



# الگوهای حمایت از کالای ایرانی

محمد جواد توکلی



## مقدمه

حمایت از کالای ایرانی بدون طراحی و اجرای مدل‌ها و الگوهای متناسب امکان‌پذیر نیست. در این زمینه می‌توان هم از تجربه‌ی سایر کشورها و هم از ظرفیت‌های دینی و تجارب بومی خودمان بهره جوییم. ما در زمینه‌ی فرهنگ‌سازی حمایت از کالای ایرانی به سیره‌ی علمای اواخر عصر قاجار بر می‌خوریم که نه تنها از مصرف کالای ایرانی حمایت کردند؛ بلکه با تاسیس شرکت اسلامی نیز به کمک صنایع داخلی شتافتند. با استفاده از ظرفیت نهادهای دینی و همچنین اقتضانات بومی می‌توان طرح‌های بدیعی برای حمایت از کالای ایرانی تدوین کرد. در این گفتار به برخی ایده‌های حمایت‌گرایانه اشاره می‌کنیم که در آنها از نهادهایی همچون مسجد، وقف، مشارکت و تعاون استفاده شده است. پیش از پرداختن به الگوهای بومی و اسلامی حمایت از تولید ملی، به بررسی تجربه‌ی برخی از کشورها در حمایت از تولیدات داخلی خودشان می‌پردازیم.





### الگوهای حمایت از تولید ملی در سایر کشورها

طرح حمایت از تولید ملی مختص به ایران نیست؛ تمامی کشورها برنامه‌هایی برای حمایت از کالاها و محصولات تولیدی کشورشان داشته و دارند. بسیاری از کشورهای که هم‌اکنون مدافع تجارت آزادانه زمانی به شدت از تولیدکنندگان خودشان حمایت می‌کردند. همین کشورها هنوز هم با استفاده از راهبردهای مختلف به حمایت از تولیدات داخلی می‌پردازند. نمونه‌ی بارز این مسأله را می‌توان در حمایت بیشتر کشورها از محصولات کشاورزی تولیدی کشورشان مشاهده کرد.



### الگوی حمایتی کره‌ی جنوبی؛ از ایجاد محدودیت تا فرهنگ‌سازی

کره‌ی جنوبی که فرایند توسعه‌ی خود را به صورت جدی از دهه‌ی ۱۹۶۰ آغاز کرد، طرحی گسترده برای حمایت از صنایع داخلی به مرحله‌ی اجرا گذاشت. در این مسیر کره‌ی جنوبی هم اقدام به فرهنگ‌سازی مصرف کالای کره‌ای در داخل نمود و هم محدودیت‌های سنگینی بر واردات وضع کرد. به طور نمونه، این کشور برای تقویت صنعت خودروی خود به مدت بیست سال واردات خودرو را ممنوع کرد. در عین حال دولت‌مردان کره‌ی جنوبی با معرفی مشوق‌های صادراتی انگیزه‌آر تقای کیفیت را در تولیدکنندگان کره‌ای ایجاد کردند.

تاکید بر حمایت از کالاهای کره‌ای در دهه‌های آغاز رشد اقتصادی این کشور به حدی بود که در فرهنگ عمومی این کشور مصرف کالای خارجی به عنوان اقدامی زشت مورد ملامت قرار می‌گرفت. چانگ، اقتصاددان کره‌ای تبار دانشگاه کمبریج، نقل می‌کند که در اوایل دهه‌ی ۱۹۶۰ مصرف‌کنندگان کالاهای خارجی به عنوان «خائنان به میهن» قلمداد می‌شدند.<sup>۱</sup> شرکت‌های موفق کره پس از پشت‌سر گذاشتن یک دوره‌ی حمایت‌گرایی هوشمند توانستند به عنوان شرکت‌های اثرگذار در اقتصاد بین‌الملل عرض اندام کنند. برای نمونه، شرکت سامسونگ کره‌ی جنوبی که در سال ۱۹۳۸ تاسیس شد، ابتدا یک شرکت تجاری عرضه‌ی مواد غذایی بود که با چهار کارمند فعالیت می‌کرد. بنیانگذار این شرکت در سال ۱۹۴۷ مجبور به ترک سئول شد. وی در سال ۱۹۵۴ یک کارخانه‌ی تصفیه‌ی شکر راه‌اندازی کرد. در اواخر دهه‌ی ۱۹۶۰ سامسونگ وارد صنعت الکترونیک شد. این شرکت با برخورداری از حمایت مردم و دولت کم‌گسترش پیدا کرد و اکنون جزو ده شرکت برتر جهان در صنعت الکترونیک است.<sup>۲</sup>



### حمایت‌گرایی ژاپن

ژاپن پس از جنگ دوم جهانی، به منظور بازسازی اقتصادی و صنعتی خود، واردات کالاهای خارجی را به شدت محدود کرد. در سال‌های اولیه پس از استقلال ژاپن، کالاهای ژاپنی به کیفیت پایین؛ اما قیمت ارزان مشهور بودند؛ اما ژاپنی‌ها برای اینکه ضایعات تولید در حد صفر برسد، نظام کنترل کیفیت برپا کردند. فقط کالاهایی که مطابق با استانداردها بودند اجازه‌ی صدور می‌یافتند

و از این زمان ارزش‌گذاری توانایی شرکت‌ها بر اساس تحقق بهترین کیفیت انجام می‌شد. در سال ۱۹۸۰ بیش از ۸۰ درصد از رشد ژاپن ناشی از رشد صادرات بود که قسمت اعظمی از آن به امریکا صورت می‌گرفت. فشارهای امریکا، دولت ژاپن را وادار کرد تا مردم را به طرف مصرف کالاهای آمریکایی تشویق کند. ژاپنی‌ها از ارزان شدن کالاهای آمریکایی استفاده کرده و برخی مستغلات استراتژیک امریکا را خریداری کردند. نکته‌ی مهم این است که اولویت در ذهن مدیران ژاپنی تولید و نه سود کوتاه مدت است.<sup>۳</sup>

الگوی اقتصادی ژاپن مبتنی بر سه گزاره‌ی الف) واردات مواد خام از خارج برای تولید در وطن ب) به منظور مصرف کالای ساخت وطن و ج) صادرات کالای ساخت ژاپن برای اعتلای نام ژاپن در دنیا است. ژاپن در دهه‌ی ۱۹۹۰ با تمرکز بر صنعت نیمه رساناها و سرمایه‌گذاری دو میلیارد دلاری در آن، ممانعت از مشارکت آمریکایی‌ها در این طرح و ترویج فرهنگ مصرف داخلی موفق به تولید فلش مموری و در دست گرفتن بازار آن شد.<sup>۴</sup>



### حمایت‌گرایی گسترده‌ی ایالات متحده‌ی آمریکا

ایالات متحده‌ی آمریکا در دو دوره‌ی پیش از جنگ اول جهانی و بین دو جنگ جهانی اول و دوم تا حد زیادی به‌صورت برنامه‌ریزی شده به انزوا رفت تا قدرت اقتصاد ملی خود را با اتکا به منابع داخلی تولید افزایش دهد. آمریکا از سال ۱۸۳۰ تا جنگ جهانی دوم با افزایش تعرفه‌ی کالاهای وارداتی به قصد حمایت از صنایع داخلی یکی از حمایت‌گرایترین کشورهای جهان بوده است. در حال حاضر، حدود ۸۰ درصد تولید ملی داخلی آمریکا به داخل اختصاص دارد و سهم تجارت خارجی در تولید ملی حدود ۲۰٪ است. این بدین معنی است که آمریکا لنگر اقتصاد خود را در داخل انداخته و بخش کوچکی از اقتصاد خود را به خارج از کشور گره زده است. هم‌چنین آمریکا تلاش کرده که عمده‌ی تجارت خود را به صورت منطقه‌ای با کشورهای هم‌چون کانادا و مکزیک سامان دهد. تا از عواید تجارت منطقه‌ای بهره‌مند شده و کمتر از تالطم‌های تجارت جهانی آسیب ببیند.

الکساندر همیلتون، اولین وزیر خزانه‌داری آمریکا و معمار توسعه صنعتی این کشور، در اواخر قرن هیجدهم معتقد بود که کشور عقب افتاده‌ای مثل ایالات متحده صنایع نوزاد را تا زمانی که بتوانند روی پای خود بایستند، باید از رقابت خارجی در امان نگه دارد. وقتی دو تولیدکننده‌ی لباس شویی کره‌ای بازار آمریکا را به دست گرفتند، قانون آمریکا به تولیدکنندگان داخلی اجازه داد علیه واردات این کالاها شکایت کنند. کمیسیون تجارت بین‌المللی آمریکا پیشنهاد داد که برای جلوگیری از سرازیر شدن ماشین لباس شویی‌های ارزان قیمت کره‌ای بر وارداتشان تعرفه اعمال شود.<sup>۵</sup>

روسای جمهور آمریکا به حمایت از تولید ملی توجه ویژه داشتند. در زمان ریاست جمهوری کارتر، دولت آمریکا اقدام به تحریم خرید پسته از ایران کرد و بدین وسیله زمینه را برای تقویت پسته‌کاران آمریکایی فراهم نمود. پیش از این اقدام، آمریکایی‌ها تحقیقات پر دامنه‌ای را در زمینه‌ی کاشت پسته صورت دادند و نمونه‌های دانه پسته را از ایران به آمریکا منتقل کردند. بعد از تحریم پسته‌ی ایران در سال ۱۹۷۹، تولید پسته در آمریکا به سرعت افزایش یافت؛ به‌طوری‌که در سال ۲۰۰۵، آمریکا مقام دوم تولید این محصول را کسب

داد. نظرسنجی‌ها حاکی از اثربخشی فرهنگ‌سازی‌ها در فرانسه بوده است. نتایج یک نظر سنجی نشان داد که مردم فرانسه مایلند برای خرید محصولات داخلی پول بیشتری بپردازند. ۱۲



### حمایت‌گرایی روسیه از تولید ملی

روسیه در سال‌های اخیر با توسعه‌ی کشاورزی و صنایع داخلی، وابستگی به واردات را کاهش داده و بر توان مقاومت خود در مواجهه با تحریم اروپا و آمریکا افزوده است. ولادیمیر پوتین، رئیس‌جمهور روسیه، به‌دنبال اجرای تفکری است که بر اساس آن تولید داخل را تقویت و ساز و کارهای حمایت از صادرات را عملی سازد. او در جلسه‌ای با نمایندگان مشاغل در منطقه‌ی یاروسلوف گفت: ما همواره از صنایع داخلی حمایت می‌کنیم. بر اساس گفته‌های پوتین، مشکلات اقتصادی روسیه ریشه در تحولات سال ۱۹۹۰ دارد، زمانی که به صورت کنترل‌نشده اقدام زیادی وارد کشور شد و بازار داخلی به هم ریخت. ۱۳



### چین و حمایت از کالای ملی

چین تا زمان اعلام خودکفایی در زمینه غذا، دارو و آموزش، مرزهای خود را بسته نگه داشت. سرانجام در دهه‌ی ۱۹۸۰ مرزهای خود را گشود و شروع به صادرات غلات نمود (درون‌زایی سپس برون‌گرایی). چین از دهه‌ی ۱۹۸۰ طی یک دوره‌ی کمتر از ۳۰ سال بدون عضویت در گات و سازمان تجارت جهانی توانست صادرات خود را ۷۰ برابر کند. رشد صادرات و توسعه‌ی اقتصاد چین همراه با افزایش اشتغال در این کشور بود. این کشور توانست در مدت کمتر از ۲۵ سال، ۲۲۶ میلیون فرصت شغلی ایجاد کند.<sup>۱۴</sup> یکی از نکات جالب در مورد چین این است که آنها از تمامی ظرفیت‌های خود برای حمایت از کالای ملی استفاده می‌کنند. چکی چان، هنرپیشه‌ی معروف چینی، در مراسم اسکار ۲۰۱۷ به عنوان سفیر اقتصاد ملی چین به ایفای نقش پرداخته و ضمن پوشیدن لباس سنتی چینی، محصولات چینی را به نمایش می‌گذارد.

### سیره‌ی علما در حمایت از کالای ایرانی

علمای شیعه در برهه‌های مختلف با صدور فتوی و رفتار خود به حمایت از اقتصاد جامعه‌ی اسلامی شتافته‌اند. نمونه‌ی بارز این مسأله را می‌توان در اواخر حکومت قاجار در

کرد. ۶ آمریکا توانسته در سایه‌ی حمایت از تولیدکنندگان داخلی و وضع تعرفه ۲۰۰ درصدی بر واردات پسته از ایران، رتبه‌ی اول صادرات پسته در جهان را در سال ۲۰۱۶ کسب کند این در حالی است که کیفیت پسته‌ی تولیدی در ایران بسیار بالاتر از پسته‌ی آمریکا است.<sup>۷</sup>

در سال ۲۰۰۹، اوباما رئیس‌جمهور وقت کشور پرچمدار تجارت آزاد، تعرفه‌ی واردات تابر از چین را به بهانه‌ی سیاست‌های ضد دامپینگ به ۳۵ درصد افزایش داد تا مردم آمریکا مجبور به خرید تابر آمریکایی شوند. هرچند مصرف‌کنندگان آمریکایی سالانه یک و یک دهم میلیارد دلار هزینه‌ی بیشتری بابت خرید تابر می‌پردازند، بالا رفتن تعرفه‌ی واردات تابر ۱۲۰۰ شغل آمریکایی را از نابودی نجات داد.<sup>۸</sup>

در دوره‌ی ریاست جمهوری ترامپ، سیاست‌های حمایت‌گرانه‌ی این کشور تشدید شد. حمایت از کالای داخلی یکی از وعده‌های اصلی ترامپ بود. او عنوان داشت «آمریکا را با دستان آمریکایی و با کارگران آمریکایی می‌سازیم. من شعار آمریکایی بخر و آمریکایی استخدام کن را انتخاب کرده‌ام». رئیس‌جمهور آمریکا با وضع تعرفه‌های بالا بر واردات کالا به آمریکا به‌دنبال افزایش اشتغال در این کشور است. او بعد از افزایش قابل توجه فولاد و آلومینیم در تویترش می‌نویسد: «با این کار پول زیادی به صندوق‌های خالی ایالات متحده آمریکا می‌آید و شغل، شغل، شغل». سیاست‌های اقتصادی اخیر دولت ترامپ، بر پایه‌ی دو اصل مصرف کالای داخلی و استخدام آمریکایی‌ها استوار است. ترامپ در مراسم رونمایی از «بوئینگ ۷۸۷» عنوان داشت «همه باید کارگران آمریکایی را استخدام کنند. ما می‌خواهیم محصولات آمریکایی در آمریکا و با دستان آمریکایی‌ها ساخته شوند»<sup>۹</sup>

ترامپ برای ایجاد زمینه‌ی اشتغال بیشتر آمریکایی‌ها برنامه‌هایی همچون لغو پیمان نفتا،<sup>۱۰</sup> وضع تعرفه بر آلومینیم و فولاد وارداتی را دنبال می‌کند. در این چارچوب دولت آمریکا از می ۲۰۰۸ اقدام به وضع تعرفه‌ی ۲۵ درصدی بر واردات فولاد و تعرفه‌ی ۱۰ درصدی بر واردات آلومینیم کرد.<sup>۱۱</sup>



### فرانسه و جنبش ساخت فرانسه

در فرانسه هم حمایت از کالای ملی سابقه‌ی دیرینه‌ای دارد. فرانسوی‌ها در دوره‌ی پس از جنگ دوم جهانی، به منظور بازسازی اقتصادی و صنعتی خود، واردات کالاهای خارجی را به شدت محدود کردند. «آرنولد مونتوی»، وزیر صنعت و توسعه‌ی فرانسه، در سال ۲۰۱۲ کمپینی به نام «ساخت فرانسه» برای حمایت از خرید محصولات این کشور شکل



**الگوی اقتصادی ژاپن**  
**مبتنی بر سه گزاره‌ی**  
**الف) واردات مواد خام**  
**از خارج برای تولید**  
**در وطن ب) به منظور**  
**مصرف کالای ساخت**  
**وطن و ج) صادرات**  
**کالای ساخت ژاپن**  
**برای اعتلای نام ژاپن**  
**در دنیا است.**



باشد؛ یک پلو و یک چلو و یک خورش و یک افشیره، اگر زائد بر این کسی تکلف دهد ما را به محضر خود وعده نگیرد خودمان نیز به همین روش میهمانی می‌نمائیم، هر چه کمتر و مختصرتر از این تکلف کردند، موجب مزید امتنان ماها خواهد بود.

خامسا: وافوری [معتاد] و اهل وافور را احترام نمی‌کنیم و به منزل او نمی‌رویم؛ زیرا که آیات باهره: (ان المبذرين كانوا اخوان الشياطين - و لا تسرفوا ان الله لا يحب المسرفين - و لا تلقوا بايديكم الى التهلكة) و حديث: (لا ضرر و لا ضرار)، ضرر مالی و جانی و عمری و نسلی و دینی و عرضی و شغلی آن محسوس و مُسری است و خانواده‌ها و ممالک را به باد داده، بعد از این هر که را فهمیدیم وافوری است، به نظر توهین و خفت می‌نگریم.<sup>۱۴</sup>

#### عهدنامه‌ی خود تحریمی کالاهای روسی

علمای شیعه در عصر قاجار در عهدنامه دیگری اقدام به تحریم مصرف کالاهای روسی بر خود می‌کنند. در این معاهده‌نامه چنین آمده است: «نظر به مصالح حفظ اسلام عموم علمای اعلام اصفهان عازم شده‌ایم و بر خودمان فرض ذمی اسلامیت نموده‌ایم که به کلی داد و ستد و معامله با شعبه بانک استقراض روس که به اصفهان آمده است [را] موقوف و متروک داریم. صلاح مسلمین را هم نمی‌دانیم که با او معامله کنند. در باب استعمال قند و شکر و جای روس هم عموم علمای اعلام ترک نموده‌اند و در سایر امتعه‌ی روسیه در موقع خود هم اعلام خواهد شد. تجار محترم اصفهان هم در این وظایف حقه‌ی اسلامیة کمال مساعدت را با علمای اعلام دارند تلگرافات منع حمل قند و شکر و قماش روس به نقاط لازم کرده‌اند. عموم مسلمانان بدانند که مادام که قشون روس در بلاد و سرحدات ایران هستند به این محترم باقی هستیم. (۶ ربیع الآخر، ۱۳۲۹، ۱۶ فروردین ۱۳۹۰، محمد تقی نجفی).<sup>۱۵</sup>»

#### تحریم کالای خارجی توسط آیه الله عبدالحسین لاری

آیت‌الله حاج سیدعبدالحسین لاری<sup>۱۶</sup> نیز بازرگانی استعمارگران روس و انگلیس را به زیان امت اسلام می‌دانست. وی به همین خاطر استفاده از چای، قند، ادویه، خوراک و پوشاک وارد شده از کشورهای خارجی، به خصوص روسیه و انگلیس، را تحریم کرد. وی عقیده داشت که خروج ارز از کشورهای اسلامی برای خرید کالاهای خارجی موجب تقویت دشمنان اسلام و قدرت استعمارگران شده و بدین وسیله سبب ریخته‌شدن خون مسلمانان و ملت‌های فقیر می‌شود. ایشان در پاسخ به استفتائی پیرامون حکم استفاده از کالاهای تولید بلاد غیر اسلامی به تحریم مصرف آنها حکم می‌دهد: «امروزه آنچه پول از بلاد اسلامی به بلاد خارجه می‌رود اعانت [یاری رساندن] به اعداء دین و استعداد کفار است، برای ریختن خون اسلام و مسلمین؛ حرام است استعمال آنها، مگر در صورت اضطرار و عدم وجود اشیاء وطنی اسلامی به هیچ وجه من الوجوه! پس حرام است استعمال آنها و واجب است بر جمیع مسلمانان استعمال مطعومات و ملبوسات و مصنوعات بلاد اسلامی و قطع علائق احتیاج از کفره خارجه و فراهم نمودن وسائل قطع روابط احتیاجات از کفار.»<sup>۱۷</sup>

#### تأسیس و پشتیبانی از شرکت اسلامی

علمای شیعه اواخر عصر قاجار تنها به تحریم مصرف کالاهای خارجی



ترامپ در حال سخنرانی در آیین رونمایی از بوئینگ ۷۸۷

قالب نهضت علما علیه استعمار اقتصادی انگلستان مشاهده کرد. در بیانیه‌های علما در بیان ضرورت حمایت از محصولات جامعه‌ی اسلامی به وضوح به برخی از مبانی قرآنی و روایی از جمله اصل عدم سلطه تمسک شده است.<sup>۱۵</sup>

#### بیانیه‌ی علمای اصفهان در حمایت از کالاهای ایرانی

نمونه‌ی بارز حمایت علما از مصرف کالای ایرانی را می‌توان در بیانیه‌ی علمای اصفهان در دوره‌ی قاجار حدود ۱۵۰ سال پیش مشاهده نمود. در بیانیه‌ی اقتصادی ۱۳ تن از علمای اصفهان از جمله آیت‌الله آقا نجفی اصفهانی، برای مبارزه با استعمار اقتصادی بیگانگان این گونه آمده است:

«بعد از تسبیح و تحمید؛ این خدام شریعت مطهره با همراهی جناب رکن الملک متعهد و ملتزم شرعی شده‌ایم، که مهمما امکن بعد ذلک تخلف ننمائیم، فعلا پنج فقره است:

اولاً: قباجات و احکام شرعی، از سنبه به بعد باید روی کاغذ ایرانی بدون آهار نوشته شود، اگر بر کاغذهای دیگر نویسند، مهر نموده و اعتراف نمی‌نویسیم. قباله و حکمی هم که روی کاغذ دیگر نوشته بیاورند و تاریخ آن بعد از این قرارداد باشد امضا نمی‌نماییم. حرام نیست کاغذ غیر ایرانی و کسی را مانع نمی‌شویم ماها با این روش متعهدیم.

ثانیاً: کفن اموات، اگر غیر از کرباس و پارچه‌ی اردستانی یا پارچه‌ی دیگر ایرانی باشد متعهد شده‌ایم بر آن میت ماها نماز نخوانیم. دیگری را برای اقامه‌ی صلوه بر آن میت بخواهند، ماها را معاف دارند.

ثالثاً: ملبوس مردانه‌ی جدید که از این تاریخ به بعد دوخته و پوشیده می‌شود، قرار داریم مهمما امکن هر چه بدلی آن در ایران یافت می‌شود، لباس خودمان را از آن منسوج نمائیم و منسوج غیر ایرانی را نپوشیم و احتیاط نمی‌کنیم و حرام نمی‌دانیم لباسهای غیر ایرانی را، اما ماها ملتزم شده ایم حتی المقدور بعد از این تاریخ ملبوس خود را از نسج ایرانی بنمائیم، تا بعین ماها نیز کذلک و متخلف توقع احترام از ماها نداشته باشد، آنچه از سابق پوشیده داریم و دوخته، ممنوع نیست استعمال آن.

رابعاً: میهمانیها بعد ذلک، و لو اعیانی باشد، چه عامه چه خاصه، باید مختصر



جکی چان سفیر اقتصاد چین در اسکار ۲۰۰۷

در زمان ریاست جمهوری کارتر، دولت آمریکا اقدام به تحریم خرید پسته از ایران کرد و بدین وسیله زمینه را برای تقویت پسته کاران آمریکایی فراهم نمود. پیش از این اقدام، آمریکایی‌ها تحقیقات پر دامنه‌ای را در زمینه کاشت پسته صورت دادند و نمونه‌های دانه پسته را از ایران به آمریکا منتقل کردند.

خمینی علیه السلام توجه زیادی به صنایع داخلی و کالاهای داخلی داشتند. در رساله‌ی عملی امام خمینی علیه السلام این نکته آمده است که «اگر به واسطه‌ی توسعه‌ی نفوذ سیاسی یا اقتصادی و تجاری اجانب، ترس از تسلط آنها بر بلاد مسلمین ایجاد شود، بر مسلمانان، دفاع به هر نحو ممکن و قطع‌ایادی اجانب، چه عمال داخلی یا خارجی، واجب است.»<sup>۲۵</sup> اقدام آیه الله مرعشی نجفی علیه السلام در برهیز از پوشیدن لباس با پارچه و حتی دکمه خارجی نمونه‌ی بارز این امر است. فرزند آیه الله مرعشی نجفی علیه السلام نقل می‌کند: «ایشان هیچ وقت از لباس‌های خارجی استفاده نمی‌کرد و این روش را مبارزه با استکبار می‌دانست. حتی زمانی که خیاط می‌خواست برای لباس ایشان از دکمه‌ی خارجی استفاده کند، اجازه‌ی این کار را ندادند و از قیطان به جای دکمه در لباسشان استفاده کردند.»<sup>۲۶</sup>

مقام معظم رهبری (حفظه‌الله) نیز علاوه بر طرح اندیشه‌ی اقتصاد مقاومتی، با نامگذاری سال ۱۳۹۷ به عنوان سال حمایت از کالای ایرانی به شکلی هم‌جانبه وارد صحنه‌ی حمایت از کالای ایرانی شدند.

#### طرح‌های عملیاتی در حمایت از کالای ایرانی

در زمینه‌ی حمایت از کالای ایرانی طرح‌های متعددی قابل طرح است. در ادامه نمونه‌ای از طرح‌های عملیاتی برای حمایت از کالای ایرانی ارائه می‌شود.

#### طرح همیار تولید ملی

هدف از اجرای این طرح فرهنگ‌سازی حمایت از کالای ایرانی در مدارس است. اجرای این طرح از این جهت مهم است که آموزش و پرورش نقش پررنگی در فرهنگ‌سازی

بسنده نکردند؛ بلکه اقداماتی برای تقویت تولیدات داخلی را نیز سامان دادند. به طور نمونه، شرکت اسلامی پست از قیام تنباکو، توسط آقا نجفی اصفهانی، آقا نورالله و میرزا ابوالقاسم زنجانی به همراهی جمعی از بازرگانان در سال ۱۳۱۶ ق. (۱۸۹۸ م.) با هدف تأمین منسوجات مورد نیاز مردم ایران و مقابله با وابستگی به خارج در اصفهان تاسیس شد. شعبه‌های این شرکت به سرعت در سایر شهرها و حتی در خارج ایران افتتاح شد. علما و مراجع بزرگ شیعه در تأیید و تشویق این فعالیت فتاوی و اعلامیه‌های ترویجی بسیاری صادر کردند.<sup>۲۷</sup>

میزان تولیدات شرکت اسلامی به‌قدری گسترش یافته بود که یکی از روزنامه‌های انگلیس، رشد آن را سکنه‌ی منافع انگلیس در اصفهان و بلکه کل منطقه‌ی خلیج فارس اعلام کرد.<sup>۲۸</sup> وزیرمختار انگلستان در نامه‌ای به امین‌السلطان حاکم اصفهان از دخالت علما در امور اقتصادی شکایت کرد و آن را مغایر با توسعه‌ی شرکت‌های خارجی در این شهر دانست.<sup>۲۹</sup> تأسیس این شرکت باعث اشتغال بیش از هزار نفر در شهر اصفهان گردید. این شرکت حتی در دریافت امتیاز ساخت راه‌آهن محوطه‌ی اصفهان نیز برآمد.<sup>۳۰</sup>

#### بیانیه‌ی آخوند خراسانی در حمایت از مصرف کالاهای ایرانی

آخوند خراسانی در سال ۱۳۱۵ ق به دعوت تنی چند از علمای ایران، همراه گروهی دیگر از مراجع تقلید فتواهایی در تحریم کالاهای خارجی و حمایت از کالاهای داخلی و به منظور رفع نیاز کشور به بیگانگان صادر کرد. وی در حمایت از منسوجات داخلی نوشت: «بر مسلمان لازم است که لباس ذلت [تولید خارج] را از تن بیرون کنند و لباس عزت [ساخت داخل] را بپوشند». ایشان در نامه‌ای به مظفرالدین شاه نیز او را به حمایت از شرکت اسلامی تشویق کرد.<sup>۳۱</sup>

#### حمایت علمای معاصر از کالای ایرانی

در دوران معاصر نیز علما در زمینه‌ی حمایت از کالاهای ایرانی پیشتاز بودند. به طور نمونه، آیه الله کاشانی در جریان نهضت ملی شدن نفت تلاش زیادی برای استقلال صنایع داخلی کرد. برخی از علمای برجسته از جمله آیت‌الله بهاء‌الدین محلاتی، سید محمود روحانی قمی، آیه الله شیخ باقر رسولی، آیه الله شیخ عباسعلی شاهرودی، آیه الله شیخ محمد رضا کرباسی و آیه الله میرزا کاظم طباطبایی نیز از پشتیبانان حرکت آیه الله کاشانی بودند.<sup>۳۲</sup> نواب صفوی در دوران مبارزات پیش از انقلاب در تبلیغ کالای ایرانی کوشا بود. تصویری از ایشان در مسجد فخریه منتشر شده که ایشان را در حال معرفی یکی از محصولات ساخت داخل به مردم نشان می‌دهد.

در میان علمای پس از انقلاب نیز نمونه‌های بارزی از حمایت از کالای ایرانی می‌توان یافت. رهبر کبیر انقلاب امام



## اهداف طرح

- افضا می‌کند.
- اصلاح و بهینه‌سازی الگوی مصرف با تاکید بر استفاده از تولیدات داخلی؛
- ترویج فرهنگ مصرف کالاهای ایرانی در بین دانش‌آموزان و خانواده‌ها؛
- توانمندسازی دانش‌آموزان و بهره‌گیری از توان و استعداد های نهفته آنها جهت فرهنگ‌سازی مصرف تولیدات ملی؛
- آشنایی دانش‌آموزان با محصولات مطرح ملی و توانمندی تولیدکنندگان داخلی؛
- آشنایی دانش‌آموزان با فضای تولید و کسب و کار؛
- ارتقای جایگاه و منزلت کارآفرینی، سرمایه‌گذاری و تولید ملی در ذهن دانش‌آموزان؛
- پاسخ به شبهات در خصوص ضرورت حمایت از تولید ملی؛
- ایجاد غرور ملی و خودباوری در بین دانش‌آموزان و القای ایده «ما می‌توانیم» با معرفی توانمندی‌های تولیدکنندگان داخلی؛
- افزایش حس مسئولیت‌پذیری دانش‌آموزان در قبال اقتصاد کشور؛
- ایجاد انگیزه‌ی ابداع و اختراع در دانش‌آموزان در راستای کمک به اقتصاد کشور؛
- وظایف همیار تولید ملی
- خرید کالاهای ایرانی برای خود؛
- تقویت میزان آشنایی با تولیدات با کیفیت ایرانی و مشکلات آن؛
- ترویج فرهنگ مصرف کالای ایرانی در مدرسه و ترغیب همکلاسی‌ها به خرید کالای ایرانی؛
- پاسخگویی به شبهات در مورد استفاده از تولیدات ملی؛
- تبلیغ مصرف تولیدات داخلی از طریق تابلوهای اعلانات مدرسه و ...
- تلاش برای متقاعد کردن دست‌اندرکاران مدرسه برای تامین نیازهای مدرسه از کالاهای مرغوب ایرانی از جمله برای کمد جویز، نوشت‌افزار مورد استفاده در مدرسه و سایر اقلام مصرفی و سرمایه‌ای مورد استفاده در مدرسه؛
- تذکر نسبت به عدم حمایت از تولید ملی در سطح مدرسه و خانه (امر به معروف و نهی از منکر اقتصاد مقاومتی)؛
- ثبت خاطرات موفقیت یا عدم موفقیت در خصوص وظایف محوله و دلایل آن؛
- ارائه‌ی گزارش اقدامات انجام شده و ارسال آن به دبیرخانه‌ی طرح.

## شیوه‌ی اجرای طرح

- به منظور برنامه‌ریزی، هدایت و اجرای این طرح، دبیرخانه و شورای طرح در مدرسه تشکیل می‌گردد؛
- دبیرخانه با مدیریت معاون پرورشی مدرسه، مدیر، معاون و یا یکی از آموزگاران مدرسه به عنوان دبیر طرح اداره می‌شود؛
- شورای طرح متشکل از دبیر طرح (مسئول شورا)، ۲ نفر از همیاران تولید ملی و ۲ نفر از انجمن هیأت اولیا و مربیان می‌باشد و برای هدایت و تامین منابع جهت اجرای موفق طرح به صورت منظم هر ماه یک بار تشکیل جلسه می‌دهد؛
- شورا در زمینه‌ی برگزاری جلسات آموزشی و توجیهی برای عوامل اجرایی طرح تلاش می‌نماید؛
- اعلام عمومی طرح در مدرسه و انعکاس موضوع به خانواده‌ها توسط

دبیرخانه طرح برای ثبت نام دانش‌آموزان علاقمند؛

- انتخاب دو نفر از هر کلاس به عنوان همیار تولید ملی توسط شورای طرح؛
- تلاش شورا برای برگزاری دوره‌های آموزشی کوتاه مدت و بازدید از کارخانه برای همیاران تولید ملی؛
- تهیه‌ی کارت و نشان همیار تولید ملی، جزوه‌ی آموزشی و اقلام مورد نظر توسط دبیرخانه؛
- ارائه‌ی گزارش توسط همیاران تولید ملی از عملکرد خود به شورای طرح؛
- انتخاب همیاران تولید ملی برگزیده و تقدیر از آنها همزمان با روز دانش‌آموز.

## طرح پلیس مردمی حامی تولید ملی

در این طرح از ظرفیت آحاد مردم برای مطالبه‌گری در زمینه‌ی اقتصاد مقاومتی استفاده می‌شود. هرچند تشکیل پلیس حامی تولید ملی در نهادهای نظامی و انتظامی امری ضروری است، شکل‌گیری پلیس مردمی حامی تولید ملی می‌تواند بر اثربخشی آن بیفزاید.

بر اساس این طرح، در تمامی نهادهای و ارگان‌های دولتی و خصوصی واحد دوطالبان به عنوان پلیس حامی تولید ملی ایجاد می‌شود. وظیفه‌ی پلیس حامی تولید ملی این است که در سازمان، ارگان، کارخانه، مدرسه، دانشگاه و سایر نهادها، نظارتی مستمر بر حمایت از کالای ایرانی داشته باشند. کمترین میزان مداخله‌ی پلیس مردمی، مطالبه‌گری و درخواست از مسئولین ذربط برای حمایت مؤثر از کالای ایرانی است. این افراد می‌توانند در مورد خرید کالاهای خارجی در سازمان مربوطه‌شان تذکر دهند و از مسئولان بازخواست کنند.

پلیس مردمی حامی تولید ملی می‌تواند بازوی مردمی پلیس رسمی حامی تولید ملی باشد در این حالت گزارش‌های ارسالی از سوی پلیس مردمی حامی تولید ملی به پلیس رسمی، اقدامات مردمی را اثربخش‌تر خواهد کرد. طرح جبهه‌ی مردمی اقتصاد مقاومتی (سه ضلع حوزه، بسیج و ائمه‌ی جمعه) در این طرح از ظرفیت‌های سه نهاد حوزه‌ی علمیه، بسیج و ستادهای نماز جمعه به منظور تحقق اقتصاد مقاومتی استفاده می‌شود.

## هدف اصلی

راهبری بسیج امکانات اقتصادی، نیروهای مردمی، نهادهای دینی و انقلابی و توانمندسازی آنها برای تحقق اقتصاد مقاومتی.

## ماموریت‌ها

- راهبری فکری و علمی با محوریت حوزه‌های علمیه در تبیین ابعاد اقتصاد مقاومتی، طراحی مدل‌های مشارکت مردمی و ارایه‌ی شاخص‌های اقتصاد مقاومتی
- راهبری گفتمان‌سازی و مطالبه‌گری با محوریت ستادهای نماز جمعه برای تغییر باورها، رفتارها و روابط در سه حوزه‌ی تولید، توزیع و مصرف؛
- راهبری عملیاتی و توانمندسازی اقتصادی با محوریت سازمان بسیج مستضعفین در چارچوب مدل‌های مشارکت مردمی در اقتصاد مقاومتی.

## اقدامات کلان

ستاد راهبری جبهه‌ی مردمی اقتصاد مقاومتی، در چارچوب ماموریت‌هایش

یکی از بهترین اقدامات برای درک شرایط دشوار تولیدکنندگان و صنعت‌گران در اوضاع تحریم‌های ظالمانه، حضور توده‌های مردمی در مراکز تولیدی و صنعتی است. این اقدام، به لحاظ علمی و عملی زمینه‌گفتمان‌سازی حداکثری حمایت از کالای ایرانی را فراهم می‌آورد.



اقدامات کلان زیر را راهبری می‌کند:

■ راهاندازی کارگاه‌های دانش‌افزایی در سطح دانش‌آموختگان اقتصادی حوزوی و دانشگاهی برای تربیت مدرس اقتصاد مقاومتی؛

■ راهاندازی کارگاه‌های تبلیغی اقتصاد مقاومتی برای دانش‌آموختگان حوزوی در سطوح مختلف برای تربیت مبلغ اقتصاد مقاومتی؛

■ تبیین و آموزش اقتصاد مقاومتی و مدل‌های مشارکت مردمی در اقتصاد مقاومتی برای ائمه‌ی جمعه سراسر کشور؛  
 ■ تبیین و آموزش اقتصاد مقاومتی و مدل‌های مشارکت مردمی در اقتصاد مقاومتی برای مسئولین بسیج مستضعفین اقتصاد مقاومتی؛

■ راهاندازی ستادهای مردمی جهادی اقتصاد مقاومتی استانی به کمک حوزه، ستاد نماز جمعه و بسیج مستضعفین؛

■ تبیین و آموزش اقتصاد مقاومتی و مدل‌های مشارکت مردمی در اقتصاد مقاومتی برای گروه‌های مردمی جهادی اقتصاد مقاومتی با محوریت پایگاه مسجد؛

■ شناسایی ظرفیت‌های اقتصادی بالفعل و بالقوه‌ی استان‌ها و تجمیع و اولویت‌گذاری آنها بر اساس مزیت‌های نسبی استان‌ها توسط ستادهای مردمی جهادی اقتصاد مقاومتی استان‌ها؛

■ فعال نمودن نیروهای مردمی جهادی استانی در محورهای اقتصادی با مزیت نسبی در حوزه‌ی تولید و توزیع؛

■ گفتمان‌سازی الگوی مصرف اسلامی ایرانی جهت تغییر سبک زندگی موجود؛

■ ایجاد شبکه توزیعی مردمی جهادی در سطح استان‌ها؛

■ اتصال شبکه‌های توزیع مردمی جهادی استانی به هم و تبدیل آن به شبکه‌ی ملی توزیع؛

■ ایجاد شبکه‌ی صادرات تولیدات ستادهای مردمی جهادی اقتصاد مقاومتی؛

■ ایجاد شبکه‌ی شرکت‌های دانش‌بنیان ستادهای مردمی جهادی اقتصاد مقاومتی؛

■ ایجاد شبکه‌ی گردش پولی مستقل از بانک‌های موجود؛

■ نظارت و ارزیابی فعالیت‌های اقتصادی بر اساس معیارها و شاخص‌های اقتصاد مقاومتی به منظور اصلاح حرکت مردمی جهادی اقتصاد مقاومتی.

طرح هر مسجد یک قرارگاه اقتصاد مقاومتی

با توجه به اهمیت نقش مساجد در فرهنگ‌سازی حمایت از کالاهای ایرانی، «طرح هر مسجد یک قرارگاه اقتصاد مقاومتی» بر اساس شیوه‌نامه‌ی زیر اجرا می‌شود.

#### اهداف

■ اصلاح و بهینه‌سازی الگوی مصرف با تاکید بر استفاده از تولیدات داخلی؛

■ ترویج فرهنگ مصرف کالاهای ایرانی در بین مردم؛



■ توانمندسازی کادر و نمازگزاران مساجد و بهره‌گیری از توان و استعداد های نهفته آنها جهت فرهنگ‌سازی مصرف کالای ایرانی با تاکید بر محصولات خانگی؛

■ آشنایی اهالی مسجد با محصولات مطرح ملی و استانی و توانمندی تولیدکنندگان داخلی؛

■ آشنایی اهالی مسجد با فضای تولید و کسب و کار؛

■ ارتقای جایگاه و منزلت کارآفرینی، سرمایه‌گذاری و تولید ملی در ذهن نمازگزاران؛

■ پاسخ به شبهات در خصوص ضرورت حمایت از تولید ملی؛

■ ایجاد غرور ملی و خودباوری در بین اهالی مسجد و القای ایده‌ی «ما می‌توانیم» با معرفی توانمندی‌های تولیدکنندگان داخلی؛

■ افزایش حس مسئولیت‌پذیری اهالی مسجد در قبال اقتصاد کشور؛

■ ایجاد انگیزه‌ی ابداع و اختراع در جوانان مسجد در راستای کمک به اقتصاد کشور.

■ تقویت تولید و مصرف طب و استفاده از ظرفیت طب اسلامی.

■ ساختار قرارگاه اقتصاد مقاومتی

■ قرارگاه دارای یک ستاد فرماندهی مشتمل بر امام جماعت مسجد و چند نفر از معتمدان محل می‌باشد.

■ قرارگاه در حوزه‌ی فرهنگ‌سازی اقتصاد مقاومتی و عملیاتی کردن آن در سه زمینه‌ی اشتغال و تولید (توانمندسازی نمازگزاران و ساماندهی تولیدات خانگی)، توزیع (برگزاری نمایشگاه‌های فروش کالاهای ایرانی و خانگی) و بازتوزیع ثروت (تامین اجتماعی مسجدمحور) اقدام می‌کند؛

■ قرارگاه دوره‌های آموزشی برای جوانان محله‌ی مسجد جهت یافتن شغل مناسب برگزار می‌کند؛

■ محصولات خانگی تولیدی در هر محله به صورت منظم در مسجد برای فروش عرضه می‌شود؛

■ قرارگاه امر فقرزدایی را با محوریت جمع‌آوری وجوه خیریه از توانمندان محله و کمک مستقیم به فقرا محله سامان می‌دهد؛

■ قرارگاه ضمن شناسایی ظرفیت‌های فنی اهالی مسجد، دلوطلبان درخواست می‌کند که یک روز را برای کار جهادی تیرعی در اختیار قرارگاه قرار دهند. از این خدمات برای تعمیر وسائل مستعمل اهدایی جهت محرومان و هم‌چنین ارائه‌ی خدمات حمایتی استفاده می‌شود.

■ وجوه مازاد جمع‌آوری شده توسط قرارگاه واقع در مناطق برخوردار می‌تواند برای کمک به سایر قرارگاه‌ها در مناطق محروم به کار رود.

### طرح فروشگاه سوغات سفر

این طرح با هدف کنترل خروج ارز از کشور و هم‌چنین حمایت از کالای ایرانی و اشتغال جوانان ایرانی به اجرا در می‌آید. اگر ارز کمتری توسط مسافران خارج شود و مبلغ ریالی آن به خرید کالای ایرانی اختصاص داده شود، هم باعث کنترل مشکل ارزی کشور می‌شود و هم زمینه‌ی اشتغال هزاران جوان ایرانی فراهم خواهد شد. بر این اساس، طرح تشکیل فروشگاه سوغات سفر به شرح زیر ارائه می‌شود:

### اهداف

■ اصلاح و بهینه‌سازی تخصیص و خروج ارز در سفرهای خارجی؛

■ ترویج فرهنگ مصرف کالاهای ایرانی در بین مسافران؛

■ استفاده از ظرفیت سوغات برای حمایت از کالای ایرانی؛

■ تقویت زیرساخت حمایت از کالای ایرانی در فرودگاه‌ها و سایر اماکن مربوطه؛

■ حمایت از تولیدکنندگان داخلی توسط نهادهای حاکمیتی از طریق جلب مشارکت‌های مردمی؛

■ معرفی ظرفیت‌های تولیدات داخلی به مسافران؛

■ ساختار و روش اجرای طرح

■ ایجاد و گسترش فروشگاه سوغات مسافری در فرودگاه‌ها و نقاط مرزی؛

■ ایجاد زمینه‌ی خرید مجازی از فروشگاه سوغات مسافری با راه‌اندازی سامانه‌ی سوغات مسافری (این کار می‌تواند با همکاری فروشگاه‌های مجازی موجود نیز صورت گیرد)؛

■ استفاده از عوامل تشویقی از جمله معاف بودن کالاهای ایرانی عرضه شده در فروشگاه‌های سوغات از مالیات بر ارزش افزوده؛

■ واگذاری مدیریت فروشگاه سوغات کالای ایرانی به بخش تعاونی؛

■ اختصاص بخشی از سود خالص فروشگاه‌ها به خریداران به عنوان تخفیف ویژه.

### مراحل اجرایی طرح

■ به منظور برنامه‌ریزی، هدایت و اجرای این طرح، شورای فروشگاه سوغات سفر تشکیل می‌گردد؛

■ شورای فروشگاه سوغات متشکل از نماینده‌ی فرودگاه‌ها، نماینده‌ی گمرک جمهوری اسلامی ایران و نماینده‌ی اصناف برای اجرای موفق طرح تشکیل می‌شود؛

■ مسئولیت شورا با نماینده‌ی اصناف می‌باشد؛

■ شورا در زمینه‌ی ایجاد شرایط برای تاسیس و گسترش فروشگاه‌های سوغات مسافری، تهیه آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های مربوطه تلاش می‌کند؛

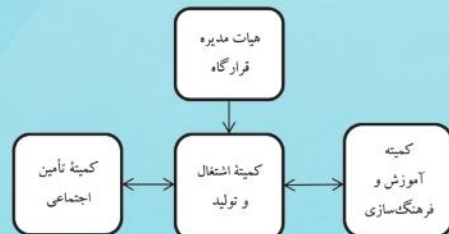
■ تعاونی فروشگاه‌های سوغات مسافری تاسیس و سرمایه‌ی لازم جهت اجرای طرح از محل عرضه‌کنندگان کالا تامین می‌گردد.

### صندوق اشتغال مسجد

با توجه به امکان استفاده از نهاد مسجد برای اشتغال‌زایی جوانان، «طرح صندوق اشتغال مسجد» بر اساس شیوه‌نامه‌ی زیر اجرا می‌شود.

### اهداف

■ ترویج آشنای تغال مولد در بین مردم و جوانان؛



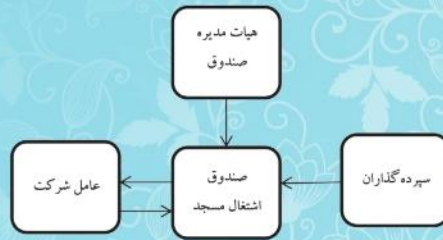
طرح هر مسجد یک قرارگاه اقتصاد مقاومتی







### طرح صندوق اشتغال مسجد



### مراحل اجرای طرح

- اعلام تاسیس صندوق و تنظیم اساسنامه؛
- سپرده‌پذیری از اهالی مسجد؛
- تهیه‌ی طرح‌های مشاغل خرد سازگار با محله مسجد با اولویت مشاغل خانگی؛
- دریافت تقاضا برای تسهیلات؛
- برگزاری دوره‌های توانمندسازی اشتغال برای متقاضیان تسهیلات؛
- اعطای تسهیلات در تعداد محدود و گسترش تدریجی آن. صندوق اشتغال خانواده
- به منظور تقویت ارتباطات خانوادگی و تعاون بین اعضای خانواده‌ها برای ایجاد فرصت‌های شغلی جهت جوانان و همچنین حمایت از کالای ایرانی، «طرح صندوق اشتغال

- استفاده از ظرفیت تعاون، قرض الحسنه و وقف جهت تأمین مالی اشتغال‌زایی مسجد محور؛
- تأمین مالی اشتغال جوانان با محوریت مسجد؛
- ایجاد زمینه‌ی نظارت مستقیم بر اعطای تسهیلات اشتغال‌زایی؛
- مشاوره به گیرندگان تسهیلات برای ایجاد مشاغل کوچک؛
- حمایت از کالای ایرانی، ساختار و روش کار صندوق اشتغال مسجد
- این صندوق با استفاده از سپرده‌های اهالی مسجد و خیران به تجهیز منابع برای استفاده در اشتغال‌زایی برای جوانان اقدام می‌نماید؛
- سپرده‌ها در قالب عقد شرکت پذیرفته می‌شود؛
- تسهیلات صندوق به صورت مشارکتی به جوانان حوزه‌ی فعالیت مسجد اعطا می‌شود؛
- گیرنده‌ی تسهیلات باید حداقل معادل یک پنجم تسهیلات دریافتی آورده‌ی نقدی داشته باشد؛
- سود حاصل از به‌کارگیری تسهیلات بین عامل شرکت (گیرنده‌ی تسهیلات) و صاحبان وجوه (سپرده‌گذاران و عامل شرکت) به نسبت ۵۰-۵۰ توزیع می‌شود؛ ۲۷
- در صورت تقاضای عامل شرکت بر تسویه‌ی شرکت، هیات امنای سهم سپرده‌گذاران را قیمت‌گذاری نموده و از عامل شرکت دریافت می‌نماید؛
- اولویت در اعطای تسهیلات با جوانانی است که مبادرت به ایجاد مشاغل خانگی بنمایند؛
- هیات مدیره‌ی صندوق متشکل از امام جماعت مسجد و شش نفر از معتمدان مسجد می‌باشد؛
- هیات مدیره‌ی صندوق بر چگونگی هزینه‌کرد تسهیلات نظارت می‌نماید؛
- هیات مدیره‌ی صندوق اقدام به انجام مطالعات اولیه برای شناسایی طرح‌های اشتغال نموده و برنامه‌های آموزشی برای توانمندسازی جوانان متقاضی مشارکت برگزار می‌نماید؛
- هیات مدیره‌ی صندوق به منظور کمک به بازاریابی محصولات تولیدی شاغلان مرتبط با صندوق و ترویج حمایت از کالای ایرانی در زمینه‌ی ایجاد تقاضا برای محصولات تولیدی گیرندگان تسهیلات در قالب عرضه در فروشگاه مسجد و یا راه‌اندازی برنامه‌های منظم عرضه‌ی محصولات در مسجد همکاری می‌کند؛
- بخشی از سود حاصل از فروش محصولات تولیدی مشاغل مورد حمایت صندوق مسجد، به مسجد اختصاص می‌یابد؛
- هر سال هیات مدیره اقدام به حسابرسی سود و زیان نموده و سود را بین صاحبان وجوه و عامل شرکت تقسیم می‌کند.

برای فرهنگ‌سازی حمایت از کالای ایرانی می‌توان اقدام به برگزاری نمایشگاه‌های کالای ایرانی در مصلی‌ها و مساجد سراسر کشور نمود. برگزاری این نمایشگاه‌ها نه تنها می‌تواند باعث انس بیشتر مردم با مساجد و مصلی‌ها شود، بلکه ابعاد اقتصادی مسجد را نیز تقویت کرده و موجب کمک این نهاد اسلامی به تولید جامعه‌ی اسلامی می‌شود.



### مراحل اجرای طرح

- اعلام تاسیس صندوق و تنظیم اساسنامه؛
- سپرده‌پذیری از اعضای گروه خانوادگی؛
- تهیه طرح‌های مشاغل خرد سازگار با وضعیت گروه خانوادگی با اولویت مشاغل خانگی؛
- دریافت تقاضا برای تسهیلات؛
- اعطای تسهیلات در تعداد محدود و گسترش تدریجی آن.

### سامانه‌ی حمایت از کالای ایرانی

این سامانه با هدف بازگرداندن اعتماد ایرانی به کالای ایرانی با تمرکز بر کالاهای بادوام مطرح شده است. در این طرح، تلاش می‌شود حمایت همه‌جانبه‌ای از تولیدکننده، کارگر و مصرف‌کننده‌ی ایرانی صورت گیرد.

### اهداف

- حمایت از کالای ایرانی، تولیدکننده‌ی ایرانی، کارگر ایرانی و مصرف‌کننده‌ی ایرانی؛
- حذف واسطه‌های غیرضروری در فرآیند توزیع کالا؛
- حمایت از کارگران ایرانی با اختصاص نسبتی از سهم سود فروش به آنان؛
- ارتقای خدمات پس از فروش به مصرف‌کنندگان؛
- استفاده از ظرفیت تسهیلات دولتی برای تقویت تولید داخلی
- ساختار سامانه
- سامانه یک مجموعه‌ی تقریباً خودگردان است که هزینه‌های خود را تامین می‌کند؛
- سامانه با تأسیس مرکز استاندارد و اخذ مجوز ورود کالا به سامانه ایجاد می‌شود؛
- خریداران می‌توانند به صورت نقدی و اقساطی اقدام به خرید از سامانه نمایند؛
- مصرف وام ازدواج اعطایی به زوج‌های جوان مقید به خرید از سامانه می‌شود؛
- اعتبارات بانکی، کمک‌های مردمی و اعتبارات دولتی نیز می‌تواند به عنوان تسهیلات حمایت از خرید کالا از سامانه در نظر گرفته شود؛
- مصرف‌کنندگان از مزایایی همچون خدمات پس از فروش، دریافت اعتبارات دولتی و اعتبارات کارخانجات تولیدی، تخفیف در قیمت بهره‌مند می‌شوند؛
- تولیدکنندگان عضو سامانه از مزایایی همچون معرفی و تبلیغ کالاهایشان در سامانه، دسترسی مستقیم و بی‌واسطه به مشتریان، کاهش هزینه‌ها برخوردار می‌شوند؛
- سامانه از کارگران مجموعه‌های نمونه تقدیر می‌کند؛
- کارگران مشارکت‌کننده در تولید کالاهای عرضه شده در سامانه نیز از مزایایی همچون برخورداری از نیم تا یک درصد سود کل سامانه برخوردار می‌شوند؛
- مرکز نظارت و کنترل سامانه بر عملکرد تولیدکنندگان و خدمات‌دهی به مصرف‌کنندگان نظارت می‌کند.

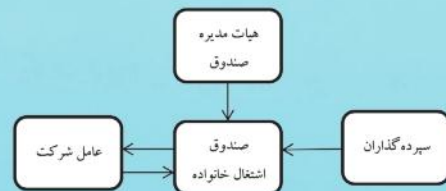
### پویش هر هیأت یک روستا

این طرح پس از وقوع زلزله‌ی کرمانشاه به عنوان یک پویش مردمی اجرا شد. این طرح توانسته در مسیر رفع محرومیت از مناطق کمتر برخوردار گام

خانواده» بر اساس شیوه نامه زیر اجرا می‌شود.  
اهداف

- ترویج اشتغال مولد در بین مردم و جوانان؛
- استفاده از ظرفیت تعاون، قرض الحسنه و وقف جهت تأمین مالی اشتغال‌زایی خانواده‌محور؛
- تأمین مالی اشتغال جوانان با محوریت منابع مازاد در درون خانواده‌ها؛
- حمایت از کالای ایرانی؛
- ساختار و روش کار صندوق اشتغال خانواده
- این صندوق با استفاده از سپرده‌های اعضای گروه‌های خانوادگی جهت اشتغال‌زایی جوانان آن گروه تأسیس می‌شود؛
- سپرده‌های صندوق در قالب عقد شرکت پذیرفته می‌شوند؛
- تسهیلات صندوق به صورت مشارکتی به جوانان اعضای صندوق اعطا می‌شود؛
- گیرنده‌ی تسهیلات باید حداقل معادل یک پنجم تسهیلات دریافتی آورده‌ی نقدی داشته باشد؛
- سود حاصل از به کارگیری تسهیلات بین عامل شرکت (جوان گیرنده‌ی تسهیلات) و صاحبان وجوه (سپرده‌گذاران و عامل شرکت) به نسبت ۵۰-۵۰ توزیع می‌شود؛
- در صورت تقاضای عامل شرکت بر تسویه‌ی شرکت، هیأت امنای سهم سپرده‌گذاران را قیمت‌گذاری نموده و از عامل شرکت دریافت می‌نماید؛
- اولویت در اعطای تسهیلات با جوانانی است که مبادرت به ایجاد مشاغل خانگی بنمایند؛
- هیأت مدیره‌ی صندوق متشکل از بزرگان گروه خانوادگی می‌باشد؛
- هیأت مدیره‌ی صندوق بر چگونگی هزینه‌کرد تسهیلات نظارت می‌نماید؛
- هیأت مدیره‌ی صندوق اقدام به انجام مطالعات اولیه برای شناسایی طرح‌های اشتغال نموده و برنامه‌های آموزشی برای توانمندسازی جوانان متقاضی مشارکت برگزار می‌نماید؛
- از منابع صندوق می‌توان برای تأمین مالی احداث مسکن برای جوانان اعضای صندوق استفاده کرد.
- هیأت مدیره‌ی صندوق به منظور کمک به بازاریابی محصولات تولیدی شاغلان مرتبط با صندوق و ترویج حمایت از کالای ایرانی در زمینه‌ی ایجاد تقاضا برای محصولات تولیدی گیرندگان تسهیلات در قالب عرضه در درون خانواده و سایر مراکز عرضه محصولات همکاری می‌کند؛
- هر سال هیأت مدیره اقدام به حسابرسی سود و زیان نموده و سود را بین صاحبان وجوه و عامل شرکت تقسیم می‌کند.

### طرح صندوق اشتغال خانواده





بردارد. به‌دنبال راه‌افتادن پویش «هر هیئت یک روستا»، بسیاری از هیأت‌های مذهبی سراسر کشور متناسب با امکانات و شناخت میدانی از مناطق محروم استان خود، قدم در مسیر زدودن محرومیت استان نهاده‌اند و با تقسیم مناطق محروم بین هیئت‌ها، جلوه‌ای از کارآمدی یک اندیشه‌ی پویا را به نمایش گذارده‌اند.

پویش هر هیأت یک روستا، ایده‌ای است که با وقوع زلزله در استان کرمانشاه و نیاز به کمک‌های مردمی، تا حد قابل‌اعتنایی گسترش یافت. این پویش با اقبال هیأت‌های مذهبی مواجه شد. هیأت‌ها توانستند جدای از واکنش‌های برآمده از احساسات لحظات اولیه‌ی پس از زلزله، با حضور مستمر در نقاط مختلف زلزله‌زده باری از دوش مردم سرپل‌ذهاب و روستاهای اطرافش بردارند و از حجم تبعات ناتوانی دستگاه‌های مسئول در امدادسانی بکاهند. این پویش شبکه‌ای به هم پیوسته از خدمات‌رسانی داوطلبانه را با استناد به سیره‌ی ائمه معصومین علیهم‌السلام ساسیدمان داده است. این پویش حاکی از ظرفیت‌های بالای هیأت است که می‌تواند به عنوان یک تشکل اجتماعی در رفع کمبودها و مشکلات اقتصادی کوشا باشد. از نقاط برجسته‌ی این طرح، منطقه محوری، استفاده از ظرفیت نهاد مذهبی هیأت و برنامه‌ریزی بلندمدت برای خدمت‌رسانی به محرومیت با استفاده از بسیج امکانات مردمی است. بخشی از موفقیت این طرح ناشی از اعتماد مردم به هیأت‌ها، مردمی بودن ساختار هیأت و فراغت از روندهای کاغذبازی است که موجب کاهش هزینه‌ها و کم شدن فاصله‌ی بین خیران و نیازمندان به کمک می‌شود. تمرکز بر یک برنامه‌ی عملیاتی خاص و تقسیم کار بین هیأت‌ها نیز از دلایل موفقیت این طرح به‌شمار می‌رود.

در پویش هر هیأت یک روستا، تا کنون ۱۵ هیأت در مناطق زلزله زده مستقر شده و مسئولیت خدمت‌رسانی به بیش از ۱۵ روستا و بخش‌هایی از شهر سرپل‌ذهاب را به عهده گرفته‌اند. از جمله مناطقی که به برکت حضور مستمر هیأت‌های مذهبی تا حدودی روی آرامش و سامان را به خود دیده‌اند، می‌توان به روستاهای سراب‌ذهاب، انجیربان‌آواره‌علی، کونیک‌ها، تپانی و زرده‌پایین اشاره کرد.<sup>۲۸</sup> این پویش را می‌توان با محوریت مساجد سراسر کشور برای محرومیت‌زدایی از مناطق پیرامونی هر مسجد و حمایت از کالای ایرانی نیز سامان داد. این همان مدلی است که در سیره‌ی معصومان عملیاتی شده است. امیرمؤمنان علیه‌السلام خود به عنوان یک نهاد خیریه عمل می‌کرد. ایشان فقرا، درماندگان و یتیمان را شناسایی می‌کرد و شبانه‌نان و خرما به دوش می‌کشید و در تاریکی شب، آن را به در خانه‌ی نیازمندان می‌رساند. آنچه قبلاً با عنوان طرح هر مسجد یک قرارگاه اقتصاد مقاومتی مطرح شد، به‌دنبال احیای سنت تعاون در فقرزدایی با مشارکت مردم به صورت منطقه‌ای و با

تمرکز بر محرومان منطقه‌ی هر مسجد است. در طرح مزبور، مسجد نه تنها به کانونی برای فقرزدایی تبدیل می‌شود؛ بلکه زمینه‌ساز گسترش مشاغل خانگی و بازاریابی کالاهای ایرانی می‌شود.

یکی از اقدامات تکمیلی در این پویش راه‌اندازی برند عرضه‌ی محصولات داخلی با پشتیبانی هیأت‌های مذهبی (برند حبیب) است. در این طرح محصولات ایرانی تولیدشده تحت حمایت هیأت با نشان هیأت در بازار عرضه می‌شود. بخشی از سود حاصل از فروش این محصولات به طرح‌های محرومیت‌زدایی و اشتغال‌زایی اختصاص می‌یابد. بخشی از سود نیز برای تأمین هزینه‌های هیأت مصرف می‌شود.

ایجاد کاروان‌های حامیان کالای ایرانی

یکی از بهترین اقدامات برای درک شرایط دشوار تولیدکنندگان و صنعت‌گران در اوضاع تحریم‌های ظالمانه، حضور توده‌های مردمی در مراکز تولیدی و صنعتی است. این اقدام، به لحاظ علمی و عملی زمینه‌گفتمان‌سازی حداکثری حمایت از کالای ایرانی را فراهم می‌آورد. تجربه نشان داده است که خروجی هریک از این کاروان‌ها سفیران حمایت از کالای ایرانی خواهند بود که هم در زندگی روزمره‌ی خویش به حمایت از کالای ایرانی می‌پردازند و هم در میان اطرافیان‌شان مبلغ آن خواهند شد.

ایجاد کاروان‌های حامیان کالای ایرانی در بسترهای مختلف همچون در محیط‌های دانش‌آموزی، اداری و مردمی قابل اجرا است. حتی می‌توان از ظرفیت ستادهای نماز جمعه و مساجد برای اردوهای بازدید از مراکز صنعتی استفاده نمود.

علمای شیعه اواخر عصر قاجار تنها به تحریم مصرف کالاهای خارجی بسنده نکردند؛ بلکه اقداماتی برای تقویت تولیدات داخلی را نیز سامان دادند. به طور نمونه، شرکت اسلامیہ پس از قیام تنباکو، توسط آقا نجفی اصفهانی، آقا نورالله و میرزا ابوالقاسم زنجانی به همراهی جمعی از بازرگانان در سال ۱۳۱۶ ق. (۱۸۹۸ م.) با هدف تأمین منسوجات مورد نیاز مردم ایران و مقابله با وابستگی به خارج در اصفهان تاسیس شد.



## طرح شاخص بندی کالای ایرانی

برای حمایت مؤثر از کالاهای ایرانی و تشویق به افزایش درصد داخلی سازی کالاها، طراحی ساختاری برای تعیین این درصد و اطلاع رسانی عمومی ضروری است. تعیین درصد داخلی بودن محصولات عرضه شده نه تنها می تواند امر فرهنگ سازی خرید کالای ایرانی را تسهیل کند؛ بلکه حمایت دولت از کالاهای با درصد داخلی سازی بیشتر را تسهیل می نماید. در این راستا ابهامات مفهومی و محاسباتی در زمینه تعریف کالای ایرانی و تعیین سهم عواملی همچون برند، مواد اولیه و مانند آن وجود دارد. یکی از راه های حل مشکل، موظف کردن واحدهای تولیدی به درج برچسب درصد ایرانی بودن کالا تحت نظارت سازمان استاندارد است.

در راستای این طرح، سازمان استاندارد با همکاری اصناف و تولیدکنندگان داخلی نسبت به درج برچسب درصد ایرانی بودن محصولات تولیدی در داخل کشور اقدام می کند. در این چارچوب، تمامی تولیدکنندگان موظفانند محصولات خود را با برچسب درجه ای ایرانی بودن محصول به بازار داخلی عرضه کنند. حمایت از تولیدکنندگان داخلی با توجه به درصد داخلی سازی محصول صورت می گیرد. سازمان استاندارد هر سال بنا به درخواست تولیدکنندگان داخلی در مورد بررسی و افزایش درصد داخلی بودن محصول تصمیم می گیرد. همچنین تعرفه ی تبلیغ کالاها در رسانه ها با توجه به میزان داخلی سازی تعیین می شود؛ به گونه ای که تعرفه ی تبلیغ کالاها با افزایش درصد داخلی سازی کاهش می یابد.

## صندوق اشتغال وقفی

یکی از روش های بستر سازی برای استفاده از ظرفیت نهاد وقف در اشتغال زایی، ایجاد وقف های جمعی است. در طرح وقف جمعی، افراد می توانند با هر میزان کمک نقدی در ایجاد یک موقوفه مشارکت داشته باشند. وجوه جمع آوری شده به احداث کارخانجات و واحدهای صنفی اختصاص یافته و زمینه اشتغال جوانان را فراهم می کند. این طرح را می توان برای تأمین مسکن زوج های جوان نیز استفاده نمود.

## تعریف وقف جمعی (مشارکتی)

وقف جمعی یا مشارکتی عقدی مرکب از عقود بیع، صلح، وکالت و وقف است. در این نوع وقف، مال از پیش تعیین شده ای مانند زمین، ساختمان و سایر اموال دارای قابلیت وقف شدن، برای خرید مشارکتی به مردم معرفی می شود. هنگام جمع آوری وجوه از مشارکت کنندگان وکالت گرفته می شود تا پس از خرید کامل آن مال، صیغه ی وقف بر آن خوانده شده و به وقف درآید.

## اهداف

- توسعه و ترویج فرهنگ وقف؛
- ایجاد بستر مناسب در جهت مشارکت آحاد جامعه برای مشارکت در این امر خیر؛
- تسهیل فرآیند مشارکت در وقف.
- ایجاد زمینه برای اشتغال جوانان و حل مشکلات اقتصادی آنان؛
- شیوه اجرا

- تشکیل صندوق اشتغال وقفی جهت انجام امور مرتبط با هدف وقف؛
- تشکیل هیأت امنای صندوق وقف جمعی؛

## تدوین شیوه نامه و آئین نامه ی اجرایی موقوفه؛

- اختصاص شماره حساب برای طرح؛
- نگارش متن وقف نامه توسط هیأت امنای؛
- اقدام به خرید اموال قابل وقف و اجرای صیغه وقف از طرف همه مشارکت کنندگان توسط هیأت امنای، پس از رسیدن وجوه مشارکت های مردمی به نصاب لازم؛
- مدیریت موقوفه و ایجاد زمینه ی اشتغال برای جوانان داوطلب توسط هیأت امنای؛
- گزارش عملکرد و پیشرفت طرح به واقفین و خیرین؛

## متن وقف نامه

اینجانب ..... فرزند ..... به شماره شناسنامه ..... و کد ملی ..... تعداد ..... سهم ۵۰۰,۰۰۰ ریالی به مبلغ ..... ریال را برابر فیش واریزی ..... خریداری و به هیأت امنای صندوق اشتغال وقفی وکالت می دهم نسبت به تعیین اهداف وقف و انجام طرح اقدام و صیغه ی وقف را اجرا کنند.

طرح برگزاری نمایشگاه کالای ایرانی در مصلی ها و مساجد کشور برای فرهنگ سازی حمایت از کالای ایرانی می توان اقدام به برگزاری نمایشگاه های کالای ایرانی در مصلی ها و مساجد سراسر کشور نمود. برگزاری این نمایشگاه ها نه تنها می تواند باعث انس بیشتر مردم با مساجد مصلی ها شود، بلکه ابعاد اقتصادی مسجد را نیز تقویت کرده و موجب کمک این نهاد اسلامی به تولید جامعه ی اسلامی می شود.

طرح برگزاری نمایشگاه های هنری کالای ایرانی نمایشگاه های پوستر و بنر کالای ایرانی را می توان در سطح مدارس، ادارات، مساجد و مراکز فرهنگی دایر نمود. برگزاری این نمایشگاه ها می تواند در نهادینه سازی حمایت از کالای ایرانی مؤثر باشد. در جریان برگزاری این نمایشگاه ها می توان مسابقات متعدد هنری و هم چنین مسابقات کتابخوانی همراه با ارائه ی جایزه برگزار نمود.

## طرح سند چشم انداز پیشرفت روستا

با توجه به اهمیت روستاها در ایجاد اشتغال و افزایش تولید ملی، مناسب است برای هر روستا برنامه ی مستقلی جهت پیشرفت روستا تنظیم شود. در این مسیر می توان سند چشم انداز پیشرفت روستا را بر اساس ظرفیت ها و قابلیت های آن تدوین کرد.

برخی از شهرهای کوچک در این مسیر اقداماتی کردند. به طور نمونه، با همت مردم و مسئولان شهر بهاباد یزد و مساعدت مرکز حوزوی الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت، این شهر به عنوان نمونه ای در برنامه ریزی پیشرفت معرفی شد. در این راستا، سند چشم انداز پیشرفت این شهر در ۱۴۰۴ تنظیم شد و در مسجد جامع شهر نصب گردید. جلسات همفکری متعددی جهت پیشبرد اهداف سند چشم انداز بهاباد برگزار شده و برنامه های متنوعی جهت تحقق این سند اجرایی شده است. همین برنامه را می توان در تمامی شهرهای کوچک و روستاها با هدف مهاجرت معکوس به شهرهای کوچک و روستاها عملیاتی کرد.

## نتیجه گیری

برای حمایت مؤثر از کالای ایرانی تدوین الگوهای عملیاتی ضروری است. الگوهای عملیاتی تنها مختص به اقدامات عملی در حمایت از کالای ایرانی





نیست؛ بلکه حوزه‌ی فرهنگ‌سازی، گفتمان‌سازی و مطالبه‌گری اقتصاد مقاومتی را نیز شامل می‌شود. برای موفقیت در این زمینه‌ها باید به شکلی سازمان‌یافته و با استفاده از مدل‌های اجرایی و عملیاتی اقدام کرد. موفقیت مدل‌های اجرایی حمایت از کالای ایرانی وابسته به استفاده از تمامی ظرفیت نهادهای دینی به خصوص مسجد، تعاون، وقف، قرض الحسنه و به خصوص مشارکت نیروهای مردمی است. در این راستا می‌توان طرح‌های مختلفی همچون طرح جبهه‌ی مشارکت مردمی اقتصاد مقاومتی، طرح هر مسجد یک پایگاه اقتصاد مقاومتی، طرح صندوق اشتغال مسجد و خانواده، سامانه‌ی حمایت از کالای ایرانی و مانند آن را اجرایی نمود.

#### پی‌نوشت

۱. هاتو جون چانگ، نیکوکاران نابکار.
۲. چگونه سامسونگ به بزرگترین سازنده تلفن هوشمند در جهان تبدیل شد، ترجمه احمد شریف‌پور، وبگاه یک پزشک، ۱۴ فروردین ۱۳۹۲.
۳. حایبه سادات مؤمنی، ژاپن فقیر چگونه تبدیل به اقتصاد برتر جهانی شد، وبگاه فردا، ۳۱ خرداد ۱۳۹۵ کد خبر ۵۳۴۷۲۸.
۴. رکه حسین میرجلیلی، نظریه‌ها و سیاست‌های تجاری بین الملل و بازرگانی خارجی، ص ۲۳-۲۵. جerald مایر، فضای بین‌المللی تجارت، رقابت و حاکمیت در اقتصاد جهانی، ج ۱، ص ۸۳-۸۴. ایمان حقیقی، توسعه اقتصادی ژاپن و عوامل کلیدی آن، ص ۲۲۶-۲۳۶.
۵. آنا، حمایت از کالای داخلی فصل مشترک اقتصادهای توسعه‌یافته جهان، خبرگزاری دانشگاه آزاد اسلامی (آنا)، ۲۰ اردیبهشت ۱۳۹۷، کد خبر ۲۷۸۹۷۳.
۶. جامعه‌ی اسلامی حامیان کشاورزی ایران، داستان جالب شروع کاشت پسته در آمریکا، مدلی از درون‌زایی در عین برون‌گرایی؛ داپی، علی، رقابت ایران و آمریکا در زمینه پسته، همشهری، ۸ بهمن ۱۳۹۶.
۷. فارس، مصاحبه معاون وزیر جهاد کشاورزی در امور باغبانی: سرمای بهار ۹ هزار میلیارد تومان به محصولات باغی خسارت زد زیان ۲ هزار میلیارد تومانی به باغ‌های پسته کرمان، خبرگزاری فارس، ۱۳۹۷/۳/۱۱.
۸. آنا، حمایت از کالای داخلی فصل مشترک اقتصادهای توسعه‌یافته جهان، خبرگزاری دانشگاه آزاد اسلامی (آنا)، ۲۰ اردیبهشت ۱۳۹۷، کد خبر ۲۷۸۹۷۳.
۹. همان.
۱۰. پیمان تجارت آزاد آمریکای شمالی (NAFTA).
۱۱. سرویس خبری فارس، ارتباط تنش تعرفه‌های آمریکا و اروپا با برجام چیست؟، خبرگزاری فارس، ۱۳۹۷/۲/۱۰.
۱۲. مشرق نیوز، از خودگذشتگی فرانسوی‌ها برای حمایت از تولید ملی؛ اقتصادهای بزرگ برای حمایت از تولید ملی چکار می‌کنند؟، ۹ خرداد

آنچه قبلاً با عنوان طرح هر مسجد یک قرارگاه اقتصاد مقاومتی مطرح شد، به دنبال احیای سنت تعاون در فقرزدایی با مشارکت مردم به صورت منطقه‌ای و با تمرکز بر محرومان منطقه‌ی هر مسجد است. در طرح مزبور، مسجد نه تنها به کانونی برای فقرزدایی تبدیل می‌شود؛ بلکه زمینه‌ساز گسترش مشاغل خانگی و بازاریابی کالاهای ایرانی می‌شود.

- ۱۳۱، کد خبر ۱۱۴۲۷۳.
۱۳. جام جم، پوتین: از تولید داخلی حمایت می‌کنیم، ۱۳۹۶/۲/۶.
۱۴. دنیای اقتصاد، سبک چینی حمایت از تولید، ش ۱۳۱۱۳۹۰، ۱۳۹۶/۱/۱۷.
۱۵. رکه محمد جواد تولگی، خاکریز اقتصادی: خوانشی بر اقتصاد مقاومتی، ص ۲۰-۲۳.
۱۶. روزنامه جبل‌المتین کلکته، س ۱۴، ش ۱۹، ۲ جمادی الثانی ۱۳۲۴.
۱۷. موسی نجفی، حکم نافذ آقا نجفی، عرفان مرجعیت و سیاست، ص ۱۸۹.
۱۸. رکه مهدی ابوطالبی، نقش علمای شیعه در حمایت از تولید ملی و کار و سرمایه ایرانی در دوره قاجار، ص ۵-۲۶.
۱۹. همان.
۲۰. موسی نجفی: اندیشه تحریم و خودباوری؛ ص ۱۲۸-۱۲۹.
۲۱. پیمان رهبری، شرکت اسلامی، نماد اقتصاد مقاومتی.
۲۲. روزنامه جبل‌المتین، س ۷، ش ۲۰، ص ۱۶.
۲۳. محمد حسن رجبی، علمای مجاهد، ص ۳.
۲۴. رکه مهدی ابوطالبی، عالمان شیعه و صیانت از سرمایه‌های ملی، ص ۱۱۴-۱۴۹؛ ۱۵۱-۱۵۸.
۲۵. امام خمینی، رساله توضیح المسائل، مساله ۲۸۲۹.
۲۶. عقیقی بخشایشی، فقهای نامدار شیعه، ص ۵۶۶.
۲۷. در عقد شرکت می‌توان برای عامل شرکت سهمی از سود در نظر گرفت.
۲۸. جهان‌نیوز، گزارش یک پویش انقلابی، NGO به سبک بچه‌های مؤمن؛ پویش هر هیات یک روستا، ۹ بهمن ۱۳۹۶.