

خانواده و نقش آن در اقتصاد مقاومتی*

□ محمود اصغری^۱

چکیده

خانواده به عنوان واحد کوچکی از اجتماع در توسعه و رشد اقتصادی جامعه نقشی اساسی ایفا می‌کند. در نتیجه میزان، چگونگی و شیوه مصرف و پس‌انداز او در عملکرد و چرخه‌های اقتصاد کشور تأثیر به‌سزایی دارد. مصرف علاوه بر آن که به عنوان هدف تولید و توزیع مورد توجه قرار می‌گیرد، هرگونه تغییر در آن، می‌تواند تأثیر به‌سزایی بر دیگر متغیرهای کلان اقتصادی، از جمله پس‌انداز و سرمایه‌گذاری داشته باشد.

مؤلفه‌های اصلی مصرف که عبارتند از سطح مصرف، ترکیب کالاهای مصرفی و چگونگی مصرف، در بستر فرهنگ خانواده شکل می‌گیرد؛ زیرا خانواده اولین پایگاه تربیت و پرورش منابع انسانی است و از آنجا که فرهنگ مصرفی در خانوارهای کشور ما با اسراف و تبذیر همراه است، اصلاح الگوی مصرف خانوار به دلیل فاصله آن با الگوی مصرف مطلوب اقتصاد مقاومتی و ناهمگونی آن با الزام‌های الگوی مصرف مورد نظر جامعه اسلامی، ضرورتی‌گریز ناپذیر است.

در این پژوهش در پی اثبات این فرضیه هستیم که بین الگوی مصرف و

پس انداز خانواده و اقتصاد مقاومتی رابطه معناداری وجود دارد.

یافته‌های مقاله بیان‌گر آن است که:

- الگوی مصرف خانوار اگر منطبق بر الگوی تولید کشور باشد با اقتصاد مقاومتی سازگار است و اگر منطبق بر الگوی تولید داخلی نباشد به عنصر ضد اقتصاد مقاومتی تبدیل خواهد شد.

- به دلیل این که وضعیت موجود الگوی مصرف خانوار، و رسیدن به وضعیت مطلوب الگوی مصرف خانواده، هر دو در بستر باورها و ارزش‌ها می‌گیرند، تقویت باورهای دینی و بهره‌گیری از آموزه‌های اسلامی در رابطه با مصرف می‌تواند از کارآمدی بالایی برخوردار باشد.

- در کوتاه مدت نیز می‌توان از طریق تقویت فرصت‌های سرمایه‌گذاری جهت جذب پس‌اندازهای کم همراه با تبلیغ آثار مثبت آن در اقتصاد، راه را برای کاهش مصرف و افزایش پس‌انداز هموار نمود.

واژگان کلیدی: خانواده، اقتصاد مقاومتی، مصرف بهینه، پس‌انداز.

مقدمه

پژوهش‌های اقتصادی پژوهش‌گران مسلمان به خوبی بیان‌گر این حقیقت است که اسلام از پتانسیل بالایی در رابطه با تشریح احکام و قوانین اقتصادی در رابطه با مصرف بهینه، که یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌ها و ارکان اصلی اقتصاد مقاومتی است، برخوردار است.

«میراث بزرگی از حکمت‌ها و آیه‌های قرآنی است که میانه‌روی و عقلانی بودن در مصرف را ستوده و اسراف، تقلید از دیگران و مصرف بیهوده را نکوهش کرده است» (قحف، ۱۳۸۴، ص ۱۶۷).

امروزه برخی از صاحب‌نظران در مسائل اقتصادی و اجتماعی جهان، همچون شوماخر، بر این باورند که تنها از طریق تقویت باورهای ایمانی است که می‌توان جلوی مصرف بیش از حد را گرفت.

«فوری‌ترین نیاز زمان ما لزوم بازساخت ماوراءالطبیعه است و خواهد بود و باید عالی‌ترین کوششمان را در راه روشن ساختن ایمان عمیقمان درباره مسئله «انسان چیست؟»، «از کجا آمده است؟» و «هدف زندگی چیست؟» به کار بریم» (ریف کین، ۱۳۷۴، ص ۲۴۸).

در راستای اهمیت همین تغییر نگاه به مصرف و پرهیز از مصرف‌گرایی است که نویسنده کتاب نگاهی نو به توسعه می‌نویسد:

«نظام ارزشی جدید نباید اکثریت مردم دنیا را به احساس شرم درباره عادات مصرفی معتدل خود وادار نماید، بلکه باید در جهتی حرکت کند که ثروتمندان ننگ و پستی عادات مصرفی خود و وحشی‌گری مضاعف استفاده از دیگران برای نیل به این عادات مصرفی را به چشم ببینند (زاکس، ۱۳۷۷، ص ۶۳).

در نظریه‌های اقتصادی نقش خانوار، هم به عنوان مصرف‌کنندگان کالاها و خدمات و هم به عنوان تولیدکنندگان کالا و خدمات بسیار حائز اهمیت است. اقتصاد خانواده که در واقع به معنای چگونگی ساماندهی و مدیریت منابع خانه است، نقش مهمی را در اقتصاد کشورها ایفا می‌کند.

بر این اساس، خانواده سازمانی است که در تولید، توزیع و نیز مصرف کالاها نقش به‌سزایی دارد و هر یک از اعضای خانواده نقش مهمی در ساماندهی و مدیریت «تیم اقتصادی خانواده» را به عهده دارند.

فرض ما این است که بهره‌گیری از آموزه‌های دینی در اقتصاد خانواده و ترسیم درست در برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح رفتار اقتصادی آن از دو جهت حائز اهمیت است. از یک سو، می‌تواند در توسعه و تقویت اقتصاد خانواده نقش مؤثری ایفا نماید، و از دیگر سو می‌تواند یکی از ارکان اصلی اقتصاد مقاومتی، یعنی مصرف بهینه است را شکل دهد.

ضرورت مسأله

اهمیت اقتصاد مقاومتی از آن‌جا ناشی می‌شود که تلاش دشمنان انقلاب اسلامی برای متوقف کردن روند پیشرفت انقلاب در سال‌های اخیر بیش از هر زمان دیگری بر عرصه اقتصاد تمرکز یافته است.

این در حالی است که وضعیت فعلی اقتصادی کشور با اقتصاد مقاومتی فاصله نسبتاً زیادی دارد. شاهد بر این ادعا، در بخش مصرف خانوار، وجود اسراف و

تبدیر در بازار مصرف، حاکمیت فرهنگ مصرف‌گرایی، تمایل به ترجیح مصرف کالای خارجی، بر کالاهای تولید داخلی است.

در بخش پس‌انداز، به جای استفاده از پس‌اندازها در سرمایه‌گذاری در بخش تولید و ایجاد اشتغال، پس‌اندازها نیز صرف خرید کالاهای بادوام، که در واقع یک نوع کنز مازاد درآمد در قالب خرید کالاهای بادوام است صورت گرفته، و یا وارد بازار سفته‌بازی می‌شود.

روش تحقیق

در این پژوهش همانند همه پژوهش‌های مشابه خود، روش کار کتابخانه‌ای است؛ که با استفاده از روش توصیفی - تحلیلی در پی اثبات فرضیه خود می‌باشد.

فرضیه پژوهش

فرضیه‌ای که در این مقاله در پی اثبات آن هستیم این است که بین اقتصاد خانواده و اقتصاد مقاومتی رابطه معناداری وجود دارد. براین اساس مدیریت صحیح مصرف و پس‌انداز در خانوار، بستری مناسب را برای اقتصاد مقاومتی فراهم می‌سازد.

پیشینه تحقیق

در رابطه با پیشینه تحقیق باید گفت، اگر چه درباره موضوعاتی مانند خانواده، تحقیقات زیادی صورت گرفته و در قالب کتاب و یا مقاله در مجلات به چاپ رسیده است؛ همچنین در رابطه با اقتصاد مقاومتی تعداد محدودی کتاب و مقاله منتشر شده است؛ اما این که این دو موضوع (خانواده و نقش آن در اقتصاد مقاومتی) با هم به صورت یک مسأله پژوهشی مورد بررسی قرار گرفته باشد به نظر کاری انجام نشده است.

بخش اول: تعاریف و مفاهیم

واژه خانواده

﴿۸۳﴾

«خانواده» گروه کوچکی است که حد فاصل بین فرد و جامعه قرار گرفته است (ساروخانی، ۱۳۸۲، ص ۱۳۶).

خانواده در آموزه های اسلامی نیز به عنوان یک واحد اجتماعی در نظر گرفته شده و مسئولیت افراد در قبال خانواده در جنبه های اقتصادی و تربیتی در قرآن و روایات معصومین علیهم السلام از اهمیت ویژه ای برخوردار است تا جایی که در سوره مبارکه فرقان، قرآن آن جایی که به توصیف و تمجید عباد الرحمن می پردازد؛ یکی از ویژگی های ممتاز آنان را توجه به اعضای خانواده و تقاضای داشتن بهترین افراد خانواده و دعای در حق آنان بیان می کند ﴿وَالَّذِينَ يَقُولُونَ رَبَّنَا هَبْ لَنَا مِنْ أَزْوَاجِنَا وَذُرِّيَّاتِنَا قُرَّةَ أَعْيُنٍ﴾ (فرقان/۷۴).

نکته مشترکی که هنوز در اکثر تعاریف مربوط به خانواده در نظر گرفته می شود این است که خانواده کوچک ترین واحد اجتماعی است که ثبات جامعه وابسته به ثبات و استحکام آن است و ارتباطات سالم و مناسب در جامعه براساس مناسبات متعادل و متوازن در خانواده به وجود می آید.

مفهوم اقتصاد مقاومتی

مقام معظم رهبری علیه السلام در تعریف و تبیین معنا و مفهوم اقتصاد مقاومتی فرمودند:

«... اقتصاد مقاومتی معنایش این است که ما یک اقتصادی داشته باشیم که هم روند رو به رشد اقتصادی در کشور محفوظ بماند، هم آسیب پذیری اش کاهش پیدا کند...» (مقام معظم رهبری، ۱۳۹۱/۶/۲).

تعاریف دیگری که صاحب نظران در رابطه با معنا و مفهوم اقتصاد مقاومتی بیان نموده اند به نوعی شرح و توضیح و تبیین کلام رهبری است. نمونه هایی از آن تعاریف بدین قرارند:

خوش چهره (۱۳۹۱): اقتصاد مقاومتی کاهش وابستگی ها و تأکید بر

مزیت‌های تولید داخل و تلاش برای خوداتکایی است. موسوی (۱۳۹۲): اقتصاد مقاومتی یعنی تشخیص حوزه‌های فشار در شرایط کنونی تحریم، و در پی آن تلاش برای کنترل و بی‌اثر کردن، و در شرایط آرمانی تبدیل چنین فشارهایی به فرصت، که قطعاً باور و مشارکت همگانی و اعمال مدیریت‌های عقلایی و مدبرانه پیش شرط و الزام چنین موضوعی است. صادقی شاهدانی (۱۳۹۱): اقتصاد مقاومتی یعنی این که مردم الگوی مصرف خود را تغییر دهند و از مصرف کالای خارجی به سمت مصرف کالای داخلی حرکت کنند.

جامی، ایمانی مقدم، تنها (۱۳۹۱): اقتصاد مقاومتی سیستمی است که در صدد است با محوریت توسعه منابع انسانی، انضباط و قانون‌مندی رشد و پایداری اقتصادی را برقرار سازد (جامی، ایمانی مقدم، تنها، ۱۳۹۱، ص ۱۸۲). همه این تعاریف بازگشت به تعریفی است که مقام معظم رهبری علیه‌السلام از اقتصاد مقاومتی نمودند. تعریف مورد نظر ما نیز از اقتصاد مقاومتی همین تعریف رهبری است.

دوم: نقد و بررسی تأثیر اقتصاد خانواده بر اقتصاد مقاومتی مفهوم شناسی اقتصاد خانواده و اقتصاد مقاومتی

اگر موضوع علم اقتصاد را بررسی رفتارهای انسان در جریان عادی زندگی، یعنی کسب درآمد و بهره‌برداری از آن برای جریان زندگی بدانیم (مارشال، ۱۳۴۰، ص ۲۰) می‌توان گفت که اقتصاد خانواده علم تدبیر منزل، اداره منابع مالی خانواده، و برقراری تعادل بین درآمد و هزینه در خانواده است.

بنابراین، منظور ما از اقتصاد خانواده، عبارت است از تخصیص بهینه منابع محدود قابل دسترس به نیازهای خانواده به دور از اسراف و تبذیر.

در این تعریف منظور از «منابع» همان مبادی و راه‌های درآمدی خانواده است که به طور طبیعی محدود، اما قابل حصول است؛ و نیازها همان مسائل متعددی

است که بقا و شالوده خانواده به ارضای آنها بستگی دارد، و به طور کلی شامل نیازهای اولیه و ثانویه خانواده می باشد. سرپرست خانواده با در نظر گرفتن درآمد محدود و وجود نیازهای اساسی باید بهترین ترکیب را در میزان هزینه‌ها به وجود آورد و از درآمد حاصل، بهره‌برداری بهینه کند.

تأثیرپذیری تمامی بخش‌ها از خانواده

از آنجا که خانواده به عنوان کوچک‌ترین واحد اجتماع، محل اصلی زندگی، مصرف، تربیت و سایر آموزش‌های انسان بوده و رفتار تمامی کارکنان و شاغلین متأثر از فرهنگ خانواده آنهاست (ر.ک: وثوقی و نیک خلق، ۱۳۷۱، ص ۱۷۳)، اگر خانواده‌ها از جنبه فرهنگ و الگوهای رفتاری و طرز نگرش به امور اقتصادی پیشرفت کنند، می‌توان گفت فرهنگ کار و تولید، مصرف و پس‌انداز در کشور پیشرفت کرده است.

خانواده نیز با برخورداری از دو عامل مهم تولید، یعنی «سرمایه» و «نیروی انسانی»، یک واحد اقتصادی است. از این رو، خانواده بنگاه اقتصادی کوچکی تلقی شده که نیاز به مدیریت منابع دارد. از منظر دینی، صرفه جویی، قناعت و پرهیز از تجمل‌گرایی و چشم و هم چشمی لازمه اجرای مدیریت صحیح اقتصادی خانواده‌ها و تضمین کننده موفقیت آنان در بعد اقتصادی است.

اقتصاد مقاومتی

با توجه به تعریفی که از اقتصاد مقاومتی مورد پذیرش قرار گرفت، اقتصاد مقاومتی مجموعه‌ای از استراتژی‌هایی است که هم روند رو به رشد اقتصادی در کشور محفوظ بماند، هم آسیب‌پذیری‌اش کاهش پیدا کند (مقام معظم رهبری، ۱۳۹۱/۶/۲).

در این استراتژی تمامی عوامل اقتصادی، اعم از دولت، تولیدکنندگان و خانوارها وظایفی را عهده‌دار می‌شوند که اجرای آنها نه تنها آسیب‌پذیری اقتصاد

در شرایط تحریم را به صفر می‌رساند، بلکه باعث شکوفایی و رشد اقتصادی در شرایط مذکور نیز می‌شود. راهبردهای مردمی کردن اقتصاد، کاهش وابستگی به نفت، استفاده حداکثری از زمان، منابع و امکانات، حرکت براساس برنامه، وحدت و همبستگی، حمایت از تولید ملی و مدیریت منابع ارزی، راهبرد خاص دولت و مدیریت مصرف، راهبرد مشترک آحاد ملت و دولت است.

با نقد و بررسی تأکیدات رهبری در زمینه این راهبردها، می‌توان پی به اهمیت و وزن بالای راهبرد مدیریت مصرف در برابر سایر استراتژی‌ها برد. مقام معظم رهبری علیه السلام در دیدار با کارگزاران نظام، در زمینه مدیریت مصرف، به عنوان یکی از استراتژی‌های اقتصاد مقاومتی، فرمودند:

مسأله مدیریت مصرف، یکی از ارکان اقتصاد مقاومتی است؛ یعنی مصرف متعادل و پرهیز از اسراف و تبذیر. هم دستگاه‌های دولتی، هم دستگاه‌های غیردولتی، هم آحاد مردم و خانواده‌ها باید به این مسأله توجه کنند که این واقعاً جهاد است. امروز پرهیز از اسراف و ملاحظه تعادل در مصرف، بدون شک در مقابل دشمن، یک حرکت جهادی است. انسان می‌تواند ادعا کند که این اجر جهاد فی سبیل الله را دارد. یک بُعد دیگر این مسأله تعادل در مصرف و مدیریت مصرف، این است که ما از تولید داخلی استفاده کنیم؛ این را همه دستگاه‌های دولتی توجه داشته باشند. دستگاه‌های حاکمیتی، مربوط به قوای سه‌گانه - سعی کنند هیچ تولید غیرایرانی را مصرف نکنند؛ همت را بر این بگمارند. آحاد مردم هم مصرف تولید داخلی را بر مصرف کالاهایی با مارک‌های معروف خارجی - که بعضی فقط برای نام و نشان، برای پُز دادن، برای خودنمایی کردن، در زمینه‌های مختلف دنبال مارک‌های خارجی می‌روند - ترجیح بدهند. خود مردم راه مصرف کالاهای خارجی را ببندند (مقام معظم رهبری، ۱۳۹۱/۶/۲).

اهمیت مصرف و وزن آن در اقتصاد به طور عام و در اقتصاد مقاومتی به گونه‌ای خاص به اندازه‌ای است که به تعبیر نویسنده کتاب *اقتصاد ایران* «اگر بخواهیم ساختار واردات و تولید خود را تغییر دهیم، راهی به جز تغییر الگوی

مصرفی نداریم» (ابریشمی، ۱۳۷۵، ص ۲۶۴).

نقش خانواده در اقتصاد مقاومتی

نقش خانواده در اقتصاد مقاومتی از دو جهت قابل نقد و بررسی است:

الف - از جهت مصرف

برنامه‌ریزی جهت مدیریت بهینه مصرف

در کوتاه‌مدت می‌توان از دو طریق به اعمال مدیریت در مصرف خانوار پرداخت:

۱. جذب پس‌اندازها

از جمله عوامل اصلی مصرف نامتعادل خانوار، فقدان مکانیسمی برای جذب پس‌اندازهای خرد آنهاست. گروه‌های متوسط جامعه معمولاً سرمایه‌های خردی در دست دارند که به واسطه عدم جذب در بازارهای مالی، در نهایت به مصرف مسافرت‌های پی‌درپی و پُر هزینه، تعویض‌های مکرر لوازم خانگی و خرید لوازم لوکس غیر ضروری منجر می‌شود. بنابراین اولین راهبرد کوتاه‌مدت در زمینه مدیریت مصرف خانواده، ایجاد مکانیسم جذب سرمایه‌های خرد توسط بازار (به ویژه بازارهای مالی) است.

۲. جهت‌دهی به مدگرایی

طریق دیگر را می‌توان در جهت‌دهی به مدگرایی در بین جوانان دانست، زیرا مسأله پیروی از مد در عصر کنونی، اگر قابل مهار نباشد، بی‌تردید قابل هدایت است. بی‌توجهی و عقب رفتن نهادهای مبلغ سبک زندگی اسلامی، و حضور کم رنگ و یا بی‌رنگ آنها در این جا به خوبی خود را نمایان می‌سازد تا جایی که حتی برخی از کودکان و نوجوانان ما عکس قهرمانان داستان‌های چینی و ژاپنی را بر روی کیف مدرسه خود می‌پسندند (دروگر، ۱۳۹۳، ص ۷۱).

اگر تولیدکنندگان داخلی بتوانند با برندسازی، افزایش تنوع و کیفیت محصول وارد بازار مد شوند، نه تنها با استقبال خانواده‌ها، به رشد درآمد ملی کمک می‌کنند، بلکه وابستگی کنونی به واردات کالاهای مصرفی کاهش خواهد یافت.

بهره‌گیری از الگوی مصرف اسلامی در بلند مدت

مدیریت بهینه مصرف خانوار زمانی تحقق می‌یابد که الگوی مصرف فعلی خانواده به سمت «الگوی مصرف اسلامی» حرکت کند و اصلاح شود. اهمیت وجود الگوی مصرف صحیح تا جایی است که از نظر علمی، اولین و مهم‌ترین قدم برای اصلاح نظام اقتصادی، اصلاح الگوی مصرف است؛ زیرا غایت تولید کالا و خدمات در یک کشور مصرف آنهاست. از این رو، حاکمیت مصرف‌کننده بر اقتصاد یک امر عقلایی است. بنابراین، اصلاح الگوی مصرف خانوار سرآغازی برای اصلاح تولید و به طور کلی، اصلاح نظام اقتصادی است (میرمعزی، ۱۳۸۸، مقدمه کتاب).

براین اساس، می‌توان اصلاح الگوی مبتنی بر الگوی مصرف اسلامی را راهبرد بلندمدت در راستای تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی دانست.

ب - از جهت پس‌انداز

رشد پس‌انداز در اقتصاد و تبدیل پس‌انداز به سرمایه‌گذاری در امر تولید و ایجاد اشتغال عامل کلیدی در مسیر توسعه اقتصادی است. آینده‌نگری نیز یکی از مهم‌ترین ارکان زندگی است که در بعد اقتصادی با پس‌انداز از درآمد امروز برای شرایط نامعلوم پیش‌رو تبلور می‌یابد. هر چند این امر در کشور ما با مفهوم پس‌انداز برای روز مبادا از گذشته وجود داشته است، ولی در چند دهه اخیر با گسترش پدیده شهرنشینی و در پی آن غلبه فرهنگ مصرف‌گرایی بر فرهنگ پس‌انداز، روز به روز کم‌رنگ‌تر شده است.

آنچه بیش از خود پس انداز اهمیت دارد، چگونگی این پس انداز است؛ چرا که تنها با پس انداز به شیوه مناسب است که این پس اندازها در قالب سرمایه می تواند در مسیر صحیح خود به کار گرفته شود و در غیر این صورت در شرایطی که شرایط مناسبی برای پس انداز و سرمایه گذاری تعریف نشده باشد، منابع مالی حاصل از این طرح به بازار مصرف سرازیر می شود که این امر حاصلی جز افزایش لجام گسیخته مصرف را در پی نخواهد داشت.

در پژوهشی که نویسنده کتاب *سازمان های پولی و مالی* در این رابطه انجام داده است. در اقتصاد کشورهای در حال توسعه، از جمله ایران، مشکلات متعددی در راه جمع آوری و هدایت پس انداز به سمت سرمایه گذاری وجود دارد. به نظر این نویسنده، یکی از مهم ترین این مشکلات آن است که خانوارها پس اندازهای خود را در راه غیر تولیدی به کار می گیرند (محمودزاده، ۱۳۸۴، ص ۲۶).

نرخ تورم بالا

از مشکلاتی که در اقتصاد کشور مانع از رشد پس انداز و سرمایه گذاری شده است، بالا بودن نرخ تورم است. در چنین شرایطی افراد ترجیح می دهند به جای آن که با سپرده گذاری در بانک، شاهد کاهش ارزش پول هایشان در مقابل تورم حاکم بر جامعه باشند، آن را صرف خرید کالا کنند (ر.ک: تفضلی، ۱۳۶۸، ص ۴۴۴).

در واقع برای مردم به تجربه ثابت شده که خرید زمین و طلا و فعالیت های مشابه آن در محیط تورمی منفعت بیشتری دارد، به طوری که اوراق بهادار با سودهای بالا نیز نمی تواند در چنین شرایطی به خوبی، سرمایه های کوچک را جذب کند.

عوامل مؤثر در تقویت پس انداز

راه‌هایی برای افزایش انگیزه پس انداز می‌توان در نظر گرفت که عبارتند از:

- تقویت فرصت‌های سرمایه‌گذاری خرد همراه با تبلیغ آثار مثبت آن در اقتصاد خانواده، همچون تقویت بازار بورس اوراق بهادار و سرمایه‌گذاری در این بازار، که مهم‌ترین بخش بازار سرمایه کشور را شکل می‌دهد و به عنوان رکن اساسی بازار تشکیل سرمایه، جذب و هدایت نقدینگی سرگردان و پراکنده جامعه به مسیرهای بهینه است (علی پور، پدرام، بشیری دزفولی، ۱۳۹۰، ص ۱۰۳).

البته توجه خانواده‌ها به این بازار نیاز به تبلیغ و فرهنگ سازی در درازمدت دارد.

- چرخه سرمایه‌گذاری در بسیاری از موارد طولانی و پرفراز و نشیب است. کوتاه کردن مسیر سرمایه‌گذاری و برداشتن موانع سرمایه‌گذاری می‌تواند عرضه سرمایه توسط خانوارها را تقویت نماید و نرخ مصرف غیرضروری را کاهش دهد. هر چه مشکلات سرمایه‌گذاری کاهش پیدا کند انگیزه سرمایه‌گذاری بالا و جذابیت آن بالاتر می‌رود و در عوض جذابیت مصرف غیرضروری کاهش و در نتیجه این آثار را در پی خواهد داشت (ابریشمی، ۱۳۷۵، ص ۳۳۱).

۱. کاهش نرخ مصرف کالاهای غیرضروری؛
۲. کاهش نرخ گردش مالی و سرمایه در فعالیت‌های دلالتی بازرگانی؛
۳. افزایش صادرات به دلیل قبضه شدن مصرف در داخل و امکان صدور کالای بیشتر به خارج؛
۴. کاهش فشار تورمی در بازار داخلی؛
۵. رشد جذابیت سرمایه‌گذاری سبب رشد جذابیت پس انداز می‌شود.

- تقویت و توسعه تعاونی‌های تولیدی و تشویق افراد به مشارکت فعال در تعاونی‌ها می‌تواند جاذبه خوبی در جذب پس اندازها و سرمایه‌های خرد خانواده‌ها داشته باشد. مشارکت غیرفعال فقط می‌تواند از طریق جذب سرمایه خانوارها انجام شود (حداد پور، ۱۳۹۱).

قانون اساسی و سیاست‌های کلی اصل ۴۴، و تلاش برای رساندن سهم بخش

تعاونی‌ها در اقتصاد به ۲۵ درصد، بستر مناسبی را برای این کار به وجود آورده است (قبری، صادقی، ۱۳۸۶، ص ۵۰۹). اگر این اتفاق بیفتد کم‌ترین اثر مفید آن در اقتصاد، بالا بردن نرخ پس‌انداز خواهد بود. زیرا تسهیل کسب سود اولاً انگیزه کنونی ذخیره‌سازی و کنز مازاد درآمد، یعنی پس‌انداز را به شکل کالاهای بادوام کاهش، و ثانیاً از ولع بازار مصرف کاسته، در نتیجه انگیزه برای سرمایه‌گذاری‌های خرد و کلان را در اقتصاد افزایش خواهد داد (یوسفی، ۱۳۸۹، ص ۳۸).

- توجه به اقتصاد خانواده و برنامه‌ریزی برای آینده آن از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. زیرا برنامه‌ریزی برای آینده زندگی در تمامی خانواده‌ها مطرح است. در بطن یک مدل سیستمی اقتصاد خانواده، خانواده و اقتصاد آن را نمی‌توان از هم مجزا کرد. بنابراین زمانی که برای هر یک از آنها برنامه‌ریزی می‌کنیم، ناگزیریم دیگری را نیز مد نظر قرار دهیم. توجه به نیازهای آتی خانواده و همچنین شناخت فرصت‌ها و تهدیدهای اقتصاد خانواده در این راستا اهمیت دارد. در آموزه‌های دینی از این مسأله به عنوان «تقدیر معیشت» نام برده می‌شود که در واقع نوعی تنظیم مصرف با درآمد و پرورش روح انضباط مالی و نظم اقتصادی و لزوم پس‌انداز و آینده‌نگری است. اهمیت این مطلب تا جایی است که از آن در بیان امام باقر علیه السلام به عنوان یکی از سه ارکان کمالات دانسته شده است.

«الکَمَالُ کُلُّ الْکَمَالِ التَّفَقُّهُ فِی الدِّینِ وَ الصَّبْرُ عَلَی النَّائِبَةِ وَ التَّقْدِیرُ الْمَعِیْشَةَ» (کلینی، ۱۳۶۰، ج ۱، ص ۳۲؛ مجلسی، ۱۴۰۴ق، ج ۷۸، ص ۱۷۲)؛ کمال و بلکه همه کمال انسانی در سه چیز است: دانا بودن در دین و احکام آن، شکیا بودن در ناراحتی‌ها و مصائب و برنامه‌ریزی درست در اقتصاد زندگی.

- برنامه‌ریزی جهت انجام مشاوره‌های اقتصادی خانواده، زیرا برخی از خانواده‌ها در مدیریت اقتصادی خود از توان لازم برخوردار نیستند و یا این که با مسائل و مشکلاتی مواجه می‌شوند که به تنهایی از عهده انجام آن بر نمی‌آیند.

- افزایش سطح دانش اقتصادی خانواده، ابتدایی‌ترین مرجع برای افزایش سطح دانش و آگاهی و به روزماندن، کتاب‌ها و نشریات است. ارائه آموزش‌های لازم به فرزندان و ارتقاء سطح عمومی دانش اقتصادی خانواده می‌تواند زمینه خوبی برای تصمیم‌گیری‌های صحیح اقتصادی باشد.

- توجه به آموزه‌های دینی و قوانین مذهبی، ترویج مسائل اقتصاد اسلامی در خانواده می‌تواند علاوه بر تقویت اقتصاد خانواده و قوام بخشیدن به آن، منافع اخروی هم در پی داشته باشد، زیرا دقت در احکام و دستورهای اسلامی انسان مسلمان را به چنین باوری می‌رساند که رویکرد اسلام در بحث منافع فردی و منافع اجتماعی - با همه اهمیت‌ها - برای هر دو قائل است - آنجایی که بین آن دو قابل جمع نیست دعوت به ایثار و گذشتن از منافع فردی و توجه به منافع اجتماعی است. بدین معنا که اگر انسان در جایی به انتخاب بین منافع فردی و جامعه مخیر باشد، در صورتی که منافع جامعه را مقدم بدارد به عمل و انتخاب وی پاداش اخروی تعلق می‌گیرد. از این افراد در کلام علی علیه السلام این گونه تمجید و تحسین شده است:

«إِنَّ لِلَّهِ سُبْحَانَهُ عِبَادًا يَخْتَصِمُهُمُ بِالنَّعْمِ لِمَنَافِعِ الْعِبَادِ يُقْرَهُهَا فِي أَيْدِيهِمْ مَا بَدَلُوهَا فَإِذَا مَنَعُوهَا نَزَعَهَا مِنْهُمْ وَ حَوَّلَهَا إِلَى غَيْرِهِمْ» (آمدی، ۱۳۶۶، ص ۹۳)؛ به راستی که خداوند سبحان را بندگانی است که نعمت‌های خود را، برای منافع دیگر بندگانش، به آنها اختصاص داده است، و مادام که آنها در کار بذل و بخشش از آن نعمت هستند این نعمت‌ها در دست آنان باقی است.

در پژوهشی که عزتی و شفیعی (۱۳۹۱) در رابطه با «برآورد اثر بازار مالی و سرمایه مذهبی بر انفاق در ایران» انجام داده‌اند به این نتیجه رسیده‌اند که سرمایه مذهبی بر اقتصاد جامعه تأثیر به‌سزایی دارد (عزتی و شفیعی، ۱۳۹۱، ص ۸۲).

بر مبنای این پژوهش وجود سرمایه مذهبی در خانواده‌ها می‌تواند علاوه بر تأثیر در اصلاح الگوی مصرف، نقش مؤثری در پس‌انداز جهت تقویت قرض - الحسنه و نیز سرمایه‌گذاری به انگیزه سود را در جامعه رونق بخشد (میرمعزی،

۱۳۸۷، ص ۱۹۳).

﴿۹۲﴾

در راستای عمل به آموزه‌های اقتصادی اسلام در جامعه و خانواده‌های مسلمان است که برخی مانند نویسنده کتاب *درآمدی بر اقتصاد اسلامی* و نیز نویسنده *سیاست‌های اقتصادی در اسلام* تا جایی پیش رفته‌اند که معتقدند اسلام به مصرف و اصلاح الگوی آن به گونه‌ای توجه کرده و مکانیزم آن را به نوعی طراحی نموده است که رکود و تورم به همراه نخواهد داشت؛ زیرا در صورت فراوانی کالاها و افزایش تولید با توجه به تشویق اسلام به گشایش در زندگی و استفاده از نعمت‌های الهی، فراوانی کالا سبب بیش از حد پایین آمدن قیمت‌ها نخواهد شد؛ و در حالت عکس آن که تولید به هر علتی کاهش یابد و گرانی ناشی از کمی کالا بر جامعه حاکم باشد، با توجه به سفارش اسلام به قناعت و زهد و رعایت حال دیگران، کمبود کالا سبب تورم نخواهد شد (ر.ک: دفتر همکاری حوزه و دانشگاه، ۱۳۷۲، ص ۴۱۱؛ فراهانی فرد، ۱۳۸۱، صص ۱۱۹-۱۲۰).

نتیجه‌گیری

جایگاه خانواده‌ها در اقتصاد مقاومتی، که موضوع مورد بحث این نوشتار را شکل داده است، به مسأله مدیریت بهینه مصرف و اصلاح الگوی آن، و اهمیت دادن به پس‌انداز در خانواده، به عنوان دو راهبرد بلندمدت در اقتصاد مقاومتی پرداخته است؛ زیرا:

اولاً، خانواده تنها منبع عرضه‌کننده منابع انسانی است؛

ثانیاً، خانواده‌ها می‌توانند با مدیریت بهینه منابع مالی خود و همچنین آموزش به فرزندان نقش چشم‌گیری در تحول اقتصادی و شکوفایی اقتصاد در راستای تحقق اقتصاد مقاومتی در کشور داشته باشند.

ثالثاً، از آنجا که الگوی مصرف خانواده ارتباط تنگاتنگی با باورها و ارزش‌های اساسی و هنجارهای پذیرفته شده اجتماعی دارد، تغییر آن زمان بر و

نیاز به برنامه‌ریزی و کار مداوم فرهنگی در درازمدت را دارد. بر این اساس، تقویت باورهای دینی و بهره‌گیری از آموزه‌های اسلامی در باب مصرف و پس‌انداز می‌تواند نقش مؤثری در اصلاح الگوی مصرف خانوار داشته باشد. رابعاً، در کوتاه مدت نیز از طریق آسان‌سازی جذب پس‌اندازهای کم خانواده‌ها، و تغییر هر چند ناچیز الگوی مصرف کنونی خانوار، و در نتیجه کاهش آهنگ رشد مصرف کالاها و صرفه‌جویی در هزینه‌های واردات کالاهای مصرفی غیر ضروری، می‌توان انباشت سرمایه در کشور را تسریع نمود و از این طریق امکان افزایش ظرفیت‌های تولیدی را فراهم آورد؛ و گام‌های هر چند کوتاهی را برای رفتن به سمت اقتصاد مقاومتی برداشت.

منابع و مأخذ

۱. قرآن کریم.
۲. آمدی، عبدالواحد بن محمد تمیمی (۱۳۶۶)، *غرر الحکم و درر الکلم*، قم، دفتر تبلیغات اسلامی.
۲. ابریشمی، حمید (۱۳۷۵)، *اقتصاد ایران*، بی‌جا، شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.
۳. تفضلی، فریدون (۱۳۶۸)، *اقتصاد کلان نظریه‌ها و سیاست‌های اقتصادی*، تهران، نشر نی، سوم.
۴. جامی، علیرضا؛ ایمانی مقدم، حمید رضا و تنها، مجتبی (۱۳۹۱)، *راهبردهای افق روشن با رویکردی بر اقتصاد مقاومتی*، مشهد، سخن گستر.
۵. حر عاملی، محمد بن حسن (۱۴۰۳ق)، *وسائل الشیعه*، تهران، مکتبه الاسلامیه.
۶. حدادپور، کاوه (۱۳۹۱)، «تعاون و نقش آن در توسعه اقتصادی کشور»، <http://alborz.mcls.gov.ir/fa/article/116>
۷. دروگر، خدیجه (۱۳۹۳)، «چالش‌های سبک زندگی در خانواده ناشی از ناآشنایی با حقایق اسلامی»، فصلنامه پژوهش‌های اجتماعی اسلامی، ش ۱۰۰.
۸. زاکس، ولفگانگ (۱۳۷۷)، *نگاهی نو به مفاهیم توسعه*، ترجمه فریده فرهی و وحید بزرگی، تهران، مرکز نشر.
۹. ریف کین، جرمی و هوارد (۱۳۷۴)، *جهان در سرایشی سقوط*، ترجمه محمود بهزاد، تهران، سروش.
۱۰. ساروخانی، باقر (۱۳۸۲)، *مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی خانواده*، تهران، سروش.
۱۱. صادقی شاهدانی، مهدی (۱۳۹۱)،

- http://www.khorshidonline.com/?itemcode=0-43-1692
۱۲. عزتی، مرتضی و شفیع، علی (۱۳۹۱)، «برآورد اثر بازار مالی و سرمایه مذهبی بر انفاق در ایران»، فصلنامه اقتصاد اسلامی، ش ۴۶.
۱۳. علی پور، بهزاد؛ پدرام، مهدی و بشیری دزفولی، فاطمه (۱۳۹۰)، «بررسی تأثیر توسعه بازار بورس اوراق بهادار بر رشد اقتصاد ایران»، فصلنامه راهبرد یاس، ش ۲۷.
۱۴. خوش چهره، محمد (۱۳۹۱)، <http://www.abna.ir/print.asp?lang=1&id=332963>.
۱۵. دشتی، محمد (۱۳۷۹)، ترجمه نهج البلاغه، قم، پرهیزکار.
۱۶. دفتر همکاری حوزه و دانشگاه (۱۳۷۲)، درآمدی بر اقتصاد اسلامی، تهران، سمت، چاپ چهارم.
۱۷. فراهانی فرد، سعید (۱۳۸۱)، سیاست‌های اقتصادی در اسلام، تهران، مؤسسه فرهنگی دانش و اندیشه معاصر.
۱۸. قحف، منذر (۱۳۸۴)، «توسعه پایدار در کشورهای اسلامی»، ترجمه سعید و محمد علی فراهانی فرد، فصلنامه اقتصاد اسلامی، ش ۱۷.
۱۹. قنبری، علی و صادقی، حسین (۱۳۸۶)، تحولات اقتصاد ایران (۱)، تهران، سمت.
۲۰. کلینی، محمد بن یعقوب (۱۳۶۰)، اصول کافی، تهران، دفتر نشر فرهنگ اهل بیت (علیهم‌السلام).
۲۱. مارشال، آلفرد (۱۳۴۰)، اصول علم اقتصاد، ترجمه حسین مؤتمن، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
۲۲. میرمعزی، سید حسین (۱۳۸۸) اصلاح الگوی مصرف، تهران، پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
۲۳. محمود زاده، رضا (۱۳۸۴) سازمان‌های پولی و مالی، مشهد، انتشارات کنکاش دانش.
۲۴. مقام معظم رهبری <http://www.khamenei.ir>
۲۵. مجلسی، محمد باقر (۱۴۰۴ق)، بحارالانوار لدرر اخبار الائمة الاطهار، بیروت، مؤسسه الوفاء.
۲۶. موسوی، سید علی (۱۳۹۲)، <http://daneshgahnews.com/0fa17729idcontent.htm>.
۲۷. میرمعزی، سید حسین (۱۳۸۷)، اقتصاد کلان با رویکرد اسلامی، تهران، پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
۲۸. یوسفی، احمد علی (۱۳۸۹) «بررسی تطبیقی اقتصاد تعاونی با اقتصاد سرمایه‌داری و اقتصاد اسلامی»، فصلنامه اقتصاد اسلامی، ش ۳۷.
۲۹. وثوقی، منصوره و نیک خلق، علی اکبر (۱۳۷۱)، مبانی جامعه‌شناسی، بی‌جا، انتشارات خردمند چاپ پنجم.



مرکز تحقیقات کامپیوتر علوم اسلامی