

نقش اقتصادی خانواده در تحقق اقتصاد مقاومتی

منیره حقیقت بیان (نویسنده مسئول)^۱

اسماعیل چراغی کوتیانی^۲

چکیده

اقتصاد مقاومتی، اقتصادی است که «در شرایط فشار، شرایط تحریم، شرایط دشمنی‌ها و خصومت‌های شدید تعیین‌کننده رشد و شکوفایی کشور است». امروزه، به دلیل فشار اقتصادی و تحریم دشمن، توسعه اقتصادی و معیشت به مهم‌ترین مسئله گام دوم انقلاب تبدیل شده است. از این رو مقام معظم رهبری در بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی بدان اشاره فرموده و در بند سوم توصیه‌های اساسی خویش، اقتصاد قوی را نقطه کلیدی و عامل مهم سلطه‌ناپذیری کشور معرفی می‌کنند و همه نهادها را به هم‌افزایی در تحقق آن توصیه می‌کنند. یکی از نهادهای اثرگذار در این حوزه، خانواده است. یافته‌های این تحقیق که به روش توصیفی - تحلیلی، با گردآوری اطلاعات به شیوه کتابخانه‌ای انجام شده است، بیان‌گر آن است که توجه به دو عنصر تولید و مصرف در خانواده و هماهنگی آن با مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی، از طریق پرداختن به اموری چون کار خانگی، توانمندسازی اعضا، مدیریت هزینه‌ها و... تحقق اقتصاد مقاومتی را در سطح کلان تسهیل می‌نماید.

کلید واژگان: گام دوم انقلاب، اقتصاد مقاومتی، اقتصاد، خانواده.

۱. سطح ۳ مطالعات اسلامی زنان، جامعه الزهراء، قم. haghighatb64@gmail.com

۲. Esmacel.cheraghi@gmail.com مدرس جامعه الزهراء ع.ا.ع.

مقدمه

آن روز که جهان میان شرق و غرب تقسیم شده بود و کسی گمان یک نهضت بزرگ دینی را نمیشمرد، انقلاب اسلامی یا قدرت پا به میدان نهاد. (امام خامنه‌ای، بیانیه گام دوم انقلاب، ۹۷/۱۱/۲۲ <https://farsi.khamenei.ir> <https://khl.ink/f/41673>) طبیعی بود که سردمداران گمراهی و ستم با تمام توان در براندازی این نظام بکوشند. با همین هدف جنگ نظامی را علیه کشور ایران آغاز کردند. پس از محقق نشدن هدف با جنگ نظامی، جنگ به عرصه‌های دیگر کشیده شد. یکی از عرصه‌ها، عرصه اقتصادی است. (امام خامنه‌ای، بیانات در حرم رضوی، ۱۳۹۴/۱/۱، ۲۹۲۳۶ <https://khl.ink/f/> <https://farsi.khamenei.ir>) مهم‌ترین ابزار آن، تحریم‌های یک‌جانبه است. بر این رهبر انقلاب در سال ۸۶، راه شکست دشمن در این عرصه را رشد اقتصادی بر پایه تحقق اقتصاد مقاومتی عنوان نموده و در بیانیه بدان اشاره کرده‌اند. (امام خامنه‌ای، بیانیه گام دوم انقلاب، ۹۷/۱۱/۲۲ <https://farsi.khamenei.ir> <https://khl.ink/f/41673>)

توجه به دو نکته، بحث ضرورت تحقق اقتصاد مقاومتی در حوزه خانواده را تبیین می‌کند؛ نخست این که در چند سال اخیر با شدت یافتن تحریم‌ها، اقتصاد کشور مورد حمله واقع شده است؛ برای مقابله با این امر، مفهوم جدید «اقتصاد مقاومتی» از سوی رهبر معظم انقلاب به ادبیات اقتصادی کشور اضافه گردیده است؛ که هدف از آن کاهش وابستگی‌ها و تأکید بر تولید داخلی و تلاش برای خودکفایی در جهت فراهم سازی پیشرفت کشور می‌باشد. نکته دوم: در آموزه‌های اسلامی تمام افراد در جامعه دارای نقش هستند، و در قبال یکدیگر وظیفه‌ای بر عهده دارند. در حوزه اقتصاد مقاومتی نیز این قاعده حکم فرماست. خانواده به‌عنوان اثرگذارترین واحد اجتماعی از جنبه‌های مختلف فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و... در برپایی اقتصاد مقاومتی نقش دارد. خانواده آغازگر تربیت نیروی انسانی و انسان‌زمینه‌ساز پویایی اقتصاد است. همچنین بزرگترین نهاد مصرف‌کننده، خانواده است. چنانچه مصارف خانگی متناسب با مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی صورت پذیرد، از هدررفت

سرمایه ملی جلوگیری شده، رشد اقتصاد کشور را به همراه خواهد داشت. پژوهش حاضر به نقش اقتصادی خانواده می‌پردازد. با توجه به هماهنگی اهداف اقتصادی خانواده با اقتصاد مقاومتی، آنچه در اقتصاد خانواده و در راستای تحقق اقتصاد مقاومتی باید مورد توجه قرار گیرد، تلاش در جهت افزایش درآمد خانواده و همچنین کوشش در جهت مصرف صحیح درآمد خانواده است. مقاله پیش‌رو که به روش توصیفی - تحلیلی، با گردآوری اطلاعات به شیوه کتابخانه‌ای انجام شده است، به تولید و مصرف در خانواده می‌پردازد.

پیشینه تحقیق

بحث اقتصاد مقاومتی و ارتباط آن با خانواده از موضوعات نسبتاً جدیدی است که در چند سال اخیر مطرح گردیده است. اقتصاد مقاومتی به تنهایی در بسیاری از کتاب‌ها و مقالات مطرح گردیده است و اقتصاد خانواده نیز مورد بررسی قرار گرفته است. اما در مورد این که ارتباط این دو موضوع چگونه است تحقیقات اندکی انجام شده است که به برخی اشاره می‌شود.

۱. علی رضا عباسی، جلال بکتاشیان و اکبر سنایی فردر کتاب «نقش خانواده در تحقق اقتصاد مقاومتی» ابتدا چالش‌های موجود در سه عرصه مصرف، کسب و کار و فرهنگ را مطرح می‌کنند، سپس با راه کارهای ده‌گانه برای این آسیب‌ها، آحاد جامعه را با نقش خویش در تحقق اقتصاد مقاومتی آشنا می‌سازند.

۲. مونس سیاح در کتاب «اقتصاد مقاومتی در عرصه خانواده» اقتصاد مقاومتی در خانواده را ذیل مباحث جایگاه خانواده و زن از دیدگاه اسلام، اقتصاد خانواده، اشتغال زنان و مدیریت اقتصادی بررسی نموده، سپس به ارائه راهکار پرداخته است.

۳. در کتاب «خانواده مقاوم» که توسط مرکز مطالعات راهبردی تربیت اسلامی منتشر شده است ذیل سه فصل دشمن‌شناسی، برنامه‌ریزی اقتصادی و تربیت اقتصادی در خانواده، به نقش خانواده در تحقق اقتصاد مقاومتی می‌پردازد.

برخی از مقالات در این زمینه نیز عبارتند از:

۱. محمود اصغری در مقاله «خانواده و نقش آن در اقتصاد مقاومتی» که در سال ۱۳۹۳ توسط مجله پژوهش‌های اجتماعی اسلامی منتشر شده است، بعد از مفهوم‌شناسی خانواده و اقتصاد مقاومتی، نقش خانواده در اقتصاد مقاومتی را از دو منظر مصرف و پس‌انداز بررسی نموده است.

۲. علی بیرانوند در مقاله «جایگاه و نقش خانواده در اقتصاد مقاومتی» که در سال ۱۳۹۵ توسط سایت اندیشه برتر منتشر شده است، تربیت و فرهنگ‌سازی در نهاد خانواده، عدم تمایل به خرید اجناس خارجی، تربیت نیروی کارآمد را از وظایف خانواده در خصوص تحقق اقتصاد مقاومتی دانسته است.

۳. علی اصغر قائمی‌نیا در مقاله «نقش خانواده در تجلی اقتصاد مقاومتی»، که در سال ۱۳۹۲ در سایت راسخون درج شده است، به‌طور مختصر به بررسی مسئله مدیریت مصرف و ابعاد آن پرداخته است و اصلاح الگوی مصرف را به‌عنوان راهبرد بلندمدت و هدایت‌مدگرایی فعلی و ایجاد مکانیسم مالی برای جذب سرمایه‌های خرد را به‌عنوان راهبر کوتاه‌مدت مدیریت مصرف مطرح می‌کند.

۴. «نقش زنان در تحقق اقتصاد مقاومتی» که توسط زینب پیکاربروجنی در سال ۱۳۹۲ در کیهان نگاشته شده است، به‌طور اجمال به چند مؤلفه از مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی و نقش زن در آن پرداخته است.

با بررسی مختصر منابع روشن می‌گردد که در غالب آثار یاد شده، اقتصاد، با تأکید بیشتر بر حوزه مصرف بررسی شده است حوزه مصرف نیز به‌طور غالب معطوف به مواردی چون اصلاح الگوی مصرف است و به مواردی چون توانمندسازی، کسب مشاوره صحیح و لزوم سازواری خانواده با طبقه اجتماعی و... کمتر پرداخته شده است. در این نوشتار تلاش شده است به نقش اقتصادی خانواده در دو حوزه تولید و مصرف و تبیین موارد مهم آن، در تحقق اقتصاد مقاومتی پرداخته شود.

مفهوم‌شناسی

الف) اقتصاد

اقتصاد در لغت عبارت است از به‌اندازه خرج کردن (عمید، ۱۳۶۳: ۱۴۴) و مجازاً صرفه جویی (معین، ۱۳۸۲: ۱۳۳) است. در معنای اصطلاحی نیز، شناخت، ارزیابی و انتخاب روش‌هایی است که بشر برای تولید و توزیع کالا و خدمات از منابع محدود و یا غیرآماده به منظور مصرف به کار می‌گیرد. (عبدللهی، ۱۳۹۰: ۲۵). در تعریفی دیگر رفتار خاص انسان است که با خواستن، ارزشیابی و انتخاب در زمینه تولید، توزیع و مصرف توأم باشد و بیشترین موفقیت را برای او حاصل کند. (نمازی، ۱۳۹۰: ۳۹). مقام معظم رهبری در بیانیه گام دوم با تأکید بر اهمیت اقتصاد در دستیابی به اهداف اشاره می‌فرمایند «اقتصاد یک نقطه تعیین‌کننده است؛ وسیله‌ای است که بدون آن نمی‌توان به هدف‌ها رسید» (امام خامنه‌ای، بیانیه گام دوم انقلاب، ۹۷/۱۱/۲۲: <https://farsi.khamenei.ir> <https://khl.ink/f/41673>)

ب) اقتصاد مقاومتی

«اقتصاد مقاومتی، اقتصادی است که در شرایط فشار، در شرایط تحریم، در شرایط دشمنی‌ها و خصومت‌های شدید می‌تواند تعیین‌کننده رشد و شکوفایی کشور باشد». (امام خامنه‌ای، بیانات در دیدار با مجاورین رضوی، ۹۵/۱/۱: <https://farsi.khamenei.ir> <https://khl.ink/f/32695>) این اصطلاح که اولین بار توسط مقام معظم رهبری مطرح شد، از منظر ایشان دارای مؤلفه‌هایی چون تحرک و پویایی اقتصاد، تکیه بر ظرفیت‌های داخلی، پرهیز از اسراف و مردم‌محوری، استقلال اقتصادی و خودکفایی، توانایی مقاومت در مقابل عوامل تهدیدزا، دانش‌محوری، فسادستیزی، رویکرد جهادی و کاهش وابستگی به نفت است. (امام خامنه‌ای، بیانات در جلسه تبیین سیاستهای اقتصادی: ۱۳۹۲/۱۲/۲۰: <https://farsi.khamenei.ir> <https://khl.ink/f/25795>)

ج) خانواده

خانواده در لغت عبارت است از: اهل خانه. مجموعه خویشاوندان، مجموعه افراد دارای پیوند سببی یا نسبی که در زیر یک سقف زندگی می‌کنند. کوچکترین واحد اجتماعی که شامل پدر، مادر و فرزندان آن‌ها است. (دهخدا، ۱۳۳۹: ۲۰ / ۱۸۴) صاحب نظران تعریف‌های متعددی برای خانواده ارائه کرده‌اند. رهبر فرزانه با تأکید بر نقش تاثیرگذار خانواده در اجتماع آن را سلول اصلی جامعه معرفی نموده‌اند و بیان می‌کنند: «مسئله خانواده، مسئله بسیار مهمی است؛ پایه اصلی در جامعه است، سلول اصلی در جامعه است». (امام خامنه‌ای، بیانات در سومین نشست اندیشه‌های راهبردی، ۹۰/۱۰/۱۴، <https://farsi.khamenei.ir>: ۱۸۴۵۳//khl.ink/f/

در ادامه به تحلیل نقش اقتصادی خانواده در تحقق اقتصاد مقاومتی می‌پردازیم:

الف) تولید در خانواده

ستون فقرات اقتصاد مقاومتی...، عبارت است از تقویت تولید داخلی. (امام خامنه‌ای، بیانات در دیدار جمعی از کارگران کشور، ۹۴/۹/۲، <https://farsi.khamenei.ir>: ۲۹۵۶۶//khl.ink/f/

است. (اسرا: ۶). خداوند در آیات زیادی (ابراهیم، ۳۲ و ۳۳؛ عنکبوت، ۶۱؛ لقمان، ۲۰؛ جاثیه، ۱۳؛ رعد، ۲) منابع مسخر انسان را بیان می‌کند و تأکید می‌نماید منابع طبیعی به‌عنوان مواد خام در اختیار انسان قرار داده شده تا با استفاده از آن‌ها در جهت کسب روزی خویش بکوشد. (طباطبائی، ۱۳۷۴: ۱۰ / ۴۶۲). یکی از مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی، اهتمام به فعالیت تولیدی است. لازمه این امر، بهره بردن از همه ظرفیت‌های موجود در خانواده و به‌کارگیری حداکثر نیروی انسانی است. «مهم‌ترین ظرفیت امید بخش کشور، نیروی انسانی کارآمد است... ایران با دارا بودن یک درصد جمعیت جهان، هفت درصد ذخایر معدنی جهان را دارا است. ولی از نظر ظرفیت‌های استفاده نشده، رتبه اول جهان است» (بیانیه گام دوم) در این مقاله، تولید در خانواده ذیل سه عنوان اهتمام به تولید کالا و خدمات خانگی،

همکاری اعضا در تأمین نیازهای خانواده و توانمندسازی اعضا در مسیر تولید کالا و خدمات در خانواده بررسی می‌شود.

۱. اهتمام به تولید کالا و خدمات خانگی

تولید و خدمات خانگی که گاهی از آن به «کار خانگی» تعبیر می‌شود، فرآیندی است که از طریق آن، زنان با انجام خدمات خانگی و اجتماعی کردن خانواده، به بازتولید سرمایه می‌پردازند. (موسوی جهرمی و همکاران، ۱۳۹۸ / ۱۱۲).

کار خانگی به سه بخش قابل تقسیم است. بخش اول شامل بخشی از تولید خانگی است که صرف مصرف خود خانوار می‌گردد، بخش دوم مشتمل بر کار خانگی است که از بازار عبور می‌کند و منجر به درآمد برای خانوار می‌شود. بخش سوم مربوط به کارهای خانه‌داری مانند نظافت و مراقبت از فرزندان است. (همان) هر سه بخش مذکور دارای ارزش اقتصادی است. از منظر اقتصادی، بنابراین تحقیق انجام شده در سال ۱۳۷۳، ارزش افزوده طبخ غذا به عنوان یک فعالیت رایج خانه‌داری، ۱۵ هزار میلیارد ریال و معادل سهم نفت در تولید خالص ملی بوده است. (جزئی، ۱۳۸۲: ۲۲ و ۲۳). بخش دوم نیز که ارتباط مستقیم با اقتصاد دارد و با عرضه در بازار موجب افزایش عایدی خانواده می‌شود. همچنین در بخش سوم، چنانچه فعالیت‌هایی چون شست‌وشو و مراقبت از فرزندان و نظافت توسط اعضای خانواده انجام پذیرد، بخشی از درآمد که باید صرف تأمین این امور از خارج شود، در سبد دارایی خانواده باقی می‌ماند.

از منظر اسلامی نیز، کار و تولید خانگی ذیل بحث خانه‌داری بیان شده است و ارزش زیادی برای آن ذکر گردیده است. چنان‌که رسول خدا ﷺ می‌فرمایند: «ما من امراه تکسو زوجها الا کساها الله یوم القیامه سبعین خلعه من الجنة؛ هیچ زنی نیست که شوهر خود را بپوشاند مگر آن‌که خداوند در قیامت هفتاد لباس فاخر بر او می‌پوشاند». (نوری، ۱۴۰۸: ۵۵/۱۵). و «ایما امرأه رفعت من بیت زوجها شیئا من موضع الی موضع ترید به صلاحاً نظر الله الیه و من نظر الله الیه لم یعدبه؛ هرگاه زنی در خانه شوهر چیزی را به قصد اصلاح، جابه‌جا

نمایند، خداوند به او نظر می‌کند و کسی که خدا به او نظر کند، عذاب نمی‌شود». (حرعاملی، ۱۴۰۹: ۲۱/۴۵۱). براین اساس رهبر معظم انقلاب نیز فرمودند: «یکی از مهم‌ترین وظائف زن، خانه‌داری است» (امام خامنه‌ای، بیانات در دیدار جمعی از مداحان: ۱۳۹۲/۲/۱۱، <https://farsi.khamenei.ir> <https://khl.ink/f/22443>)

گفتنی است هرچند نقش مادران و دختران در تولید و خدمات خانگی پررنگ‌تر است، لیکن با توجه به مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی چون کار و تلاش و استفاده از همه ظرفیتها اختصاص به زنان ندارد و همه اعضای خانواده باید در این مهم بکوشند. مثلاً فرزندان به جای این‌که هر ماه یک بازی فکری بخرند، خودشان در خانه با استفاده از وسایل موجود، بازی بسازند.

بی‌مهری به خانه‌داری برای خانواده آسیب‌زا است. از جمله آسیب‌های اقتصادی، تحمیل هزینه‌های اضافی چون هزینه تهیه غذا از بیرون خانه، تغذیه با کیفیت پایین و ایجاد بیماری است. اگر به این مسئله هم نظر کنیم که گاهی زنان مشغول به کاری می‌شوند که درآمد پایینی دارد و تنها کفاف هزینه رفت و آمد و نهایت هزینه مهد کودک را می‌دهد، در اینصورت، اشتغال آن‌ها نه تنها درآمدزایی نداشته است، بلکه هزینه‌افزا خواهد بود.

۲. همکاری اعضاء در تأمین نیازهای خانواده

خانواده نهادی اجتماعی است که متشکل از اعضا و شیوه تعامل آن‌ها است. براین اساس یکی از مباحث مدیریت خانواده، تعیین الگوی تعاملی مناسب است. الگویی که سازنده‌ترین میزان از احساسات و تفکرات مثبت باشد و رابطه را به سوی پیشرفت و تعالی خانواده سوق دهد. (صافی، ۱۳۸۸: ۸۵)

منظور از تعامل، رفتاری است که حداقل دو طرف دارد. (احمدی، ۱۳۸۴: ۹۸). یکی از الگوها نیز، الگوی پذیرا و پویا است. در این الگو اعضای خانواده در عین حال که کنار هم زندگی می‌کنند، به موقع با یکدیگر تعامل مثبت دارند و به موقع نیز به عمل مستقل می‌پردازند. ویژگی‌های فردی اعضای خانواده در این الگو عبارت است از پذیرش خود

به‌عنوان موجودی ارزشمند، دوری از خودخواهی‌ها، خود رأیی‌ها، داشتن هدف مشخص و متعالی در زندگی، راضی و خشنود بودن به داشته‌ها و عدم بزرگ‌نمایی محدودیت‌ها. (همان، ۱۰۰)

نوع تعامل درون خانواده، روش مدیریت خانواده را تعیین می‌کند. روشی که با الگوی پذیرا و پویا هماهنگی دارد، الگوی مشارکتی است. (صافی، ۱۳۸۸: ۸۸). در الگوی مشارکتی، همه اعضا به دو گونه در رفع نیاز دیگری می‌کوشند. نخست این‌که هر عضو با استفاده از مهارت‌های خود، جهت رفع نیاز دیگران تلاش می‌کند. همچنین، در مواردی که امکان فراهم کردن نیاز تمامی اعضا وجود ندارد، از نیاز خود گذشته و به برآوردن نیاز عضو دیگر کمک می‌کنند.

در زمان بروز نابسامانی‌های اقتصادی یکی از بهترین شیوه‌های برون‌رفت، همکاری‌های درونی خانواده می‌باشد. آثار این همکاری‌ها غیر از خروج خانواده از وضعیت بحرانی، می‌تواند به صورت یک تجربه غنی برای سازندگی شخصیتی فرزندان و افزایش محبت بین اعضای خانواده باشد. (کشوادی، ۱۳۸۶: ۱۱۳). امروزه نیز که شرایط سخت اقتصادی، تحقق اقتصاد مقاومتی را ایجاب می‌کند، جامعه نیاز به انسان‌هایی دارد که با درک ارزشمندی خویش و بزرگ نکردن مشکلات و امید به آینده، به همکاری با یکدیگر پرداخته، با کاستی‌ها مقابله کنند. این همکاری‌ها در همه زمینه‌ها ضروری است. یکی از بسترهای آن خانواده است.

۳. افزایش توانمندسازی اعضای خانواده در مسیر تولید کالا و خدمات در خانواده

مدیریت خانواده هنر، علم و تجربه استفاده بهینه از منابع انسانی و مادی و مشارکت اعضای خانواده در جهت تحقق اهداف سازمان خانواده است. (صافی، ۱۳۸۸: ۴۹) نیروی انسانی مهم‌ترین منبع سرمایه خانواده است و موفقیت خانواده و تولید و خدمات در آن، در گرو داشتن نیروی انسانی توانمند است. بنابراین برای استفاده بهینه از منابع، توانمندسازی اعضای خانواده و تخصیص منابع بین اعضا خانواده امری ضروری است. رهبر فرزانه

انقلاب در بیانیه گام دوم بیان کردند «دانش آشکارترین وسیله عزت یک کشور است. روی دیگر دانایی، توانایی است». (امام خامنه‌ای، بیانیه گام دوم انقلاب، ۹۷/۱۱/۲۲ <https://farsi.khamenei.ir> <https://khl.ink/f/41673>)

بهترین سرمایه‌گذاری، هزینه کردن در ارتقاء سرمایه انسانی خانواده است. والدین بایستی برای بالابردن توانمندی فرزندان، به هزینه‌کردن منابع خود مبادرت کنند. این‌که باید با توجه به کارایی و توانمندی اعضا، تخصیص‌ها متفاوت باشد و افراد کارآتر منابع بیشتری ببرند یا خانواده با نگاهی مساوی به فرزندان، برای توانمند کردن اعضای ضعیف‌تر بیشتر هزینه کند، میان اقتصاددانان اختلاف است. (استاجی، علی و همکاران، ۱۳۹۶: ۷۰) آنچه در هر دو دیدگاه ضروری است، لزوم ارتقاء سرمایه انسانی و گسترش توانمندی‌های اعضا است. توانمندسازی، به‌عنوان یک راهبرد اثرگذار بر عملکرد و بهسازی نیروی انسانی، عبارت است از «ایجاد شرایط لازم برای ارتقای انگیزش افراد از طریق پرورش احساس شایستگی و یا کاهش احساس بی‌قدرتی در آن‌ها». (نوروزی، ۱۳۸۴: ۸۰) از جمله عواملی که موجب احساس شایستگی در افراد است، کسب دانش و مهارت است. رهبر انقلاب بیان می‌کنند «کارهای گوناگونی باید انجام گیرد: مسئله تقویت مهارت‌ها، توانمندسازی نیروی کار و...» (امام خامنه‌ای، بیانات در اجتماع کارگران کارخانه جات تولید دارو پخش، ۱۳۹۱/۲/۱۰، <https://farsi.khamenei.ir> <https://khl.ink/f/19516>) براین اساس آموزش فرزندان امری ضروری است. کسب دانش منجر به ایجاد تخصص در افراد می‌شود و همراه شدن تخصص با تجربه کاری، مهارت را شکل می‌دهد. تربیت افراد متخصص در خانواده نخست موجب پیشرفت اقتصاد خانواده از طریق ارائه خدمات به اعضا و کاهش هزینه‌های خانواده خواهد شد و در نهایت رشد اقتصادی جامعه را در پی خواهد داشت. (میرزا محمدی، محمدحسن و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۰۷).

در این راستا، پدر و مادر باید با توجه به توانایی‌ها و استعدادها، فرزندان خویش، آن‌ها را برای آموزش هنرها و حرفه‌های مختلف تشویق کرده و زمینه فراگیری آن‌ها را فراهم نمایند و

علاوه بر کاهش هزینه‌های خانواده در بلند مدت، درآمد خانواده را افزایش دهند. به طور مثال چنانچه دختر خانواده خیاط ماهری گردد، از یک سو هزینه سنگین دوخت لباس اعضای خانواده حذف می‌گردد و از سوی دیگر با انجام کار برای دیگران برای خانواده درآمد کسب می‌کند و یا با هدیه کار دست خویش به دیگران، هزینه هدیه‌های گران را از دوش خانواده برمی‌دارد.

ب) مصرف در خانواده

ارتباط تولید خانواده با تحقق اقتصاد مقاومتی بیان شد. در این قسمت به نقش مدیریت مصرف خانواده در ایجاد اقتصاد مقاومتی پرداخته می‌شود.

مصرف به معنای استفاده کردن از چیزی در راستای رفع نیازها است. (عمید، ۱۳۶۳: ۹۶۳) مدیریت نیز در لغت به معنای گرداندگی است. (دهخدا، ۱۳۳۹: ۴۱، ۵۲) از آنجاکه نیازها هر روز تنوع بیشتری می‌یابد، و منابع خانواده نیز محدود است، باید با برنامه‌ریزی میان هزینه‌ها و درآمد تعادل ایجاد شود. از این امر به مدیریت مصرف تعبیر می‌شود. بر این اساس مدیریت مصرف عبارت است از بهینه‌سازی مصرف و پرهیز از اسراف و تبذیر. (امام خامنه‌ای، بیانات در دیدار کارگزاران نظام، ۱۳۹۱ / ۵ / ۳، <https://farsi.khamenei.ir> <https://khl.ink/f/20534>) بدیهی است مدیریت مصرف همسو با اقتصاد مقاومتی در حوزه خانواده، لوازمی دارد. در ادامه به اختصار بدانها پرداخته می‌شود.

۱. مدیریت نیازها

نیاز یک حالت درونی در فرد است که بر اساس هدف جهت‌دهی می‌شود. (شمس، ۱۳۹۸: ۱۴۰) از آنجاکه نیازهای آدمی متنوع‌اند و ارضای بسیاری از آن‌ها مستلزم صرف درآمد است، میان نیازها و تخصیص درآمد ارتباط تنگاتنگی وجود دارد. بر این اساس ضروری است مفهوم نیاز و انواع آن و نحوه برآوردن نیازها بررسی گردد.

نیاز به معنای احتیاج، لزوم، تمنا و آرزو است (معین، ۱۳۸۲: ۱۷۱۴) که دارای دو جنبه

عینی و ذهنی است. جنبه ذهنی نیاز، که مقدم بر جنبه عینی است، عبارت از احساس نیاز است که امری روانی است و خاستگاه آن نفس انسان است. از این روست که گاهی شخص با وجود برخورداری از ثروت زیاد خود را نیازمند می‌داند و شخص دیگری در حال تنگدستی احساس بی‌نیازی می‌کند. (حسینی، ۱۳۸۸: ۱۶۸) حضرت علی علیه السلام در این باره می‌فرمایند: «شَرُّ الْفَقْرِ، فَقْرُ النَّفْسِ؛ بدترین فقر، فقر روحی است». (تمیمی آمدی، ۱۴۱۰: ۴۱۱)

نیاز در یک تقسیم‌بندی، به دو نوع واقعی و غیر واقعی تقسیم می‌شود. نیازهای واقعی، آن دسته از احتیاجات هستند که منشأ زیستی دارند مانند نیاز به غذا. نیازهای غیر واقعی، دسته‌ای از احتیاجات است که ساخته ذهنیت افراد، عوامل اقتصادی و اجتماعی است. مانند تغییر چیدمان‌ها. (کشودی، ۱۳۸۶: ۴۳).

اولین اقدام برای مدیریت مصرف، شناخت نیاز واقعی است. اعضای خانواده با در نظر گرفتن نعمت‌ها و توجه به لزوم استفاده بهینه از آن‌ها نیازهای خویش را شناسایی نموده و به نیازهای واقعی تا حد رفع آن‌ها می‌پردازند و نیازهای غیر واقعی را از آن جهت که هم با هدف نعمت ناسازگار است و هم با هدف استفاده بهینه، رها می‌کنند.

اقدام بعدی، مدیریت نیازها است. با توجه به گستردگی نیازها و محدود بودن منابع، اولویت‌بندی نیازها ضروری است. (حسینی، ۱۳۸۸: ۱۷۱) امروزه تحریم‌های ظالمانه اقتصاد کشور را به شدت تحت تأثیر قرار داده است. به گونه‌ای که قیمت کالاها به شکل بی‌سابقه‌ای افزایش یافته است. در چنین شرایطی فراهم کردن همه نیازها برای اکثریت جامعه امری بس دشوار خواهد بود. برآوردن نیازهای واقعی نیز در عالی‌ترین سطح آن چندان دست‌یافتنی نیست. بی‌شک مقاومت در چنین شرایطی نیازمند طبقه‌بندی کردن نیازها و پرداختن به نیازهای واقعی به ترتیب اولویت است. از این رو خانواده‌ها برای کاستن از آسیب اقتصادی و به تبع آن آسیب روانی، باید ضمن آموزش فرزندان، به شناخت نیازهای واقعی خویش بپردازند و همه اعضا از نیاز واقعی خویش نیز در مسیر نیاز واقعی اولویت‌دار عضو دیگر، چشم‌پوشد تا خانواده برای شرایط سخت اقتصادی، با کمترین آسیب فائق آید. شناسایی

نیازها هم به اقتصاد خرد و هم به اقتصاد کلان جامعه کمک می‌کند. زیرا اقتصاد کشور چیزی جز اقتصادهای خرد خانوادگی و... نیست. تقویت اقتصادهای خرد به رشد اقتصاد کلان خواهد انجامید.

۲. مدیریت هزینه‌ها (ایجاد تعادل بین دخل و خرج)

هزینه‌های خانواده مانند هر سازمان دیگری بسیارند. مدیریت هزینه‌ها و برقراری تعادل بین هزینه‌ها و درآمدهای خانواده بخش مهمی از مدیریت اقتصادی خانواده است. مدیریت هزینه‌ها، نوعی برنامه‌ریزی و مدیریت به منظور اندازه‌گیری هزینه منابع مصرف شده برای اجرای فعالیت‌های عمده، شناسایی و حذف هزینه‌های فاقد ارزش، تعیین اثربخشی همه فعالیت‌ها، شناسایی فعالیت‌های جدیدی که می‌تواند عملکرد آینده سازمان را بهبود بخشد، می‌باشد. (انصاری، عبدالمهدی و همکاران، ۱۳۸۷: ۴۵) از مهم‌ترین وظایف مدیران از جمله مدیران خانواده در این راستا برنامه‌ریزی، سازماندهی، رهبری و کنترل است. برنامه‌ریزی در این زمینه عبارت است از پیش‌بینی درآمدها و هزینه‌ها برای مدتی از آینده که اصطلاحاً بودجه نام دارد. (صافی، ۱۳۸۸: ۱۵۹) فرایند بودجه در خانواده مبتنی بر تعیین استراتژی، ارزیابی منابع، هدف‌گذاری، سیاست‌گذاری، و تصمیم‌گیری خواهد بود؛ به عبارتی از آنجاکه هیچ برنامه‌ای بدون پیش‌بینی منابع مالی و اعتباری عملی نیست، ارزیابی منابع موجود اجتناب‌ناپذیر است. بعد از ارزیابی منابع با توجه به میزان منابع، باید هدف‌گذاری صورت گیرد و بر اساس آن، هزینه‌ها دسته‌بندی گردد. مرحله سوم، سیاست‌گذاری است. بدین معنا که چگونگی توزیع منابع میان هزینه‌ها مشخص شود که مستلزم اولویت‌بندی هزینه‌ها است. آخرین مرحله برنامه‌ریزی نیز، تصمیم‌گیری است. در این قسمت مدیر با هم‌فکری اعضا اقتصادی‌ترین و کارآمدترین روش برای تحقق برنامه تعیین شده را انتخاب می‌نماید. استراتژی حاکم بر تمام این فرایندها نیز، کاهش هزینه‌ها و استفاده حداکثری از امکانات خواهد بود. (جهانیان، رمضان و همکاران، ۱۳۹۹: ۲۰)

پس از تعیین برنامه و بودجه‌بندی خانواده، مدیر وظیفه دارد با سازماندهی امکانات،

شرایط تحقق آن را فراهم نماید و در مراحل اجرا نیز نظارت و کنترل بر آن داشته باشد تا از یک سو برنامه به درستی اجرا گردد و از دیگر سو ضعف‌های آن شناسایی گردد. (همان، ۱۸) رهبر انقلاب نیز چالش درونی اقتصاد را ضعف‌های مدیریتی عنوان نمودند. (بیانیه گام دوم، <https://farsi.khamenei.ir>، <https://khl.ink/f/41679>) ضعف مدیریت در خانواده نیز به عنوان سلول اصلی جامعه، در تقویت و تضعیف اقتصاد کلان اثرگذار است. بی‌شک در چنین شرایطی لازم است بر اساس استراتژی کاهش هزینه‌ها، هزینه‌ها و امکانات شناسایی شود، میزان اولویت هریک سنجیده شود و به ترتیب اولویت، بودجه به آن‌ها اختصاص داده شود. در این صورت است که استفاده بهینه و تحقق اقتصاد مقاومتی محقق خواهد شد.

۳. کسب مشاوره صحیح اقتصادی

مشاوره در لغت به معنای مشورت و رایزنی است. (عمید، ۱۳۶۳: ۹۵۸) از آنجاکه زندگی انسان فراز و فرودهای بسیاری دارد، هر انسان بالغ و خردمندی به تنهایی قادر به فهم و دفع موانع نیست و تنها در سایه تعامل اندیشه‌ها با دیگران می‌تواند موفق گردد. قرآن کریم در آیاتی چون «وَأْمُرْهُمْ شُورَىٰ يَتَّبِعُهُمُ» (شوری: ۳۸) و «شاورهم فی الأمر» (آل عمران: ۱۵۹) به مشورت اشاره نموده و تأکید می‌کند که مؤمنین در به دست آوردن رأی صحیح دقت به عمل می‌آورند و برای یافتن آن، به صاحبان عقل مراجعه می‌کنند. (طباطبائی، ۱۳۷۴: ۱۸/۹۳)

سیره عملی پیغمبر اکرم صلی الله علیه و آله نیز نشانگر این مطلب است که آن حضرت با داشتن فکری نیرومند، بی‌نیاز از مشاوره بودند، لیکن برای این که مسلمانان را به اهمیت مشورت متوجه سازند و همچنین نیروی فکر و اندیشه را در افراد پرورش دهند، در امور عمومی مسلمانان جلسه مشاوره تشکیل می‌دادند و برای رأی افراد صاحب نظر ارزش خاصی قائل بودند. تا آن جا که گاهی از رأی خود برای احترام آن‌ها، صرف‌نظر می‌نمودند. چنان که نمونه آن در جنگ «احد» قابل مشاهده است. (مکارم شیرازی، ۱۳۷۱: ۳/۱۴۴)

علاوه بر سیره عملی زندگی پیامبر صلی الله علیه و آله، در کلام معصومین نیز به مشورت سفارش

شده است. برای نمونه رسول مکرم اسلام صلی الله علیه وآله وسلم می فرماید: «ما یستغنی رجل عن مشورة». (نهج الفصاحه، ۱۳۶۳: ۴۹۷) حضرت علی علیه السلام نیز در نهج البلاغه می فرماید: «لاظھیرکالمشاورة؛ هیچ پشتیبانی چون مشورت نخواهد بود». (نهج البلاغه، حکمت ۵۴)

بی شک مشورت زمانی سودمند است که با شرایط صحیح و عقلایی انجام شود. امام صادق علیه السلام در این زمینه می فرماید: «إن المشورة لا تكون إلا بمحدودها فن عرفها بمحدودها و إلا كانت مضرتها علی المستشیر أكثر من منفعتها له فأولها أن يكون الذي يشاوره عاقلاً و الثانية أن يكون حراً متديناً و الثالثة أن يكون صديقاً مواخياً؛ مشورت باید با رعایت شرایطش صورت پذیرد و آن عبارت است از این که مشاور، خردمند و صاحب نظر باشد. در غیر این صورت زیانش برای مشوررت کننده بیش از منافعش خواهد بود». (مجلسی، ۱۴۱۰: ۷۲ / ۱۰۲) حضرت علی علیه السلام نیز فرمودند: «خیر من شاورت ذووا النهی و العلم، و اولو التجارب و الحزم؛ صاحبان علم، تجربه و دوراندیشی بهترین افرادی هستند که می توانی با آنها مشورت کنی». (خوانساری، ۱۳۶۶: ۳ / ۴۲۸) براین اساس از شرایط مشاوره و مشورت، عقل، علم، تجربه، دوراندیشی، صاحب نظر و کاردان بودن مشاور خواهد بود.

نیاز به مشورت در تمام حوزه های زندگی کاربرد دارد. یکی از این حوزه ها، حوزه اقتصادی است. اقتصاد خانواده نیز به عنوان واحد اقتصادی کوچک تأثیرگذار از این امر مستثنی نمی باشد. مدیر و سایر اعضای خانواده برای اخذ تصمیم های بزرگ و یا جدید اقتصادی خویش لازم است با افراد کاردان مشورت نمایند. از جمله تصمیمات کلان اقتصادی، انتخاب مسیر سرمایه گذاری منابع خانواده است. اگر خانواده با مصرف صحیح، پس اندازی به دست آورد، لازم است برای رشد اقتصاد خود و جامعه به چرخه سرمایه گذاری و تولید وارد شود. سرمایه گذاری و تولید موفق نیازمند مشورت با اهل فن و کاردان است. صرف نظر از تصمیمات کلان، مشورت در تصمیمات خرد چون خرید کالا نیز لازم است. برای نمونه برای خرید لوازم خانگی برقی باید با متخصصین مشورت کند تا بتواند کالاهای بادوام بیشتر و

مصرف انرژی کمتر را خریداری نماید.

لزوم پرداختن به مشورت و پرهیز از عمل بدون آگاهی در شرایط اقتصادی امروز اهمیت ویژه می‌یابد. زیرا تحریم و کاستی‌های اقتصادی و افزایش بی‌رویه هزینه‌ها، از قدرت منابع در تأمین نیازها کاسته است. در چنین شرایطی حفظ منابع ضرورتی دوچندان می‌یابد. براین اساس لازم است خانواده برای تصمیمات اقتصادی اثرگذار خویش از مشاوران عالم و دلسوز استفاده نماید و با اقدامات ناپخته سرمایه خانواده را هدر ندهد.

۴. صرفه‌جویی و اجتناب از کنش‌های مسرفانه

صرفه‌جویی به معنای درست مصرف کردن و ضایع نکردن مال است. (امام خامنه‌ای، بیانات در دیدار با زئران حضرت علی بن موسی الرضا، ۱/۱ / ۱۳۸۸، <https://farsi.khamenei.ir> <https://khl.ink/f/6082/>) امروزه در کشور با مصرف لجام گسیخته مواجهیم و عادت‌ها و سنت‌های غلط جامعه را به زیاده‌روی در مصرف سوق داده است. برای نمونه ۳۳ درصد نان ضایعات است. (امام خامنه‌ای، بیانات در دیدار با زئران حضرت علی بن موسی الرضا، ۱/۱ / ۱۳۸۸، <https://farsi.khamenei.ir> <https://khl.ink/f/6082/>) شیوه نادرست مصرف موجب شده با وجود منابع خدادادی فراوان کشور، بسیاری از منابع در مسیر رشد صرف نگردد. براین اساس توجه به کنش‌های مسرفانه و اجتناب از آن‌ها ضروری است.

کنش به معنای عادت و رفتار است. (دهخدا، ۱۳۳۹: ۳۷ / ۲۶۰) مهم‌ترین کنش‌های مسرفانه در حوزه خانواده، مصرف‌زدگی، تجمل‌گرایی، تفاخر و احتکار خانگی است. مصرف‌زدگی یعنی استفاده بیش از حد از کالاها و خدمات. (افسردیر و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۱۲) تجمل‌گرایی به معنای میل و رغبت بیش از حد به تجملات و مظاهر زندگی است. (همان) تفاخر نیز به معنای برتری‌جویی با چیزهایی است که خارج از انسان هستند مانند مال و جاه. (راغب اصفهانی، ۱۴۱۲: ۶۲۷)

تجمل‌گرایی و تفاخر ارتباطی دو سویه با اسراف و مصرف‌زدگی دارد. هرچند تأمین

نیازهای زندگی لازم است، لکن برخی در این باره زیاده‌روی می‌کنند و به تجمل‌گرایی و تفاخر گرفتار می‌شوند. (افسردیر و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۱۲) همچنین از آنجاکه حس برتری جویی و زیبایی دوستی انسان نقطه پایان ندارد و مظاهر زیبایی نیز روزه روز در حال افزایش است، اگر این دو گزینه ذاتی تحت کنترل انسان نباشند، وی برای زیباتر شدن و یا ارضای میل برتری جویی، دائماً دست به خرج‌های اضافی می‌زند که اسراف بیشتر را در پی دارد.

احتکار خانگی نیز به دو صورت در خانه محقق می‌شود؛ اول این‌که زن خانه دار برآورد درستی از آنچه در خانه هست، نداشته باشد و به هنگام خرید، علاوه بر مواد مورد نیاز، کالاهای موجود را هم خریداری نماید. نوع دوم احتکار خانگی در جایی است که مثلاً شایعه می‌شود که فلان جنس قرار است گران شود یا نایاب شود، برخی خانواده‌ها بدون توجه به نیاز خویش و صرفاً برای ترس از نبود کالا و یا گرانی آن در آینده، اقدام به خرید چند برابر نیاز خود می‌کنند. (کانون تربیت و اقتصاد، ۱۳۹۴: ۴۵)

از جمله آثار منفی اقتصادی مصرف‌زدگی، تجمل‌گرایی و تفاخر، پیدایش فقر و گسترش آن در جامعه است. زیرا هر فرد مسلمان به تناسب توانایی خود در برابر جامعه مسئولیت دارد و باید با صرف سرمایه خود در انفاق، فقر را کاهش دهد. و لخرجی‌ها فرد اسرافکار را از تعهدات اجتماعی خود باز می‌دارد و از این رهگذر به پیکر جامعه ضربه می‌زند. همچنین کسی که اسراف می‌کند در واقع به سرمایه‌های کشور لطمه می‌زند و باعث می‌شود سطح رفاه مردم پایین بیاید که در آن صورت فقر را به دنبال خواهد داشت. علاوه بر این‌که در دراز مدت موجب تهی‌دستی خود فرد در پایان زندگی هم خواهد شد. (حسینی، ۱۳۹۰: ۱۶۰)

دومین آسیب اشاعه فرهنگ مصرف‌گرایی و تجمل‌گرایی، افزایش واردات کالاهای خارجی به کشور و تضعیف تولیدات داخلی است. زیرا بیشتر کالاهای تجملاتی یا تولید خارج هستند و یا در رقابت با کالاهای مشابه داخلی، زیبایی و تفاخر بیشتری دارند و افراد به سمت آن‌ها تمایل بیشتری دارد.

آسیب سوم نیز کاهش گرایش به سرمایه‌گذاری‌های زیر ساختی است. در جامعه‌ای که

مصرف‌گرایی به فرهنگ تبدیل شده باشد، افراد جامعه میلی به سرمایه‌گذاری در بخش‌های زیرساختی جامعه که زمان برمی‌باشد، ندارند و همه به دنبال سرمایه‌گذاری در خرید و فروش کالاهای پر مصرف و فعالیت‌های زود بازده می‌باشند. (همان)

احتکار خانگی نیز اقتصاد کشور را دچار مشکل می‌کند. زیرا اگر هر خانواده‌ای بیش از حد نیاز کالایی را خریداری کند و این نوع رفتار در جامعه رایج گردد، علاوه بر هدر رفت سرمایه، موجب کم شدن کالا در بازار و تقاضای کاذب و گرانی می‌شود.

شروط اساسی اقتصاد مقاومتی، استفاده بهینه از امکانات، افزایش تولید و سرمایه‌گذاری و کاهش واردات و خودکفایی است. با کنش‌های مسرفانه، پولی که می‌تواند صرف سرمایه‌گذاری شود و علاوه بر رشد اقتصاد، به اشتغال جامعه کمک نماید، صرف کالاهای غیر ضروری شده و بهره‌وری را از دست می‌دهد. همچنین کالاهای تجملاتی و لوکس موجب تفاخر، عموماً کالاهای خارجی هستند و موجب خروج ارز از کشور خواهد شد و کاهش سرمایه‌گذاری‌ها و ضعف تولید را به دنبال دارد. بنابراین ضروری است خانواده‌ها برای کمک به تحقق اقتصاد مقاومتی، از پرداختن به اسراف، تجمل و تفاخر و احتکار پرهیزند و پول خود را در راه سرمایه‌گذاری به جریان بیندازند و موجبات رشد اقتصادی را فراهم کنند.

۵. استفاده درست از حامل‌های انرژی

انرژی به عنوان یکی از نهاده‌های تولید نقش مهمی در رشد اقتصاد کشورها ایفا می‌کند. مصرف حامل‌های انرژی و افزایش کارآمدی آن در دنیای حاضر، فعالیت‌های اقتصادی را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. در نتیجه تجزیه و تحلیل مصرف حامل‌های انرژی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. (فطرس و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۲۸)

یکی از شاخص‌های مهم اقتصادی نسبت مصرف انرژی به کل تولید کشور است که در واقع نشان می‌دهد به ازای هر ریال تولید چه مقدار انرژی مصرف شده است. در کشورهای صنعتی از سال ۱۹۶۰ به بعد این روند نزولی است. یعنی مقدار انرژی لازم برای هر واحد تولید روبه کاهش بوده است. اما در ایران این نسبت همیشه روند صعودی داشته است. این بدین

علت است که مصرف‌کننده عمده انرژی در کشور در بخش تولید قرار ندارد. اگر مصرف انرژی در بخش‌های غیر تولیدی منطقی‌تر شود، می‌توان روند رشد واقعی ترانرژی در سطح کلان را به دست آورد. (جلال آبادی و همکاران، ۱۳۸۳: ۱۲۵)

بخش مسکن یکی از بزرگترین بخش‌های مصرف‌کننده انرژی در کشور است. بیشترین مصرف این بخش به مصرف وسایل گرمایشی، سرمایشی و پخت و پز مربوط است. اتلاف انرژی بخش مسکونی عمدتاً مرتبط با چگونگی ساخت بنا و راندمان لوازم برقی انرژی‌بر است که بازده حرارتی پایینی دارد. عواملی از قبیل تغییر کارایی لوازم خانگی انرژی‌بر، تغییر ساختار مصرف انرژی خانوار، تغییر فرهنگ مصرف انرژی و تغییر درآمد اکتسابی از عوامل مؤثر در این بخش هستند. (قلی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۴۶) بر این اساس، مدیریت بر مصرف انرژی در خانه یکی از راه‌های بهسازی اقتصاد خانواده است؛ زیرا بهره‌گیری از انرژی‌های مختلف در خانواده امروز گسترش یافته و درصدی از بودجه خانواده در این راه صرف می‌شود. از این رو لازم است در اقتصاد خانواده به مدیریت مصرف انرژی توجه کنیم.

مهم‌ترین منابع مصرفی خانواده گاز، برق و بنزین است. وضعیت کنونی مصرف انرژی خصوصاً در مصارف خانگی در کشور، در حد اسراف است؛ ما مجموعاً بیش از دو برابر مصرف متوسط جهان، انرژی مصرف می‌کنیم» (امام‌خامنه‌ای، بیانات در دیدار جمعی از مجاوران حضرت علی بن موسی الرضا، ۱/۱/۱۳۸۸، <https://farsi.khamenei.ir> <https://khl.ink/f/6082>) این در حقیقت به منزله هدر دادن منابع خدادادی و استفاده غلط از آن‌ها است. از عوامل اثرگذار بر شیوه مصرف، عادات‌های مصرفی است. اگرچه افراد نگرش مثبتی به حفظ منابع طبیعی دارند، اما شکل‌گیری عادات غلط مانع تحقق این مهم می‌شود. لذا ایجاد عادات‌های جدید رفتاری ضروری است. (پازوکی نژاد و همکاران، ۱۳۹۹: ۳۰۸) در این راستا لازم است خانواده نیز عادات جدید همسوی با صرفه‌جویی را اتخاذ نماید.

عادات صرفه‌جویی در منابع متعدد است. برای نمونه این که طول عمر نوردهی را افزایش داده و در خانه از دو لامپ کم مصرف به جای دو لامپ رشته‌ای استفاده شود، از وسایل حمل

و نقل عمومی استفاده گردد، خودروهایی شخصی با حداکثر ظرفیت به کار گرفته شود و از لباس مناسب فصل به جای استفاده از درجات بالای وسایل سرمایشی و گرمایشی استفاده شود.

۶. جهت‌دهی به مدگرایی

تنوع‌طلبی و مدگرایی از ویژگی‌های ذاتی نوع انسیان است؛ بدین معنا که انسان دوست دارد جهت کسب مطلوبیت، خود را از دیگران متمایز کند و یا از شکل فعلی تغییر دهد و به شکل گروه مورد نظر خود (گروه مرجع) درآورد و این هدف را به شکل سلیقه‌ورزی در انتخاب نمایان می‌سازد. (عطافر و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۷۸). مدها الگوهایی فرهنگی هستند که توسط بخشی از جامعه پذیرفته می‌شوند و دارای یک دوره زمانی نسبتاً کوتاه هستند. بنابراین مدگرایی به این معنا است که فرد سبک لباس پوشیدن و طرز زندگی و رفتار خود را طبق آخرین الگوها تنظیم کند و به محض این که الگوی جدیدی در جامعه رواج یافت از آن یکی پیروی نماید. (شجاعی، ۱۳۸۶: ۵۶)

مدگرایی ریشه در دو دسته عوامل فردی و عوامل فرهنگی - اجتماعی دارد. عوامل فردی مدگرایی به سه دسته قابل تقسیم است؛ عامل اول وجود فطرت زیبایی دوستی، میل طبیعی به نوآوری و تنوع‌خواهی و گریز از روزمرگی و جلب محبوبیت در انسان‌ها است، عامل دوم وجود پاره‌ای اختلالات شخصیتی در افراد مانند پرکردن خلاءهای درونی از طریق نمایش ثروت، همانندسازی خود با گروه‌های مرجع بیرونی، ضعف اعتماد به نفس و... است و سومین عامل واکنش منفی به ارزشها و هنجارهای غالب جامعه است. مهم‌ترین عوامل فرهنگی اجتماعی مدگرایی نیز عبارتند از ظهور ایدئولوژی‌های ترغیب‌کننده به لذت‌جویی و تنوع‌خواهی، غلبه فردگرایی، دسترسی آسان به امکانات متنوع رفاهی و تجملی، تبلیغات پر دامنه و وسوسه‌انگیز محیطی، نفوذ فرهنگی جوامع پیشرفته، جهانی شدن، خودباختگی فرهنگی در مقابل الگوهای فرهنگی بیگانه (شرف الدین، ۱۳۹۶: <https://rasanews.ir/fa/news>) بنابراین ضعف فرایند جامعه‌پذیری دینی و تلاش در جهت

الگودهی مناسب به نسل جوان که محصول ضعف عملکرد نهادهای فرهنگی و تربیتی و رسانه‌های جمعی است، عامل اصلی در بروز پدیده‌هایی مانند مدگرایی است. مدگرایی هزینه‌های غیر ضروری را بر خانواده تحمیل می‌کند. بی‌شک کشور ما شرایط سخت اقتصادی را تجربه می‌کند. در چنین شرایطی که مؤلفه‌هایی چون عدم اسراف، استفاده بهینه و مدیریت هزینه و نیاز امری ضروری است، پرداختن به پدیده‌ای چون مدگرایی با مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی در تضاد کامل است. بنابراین بر همه آحاد جامعه لازم است با آگاهی از پیامدهای منفی سیاست مدگرایی در جامعه، و همچنین شناخت ارزش‌های اصیل اسلامی و انسانی و مبنا قرار دادن اصول صحیح برای کسب مطلوبیت، به کنترل علایق و سلیق خویش بپردازند و از گرفتار شدن در دام مدگرایی و تنوع‌طلبی افراطی پرهیز کنند تا جامعه به سوی تحقق اقتصاد مقاوم گام بردارد.

۷. اهتمام به پس‌انداز

آینده‌نگری یکی از ارکان زندگی است که در بعد اقتصادی خانواده با پس‌انداز درآمد امروز برای شرایط نامعلوم پیش‌رو تبلور می‌یابد. مسئله پس‌انداز و سرمایه‌گذاری در منابع اسلامی نیز به‌طور مستقیم با عناوینی از قبیل اصلاح مال (ابن بابویه، ۱۴۱۳: ۳/۱۶۶؛ کلینی، ۱۴۰۷: ۵/۸۷) و استثمار مال (ابن شعبه حرانی، ۱۴۰۴: ۲۸۳؛ کلینی، ۱۴۰۷: ۱/۲۰) و به‌طور غیر مستقیم از طریق حرمت راکد گذاشتن مال (توبه، ۳۴)، حرمت اسراف و تبذیر (اسراء، ۲۸؛ کلینی، ۱۴۰۷: ۳/۵۰۱) و مدح قناعت (ابن شعبه حرانی، ۱۴۰۴: ۸۳؛ احمد بن محمد بن خالد، ۱۳۷۱: ۱/۹) مورد تشویق قرار گرفته است.

هزینه‌های پیش‌بینی نشده در اقتصاد خانواده اجتناب‌ناپذیر است. مدیر خانواده همیشه باید هزینه‌های غیرقابل پیش‌بینی را در بودجه‌بندی لحاظ کند و درآمد باقی‌مانده از تأمین نیازهای واقعی را صرف مصارف غیر ضروری نماید. علاوه بر اینکه یکی از اهداف جوامع، پیشرفت اقتصادی است. پیشرفت اقتصادی مستلزم داشتن تولید فعال، صنعت مجهز، و... است. تحقق این پیش‌نیازها نیازمند سرمایه‌گذاری است. شرط لازم برای

سرمایه‌گذاری نیز، انباشت سرمایه است. بنابراین، رشد پس انداز و تبدیل پس انداز به سرمایه‌گذاری در امر تولید عامل کلیدی در مسیر توسعه اقتصادی است. خانواده به عنوان یکی از منابع انباشت سرمایه، با پس انداز و به کارگیری آن در سرمایه‌گذاری به پیشرفت اقتصادی کشور کمک می‌نماید. (صادقی و همکاران، ۱۳۸۷: ۲۶) براین اساس هرچند امروزه به دلیل گسترش شهرنشینی و مصرف‌گرایی پس انداز در خانواده‌ها کم رنگ شده است، خانواده‌ها باید با احیای فرهنگ پس انداز که مبتنی بر ایمان و پایبندی به آموزه‌هایی چون ترک اسراف، تکاثر و ثروت‌اندوزی است، همچنین با تقویت صفاتی چون ایثار در خانواده برای گذشتن از خواسته‌های غیرضروری، در راه رشد و ارتقای اقتصاد خود و اقتصاد کشور تلاش کنند.

۸. سازواری الگوی مصرف خانوار با جایگاه اقتصادی خانواده

هر خانواده در جامعه دارای طبقه اجتماعی خاص خود است. منظور از طبقه این است که انسان‌ها از حیث امکانات زندگی تفاوت‌هایی دارند. این تفاوت‌ها برخی جبری و برخی اختیاری است. (فرزند وحی و همکاران، ۱۳۹۲: ۵۷)

بر اساس آیه ﴿إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ اتَّقَى﴾ گرامی‌ترین شما نزد خداوند با تقواترین شماست» (حجرات، ۱۳)، طبقات در جامعه جنبه ارزشی ندارد و ملاک ارزشمندی تقوا است. لیکن اقتضای حکمت الهی این است که جامعه انسانی بی‌وجود طبقات شکل‌نگیرد. زیرا انسان‌ها از حیث عقلی، روانی و جسمانی متفاوت هستند. این تفاوت‌ها آن‌ها را دارای مسئولیت‌های گوناگون می‌کند. لذا وجود طبقات در جامعه امری ضروری است. قرآن کریم به این امر تصریح کرده، می‌فرماید: ﴿وَلَوْ شَاءَ رَبُّكَ لَجَعَلَ النَّاسَ أُمَّةً وَاحِدَةً وَلَا يَزَالُونَ مُخْتَلِفِينَ﴾ و اگر پروردگارت می‌خواست همه مردم را امت واحد قرار می‌داد، ولی آن‌ها همواره مختلف‌اند». (هود: ۱۱۸)

براین اساس می‌توان گفت پیدایش طبقات اجتماعی نوعی صبغه الهی داشته و هماهنگ با خلقت است. خداوند در قرآن برای هر طبقه‌ای در جامعه اسلامی حقوق و

سهمی مشخص کرده است. چنان که می‌فرماید: ﴿نحن قسمنا بينهم معيشتهم في الحياة الدنيا ورفعنا بعضهم فوق بعض درجات ليتخذ بعضهم بعضا سخرياً﴾؛ ما معیشت آن‌ها را در حیات دنیا در میان آنان تقسیم کردیم و بعضی را بر بعضی برتری دادیم تا یکدیگر را تسخیر کنند». (زخرف: ۳۲) تعیین سهم اقشار اجتماعی متفرع بر وجود طبقات است. اگر در جامعه‌ای طبقه نباشد، تعیین سهم معنا نخواهد داشت. (جوادی آملی، ۱۳۸۸: ۱۴۷-۱۵۰) از این رو است که تقریباً در تمام جوامع طبقات اجتماعی بر اساس ارزش‌گذاری‌ها دیده می‌شود و در برخی نظریات جامعه‌شناسی تفاوت در استعدادها و محدود بودن منابع و ارتباط بین استعداد بیشتر با بهره‌مندی از منابع بیشتر، اختلاف طبقاتی ذاتی جامعه دانسته شده است. (محمدی، ۱۳۶۶: ۳۳) نیازهای طبقات پایین‌تر اجتماع ممکن است با طبقات بالاتر متفاوت باشد و عرف برای طبقات بالاتر نیازهای بیشتری را منظور نماید. بر این اساس ارتباط طبقه و مصرف باید به گونه‌ای باشد که هیچ یک از طبقات پایین‌تر و بالاتر منابع خود را به بیش از نیازهای واقعی عرفی تخصیص ندهند. (ایروانی، ۱۳۹۰: ۲۷۳)

توجه به سطح خانواده در پرداختن به نیازها و هزینه کردن درآمد، در شرایط کنونی کشور ضرورت بیشتری می‌یابد. امروز اقتصاد مقاومتی راهکاری اساسی برای برون‌رفت از فشار و تحریم محسوب می‌گردد. از مؤلفه‌های تحقق بخش آن، استفاده بهینه از امکانات و پرهیز از اسراف و تجمل‌گرایی است. بی‌شک برای شکل‌گیری این دو مؤلفه، خانواده‌ها باید تلاش کنند در مصرف و هزینه کردن‌ها مطابق وضع اجتماعی خویش مصرف نمایند؛ چنانچه امکان مصرف بیشتر هم برایشان فراهم است، از اسراف و هدر دادن سرمایه پرهیز کنند و آن را در مسیر مفیدی چون کارآفرینی صرف نمایند تا از یک سو سطح اشتغال بالا رود و از سوی دیگر طبقات پایین با دیدن اسراف طبقات بالاتر، به مصرف غیر معروف متمایل نشوند. همچنین با تأکید بر عدم ارزشمندی ذاتی طبقات، به فرزندان خویش پیاموند که قانع باشند و بر اساس آنچه دارند، با خلاقیت و تلاش امکانات بهتری را فراهم نمایند و با توجه دادن آن‌ها به نقاط مثبت زندگی و پرهیز از شکوه و شکایت، فرزندان را به تلاش بیشتر برای داشتن

آینده بهتر تشویق نمایند.

۹. حمایت از کالای ایرانی

یکی از نمادهای اصلی توسعه و رشد اقتصادی، پر و بال دادن به تولیدات داخلی کشورهاست. تولید، موجب نظم رفتاری، نظم فکری و قاعده‌مند شدن زندگی جوامع می‌شود. منطق این استدلال این است که تولیدکنندگان داخلی در مقایسه با تولیدکنندگان خارجی نسبت به بازارهای داخلی محق تر هستند و پول حاصل از فروش در بازار داخلی را بار دیگر در اقتصاد همان کشور سرمایه‌گذاری خواهند کرد. بر این در حال حاضر، با توجه به موج جدید حمایت از صنایع داخلی که جهان را فراگرفته است، ایران نیز باید از صنایع خود به خصوص در بخش تولیدات داخلی، حمایت کند. (راشکی و همکاران، ۱۳۹۷: ۷)

حمایت از تولیدات داخلی با فرهنگ اسلامی نیز هماهنگ است. در اقتصاد مد نظر اسلام سعی بر این است که با استفاده از سلاح پویای اقتصاد، حاکمیت سیاسی دولت اسلامی در روابط با بیگانگان حفظ شود. از آنجا که بزرگترین راه نفوذ آنان تأمین نیازمندی‌های اقتصادی است، از این رو اعمال سیاست اقتصادی خودکفا و همیاری عموم اقشار در قطع وابستگی از مهم‌ترین مسئولیت‌های امت اسلامی است. (جلایان نیا، علی اکبر و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۳۵)

با توجه به ضرورت حمایت از تولیدات ملی، این مهم نباید در مرحله شعار باقی بماند و باید با همدلی در صحنه عمل نیز محقق شود. یکی از حوزه‌های اعمال حمایت، حوزه خانواده است. حمایت از تولیدات داخلی در این حوزه از طریق ارج نهادن به تولیدات داخلی و فرهنگ استفاده از تولید ملی در سه سطح خریداری کالای ملی، تبلیغ و ترویج مصرف آن و تعصب نسبت به کالای ایرانی است.

مفهوم خریداری و ترویج روشن است. تعصب در لغت به معنای طرفداری و مقید بودن به چیزی است. (دهخدا، ۱۳۳۹: ۱۴ / ۷۶۹) در اندیشه اسلامی نیز، تعصب دارای دو نوع مذموم و ممدوح است. تعصب مذموم تعصبی است که با حق نسبتی ندارد، مانند تعصبات