

تحلیل محتوا و استخراج محورها و ابعاد تاثیر بانوان در اقتصاد مقاومتی از دیدگاه برخی فعالان حوزه زنان

مونس سیاح^۱، فاطمه وفایی صدر^۲

^۱ استادیار دانشگاه صنعتی شریف

^۲ دکتری کلام اسلامی

نویسنده مسئول:

مونس سیاح

چکیده

مقاوم سازی اقتصاد موضوعی است که دیگر کشورها نیز به آن توجه ویژه ای دارند. برای مقابله با انواع شوک های اقتصادی ضرورت پیاده سازی اقتصاد مقاومتی که موجب کاهش وابستگی به دیگر کشورها است، روشن می گردد. یافتن راهبردهای مناسب برای محقق شدن سیاست های اقتصاد مقاومتی در سطح جامعه یک وظیفه علمی است؛ اما پیاده سازی یک باره و بدون برنامه این سیاست ها نیز غیر ممکن است و باید برنامه مشخصی در این خصوص تدوین شود. بر همین اساس لازم است برای تحقق آن در ابتدا به تفکیک مخاطبین بپردازیم و برای هر دسته از مخاطبین برنامه اجرایی را استخراج نماییم. این پژوهش جامعه زنان ایرانی را به عنوان جامعه هدف خود در این زمینه انتخاب نموده است. زنان نیمی از جمعیت کشور را به خود اختصاص می دهند و در نتیجه می توانند در موفقیت سیاست های اقتصاد مقاومتی نقش بسزایی داشته باشند مضاف بر آن که در نقش های همسری و مادری نیز می توانند موجب حرکت کل جامعه به سمت نتایج مثبت اقتصاد مقاومتی باشند. در این مقاله از روش مصاحبه، برای جمع آوری نظرات برخی فعالان در حوزه زنان درباره تاثیر بانوان در اقتصاد مقاومتی و روش تحلیل محتوا، برای یافتن محورها و شاخصه های این تاثیر، استفاده شده است. هدف ای تحقیق یافتن پاسخ برای این سوال است که از نظر برخی بانوان فعال در حوزه های مختلف، زنان چه نقش هایی در اقتصاد مقاومتی می توانند بر عهده بگیرند و در هر نقش تا چه اندازه می توانند اثر گذار باشند. نتیجه این تحلیل در ابعاد مختلف آموزشی- پژوهشی، رفتاری- اجرایی، فرهنگی- اجتماعی و مدیریتی- اقتصادی، بررسی و جدول بندی شده است.

واژگان کلیدی: اقتصاد مقاوتی، نقش اقتصادی زنان، تاثیر بانوان در اقتصاد، اقتصاد خانواده.

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 در عصر یونان باستان بازگردد که در سال ۴۳۲ قبل از میلاد صادر شد (بهروزی فر، ۱۳۸۳).

در طول سال‌های پس از انقلاب نیز 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 بالادست رهبری همواره بر این موضوع تأکید ویژه داشتند و راهبردهایی در این زمینه ارائه کردند. با بررسی عناوین سال‌های مختلف می‌توان به اهمیت مسئله اقتصاد پی برد.

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. لذا در این تحقیق برآن هستیم تا نظرات برخی فعالان حوزه زنان را درباره نقش و اثرگذاری زنان در تحقق اقتصاد مقاومتی را بررسی و تحلیل کنیم.

روش تحقیق

برای مشخص شدن ابعاد تاثیرگذاری زنان در اقتصاد مقاومتی، به تحلیل محتوای نظرات و اظهارات ۱۸ نفر از صاحب‌نظران و فعالان حوزه زنان، پرداخته شده و با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی، ابعاد تاثیرگذاری زنان در اقتصاد مقاومتی مشخص شده است.

در این پژوهش، از 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 عام‌تری 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 کدگذاری ارائه شده است. بعد از جمع‌آوری اهم نظرات، 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.

چارچوب نظری

مهم‌ترین چارچوب نظری این تحقیق، سیاست‌های ابلاغی رهبری در موضوع اقتصاد مقاومتی و اصلاح الگوی مصرف می‌باشد. که البته زاویه ورود به این حوزه، بررسی جایگاه زنان و چگونگی نقش آفرینی آنان 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 ویژه‌سازی نمود که در واقع همان موضوعاتی هستند که بانوان 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 فعال سازی امکانات و منابع مالی و سرمایه های انسانی و علمی کشور در حد توان به منظور توسعه کارآفرینی زنان و به حداکثر رساندن مشارکت بانوان در فعالیتهای اقتصادی متناسب با روحیات و نیازهای آنان با تسهیل و تشویق همکاری های جمعی و تأکید بر ارتقاء درآمد زنان سرپرست خانوار.
- محور قراردادن رشد بهره وری در اقتصاد با تقویت عوامل تولید، توانمندسازی زنان به عنوان نیروی کار، تقویت رقابت پذیری اقتصاد، ایجاد بستر رقابت بین مناطق و استانها و به کارگیری ظرفیت و قابلیت های متنوع زنان در جغرافیای مزیت های مناطق کشور.
- تبیین نقش زنان در تربیت فرزند و اثرگذاری آن در اقتصاد مقاومتی.

مفهوم اقتصاد مقاومتی

اقتصاد آسیب پذیر یا شکننده که نقطه ی مقابل اقتصاد مقاومتی به شمار می رود، مفهومی است که حدود دو دهه از تولد آن در ادبیات اقتصادی می گذرد و در واقع چند سال پس از تجربه ی بحران مالی شرق آسیا در سال ۱۹۹۷ مورد توجه قرار گرفته است. بحرانی که مولود خطای راهبردی وابسته کردن بازارهای مالی به سرمایه گذاران خارجی بود و به سقوط چندساله ی اقتصادهایی منجر شد که در جهان به عنوان معجزه ی آسیایی شناخته می شدند.

التفات به مسأله ی آسیب پذیری یا مقاومتی بودن، نه تنها در سطح اقتصاد ملی بلکه در همان زمان در سطح بنگاه های اقتصادی نیز جدی گرفته شد. مقاله ی هامل و والیکانگاس (۲۰۰۳) در نشریه ی معروف دانشگاه هاروارد با نام «نیاز به مقاوم بودن» نمونه ای از پدید آمدن این هوشیاری بود. آغاز حصر غیر انسانی غزه در سال ۲۰۰۵ نیز بهانه ی دیگری بود که مسأله ی پرهیز از شکنندگی اقتصاد در شرایط حصر، به عنوان یک موضوع قابل تأمل مطرح و مقالات متعددی در این باره نگاشته شد؛ از جمله مقاله ی صلاح رمضان محمدآغا (۲۰۱۱) پیرامون مدل مقاوم سازی اقتصاد غزه که در هشتمین کنفرانس بین المللی اقتصاد و مالیه ی اسلامی ارائه گردید.

این سیر با وقوع بحران مالی ۲۰۰۸ آمریکا و سپس اروپا تکمیل گردید. اگرچه بحران مزبور برای اقتصاد آمریکا نمونه ی یک شوک خارجی نبود اما اولاً برای کشورهای اروپایی که به عنوان سرریز بحران آمریکا متأثر گردیدند، تا حدی برونزا تلقی می شد و بنابراین نشانه ی آسیب پذیری 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 می تواند شکنندگی اقتصاد را افزایش دهد و زمینه ساز بحران هایی مشابه سال ۲۰۰۸ گردد. به همین دلیل در سال های اخیر موج نظری بزرگی در محافل دانشگاهی و سیاست گذاری جهانی جاری شده است که بر شکننده بودن و خوش بینانه بودن فروض الگوهای نئوکلاسیک تأکید نموده و تنظیم گری هوشمندانه ی دولت ها را ترغیب می کنند. (خاندوزی، ۱۳۹۲).

بنابراین می توان گفت هم اکنون نسبت به یک دهه ی گذشته نسبت به مقاوم سازی 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 ضد هژمونی خود هستند، باید حساسیت مضاعفی بر این مقاوم سازی وجود داشته باشد.

آخرین حلقه از آگاهی جهانی درباره ی اقتصاد مقاوم مربوط به گزارش رسمی اجلاس مجمع جهانی اقتصاد (۲۰۱۳) است که با نام «ایجاد مقاومت ملی در برابر مخاطره های جهانی» منتشر گردید. البته تعبیر این گزارش از مقاومت (تاب آوری)، شامل طیف وسیعی از مخاطره های جهانی می شود (مانند بلایای طبیعی) که فراتر از اثر شوک های خارجی است. همچنین مقاومت پیوند وثیقی با پیش بینی پذیر بودن مخاطره ها دارد. در گزارش مزبور پنج بعد برای تقویت مقاومت پیشنهاد شده است:

۱. زیرساخت های اقتصادی؛ مشتمل بر جنبه هایی از قبیل محیط اقتصاد کلان، بازار کالا و خدمات، بازار مالی، بازار کار، پایداری پذیری و بهره وری و مانند آنها؛

۲. زیرسامانه‌ی زیست‌محیطی؛ مشتمل بر جنبه‌هایی همچون منابع طبیعی، شهرسازی و سامانه‌ی زیست‌بوم شناختی؛

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 تفصیل به ضرورت و الزامات اقتصاد مقاومتی پرداختند. در این مقاله منظور از اقتصاد مقاومتی، اقتصاد دانش بنیان، مردمی، مقاوم در برابر فشارها و تهدیدات، توانا در شکستن تحریم، درون‌زا و برون‌گرا، غیر متکی به درآمد نفتی، پیش‌رو، مولد و فرصت‌ساز، مدیر در مصرف و بهره‌وری حداکثری و توزیع عادلانه درآمد و ثروت می‌باشد.

نظرات برخی از بانوان فعال فرهنگی - سیاسی و اجتماعی درباره زنان و اقتصاد مقاومتی

در این مقاله نظرات ۱۸ تن از بانوان فعال حوزه زنان، طی مصاحبه استخراج شد که به جهت تفصیل فراوان و خارج شدن از حد مقاله نمی‌توان نکات مستخرج از مصاحبه‌ی این ۱۸ تن را یادآور شد. لذا فهرست وار نام، تحصیلات و سمت آنان را بیان و سپس به تحلیل محتوا می‌پردازیم. برخی از فعالان مصاحبه‌شونده عبارتند از:

تحلیل محتوا و استخراج محورها و ابعاد موضوعی از سخنان برخی شخصیت‌های فرهنگی-سیاسی و اجتماعی در مورد

زنان و اقتصاد مقاومتی

ردیف	گویه	مقوله بندی کلی گویه‌ها	تعداد گویه‌ها
۱	• 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 راهبرد های اقتصاد مقاومتی • ضرورت افزایش مهارت‌های مالی و توان افزایی و افزایش توانمندی های اقتصادی زنان • مثال اینکه افراد بدانند در کجاها سرمایه گذاری شود و چه مسائلی را باید حمایت مالی کرد تا بتوانیم به چرخه اقتصادی کمک کنیم، این ها از مواردی است که باید از طریق مختلف از طریق رسانه ها اطلاع رسانی شوند.	ارتقاء دانش و بینش علمی زنان در زمینه‌های اقتصاد	۶
۲	• ارائه آموزش‌های لازم در مدارس، آموزشگاه‌ها و دانشگاه برای زنان • برگزاری همایش ها و نشست های علمی، تخصصی، ترویجی و تعلیمی • برگزاری دوره‌های آموزشی و توانمندسازی برای تحقق نقش‌آفرینی زنان در بحث اقتصاد با رویکرد بومی • برگزاری دوره ها، کارگاه ها، همایش ها و گردهمایی های داخلی و بین المللی 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 سرمایه گذاری گردد. • مادران حال حاضر تنها مادران ۵۰ ساله و یا ۶۰ ساله گذشته نیستند، مادر جوان ما باید آموزش ببیند و در کارگاه های 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	برگزاری کارگاه های آموزشی برای تبیین توانمندی‌های اقتصاد مقاومتی	۸
۳	• زنان باید در این رابطه توجیه 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.	برگزاری کارگاه های آموزشی برای معرفی کالای ایرانی و تبیین توانمندی های کارگران ایرانی	۲
۴	• 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	اصلاح الگوی مصرف توسط زنان	۸

		زیرساخت‌ها، 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. • 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. • زنان می توانند در اصلاح الگوی مصرف و جلوگیری از مصرف بی رویه نقش داشته باشند. • 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 سیاست‌های ابلاغی رهبری در بخش اقتصاد مقاومتی، به صورت مکرر ملاحظه می‌شود، اصلاح الگوی مصرف است که بر همین مبنا باید گفت از جمله مهم‌ترین 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	
۵	• در اجتماع نیز باید گفت بخش عمده‌ای از تولید ملی و بالابردن راندمان تولیدی کشور برعهده مردان است و حمایت از تولید ملی در جامعه بر عهده زنان است • یکی از مشخصه‌های اقتصاد مقاومتی بحث استفاده از کالاهای داخلی است، لذا نقش زنان جامعه به عنوان مدیران سبد دارایی خانواده پررنگ است. • 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. • 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. • 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 می کنند. • مادران باید مهارت استفاده از تولیدات داخلی را به خصوص در نسل جدید که تشکیل دهنده خانواده های 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	تغییر ذائقه‌ها و ایجاد اقبال به تولیدات داخلی توسط زنان	۱۱

		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	انتقال فرهنگ مقاومتی به نسل آینده توسط زنان	• 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 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. • 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	۶
۷	توجه به نقش محوری زنان در تربیت خانواده	• 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 مهم‌تر 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 گرانش 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. • زیرا زنان جایگاه استادی و مربی‌گری جامعه را دارند و فرهنگ و ارزشی که	۷

		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 • 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. • 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.	
۵	فرهنگ‌سازی جهت خانواده‌ی قناعت‌گر و تولیدکننده توسط زنان	• صرفه جویی به معنای کم مصرف کردن نیست بلکه به معنای بهینه مصرف کردن است. در آموزش‌های دینی بر قناعت و صرفه جویی تأکید شده است و ما به عنوان یک مسلمان باید در مسائل تمامی زمینه‌ها از جمله خوراک، پوشاک، انرژی بهینه مصرف کنیم. • یکی از راهکارهایی که یک مادر در خانواده می‌تواند اجرا کند و به همسر و فرزندان خود انتقال دهد، اصلاح الگوی مصرف است. • در این بین خانواده در جامعه به‌عنوان 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 به‌عنوان عاملان پرورش و رشد نیروی کار می‌توانند در جریان بهره‌وری و تولید ملی سهم بسزایی داشته باشند. • 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.	۸
۲۶	پیروی از سبک زندگی اسلامی - ایرانی و دوری از اسراف و تجملات توسط زنان	• ما درخصوص 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 قراردادن سبک زندگی اسلامی می‌توانند	۹

		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 العاده ای 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، می توانند نقش عظیمی را در اقتصاد مقاومتی ایفا کنند	
۵	پرهیز از تقاضا برای خرید کالاهای لوکس و غیرضروری	• زنان با پرهیز از تقاضا برای خرید کالاهای لوکس و غیرضروری به ویژه کالاهای خارجی و تقاضا برای کالاهای ایرانی می توانند گام بزرگی در تقویت چرخه اقتصاد داخلی بردارند. • متأسفانه امروزه ذائقه ها کمی تغییر پیدا کرده و به سوی سبک غربی پیشرفته است. لذا لازم است علل این تغییر ذائقه ها بررسی شود ، شاید یکی از دلایل آن این باشد که ما کالاهای دیگران را مشتری باشیم و چرخ اقتصادی آن ها را بچرخانیم و در مقابل آن ها 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 روان ها آرام گرفته و مسیر رشد همه جانبه جامعه طی شود. • تنوع طلبی و زیاده خواهی برخی زنان از مهم ترین دلایل نا بسامان شدن وضعیت اقتصاد خانواده ها و به تبع آن جامعه است. تداوم این تنوع طلبی ها بلای جان اقتصاد ما شده و اگر این زیاده خواهی ها برطرف شود آسایش در خانواده و جامعه ایجاد می شود چرا که هم هزینه این تغییرات تحمیلی بسیار گزاف است و هم اینکه برای تامین این لوازم از کشور ارز خارج می شود که به اقتصاد ملی خسارت می زند.	۱۰
۱۰	کسب و کار خانگی زن در داخل خانواده	• 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 می پردازند و وارد چرخه تولید می شوند • این مشاغل از آن جهت که موجب حضور زن در کنار خانواده و به ویژه فرزندان می شود خود در حکم موهبتی برای خود و خانواده به عنوان اولین و کوچک ترین نهاد مدنی می شود، این نوع خاص از کسب و کار که عموماً توسط زنان سرپرست خانوار با عنوان کارآفرینی شناخته می شوند، باعث تولید سرمایه خواهند شد. • 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 سبک زندگی در هر جامعه، می توانند فرصت های درآمدزایی و ارزش آفرینی 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 خانواده الگوی خوبی برای زنان ما می باشد.	۱۱

		• 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 مشاغل 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. • 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	انتقال دیدگاه اصلاح الگوی مصرف و تفکر اقتصاد مقاومتی از مادر به دیگر اعضای خانواده به خصوص فرزندان	• 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	فراتر رفتن از جنسیت در حوزه اقتصاد دانش بنیان	• 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

		• 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، کار خانه، 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.	
۳	حمایت از بازار تولیدات هنری و صنایع دستی و تولیدات خانگی زنان در خانواده	• نهادینه 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 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 • 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 حتماً وارد تجارت شوند و بدین گونه بهره‌وری همسر و فرزندانشان نیز بالا رود.	۱۴
۸	مدیریت مصرف و استفاده بهینه و صحیح از مواد و لوازم مصرفی	• مادر باید این قدر خلایق 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 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، حتماً و مطمئناً در فرهنگ سازی تقاضاها، مطالبات، کنترل و هدایت آن چه که به دست می‌آید به فرهنگ خانواده ها 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 گرانش در تنوع خریده‌ها و استفاده از جایگزین‌هایی که	۱۵

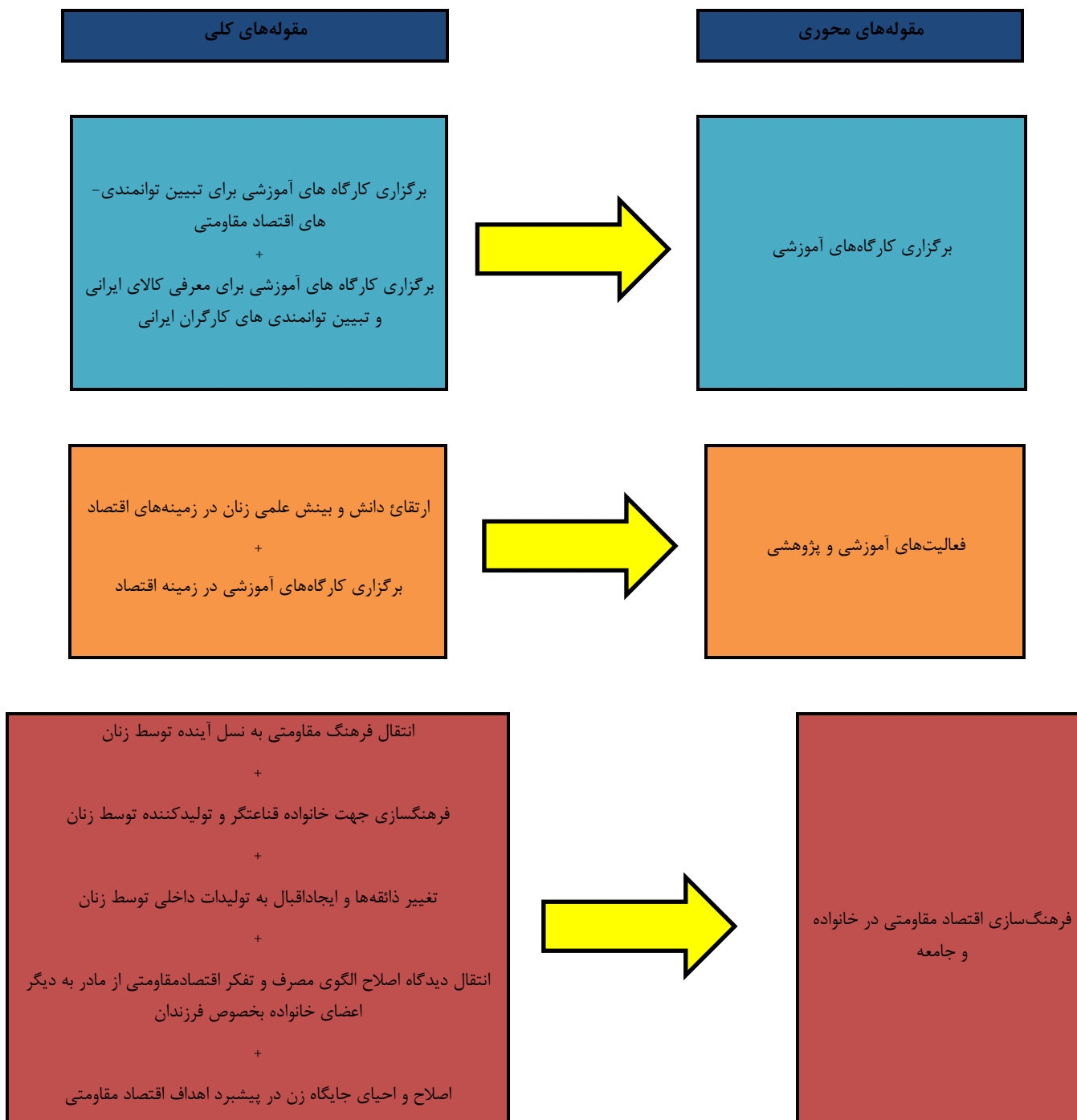
		می تواند مطالبات و تقاضاها را کمتر بکند، بستگی به فرهنگ سازی و نوع نگاه زنانه ما دارد که فرزندان را چگونه آموزش بدهیم. • نقش آفرینی زنان در اقتصاد مقاومتی بسیار مهم است زیرا زنان در رابطه با مدیریت درآمدها، هزینه کردها، مدیریت و هماهنگی با نحوه توزیع و تهیه سبد خانوار دخیل هستند. • زنان نیز در این مسیر در دو میدان خانه و جامعه می توانند کارآمد واقع شوند، یعنی از طریق ظرفیت های وجودی شان چندین جبهه را مدیریت کنند از یک سو در خانه با در نظر گرفتن مدیریت مصارف خانگی، فرهنگ سازی خرید و مصرف و اموری از این دست می توانند حتی بیشتر از مردان مثرثمر واقع شوند • محور سوم نقش آفرینی زنان در بحث اقتصاد مقاومتی، استفاده بهینه از انرژی است. زنان می توانند در صرفه جویی و استفاده مناسب از آب، برق، گاز و انرژی های در اختیار نقش مهمی را ایفا کنند. • در بخش اول زنان را به عنوان مدیران یک خانواده در نظر می گیریم در حقیقت آنها با استفاده از نقش تربیتی و پرورشی که دارند در وهله نخست می توانند مؤثر واقع شوند؛ از مهم ترین نقش های مردم در اقتصاد می توان به مدیریت مصرف، یعنی تعادل در مصرف و جلوگیری از اسراف و تبذیر اشاره کرد.	
۱۶	انتخاب جایگزین مناسب و یا حذف برخی امکانات در شرایط کمبود	• آنها می توانند در مواقع کمبود با حذف برخی امکانات، جایگزین مناسبی را انتخاب کنند بدون آنکه در مطلوبیت آن تغییری ایجاد شود. • همان طور که می دانیم تأمین مایحتاج خانه و استفاده صحیح از آنها نیاز به برنامه ریزی صحیح دارد که زنان می توانند شرایطی را فراهم کنند تا با کمترین هزینه و بالاترین مطلوبیت نیازهای خانه و افراد خانواده تأمین شود	۲
۱۷	استفاده از ظرفیت زنان و دختران تحصیل کرده بدون داشتن دیدگاه جنسیتی	• 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 اقتصاد دانش بنیان زن و مرد نمی شناسد. • 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 بگونه ای مطلوب موفق نبوده است. • امروز زنان از محدوده سنتی نقش های خود در جامعه خارج شده و خواهان افزایش مشارکت اجتماعی و فرهنگی خود هستند. • امروز بانوان تحصیل کرده زیادی در حوزه مشاغل خانگی، صنعتی، کشاورزی، تولیدی و حتی بازرگانی وارد شده اند که هدف ما جهت دهی به این فعالیت ها و رسیدن به اقتصاد مقاومتی است. • در ابتدایی ترین شکل ممکن می توان از ظرفیت زنان برای فرهنگ سازی در عرصه اقتصاد مقاومتی استفاده کرد؛ بنابراین با توجه به ظرفیت های زنان برای تحقق اقتصاد مقاومتی، در جهت هدایت و حمایت زنان در این عرصه می بایست تلاش های 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 نقش های مختلف جامعه	۶

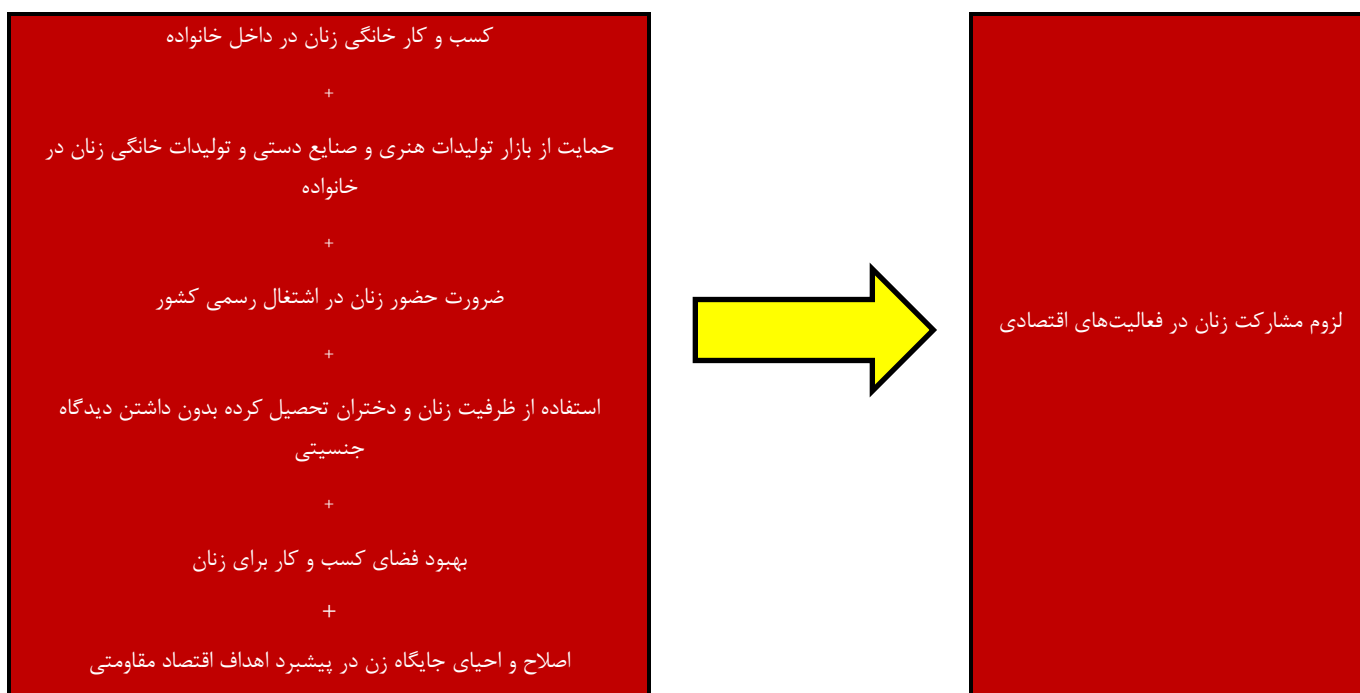
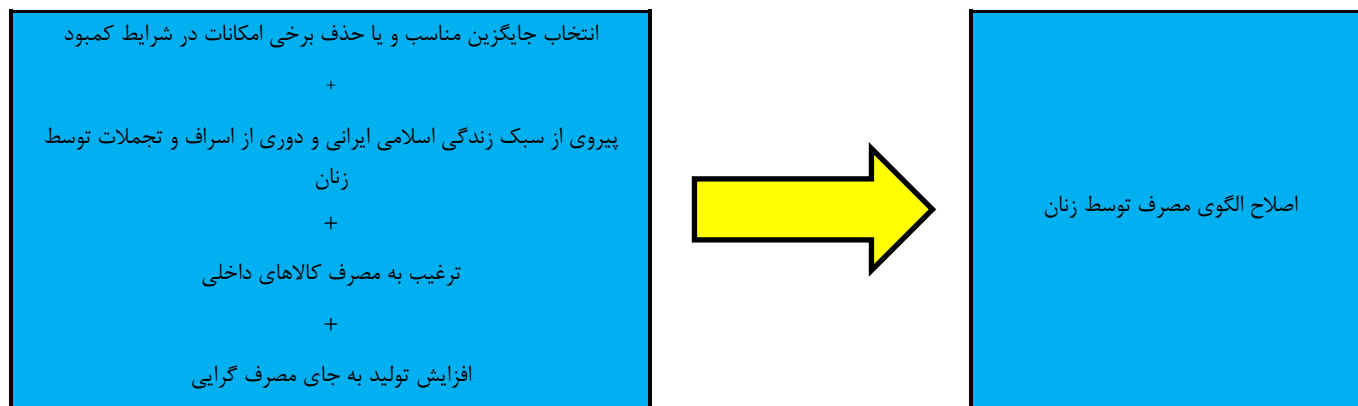
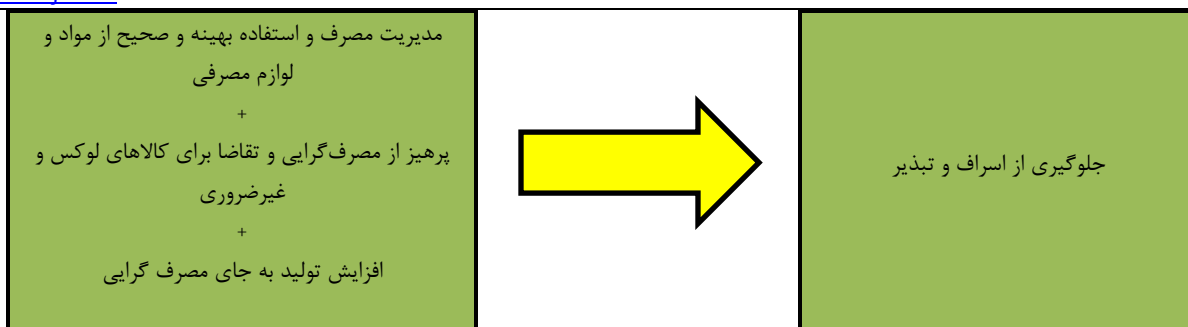
		اگر از مردان قوی تر نباشد ضعیف تر هم نیست.	
۱۸	افزایش سرانه تولید ملی و افزایش کیفیت تولید داخلی	• هرچند میزان کاری که یک زن در خانواده انجام می‌دهد مزدی ندارد، اما با توجه به این که این کار وی در حقیقت یک فعالیت اقتصادی درون خانواده‌ای بوده، لذا در gdp خروجی و نهایی اقتصاد جامعه و نیز در سطح کلان در 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 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.	
۱۹	ضرورت حضور زنان در اشتغال رسمی کشور	• 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، بپردازد. • 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 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.	
۳	اصلاح و احیای جایگاه زن در پیشبرد اهداف اقتصاد مقاومتی	• مبنا بر 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
۳	بهبود فضای کسب و کار برای زنان	• 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 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. • در دوران مسئولیت‌م 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.	۲۱
۲	افزایش تولید به جای مصرف گرایی	• 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 ادامه تعدادی از مقولات که با هم ارتباط نزدیکی دارند ذیل یک مقوله کلی تر جمع بندی شده اند و به این ترتیب محورهای اصلی تاثیر زنان در اقتصاد مقاومتی مشخص شده است. در ادامه، مرحله دوم تحلیل محتوا آورده شده است.

جدول ۱: کد گذاری محوری





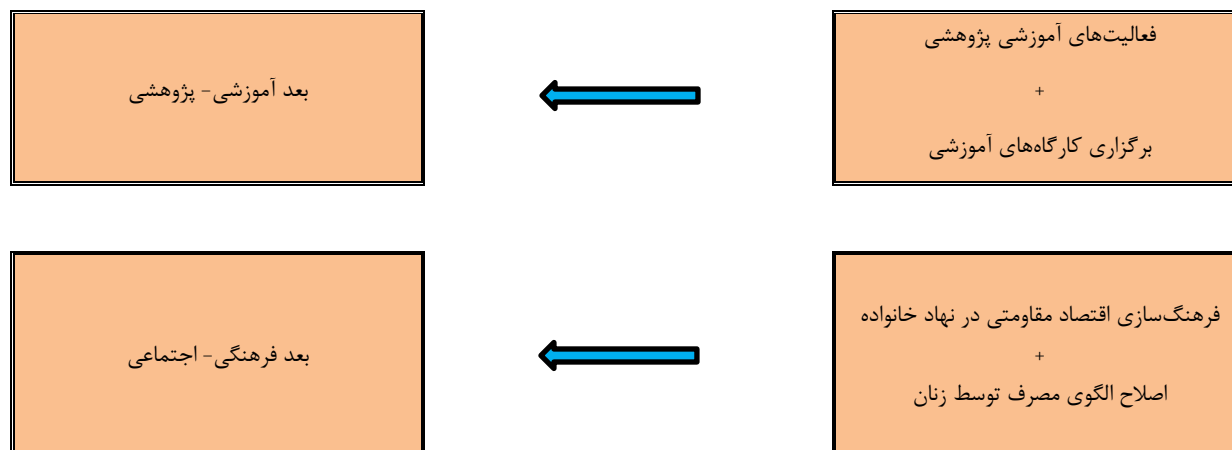
محورهای استخراج شده از مرحله دوم در شکل قابل مشاهده است. البته در محتوای نظرات صاحب نظران، بر اساس نوع چینش می توان مقوله های دیگری نیز استخراج کرد. مقوله ها و محورهایی که در این قسمت مشخص شده اند مقولات کلی و خلاصه ای هستند که سایر مقولات استخراجی را می توان ذیل آنها گنجانند. با توجه به ارتباطی که محورهای مشخص شده با یکدیگر و با سایر مقولات دارند می توان ابعاد اصلی تاثیرگذاری زنان در اقتصاد مقاومتی را از آنها استخراج کرد. به این ترتیب وارد مرحله سوم از کدگذاری خواهیم شد که کدگذاری گزینشی است.

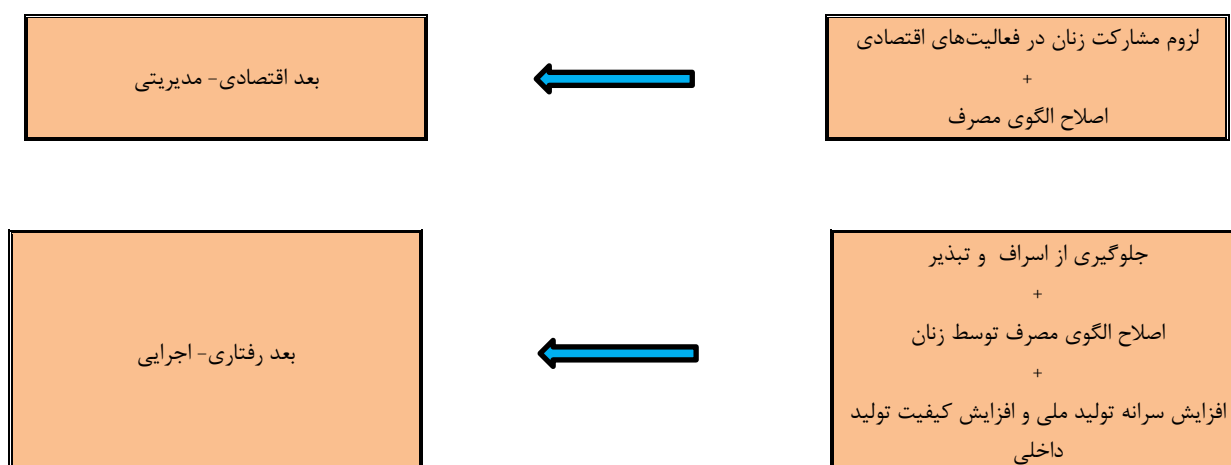


شکل ۱ محورهای تاثیر زنان در اقتصاد مقاومتی

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

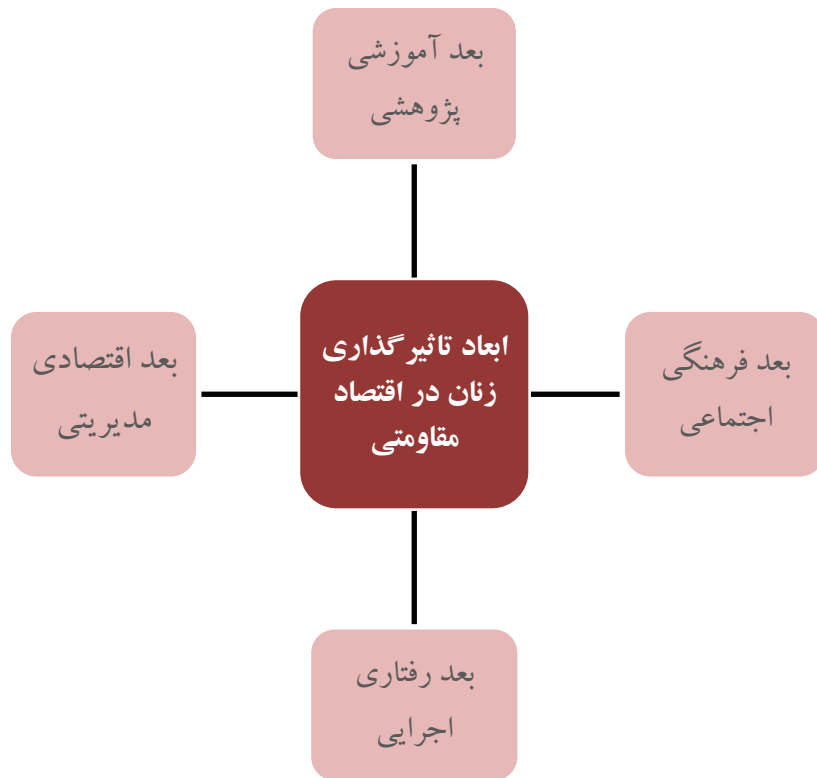
جدول ۲ کدگذاری گزینشی





نتیجه گیری

بر اساس تحلیل محتوای صورت گرفته، زنان در ابعاد چهارگانه زیر می‌توانند در تحقق اقتصاد مقاومتی تاثیرگذار بوده و نقش‌های موثری ایفا کنند:



شکل ۲ ابعاد تاثیرگذاری زنان در اقتصاد مقاومتی

پس از مشخص شدن ابعاد چهارگانه فوق، محتوای نظرات و سخنان خبرگان و صاحب‌نظران دوباره بررسی شد و مقولات زیر در ذیل هرکدام از ابعاد چهارگانه استخراج گردید.

بعد آموزشی - پژوهشی

- افزایش بینش و اطلاعات بهره‌وری 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 کارگاه های آموزشی برای معرفی کالای ایرانی و تبیین توانمندی های کارگران ایرانی
- برگزاری دوره های آموزشی برای تحقق نقش آفرینی زنان در بحث اقتصاد مقاومتی با رویکرد بومی

بعد فرهنگی - اجتماعی

- کاهش تعارض نقش های خانوادگی و شغلی زنان و توان کار و زندگی
- تفکیک فضای شغلی زنان از مردان و سالم سازی فضاهای شغلی
- کاهش پیامدهای منفی ترکیب نقش های جنسیتی در خانواده
- اصلاح الگوی مصرف توسط زنان
- فرهنگ سازی اقتصاد مقاومتی در نهاد خانواده
- تغییر ذائقه ها به نسبت اقبال به تولیدات داخلی توسط زنان
- ایجاد انضباط مصرف و اصلاح الگوهای مصرفی توسط زنان در خانواده
- فرهنگ سازی جهت خانوادگی قناعت گر 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 خانواده ها
- 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 فرهنگ سازی خرید محصولات داخلی
- فرهنگ سازی جهت ارزشگذاری به کار خانه 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
- فرهنگ سازی مطلوب و نهادینه کردن مجموعه ای از ارزش ها 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

بعد اقتصادی - مدیریتی

- کسب و کار خانگی زن در داخل خانواده
- مشارکت اقتصادی زنان در فعالیتهای اقتصادی
- ارائه تسهیلات بیشتر و بستر سازی 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 درآمد 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

بعد رفتاری - اجرایی

- 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 غذایی
- 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 نگهداری 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

۱. قرآن کریم.
۲. نهج البلاغه شریف.
۳. اکبری، بهمن. اسلام و مصرف، تهران، مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، ۱۳۶۹، ج ۱.
۴. امینی، ابراهیم، انضباط اقتصادی، بوستان کتاب قم، ۱۳۹۳.
۵. بهروزی فر،
۶. پاکروان، مولود، ثبات اقتصادی، نیاز خانواده باثبات، تجارت فردا، ۱۳۹۵.
۷. پورداریانی، احمد. «کارآفرینی: تعاریف، نظریات و الگوها». تهران: پردیس. ۱۳۸۷.
۸. پیغامی، عادل، سمعی نسب، مصطفی، جستارهایی در اقتصاد مقاومتی، مقاومت سازی اقتصادی در ادبیات متعارف، مبادی علمی و نظری، دانشگاه امام صادق (ع)، تهران، ۱۳۹۴.
۹. تنهایی سنگاچین، کیمیا. «بررسی فعالیت زنان خانه دار و نقش آن در تولید ملی». سازمان برنامه و بودجه استان گیلان و دانشگاه مازندران. ۱۳۷۲
۱۰. خاندوزی، احسان. تجربیات جهانی مقاومت سازی اقتصاد. قابل دسترسی در <http://farsi.khamenei.ir/others-note?id=24810>. ۱۳۹۲.
۱۱. داوودی، منیره. «نقش زنان در تحقق اقتصاد مقاومتی در جوامع اسلامی». دوفصلنامه علمی-تخصصی مطالعات پژوهشی زنان. سال سوم. شماره پنجم. پاییز و زمستان ۱۳۹۵.
۱۲. رضایی آهوانویی، زهرا. «نقش زن در اقتصاد خانواده». فصلنامه ی طهورا (در عرصه مطالعات زنان و خانواده). سال چهارم، شماره نهم، تابستان ۱۳۹۰.
۱۳. رضایی، مهشید. باغنوی، فائزه. «اشتغال زنان از دیدگاه اسلام». سومین کنفرانس ملی توسعه پایدار در علوم تربیتی و روانشناسی، مطالعات اجتماعی و فرهنگی. ۱۳۹۴
۱۴. شیرکوند، شهرام، چگونه اقتصاد خانواده خود را مدیریت کنیم؟، پژوهشکده باقرالعلوم، ۱۳۹۰.
۱۵. شیرودی، مرتضی، نقش سیاسی- اجتماعی زنان در تاریخ معاصر ایران، ۱۳۸۶.
۱۶. عابدینی، سعید، نقش اقتصاد دانش بنیان در اقتصاد مقاومتی، اداره کل مطالعات رسانه و ارتباطات، ۱۳۹۳.
۱۷. مبانی اقتصاد مقاومتی مزین به فرمایشات مقام معظم رهبری، انتشارات محمدهادی، یزد، ۱۳۹۳
۱۸. مجموعه مقالات اقتصاد مقاومتی (مبانی و مؤلفه های اقتصاد مقاومتی)، مقالات علمی، پژوهشی، پژوهشگاه فرهنگ و معارف اسلامی، نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه ها، دفتر نشر معارف، پژوهشگاه فرهنگ و معارف اسلامی، قم، ۱۳۹۵
۱۹. 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 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
۲۰. مطهری، مرتضی. (۱۳۶۹). جامعه و تاریخ.
۲۱. مطهری، مرتضی. نظری به نظام اقتصاد اسلامی، ص ۲۹.
۲۲. میرباقری، سید کاظم، اصلاح الگوی مصرف از منظر سیاسی، انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، تهران، ۱۳۹۰.

۲۳. نبی زاده، محمود، مدل های رفتار مصرف کننده، نامه علوم اجتماعی، مقاله ۱۳، دوره ۷، شماره ۷ - شماره پیاپی ۱۱۹۱، دی ۱۳۷۳.

۲۴. نخعی اغمیونی، منیژه و نجار زاده، رضا؛ واژه های کلیدی اقتصاد خرد و کلان، تهران، شرکت نشر و چاپ بازرگانی وابسته به مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، ۱۳۸۲.

۲۵. 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

۲۶. هوشمند چایجانی، میلاد، آل طه، سید حسن و اسماعیل زاده، محمد. (۱۳۹۱). اقتصاد مقاومتی و کارآفرینی.