

## **زنان و نقش آنها در اقتصاد مقاومتی**

استاد راهنما: نصراللهی

نویسندگان: خدادوست، امانی، حجتی

### **چکیده**

مقاله حاضر با هدف بررسی نقش زنان در اقتصاد مقاومتی و ارائه راهکارهای عملی در این زمینه پرداخته شده است. بایستی اذعان داشت که نقش زنان در تمامی عرصه‌ها خصوصاً اقتصاد خانواده حائز اهمیت بوده و سبک زندگی خانواده‌های ایرانی با محوریت زن ایرانی بر اقتصاد کشور نقش دارد. روش انجام پژوهش توصیفی- کاربردی است و یافته‌ها و نتایج نشان داد که زنان جامعه با کاربردی کردن تفکر مدنظر مقام معظم رهبری در خصوص اقتصاد مقاومتی در روند کلان و رو به رشد اقتصادی کشور نقشی موثری برعهده داشته و می‌توانند با مدیریت درآمدها، هزینه کردها، مدیریت و هماهنگی با نحوه توزیع و تعمیم سبک خانوار و مهم تر از همه فرهنگ استفاده از امکانات موجود، خرید و هم چنین بالا رفتن تقاضاها و آستانه رضایت مندی در رابطه با تعمیم مایحتاج خانوار و نحوه رویکرد اجتماعی به اقتصاد و حتی فکر و سمت و سو و جهت دهی افکار مردان تأثیرگذار باشند.

**کلید واژه‌ها:** اقتصاد مقاومتی، زنان، خانواده، جامعه، اقتصاد.

## مقدمه

اصطلاح اقتصاد مقاومتی<sup>۱</sup> برای اولین بار در کشور در سال ۱۳۸۹ از سوی مقام معظم رهبری در دیدار با جمعی از کارآفرینان کشور مطرح گردید و پس از آن نیز در سخنرانی های متعددی مورد تأکید ایشان قرار گرفت. اقتصاد مقاومتی آمادگی و مقاومت در برابر توطئه ها و برنامه های کشورهای دیگر است در شرایطی که تجارت و تعاملات بین الملل برای آن کشور مجاز نمی باشد. براین اساس اقتصاد مقاومتی، تنها تبدیل کننده تهدید تحریم به فرصت خواهد بود. در خصوص اقتصاد مقاومتی نظرات و تعاریف مختلفی وجود دارد که هریک بر جنبه ای تأکید دارند، که در این میان بر نظرات رهبر معظم انقلاب تأکید می گردد. به نظر رهبر معظم انقلاب معنای اقتصادمقاومتی آن است که کشور اقتصادی داشته باشد که هم روند روبه رشد اقتصادی در آن محفوظ بماند و هم آسیب پذیری را کاهش دهد. یعنی وضع اقتصادی به نحوی باشد که در مقابل ترفندهای دشمنان که همیشگی و به شکل های مختلف خواهد بود، کمتر آسیب ببیند و اختلال پیدا کند (معاونت طرح و برنامه دانشگاه فردوسی مشهد، ۱۳۹۳: ۱).

اقتصاد مقاومتی به کشور این امکان را می دهد که در شرایط فشار و تحریم، رشد و شکوفایی لازم را داشته و به عنوان یک فکر و مطالبه عمومی می تواند تضمین کننده ترقی کشور باشد (ترابزاده و همکاران، ۱۳۹۲: ۳۱). از سوی دیگر با توجه به سرعت رشد زنان در عرصه های اجتماعی پس از انقلاب اسلامی و حضور در محافل دانشگاهی و به تبع آن در عرصه اشتغال و با درنظر گرفتن دیدگاه خانواده گرایی دین اسلام به اشتغال زنان و به سبب رابطه زنان با مدیریت خانواده و نقش بی بدیع ایشان در نحوه اداره خانواده به نحوی که حتی فکر و سمت و سو و جهت دهی افکار مردان را نیز تحت تدثیر قرار می دهند (امیرحسینی، ۱۳۹۲: ۴۰).

در جامعه ای امروز به سبب دلایل متعدد اقتصاد به یکی از مهم ترین مسائل کشور تبدیل شده و موضوعات اقتصادی به سبب پیوستگی با معیشت و رفاه اجتماعی به نوعی در تمامی جوامع در اولویت بوده و با توجه به تکانه های اجتماعی و تحولات سریع اقتصادی، جامعه ای می تواند در زمینه اقتصادی موفق عمل نماید که اقتصادش به تعبیر مقام معظم رهبری درون زا، برون گرا مردمی و دانش بنیان و عدالت مخور باشد تا بتواند در

---

<sup>۱</sup> Resistive economy

برابر هرگونه تهدید و آسیبی مقاوم بوده و به معنای تمام و کمال اقتصادی مقاومتی محسوب گردد(غلامی، ۱۳۹۱: ۴). اقتصاد مقاومتی آمادگی و مقاومت در برابر توطئه‌ها و برنامه‌های کشورهای دیگر در شرایطی نابرابر برای کشور می‌باشد. همچنین زنان به عنوان نیمی از جمعیت جهان و کشور و از سوی دیگر به سبب ارتباط مستقیم با گروه‌های جوان، نوجوان و کودک جزء موثرترین و مهم‌ترین گروه اجتماعی به شمار می‌آیند. با توجه به حضور زنان در عرصه اقتصاد و جایگاه ویژه ایشان در کشورهای توسعه یافته سبب رونق اقتصادی این کشورها گردیده در حالی که در ایران این رقم بسیار پایین می‌باشد و توجه به توانمندسازی زنان در توسعه اقتصادی خصوصاً اقتصاد مقاومتی به سبب جایگاه خاص این قشر شایان توجه و بررسی می‌باشد(تیرگر و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۰۹). همچنین با توجه به اهمیت نقش زنان در عرصه اقتصادی کشور، مدیریت خانواده، هدایت صحیح اقتصادی و ... ضرورت انجام پژوهش درباره این قشر از جامعه لازم بوده و لذا هدف از پژوهش حاضر بررسی نقش زنان در اقتصاد مقاومتی و ارائه راهکارهای عملی در این زمینه می‌باشد. لذا لازم است نقش زنان در عرصه اقتصاد مقاومتی هم در عرصه مدیریت مصرف خانواده و هم در عرصه اشتغال و مدیریت‌های کلام اقتصادی تبیین و تشریح گردد و نوع افکار و طراحی ایشان در اداره امور خانه و خانواده و نقش موثر زنان در اقتصاد مقاومتی مورد بحث و بررسی قرار گیرد و به تبع آن تأثیرات آن بر اجتماع سنجیده شود، لذا پژوهش حاضر در پی دستیابی به پاسخ این سوال است که آیا زنان در اقتصاد مقاومتی نقش موثری دارند؟

## تعریف و مفهوم اقتصاد مقاومتی

هنگامی که بحث اقتصاد مقاومتی مطرح می‌شود، تصور ما از اقتصاد نوعی اقتصاد اسلامی است که ریشه در جهان بینی توحیدی دارد و مقوله های مادی، معیشت و معنویت را در یک تفسیر و یک الگوی خاص دنبال می‌کند. آنچه که از روایات و آیات استنتاج می‌شود این است که اقتصاد در مفهوم اندیشه اسلامی یک مفهوم و یک مقوله توازنی، هم در مقوله مادی و هم در مقوله معیشت است. در تفکر اسلامی هر تلاشی برای ایجاد توازن در معیشت امری اقتصادی محسوب می‌شود. این توازن، قلمروهای مختلفی دارد. انسان‌ها در دنیایی زندگی می‌کنند که مبادله در آن وجود دارد و در این مبادله هزینه، منافع و درآمد وجود دارد. از این رو در تفکر اسلامی اقتصاد برابر است با توازن در زندگی و معیشت. اقتصاد از این حیث، نوعی بی‌نیازی است؛ یعنی می‌بایست به کمک توازن‌ها نیازها را رفع کنند(فشاری و پورغفار، ۱۳۹۳: ۳۰).

نخستین مفهوم قابل استنباط از اقتصاد مقاومتی این است که انسان‌ها در جهانی زندگی کنند که دشمن در عرصه های مختلف حضور دارد؛ یکی از این عرصه ها، فعالیت اقتصادی است. به عبارت دیگر در یک میدان رقابتی، تعاملی و تخصصی قرار داشته که می بایست جهت نیل به اهداف این فضا را مدیریت کنند. از این رو وقتی گفته می شود اقتصاد مقاومتی یعنی اینکه افراد می خواهند از حیثیت و هویت خودشان در مقابل دشمن یا رقیب دفاع کنند و باید هر الزامی را که این مقاومت و دفاع نیاز دارد، وارد برنامه ریزی و استراتژی های اقتصادی خود کنند. با این تعریف اقتصاد مقاومتی به نظام اقتصادی ملت، یا گروه اجتماعی مقاومی اشاره دارد که در راستای احقاق حقوق خود یا پیگیری اهداف سیاسی که از نظر آنها برحق است، مبارزه می کنند. هرچقدر اقتصاد ملت یا گروه اجتماعی مقاوم، به آنها در راستای تحقق اهداف مقاومت بیشتر یاری برساند مقاومتی تر است (فشاری و پورغفار، ۱۳۹۳: ۳۱).

قاعدتاً در چنین فضایی هم دشمن بیرونی وجود دارد و هم دشمن داخلی و از طرف دیگر امکانات بیرونی و داخلی نیز فراهم است. این را اقتصاد مقاومتی می گوئیم، یعنی اقتصادی که این نوع مؤلفه ها را به خوبی می فهمد و جامعه را بر اساس آن مدیریت می کند. اقتصاد مقاومتی با اقتصاد اسلامی بیگانه نیست، بلکه می توان گفت یک نوع مکمل اقتضایی آن است که به ضرورت زمان فعلی باز می گردد و در شرایط فعلی تحریم ضرورت آن دو چندان است (پیت و الاین<sup>۲</sup>، ۲۰۰۹: ۵۱).

---

<sup>۲</sup> Peet and Elaine

## نکات ویژه در اقتصاد مقاومتی

• منظور از اقتصاد واقعی یک اقتصاد مقاومتی فعال و پویاست نه یک اقتصاد منفعل و بسته. چنانکه مقاومت برای دفع موانع پیشرفت و کوشش در مسیر مهم حرکت و پیشرفت تعریف می شود (جانستون<sup>۳</sup>، ۲۰۰۵: ۱۰).

• اقتصاد مقاومتی باید الهام گرفته از نظام فرهنگی اسلامی و مبتنی بر فرهنگ دینی باشد.

• توجه ویژه به توان و قدرت و استعداد و ظرفیت ملت در این موضوع ضروری است.

• اقتصاد مقاومتی نیازمند مقاومت مدبرانه است (فشاری و پورغفار، ۱۳۹۳: ۳۱).

## ابعاد و مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی

تراب زاده و همکاران با تحلیل سخنان مقام معظم رهبری و با بهره گیری از روش نظریه پردازی داده بنیاد، مدل مفهومی سخنان ایشان پیرامون ابعاد، ویژگی ها و الزامات اقتصاد مقاومتی را استخراج نمودند. در این مدل که در ذیل مشاهده می گردد؛ از نگاه مقام معظم رهبری، در اقتصاد مقاومتی اهداف اقتصادی مهم ترین عنصر در جهت دهی فعالیت ها می باشند و کلیه عوامل اقتصادی باید در راستای تحقق این اهداف حرکت کنند. تحقق عدالت اجتماعی، کسب اقتدار بین المللی و بقای کشور، اثبات عملی کارآمدی نظام دینی و اسلامی، مرجعیت بین المللی و ... مهم ترین اهداف در اقتصاد مقاومتی به شمار می روند. کسب موفقیت در این اهداف علاوه بر این که به صورت مستقیم تحت تأثیر بازنگری در نظام اولویت گذاری و نیز سیستم مدیریت اقتصادی است، به صورت غیر مستقیم و به شدت تحت تأثیر زیرساخت هایی است که باید قبل از برنامه ریزی به آنها توجه داشت. این زیرساخت ها لزوماً به بخش اقتصاد بازنمی گردند و حتی جنبه فرهنگی و سیاسی دارند. اما به علت تأثیر فراوانی که بر بخش اقتصاد کشور دارند، حائز اهمیت هستند. از سوی دیگر باید توجه داشت که تحقق اهداف اقتصادی که اهدافی بلند مدت هستند، نیازمند دکترین ها و راهبردهای کلانی می باشند که چتر فکری خود را بر فرایند تحقق هدف قرار داده و نحوه تحقق آن را در چارچوبی خاص پیش برند. قطع وابستگی به نفت، جنگ نامتقارن اقتصادی و ... از جمله این دکترین ها می باشند (تراب زاده و همکاران، ۱۳۹۲: ۳۳).

---

<sup>۳</sup> Johnston

جنسیتی زنانه و دخترانه می تواند در خانواده داشته باشد، حتما و مطمئنا در فرهنگ سازی تقاضاها، مطالبات، کنترل و هدایت آن چه که به دست می آید به فرهنگ خانواده ها بستگی دارد. از همه مهم تر تربیت فکری، روحی، عاطفی و نقش آفرینی پسران است که به دست مادران به عنوان مولد و تولید کننده اجتماعی سپرده شده است (معاونت طرح و برنامه دانشگاه فردوسی مشهد، ۱۳۹۳: ۴).

بخش دیگر این است که 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، قالیبافی ها، فرش بافی ها، نوع کارهای بافتنی، صنایع دستی تولید شده، همچنین تامین بسیاری از مایحتاج خوراکی با قیمت ارزان تر و پیوست آن بهداشت و سلامت بیشتر در محیط خانواده، سفره آرایشی ها، خانه آرایشی ها همه به دست زنان ما سپرده شده است (امیرحسینی، ۱۳۹۲: ۴۱).

### **– سوق دادن فرزندان به استفاده از تولیدات داخلی به جای خارجی؛**

این امر بستگی به نوع مصرف دارد. به هر حال فضای خانواده و فضای زنانه نوعی فضای مصرف محسوب می شود، اما خوب مصرف کردن و استفاده بهینه بحث دیگری است. رویکرد ما در این که چه نوع کالایی را در چه برهه زمانی نگهداری کنیم و نظارت بر حسن استفاده از کالاها، عدم گرایش در تنوع خریدها و استفاده از جایگزین هایی که می تواند مطالبات و تقاضاها را کمتر بکند، بستگی به فرهنگ سازی و نوع نگاه زنانه ما دارد که فرزندان را چگونه آموزش بدهیم. مادران باید مهارت استفاده از تولیدات داخلی را به خصوص در نسل جدید که تشکیل دهنده خانواده های جدید هستند را بالا ببرند. اگر مادران بتوانند این خصیصه را در فرزندان نهادینه کنند، چرخه نگاه و حمایت از اقتصاد مقاومتی را در کشورمان بهینه کرده ایم. یادمان نرود ما داستان گاندی را داریم تکرار می کنیم که وقتی می خواست از دکمه انگلیسی استفاده نکند سعی کرد جایگزینی برای آن از محصولات داخلی خودشان پیدا کند. این نوع آموزش فرهنگ نگاه و تبلیغات توسط زنان ما هم می تواند به نحو بهینه ای در جامعه استفاده شود (مقاتلی و قاسمی، ۱۳۹۴: ۱۷-۱۵).

## یافته‌ها

در جهت دستیابی به راهکارهای عملی، بخشی از این امر بوسیله‌ی آموزش های رسمی و غیررسمی امکان‌پذیر است. در آموزش های غیر رسمی، اوقات فراغت، کارگاه های مهارتی، آموزش های جانبی قرار دارد و در بخش آموزش های رسمی کتاب های آموزشی است که باید مورد دقت بیشتری قرار بگیرد. حتی نوع کالای تبلیغاتی در تبلیغات محیطی، مبلمان های شهری در نوع چشم انداز ما برای آینده و چشم اندازی که می تواند در فضای شهری ایجاد بکند، تاثیرگذار است. در این آموزش ها، تبلیغات ها و ترویج این فرهنگ که زمینه های فرهنگ سازی را ایجاد می کند، برای تنویر اذهان و برای هر دو جنسیت زنان و مردان می تواند تاثیرات بسزایی داشته باشد. همچنین کارهای فرهنگی، تبلیغات ترویجی و اهمیت دادن به این نقش مهم می‌باشد (تیرگر و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۰۲).

درباره اقتصاد مقاومتی شعار دادن کافی نبوده و لازمه آن آموزش است. ابتدا اقتصاد مقاومتی برای افراد باید تعریف شود و پس از آن جواب معادله ها و معامله های خود را بدست آورند؛ بنابراین فرهنگ‌سازی به عنوان نوع پیشرفته‌ای از جامعه‌پذیری برای اولین نهادی اجتماعی که خانواده می‌باشد موثر بوده و لذا از طریق آن بچه‌ها از همان کودکی به درست مصرف کردن عادت کرده و نکات لازم و ضروری با آنها در میان گذاشته شده و آموزش های دین مقدس اسلام برای آنها بیان شده و بدین وسیله با بالارفتن سن کودکان، نوجوانان و جوانان این روند می‌توان به سایر بخشهای جامعه تسری پیدا نماید (شاهین، ۱۳۹۱: ۲۴).

باید برنامه‌ریزی‌های دقیق از سوی مسئولین و دست اندرکاران طرح‌ریزی شود تا علاوه بر آگاه‌سازی و توانمندی زنان، کنترل اقتصاد خانواده به بهترین شیوه‌ها زمینه برای جلوگیری از اسراف در همه دستگاهها و نهادهای کشور فراهم گردد همچنین بحث فرهنگ سازی را می‌توان از دومین نهادی که بچه‌ها با آن سر و کار دارند شروع نمود که همان آموزش و پرورش و وزارت علوم و تحقیقات و فناوری می‌باشد (مقاتلی و قاسمی، ۱۳۹۴: ۱۷).

از دیگر سوی کارآمدترین عامل زمینه‌ساز اصلاح الگوی مصرف برعهده رسانه‌ها می‌باشد. رسانه‌های جمعی، مطبوعات، مساجد، تشکله‌ها، اتحادیه‌ها می‌توانند با برنامه‌ریزی دقیق و مناسب و تبلیغات به موقع و موثر

تجمل‌گرایی و مصرف‌گرایی را دور نمایند چرا که در حال حاضر تبلیغات به سوی مصرف‌گرایی است و زنان ما در بسیاری از موارد حتی از بسیاری از کشورها در زمینه مصرف جلوتر می‌باشند. همچنین زنان به دلیل آسیب‌پذیر بودن به حاشیه رانده میشوند و یکی از دلایل تجمل و مصرف زیاد در بین زنان دور بودن و محروم بودن از امتیازی اجتماعی است و این نقش رسانه‌ها می‌باشد که از زنان در تمام عرصه دعوت بعمل آورند و آنچه قابل توجه است عدم خودباوری زنان به ویژه در پست‌های مدیریتی می‌باشد و رسانه‌ها باید تلاش نمایند که زنان به خاطر مسئولیت‌ها و درگیری‌های خانوادگی بتوانند در پست‌های مدیریتی کارآمدی خود را نمایان سازند و می‌توانند از طریق تغییر گفتمان غالب بر جامعه باعث فرهنگ‌سازی صحیح و هویت بخشی به زنان شود و هویتی که منطبق با نگاهی دین‌مدار و انسان‌مدار باشد (امیرحسینی، ۱۳۹۲: ۴۳).

در مقابل زنانی که هیچ‌گونه اطلاعات و آگاهی از چگونگی تهیه و توزیع انرژی ندارند زنانی هستند که دقت و توجه آن‌ها به مصارف انرژی حتی از مردان هم بیشتر است آنها دانش کافی و درایت و توانمندی خود را برای آموزش و ترویج فرهنگ صحیح استفاده از تمام منابع و امکانات را در بین اعضای خانواده ترویج نموده و با نظارت و کنترل سعی در برطرف کردن مشکلات دارند و زنان توانمند کسانی هستند که درایت و خلاقیت خود را جهت از بین بردن عادت‌های غلط خانواده استفاده می‌کنند که این مطالعه، تحقیق موجب صرفه‌جویی هزینه، انرژی، زمان و نیروی انسانی خواهد شد (یارمحمدیان، ۱۳۹۰: ۸).

## نتیجه‌گیری

یافته‌ها حاکی از آن است که زنان جامعه می‌توانند همگام با مسئولان در شرایط کنونی با کاربردی کردن تفکر مدنظر مقام معظم رهبری در خصوص اقتصاد مقاومتی به نحوی عمل نمایند که هم روند کلان رو به رشد اقتصادی کشور را در مسیر خود طی نموده و هم آسیب‌پذیری اقتصادی کشور بر اثر دشمنی‌های خارجی و مشکلات داخلی کاهش پیدا نماید. لذا برای دستیابی به این منظور می‌توانند با نوآوری، فرهنگ سازی و نیز نظریه‌پردازی در عرصه‌های جدید اقتصادی، فرهنگی و سیاسی در برابر مسایل پیش رو، خط مشی رهبری در عملیاتی نمودن اقتصاد مقاومتی را اجرایی نمایند و نیز با اعمال مدیریت صحیح از سوی زنان در مصرف خانواده‌ها می‌توان نقش قابل توجهی در پیش‌برد اقتصاد مقاومتی اجرا کرد چرا که نقش



آفرینی زنان در اقتصاد مقاومتی نقش بی بدیل بوده و به سبب رابطه زنان با مدیریت درآمدها، هزینه کردها، مدیریت و هماهنگی با نحوه توزیع و تعمیم سبد خانوار و مهم تر از همه فرهنگ استفاده از امکانات موجود، خرید و هم چنین بالا رفتن تقاضاها و آستانه رضایت مندی در رابطه با تعمیم مایحتاج خانوار و نحوه رویکرد اجتماعی به اقتصاد و نیز حتی فکر و سمت و سو و جهت دهی افکار مردان اثرگذار می باشند. تبیین نقش زنان در اقتصاد مقاومتی تا حدی است که می توان در زمینه اقتصاد مقاومتی، کار فرهنگی، تبلیغاتی و سمت و سو دادن به نوع تقاضامندی زنان؛ از فکر و افکار و طراحی خودشان استفاده نمود و بدین وسیله نقش زنان را بیش از گذشته مشاهده نمود.

## منابع

۱. امیرحسینی، خسرو (۱۳۹۲). اقتصاد مقاومتی، ماهنامه اقتصاد و بیمه، شماره ۳۹.
۲. بیانات مقام معظم رهبری در دیدار رئیس جمهوری و اعضای هیئت دولت (۱۳۹۱).
۳. ترابزاده جهرمی، محمدصادق؛ سجادی، سیدعلیرضا و سمیعی نسب، مصطفی (۱۳۹۲). بررسی ابعاد و مؤلفه های اقتصاد مقاومتی جمهوری اسلامی ایران در اندیشه حضرت آیتاله خامنه ای، نشریه مطالعات انقلاب اسلامی، دوره ۱۰، شماره ۳۲: ۳۱-۴۶.
۴. تیرگر، آرام؛ سلطان پور، ندا؛ جهانیان، زهرا و عموزاده، سمانه (۱۳۹۲). اقتصاد مقاومتی در میان اساتید دانشگاه، ماهنامه معارف، شماره ۱۰۰.
۵. خمینی، روح الله (۱۳۶۹). وصیت نامه سیاسی- الهی رهبر کبیر انقلاب اسلامی، تهران: سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۶. شاهین، آرش (۱۳۹۱). امنیت اقتصادی، زمینه حمایت از تولید ملی، مجله فرهنگ و تعاون، سال سوم، شماره ۱: ۱-۲۵.
۷. شمشیری، محسن (۱۳۹۱) حمایت از تولید ملی نیازمند سیاست های مکمل کنترل واردات، روزنامه خبر اقتصادی، مورخه ۱۳۹۱/۰۱/۰۲: ۳۰-۵۶.

۸. عسکری، علی (۱۳۹۱) راهکار در اقتصاد مقاومتی، جام جم آنلاین شماره خبر ۱۸ . ۱۰۰۸۲۳۴۲۵۹۱۳

مورخه ۱۳۹۱/۰۷/۰۳ : ۱۲

۹. غلامی، محسن (۱۳۹۱) ؛ دانشگاه‌ها چگونه در اقتصاد مقاومتی ایفای نقش می کنند، روزنامه ایران،

شماره ۵۲۰۲، ۱۳۹۱/۷/۲۵ : ۴.

۱۰. فشاری، مجید و پورغفار، جواد (۱۳۹۳) بررسی و تبیین الگوی اقتصاد مقاومتی در اقتصاد ایران، مجله

اقتصادی، سال چهاردهم، شماره‌های ۶ و ۵، مرداد و شهریور: ۲۹-۴۰

۱۱. لواسانی، سیده زینب (۱۳۹۱). اقتصاد مقاومتی درامتداد جهاد اقتصادی، اقتصاد تبیان، مورخه ۹۱/۶/۱۱

به آدرس [www.tebyan.net](http://www.tebyan.net) :

۱۲. معاونت طرح و برنامه دانشگاه فردوسی مشهد (۱۳۹۳). اقتصاد مقاومتی و نقش دانشگاه‌ها در تحقق آن،

سامان نشریه داخلی معاونت طرح و برنامه، شماره ۵۳، بهار: ۱-۵

۱۳. مقاتلی، نعیم و قاسمی، علی‌اکبر (۱۳۹۴) رویکرد تربیتی اقتصاد مقاومتی در سبک زندگی و نظم و

امنیت عمومی، دانشگاه فرهنگیان بوشهر: ۱۸-۱

۱۴. یارمحمدیان، ناصر (۱۳۹۰). آیا تحریم های اقتصادی علیه ایران تاثیرگذارند؟، روزنامه دنیای اقتصاد،

شماره ۲۷۵۸، مورخ ۹۰/۷/۴ : ۸

۱۵. Johnston, D. C. (۲۰۰۵), "Richest Are Leaving Even the Rich Behind", New York times, PP. ۱، ۱۷, June, ۵.

۱۶. Peet, R. & H. Elaine (۲۰۰۹), Theories of Development Contentions, Arguments, Alternatives, The Guilford Press, Second Edition.