه‌های دیگر اقتصاد مقاومتی بی‌معنا است. هرکسی وارد عرصه تولید، یا مقوله اقتصاد می‌شود باید حتماً یک فکر نو داشته باشد در فرهنگ کار اون موضوع که بیشتر مد نظر هست این است که ارزش تلاش و تولید چقدر است. تولید کردن باید تبدیل به یک بحث ارزشی شود و ارزشمند تلقی بشود. دانش بنیان شدن بخش خدمات، افزایش بهره‌وری در نظام تولید، سرمایه‌گذاری‌های تولید، محکم‌کاری در عرصه‌های تولید، تبلیغ مصرف کالای داخلی، فرهنگ سازی در نکوهش بیکاری و کم‌کاری در تولید، حمایت از تولید ملی و محصولات ساخت داخل کشور، رقابتی کردن فضای کسب و کار، کاهش تورم

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشران ما، چالش‌ها و الزامات تحقق؛ بیست و دوم و بیست و سوم خردادماه ۱۳۹۸

بواسطه افزایش تولید و ایجاد تعادل در عرضه و تقاضا از الزامات رونق تولید است. تنها عاملی که میتواند رکود تورمی موجود در کشور را همزمان و بدون ایجاد دردهای دیگر در اقتصاد از بین ببرد تقویت تولید ملی است و برای این هماهنگی تمامی دستگاه‌ها، نهادها و مردم را می‌طلبد.

بندشماره 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 رقابت پذیری در تولید.

۴- بیانات در خصوص سبک زندگی و اصلاح الگوی مصرف و ترویج فرهنگ استفاده از کالای ساخت داخل:

مسئله مدیریت مصرف، یکی از ارکان اقتصاد مقاومتی است؛ یعنی مصرف متعادل و پرهیز از اسراف و تبذیر. دستگاه‌های غیردولتی، آحاد مردم و خانواده‌ها باید به این مسئله توجه کنند که این واقعاً جهاد است. امروز پرهیز از اسراف و تعادل در مصرف، بلاشک در مقابل دشمن یک حرکت جهادی است. (بیانات مقام معظم رهبری، ۰۳ / ۰۵ / ۱۳۹۱) یک بُعد دیگر مسئله تعادل در مصرف و مدیریت مصرف این است که ما از تولید داخلی استفاده کنیم؛ آحاد مردم باید مصرف تولید داخلی را بر مصرف کالاهایی با مارکهای معروف خارجی که بعضی فقط برای نام و نشان، پز دادن و خودنمایی کردن و دنبال مارکهای خارجی می‌روند ترجیح بدهند. خود مردم باید راه مصرف کالاهای خارجی را ببندند (بیانات مقام معظم رهبری، ۰۳ / ۰۵ / ۹۱)

سیاست‌های ابلاغی بر مدیریت مصرف و ترویج مصرف کالای ساخت داخل تأکید دارد که مهمترین مصرف‌کننده مردم هستند و باید این موضوع از خانواده‌ها و با تأکید بر سبک زندگی اسلامی ایرانی شروع شود که با مطالب گردآوری شده این پژوهش در خصوص سبک زندگی اسلامی به شرح ذیل که مطابقت دارد:

سبک زندگی ما در اینکه اقتصاد مقاومتی چگونه شکل بگیرد موثر خواهد بود. تجمل‌گرایی و مصرف‌زدگی فرهنگ ما را تحت سیطره خود قرار داده است و تا وقتی در این فضا سبک زندگی وجود باشد اقتصاد مقاومتی معنا پیدا نمی‌کند. مدیریت مصرف، اصلاح الگوی مصرف، مصرف کالای داخلی، افزایش بهره‌وری و اقتصاد دانش‌بنیان از مولفه‌های نقش سبک زندگی در اقتصاد مقاومتی است. ، باید تلاش بکنیم سبک زندگی رو ببریم بسوی الگوی ایرانی اسلامی و روی آن تأکید بکنیم. زیر بنای اقتصاد مقاومتی اعتقادات و باورها فردی و اجتماعی افراد است، بنابر این موضوع اقتصاد مقاومتی باید بعنوان ارزش قلمداد شود.

بندشماره ۱۹. شفاف‌سازی اقتصاد و سالم‌سازی آن و جلوگیری از اقدامات، فعالیت‌ها و زمینه‌های فسادزا در حوزه‌های پولی، تجاری، ارزی و

۵- بیانات در خصوص مبارزه با مفسد اقتصادی، ویژه خواری و عدم خود باوری:

واقعاً نمی‌شود ما کار اقتصادی درست و قوی بکنیم، اما بامفسد اقتصادی مبارزه نکنیم؛ این واقعاً نشدنی است. تصور نشود بدون مبارزه با مفسد اقتصادی ما می‌توانیم سرمایه‌گذاری مردمی و کار سالم مردمی داشته باشیم و تصور نشود که مبارزه با مفسد اقتصادی موجب میشود که ما مشارکت مردم و سرمایه‌گذاری مردم را کم داشته باشیم؛ نه، چون

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشبران ما، چالش‌ها و الزامات تحقق؛ بیست و دومین و سومین خردادماه ۱۳۹۸

اکثر کسانی که می‌خواهند وارد میدان اقتصادی بشوند، اهل کار سالمند، مردمان سالمی هستند. باید با چشم‌های تیزبین، ریزبین و دوربین مراقبت کنید که کسانی به عنوان ایجاد اشتغال و ایجاد کار و کارآفرینی تسهیلات بانکی بگیرند، اما کارآفرینی واقعی انجام نگیرد با تکیه بر توانایی‌ها و استعداد‌های درونی خود بسیاری از گره‌ها را باز کنیم (بازدید از نمایشگاه هوا فضا ۹۳/۲/۲۱)

بند شماره ۱۹ سیاست‌های ابلاغی در خصوص عدم خودباوری به داخل و ویژه خواری و رانت سیاسی به عنوان موانع تحقق اقتصاد مقاومتی با نتایج این پژوهش به شرح زیر انطباق دارد:

از بزرگترین آفت‌ها برای رسیدن به اقتصاد مقاومتی عدم خود باوری و همچنین رانت‌های سیاسی و اقتصادی و ویژه خواری و بی‌کفایتی مدیران است. این عوامل همچون موربانه پایه‌های اقتصادی را خورده است و سرمایه‌گذاران بخش خصوصی را ناامید می‌کنند لذا باید به شدت با این مولفه برخورد نمایند و مردم را از نتیجه این برخوردها مطلع نمود. آنچه که می‌تواند باعث رشد و پیشرفت نظام اقتصادی یک کشور شود شفافیت عملکرد فعالان اقتصادی و افزایش قدرت دستگاه‌های نظارتی در برخورد با متخلفان است. بزرگترین تهدید برای اقتصاد مقاومتی ناشی از موانع داخلی کشور است.

بند شماره 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.

۶- بیانات در خصوص مدیریت جهادی:

مدیریت جهادی یعنی کار، تلاش، باخدا حساب کردن، به علم تکیه کردن، به درایت و تدبیر تکیه کردن. (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار با اعضای شورای شهر و شهرداری تهران در سال ۱۳۹۲) کارآمدی ناشی از دانش و هوش و پشتکار و ابتکار و عزم راسخ است که این نگاه ما به حرکت کل کشور است (بیانات در دیدار کارگران گروه مینا ۱۳۹۳/۲/۱۰)

بند شماره ۲۰ سیاست‌های ابلاغی انطباق دارد به مدیریت جهادی و روحیه جهادی که با مطالب گردآوری شده در این پژوهش در خصوص عامل مدیریت جهادی به شرح ذیل انطباق دارد:

مدیریت جهادی لازمه تحقق اقتصاد مقاومتی است، مدیریت جهادی برآمده از مکتب اسلامی است، و مدیر جهادی فردی است با تخصص، پرکار و با تدبیر که با روحیه جهادی و خودباوری که دارای شاخصه‌های انقلابی و اسلامی است و با تفکر فرا جناحی نسبت به مهارت‌دهی‌ها و رفع مشکلات و موانع اقدام می‌کند.

بند شماره ۲۱. تبیین ابعاد اقتصاد مقاومتی و گفتمان سازی آن بویژه در محیط‌های علمی، آموزشی و رسانه‌ای و تبدیل آن به گفتمان فراگیر و رایج ملی.

۷- بیانات در خصوص عامل رسانه

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشران ما، چالش‌ها و الزامات تحقق؛ بیست و دوم و بیست و سوم خردادماه ۱۳۹۸

یک مسئله مهم در اقتصاد مقاومتی، مدیریت مصرف است. مصرف هم باید مدیریت شود. این قضیه اسراف و زیاده روی، قضیه مهمی در کشور است. حال چگونه باید جلوی اسراف را گرفت؟ هم فرهنگ سازی لازم است و هم اقدام عملی. فرهنگ سازی اش بیشتر به عهده رسانه هاست (بیانات مقام معظم رهبری، ۰۲ / ۰۶ / ۱۳۹۱). فرهنگ سازی برای مصرف کالاهای ساخت داخل نیازمند تفکر، مطالعه، نگاه عمیق، برنامه ریزی و در نظر گرفتن ابعاد روانشناختی اجتماعی این موضوع است که صدا و سیما و سایر دستگاه های تبلیغاتی باید در این خصوص اهتمام جدی داشته باشند. (بیانات مقام معظم رهبری، ۱۵ / ۰۱ / ۱۳۹۱)

بند شماره ۲۱ سیاست های ابلاغی اشاره دارد به موضوع تبیین فرهنگ سازی اقتصاد مقاومتی که مهمترین بستر فرهنگ سازی رسانه است با مطالب گرد آوری شده در این مقاله در خصوص عامل رسانه انطباق دارد :

هر طرح و برنامه بزرگی مانند اقتصاد مقاومتی نیاز به پشتیبانی مردمی و فرهنگ سازی دارد و این امر از راه پشتیبانی رسانه ای امکان پذیر است ، رسانه قابلیت این را دارد که الگو بسازد و حتی الگو را تغییر دهد و رفتارها را تحت تاثیر قرار بدهند ، نسبت به کادر سازی و آموزش به عوامل رسانه ای اهتمام داشته باشند. همچنین به جهت تقویت تولید باید در رسانه ها حمایت از تولید ملی، کار و سرمایه ایرانی و مطالبه گری از مسئولین در موارد اقتصادی و معیشتی باید به چشم بخورد. برای اجرای موفق هر برنامه ای لازم است افکار عمومی ضرورت اجرای آن را درک کنند و رسانه ها با شفاف سازی اقتصادی میتوانند اعتماد مردم را برای همکاری جلب نمایند.

نتیجه گیری نهایی

۱- مدیریت جهادی و اقتصاد مقاومتی : با توجه به نتایج پژوهش می توان گفت عامل مدیریت جهادی بر اقتصاد مقاومتی موثر است. مدیریت جهادی برآمده از اندیشه اسلامی است و یکی از عوامل مهم در تحقق اقتصاد مقاومتی است. از مهمترین شاخصه مدیر جهادی روحیه جهادی است. مدیر جهادی فردی است که از تخصص فنی برخوردار است و با خود باوری و پشتکار و تدبیر نسبت به تهدیدها و مهار آن اقدام میکند. مدیریت جهادی انقلابی، اسلامی و فرا جناحی است. سایر خصوصیات مدیریت جهادی عبارتند از:

- مدیریت جهادی لازمه تحقق اقتصاد مقاومتی است.
- مدیر جهادی باید روحیه جهادی داشته باشد.
- مدیر جهادی فردی دارای تخصص، پرکار و با تدبیر است.
- مدیریت جهادی برآمده از مکتب اسلامی است.
- مدیر جهادی فردی با شاخص انقلابی، اسلامی است.
- لازمه مدیریت جهادی خود باوری است.
- مدیریت تهدیدها و مهار آن از شاخصه های مدیر جهادی است.
- مدیر جهادی باید "فرا جناحی" عمل نماید.

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشران ما، چالش‌ها و الزامات تحقق؛ بیست و دومین و سومین خردادماه ۱۳۹۸

۲- رسانه و اقتصاد مقاومتی - با توجه به نتایج پژوهش در خصوص عامل رسانه می توان نتیجه گرفت عامل رسانه بر اقتصاد مقاومتی موثر است. هر طرح و برنامه بزرگی مانند اقتصاد مقاومتی نیاز به پشتیبانی مردمی و فرهنگ سازی دارد و این امر از راه پشتیبانی رسانه ای امکان پذیر است ، رسانه قابلیت این را دارد که الگو بسازد و حتی الگو را تغییر دهد و رفتارها را تحت تاثیر قرار بدهند ، نسبت به کادر سازی و آموزش به عوامل رسانه ای اهتمام داشته باشند. همچنین به جهت تقویت تولید باید در رسانه ها حمایت از تولید ملی، کار و سرمایه ایرانی و مطالبه گری از مسئولین در موارد اقتصادی و معیشتی باید به چشم بخورد. برای اجرای موفق هر برنامه ای لازم است افکار عمومی ضرورت اجرای آن را درک کنند و رسانه ها با شفاف سازی اقتصادی میتوانند اعتماد مردم را برای همکاری جلب نمایند.

- رسانه باید الگو سازی و فرهنگ سازی را در دستور کار قرار بدهد.
- در رسانه حمایت از تولید ملی، کار و سرمایه ایرانی باید انجام بگیرد.
- مطالبه گری از طریق رسانه باید پیگیری شود.
- شفافیت اقتصادی از طریق رسانه باید صورت بپذیرد.
- کادر سازی و آموزش به عوامل رسانه ای حائز اهمیت است.

۳- عامل تولید و اقتصاد مقاومتی - با توجه به نتایج پژوهش در خصوص عامل تولید می توان نتیجه گرفت عامل تولید بر اقتصاد مقاومتی موثر است. اقتصاد مقاومتی، تولید محور است، رفع اصلی مشکل بیکاری از راه تولید ملی و تقویت و پشتیبانی از تولیدات داخلی است عامل تولید را میتوان ریشه و ستون اقتصاد مقاومتی دانست که بدون آن صحبت از مولفه های دیگر اقتصاد مقاومتی بی معنا است. هر کسی وارد عرصه تولید، یا مقوله اقتصاد می شود باید حتما یک فکر نو داشته باشد در فرهنگ کار اون موضوع که بیشتر مد نظر هست این است که ارزش تلاش و تولید چقدر است. تولید کردن باید تبدیل به یک بحث ارزشی شود و ارزشمند تلقی بشود. دانش بنیان شدن بخش خدمات، افزایش بهره وری در نظام تولید، سرمایه گذاری های تولید، محکم کاری در عرصه های تولید، تبلیغ مصرف کالای داخلی، فرهنگ سازی در نکوهش بیکاری و کم کاری در تولید، حمایت از تولید ملی و محصولات ساخت داخل کشور، رقابتی کردن فضای کسب و کار، کاهش تورم بواسطه افزایش تولید و ایجاد تعادل در عرضه و تقاضا از الزامات رونق تولید است. تنها عاملی که میتواند رکود تورمی موجود در کشور را همزمان و بدون ایجاد دردهای دیگر در اقتصاد از بین ببرد تقویت تولید ملی است و برای این همه هماهنگی تمامی دستگاه ها، نهادها و مردم را می طلبد. عامل تولید لازمه تحقق اقتصاد مقاومتی است. اگر قرار است که مصرف کننده نهائی کالا و یا خدمات به سمت تولید ساخت داخل گسیل داده شود باید نو آوری و خلاقیت در تولید اتفاق بیفتد. هماهنگی تمامی دستگاه ها عامل مهم تقویت تولید است. کیفیت از موارد مهم در زمینه تولید است. قیمت تمام شده بالا به نوعی مانع در رقابت پذیری و عدم پیشرفت در تولید است. ترویج فرهنگ اسلامی کار در فرهنگ سازی و نکوهش بیکاری و کم کاری و ارزشمند شدن کوشش و تعهد کارگر و کارفرما امری مهم است.

- عامل تولید لازمه تحقق اقتصاد مقاومتی است.
- اگر مصرف کننده نهائی کالا یا خدمات به سمت تولید ساخت داخل برود باید نو آوری و خلاقیت در تولید اتفاق بیفتد.

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشبران ما، چالش‌ها و الزامات تحقق؛ بیست و دومین و بیست و سومین خردادماه ۱۳۹۸

- هماهنگی تمامی دستگاه‌ها عامل مهم تقویت تولید است. و کیفیت از موارد مهم در زمینه تولید است.
- قیمت تمام شده بالا به نوعی مانعی در رقابت پذیری و عدم پیشرفت در تولید است.
- ترویج فرهنگ اسلامی کار در فرهنگ سازی، نکوهش بیکاری و کم کاری و همچنین ارزش مند شدن تلاش و کوشش و تعهد کارگر و کارفرما امری مهم است.
- ۴- سبک زندگی و اقتصاد مقاومتی - با توجه به نتایج پژوهش در خصوص عامل سبک زندگی می توان نتیجه گرفت که سبک زندگی بر اقتصاد مقاومتی موثر است. سبک زندگی ما در اینکه اقتصاد مقاومتی چگونه شکل بگیرد موثر خواهد بود. تجمل گرایی و مصرف زدگی فرهنگ ما را تحت سیطره خود قرار داده است و تا وقتی در این فضا سبک زندگی وجود باشد اقتصاد مقاومتی معنا پیدا نمیکند. مدیریت مصرف، اصلاح الگوی مصرف، مصرف کالای داخلی، افزایش بهره وری و اقتصاد دانش بنیان از مولفه های نقش سبک زندگی در اقتصاد مقاومتی است. ، باید تلاش بکنیم سبک زندگی رو ببریم بسوی الگوی ایرانی اسلامی و روی آن تاکید بکنیم. زیر بنای اقتصاد مقاومتی اعتقادات و باورها فردی و اجتماعی افراد است، بنابر این موضوع اقتصاد مقاومتی باید بعنوان ارزش قلمداد شود.
- سبک زندگی اسلامی ایرانی و تحقق اقتصادی ارتباط مستقیم دارد.
- در سبک زندگی موضوع اعتقاد ات، باور ها و ارزش شدن شاخصه های اقتصاد مقاومتی باید صورت پذیرد.
- تقلید از سبک زندگی غربی، مصرف زدگی تجمل گرایی از آسیب های جدی در جامعه است.
- اصلاح الگوی مصرف را در سبک زندگی باید مدیریت کرد.
- فرهنگ استفاده از محصولات داخلی بعنوان شاخصه های سبک زندگی است.
- ۵- موانع تحقق اقتصاد مقاومتی- با توجه به نتایج پژوهش ، عدم خود باوری به داخل، رانت سیاسی و ویژه خواری بر اقتصاد مقاومتی موثر است و می توان گفت این عامل فوق العاده مهم از موانع موثر بر تحقق اقتصاد مقاومتی موثر است. از بزرگترین آفت ها برای رسیدن به اقتصاد مقاومتی عدم خود باوری و همچنین رانت های سیاسی و اقتصادی و ویژه خواری و بی کفایتی مدیران است. این عوامل همچون موربانه پایه های اقتصادی را خورده است و سرمایه گذاران بخش خصوصی را نا امید میکنند لذا باید به شدت با این مولفه برخورد نمایند و مردم را از نتیجه این برخوردها مطلع نمود. آنچه باعث رشد و پیشرفت نظام اقتصادی یک کشور میشود شفافیت عملکرد فعالان اقتصادی و افزایش قدرت دستگاه های نظارتی در برخورد با متخلفان است. بزرگترین تهدید برای اقتصاد مقاومتی موانع داخلی کشور است.
- بی کفایتی مدیران و ویژه خواری و رانت سیاسی از عوامل عدم تحقق اقتصاد مقاومتی است.
- عدم خود باوری به ظرفیت های داخلی را از عوامل عدم تحقق اقتصاد مقاومتی است.
- اقدامات پیشگیرانه جهت جلوگیری از فساد اقتصادی باید توسط دولت و مسئولین انجام پذیرد.
- برخورد متناسب با متخلفان از راههای جلب اعتماد مردم و یکی از راه های جلوگیری از فساد اقتصادی است.

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشبران ما، چالش‌ها و الزامات تحقق؛ بیست و دوم و بیست و سوم خردادماه ۱۳۹۸

- شفاف سازی اقتصادی راهکاری برای جلب اعتماد مردم و پیشگیری از ویژه خواری و رانت خواری است.

۶- کارگر و کارفرما و اقتصاد مقاومتی- خلاقیت ما، نوآوری ما، مولفه هایی که در اقتصاد مقاومتی صحبت شد مثل: کارآفرینی، مدیریت مصرف، تولید ملی و غیره همه اینها تکیه داره بر توان و خلاقیت و نوآوری نیروی انسانی یعنی پایه اقتصاد مقاومتی کارآفرینی است و کار آفرین کسی جز نیروی انسانی نیست. نقش کارگر و کارفرما نقش بسیار اساسی و حیاتی در اقتصاد مقاومتی است. از پایه های مهم تولید و کار آفرینی کارگر و کارفرما است. این دو دو بازوی اصلی تولید بحساب می آیند که با ضعیف شدن هریک از آنها تولید بخطر می افتد لذا برای کارگران امنیت شغلی، دستمزد مناسب و رفاه برای زندگی و در حوزه کارفرمایان افزایش بهره وری، امنیت در تولید و فروش در بازار از عوامل مهم محسوب میشود. کارگر و کارفرما باید بدانند نه تنها مقابل هم نیستند بلکه هر دوی آنها بدون هم بی معنا میشوند و کارکرد خود را از دست میدهند، لذا تعامل منطقی این دو از عوامل موثر در اقتصاد مقاومتی است. رابطه متقابلی بین کارگر و کارفرما در اقتصاد مقاومتی وجود دارد، بدین صورت که کارگر موتور محرک تولید است، و کارفرما نقش سرمایه گذار و یا مدیر تولید است. زمانی که از تولید و اقتصاد مقاومتی سخن می گوئیم نمی توان کارگر و کارفرما را به عنوان دو رکن اصلی تولید نادیده بگیریم. کارگر با افزایش بهره وری و ارتقای کیفیت کار خود در کیفیت محصول نهایی نقشی مستقیم و موثر دارد. از سوی دیگر کارفرما با ایجاد رضایت شغلی و تامین خواست های کارگران در بالابردن کیفیت کار آنان نقشی مهم را ایفا می کند. دانش بنیان شدن بخش خدمات کلید افزایش بهره وری در نظام تولید است که باید توسط کارفرما و در کنار آن کارگران در بنگاه ها به آن توجه داشته باشند.

پیشنهادهای پژوهش

پیشنهادهای این پژوهش در راستای زمینه سازی برای تحقق الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت به شرح زیر می باشد:

- مولفه های اقتصاد مقاومتی به عنوان الگوی پیشرفت نظام ج.ا.ا. باید به صورت دروس مدارس و دانشگاهی و تئوریهای علمی و عملی قرار بگیرد تا درک و فهم آن بهتر و ضمن ارزش شدن آن وظیفه هر شخص، ارگان و نهادی مشخص شود.
- رسانه ها در الگو سازی شاخصهای پیشرفت نقش پر رنگی ایفا میکنند. ساخت برنامه های مختلف و استفاده از چهره ها و شخصیت های تاثیر گذار، و ساخت برنامه های آموزشی و پیگیری خواسته های مردمی و معرفی محصولات ساخت داخل و همچنین شفاف سازی میتواند کمک موثری در این زمینه داشته باشد.
- برخورد قاطع با ویژه خواری، رانت و سیاسی کاری ها در عرصه اقتصادی و عوامل آنها در جامعه میتواند برای تحقق الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت بسیار یاریگر باشد و بدون آن امکان هرگونه پیشرفت منتفی است.
- با توجه به این که هزینه های تولید در کشور ما بسیار بالاست باید نسبت به این موضوع بازنگری بوجود بیاید که سرمایه گذاران به این عرصه ورود کنند. پیشرفت بدون تولید بهینه امکان ندارد.

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشبران ما، چالش‌ها و الزامات تحقق؛ بیست و دوم و بیست و سوم خردادماه ۱۳۹۸

- قوانین حمایتی بیشتری در خصوص اقتصاد مقاومتی وضع شود. موضوع پرداخت وام های کم بهره بانکی، کم کردن هزینه های انرژی برای تولید کنندگان، تخفیفات بیمه و مالیات و عوارض از این اقسام هستند.
- نهادهای نظارت و ارزیابی به صورت مستمر و کارکردی با همیاری کارشناسان خبره و متعهد، روند اقتصاد مقاومتی در دستگاههای بالادستی را رصد و هدایت نمایند تا زمینه های مثبت برای تحقق الگوی اسلامی پیشرفت تقویت گردد
- اقتصاد مقاومتی به عنوان یک مقوله فرهنگی- اقتصادی مهم و تاثیرگذار در راستای الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت و روند کنونی جامعه و مشکلات آن باید مورد بحث دانشمندان و برنامه ریزان کلان اجتماعی قرار گیرد.
- سبک زندگی اسلامی- ایرانی و ابعاد اقتصادی آن با رویکرد مقاومتی به عنوان یک محور مهم الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت با شیوه های جذاب علمی و فرهنگی در جامعه بویژه در بین بانوان و جوانان و نوجوانان معرفی و حمایت شود.
- مدیریت جهادی و شاخصهای آن در سطح نظام اسلامی و نهادهای آن گسترده و تقویت شود و در تمام ارکان جامعه جاری و ساری شود و الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت براساس این نوع مدیریت اجرایی شود.
- پدیده مخرب اشرافیگری و نگرش ارباب- رعیتی و باند بازبهای جناحی در هر سطح یا گروهی باشند باید به عنوان محل اقتصاد مقاومتی و مانع تحقق الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت مورد نکوهش سخت و برخورد حذفی قرار گیرند
- فرهنگ سازی و فرهنگ پذیری اقتصاد مقاومتی در بین توده های مردم بویژه مدیران رده های مختلف دولتی و حکومتی با همه ابزارها حمایت و تقویت شود.

منابع

- (۱) بیانات مقام معظم رهبری - سیاست های ابلاغی اقتصاد مقاومتی - ۹۲/۱۱/۲۹
- (۲) بیانات مقام معظم رهبری، ۱۳۹۱ / ۰۵ / ۰۳
- (۳) (بیانات مقام معظم رهبری، ۱۳۷۸ / ۰۲ / ۱۵) - اهمیت کارگر و کارفرما
- (۴) بیانات مقام معظم رهبری در حرم امام رضا(ع) - ۱۳۹۳ / ۰۱ / ۰۱
- (۵) بیانات مقام معظم رهبری (۱۳۷۹)، فرهنگ و تهاجم فرهنگی. تهران: اسناد و مدارک انقلاب اسلامی.
- (۶) مقام معظم رهبری. فصلنامه پاسداران فرهنگی انقلاب اسلامی، شماره ۵، تهران: دانشکده علوم انسانی

هشتمین کنگره اسکناس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشبران ما، چالش‌ها و الزامات تحقق؛ بیست و دوم و بیست و سوم خردادماه ۱۳۹۸

- (۷) ابراهیم زاده، عیسی؛ اسکندری ثانی، محمد و رمضان پور، صغری (۱۳۹۵) راهبرد تعدیل فقر با رویکرد اقتصاد مقاومتی، مطالعه موردی: شهر تهران، فصلنامه جغرافیا و توسعه، شماره ۴۴
- (۸) انبار لویی، محمد کاظم، ۱۳۸۳. نقض اصل ۵۳ بازبینی قانون اساسی در حقوق اقتصادی ملت - نشر حقوق
- (۹) آرتور، لیونینگتون، سیاست اجتماعی در کشورهای در حال توسعه، ترجمه حسین عظیمی، مرکز مدارک اقتصادی و انتشارات سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشوری، خضری، ۱۳۹۱
- (۱۰) آقاپور، سید مهدی. (۱۳۸۹) وبلاک فرهنگ و اندیشه. مدیریت و فرهنگ جهادی
- (۱۱) آقاپور، سید مهدی. (۱۳۹۲) وبلاک فرهنگ و اندیشه. راهبردهای اقتصادی امیر کبیر
- (۱۲) آل اسحاق، یحیی، ۱۳۹۱ بزرگترین ضربه به اقتصاد کشور مجله ذکر شماره ۷۲
- (۱۳) آمارتیا سن، انتخاب مسیر، آیا فرهنگ صرفاً مکمل توسعه است؟ پیام یونسکو، شماره ۳۱۶، ۱۳۷۶.
- (۱۴) تراب زاده جهرمی، محمدصادق و دیگران (۱۳۹۲) بررسی ابعاد و مؤلفه های اقتصاد مقاومتی جمهوری اسلامی ایران در اندیشه حضرت آیت اله خامنه ای. مطالعات انقلاب اسلامی، دوره - ۱۰، شماره ۳۲
- (۱۵) جامی، علیرضا؛ ایمانی مقدم، ۱۳۹۴، راهبردهای روشن با اقتصاد مقاومتی؛ مشهد انتشارات سخن گستر
- (۱۶) حریری، محمد، مدیریت توسعه، تهران: نشر قطره، ۱۳۷۸.
- (۱۷) حسینی پور، محمد رضا؛ وهمکاران (۱۳۹۳) فرهنگ و مدیریت جهادی، کلید اقتصاد مقاومتی، ۱۳۹۳
- (۱۸) حسینی، سید حسین (۱۳۹۱)، سلطه رسانه ای و جنگ نرم. فصل نامه پاسداری فرهنگی انقلاب
- (۱۹) حسینی، عبد الرضا (۱۳۹۳)، جایگاه فرهنگ در اقتصاد مقاومتی، فصل نامه پاسداری فرهنگی انقلاب اسلامی، سال سوم، شماره ۱۰، تهران: نشریه دانشکده علوم انسانی و قدرت نرم.
- (۲۰) روح الامینی، محمود، کتاب زمینه فرهنگ شناسی - انسان شناسی فرهنگی و مردم شناسی، نشر عطار
- (۲۱) روح الامینی، محمود (۱۳۷۲). زمینه فرهنگ شناسی، پویایی و پذیرش. تهران: عطار.
- (۲۲) سبحانی فر، محمد جواد (۱۳۹۱). از تهاجم فرهنگی تا جنگ نرم و راهکارهای مقابله با آن در منظر مقام
- (۲۳) سریع القلم، محمود، توسعه جهان سوم و نظام بین الملل، تهران: نشر سفیر، ۱۳۶۹.
- (۲۴) سلیمانی، کرم ۱۳۹۱ "حمایت از تولید ملی را جدی بگیریم" مجله ذکر شماره ۷۲
- (۲۵) سیف، اله مراد (۱۳۹۱). "الگوی پیشنهادی اقتصاد مقاومتی جمهوری اسلامی ایران (مبتنی بر دیدگاه مقام معظم رهبری)". فصل نامه آفاق امنیت. سال ۵، شماره ۱۶.
- (۲۶) سیف، مراداله (۱۳۹۱)، الگوی پیشنهادی اقتصاد مقاومتی جمهوری اسلامی ایران (مبتنی بر دیدگاه مقام
- (۲۷) صالحی امیری، سیدرضا، کاووسی، اسماعیل؛ (۱۳۹۱)، فرهنگ و مدیریت سازمان های فرهنگی، تهران: مجمع تشخیص مصلحت نظام، مرکز تحقیقات استراتژیک، چاپ دوم.
- (۲۸) صدر، سید موسی ۱۳۸۷، "قرآن و شیوه اصلاح فرهنگ" فصلنامه پژوهش های قرآنی، شماره ۵۴ - ۵۵
- (۲۹) صمدی، هادی، جامعه شناسی برای اقتصاد، تهران: انتشارات سمت، ۱۳۸۱.
- (۳۰) عموزاده، جعفر و دیگران، ۱۳۹۶. ارائه مدل تأثیر آموزش دانشگاه (با تأکید بر دانشگاه علوم دریایی) بر اقتصاد مقاومتی به واسطه نقش زیرساخت های فرهنگی، منابع انسانی، سیاسی اجتماعی و اقتصادی.

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشران ما، چالش‌ها و الزامات تحقق؛ بیست و دوم و بیست و سوم خردادماه ۱۳۹۸

- (۳۱) قنبری، نوذر (۱۳۹۵)، بررسی عوامل اجتماعی فرهنگ اقتصاد مقاومتی در گیلان غرب، سال ششم، شماره ۱۹
- (۳۲) کشاورزبان اکبر (۱۳۹۳). "اصلاح الگوی مصرف در اقتصاد و نظام بانکی". مجله و بانک اقتصاد. شماره ۱۰۰.
- (۳۳) متوسلی، محمود، توسعه اقتصادی، مفاهیم، مبانی نظری، و روش شناسی، تهران: انتشارات سمت، ۱۳۸۲.
- (۳۴) محسنی، منوچهر، نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی فرهنگی در ایران، شورای فرهنگ عمومی، تهران: ۱۳۷۹.
- (۳۵) محمود زاده، علیرضا (۱۳۹۳). "آسیب شناسی سیاست های اقتصاد مقاومتی". مقاله منتشره در همایش ملی اقتصاد دانش بنیان. معبر اقتصاد مقاومتی در سال ۱۳۹۳.
- (۳۶) معلمی، مهدی، مفهوم و اصول اقتصاد مقاومتی در اقتصاد اسلامی، فصلنامه معرفت اقتصادی بهار ۱۳۹۰
- (۳۷) معینی، جهانگیر؛ کتاب نظریه و فرهنگ، نشر مرکز مطالعات و تحقیقات فرهنگی بین المللی،
- (۳۸) مقصودی مجتبی (۱۳۷۹) فرهنگ ارتباطات و تحولات قومی. فصلنامه مطالعات قومی، شماره ۶. تهران
- (۳۹) -میرمعزی، سیدحسین (۱۳۹۱)، اقتصاد مقاومتی و ملزومات آن (با تأکید بر دیدگاه مقام معظم رهبری)،
- (۴۰) نظریور، محمدتقی، ارزش‌ها و توسعه، تهران: نشر پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، ۱۳۷۸.
- (۴۱) هزاوئی، سید مرتضی و زیرکی حیدری، علی (۱۳۹۳). "اقتصاد مقاومتی؛ نماد مدیریت جهاد در اقتصاد سیاسی ایران". فصلنامه مطالعات انقلاب اقتصادی. سال ۱۱. شماره ۳۷.
- (۴۲) یوسف زاده، محسن (۱۳۹۴). اقتصاد مقاومتی، رویکرد مقابله با تحریم‌ها. اولین کنفرانس بین المللی مدیریت و حسابداری با رویکرد ارزش آفرینی ۱۳۹۴.