

اقتصاد مفاومتے تفسیر جہاد کبیر

اکبر



مکتبہ اسلامیہ

سرتناسه : ابدالی محمدی، اکبر، ۱۳۵۷ - عنوان و نام پدیدآور : اقتصاد مقاومتی؛ تفسیر جهاد
 کبیر / اکبر ابدالی محمدی. مشخصات نشر : قم: جهاد دانشگاهی، واحد استان قم، ۱۳۹۶.
 مشخصات ظاهری : ۴۶۱ص: مصور، جدول، نمودار، شاخص : ۱ - ۹۸۳۱۴ - ۶۰۰ - ۹۷۸ :
 وضعیت فهرست نویسی : فیا؛ یادداشت : کتابنامه ص ۲۴۹، یادداشت : نمایه، موضوع : خامنه
 ای، سید علی، رهبر جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۶۸ - - دیدگاه درباره سیاست اقتصادی ؛
 موضوع : Views on economic policy - ۱۹۳۹ - Khamene'i, Sayyed Ali, Leader of IRI - موضوع :
 سیاست اقتصادی - جنبه های مذهبی - اسلام ؛ موضوع : Economic policy - Religious aspects - Islam ؛
 موضوع : اسلام و اقتصاد ؛ موضوع : Islam - Economic aspects ؛ موضوع : تحریم اقتصادی - ایران
 - قرن ۱۴ ؛ موضوع : ۲۰th Century - Economic sanctions - Iran ؛ موضوع : ایران - سیاست
 اقتصادی - آینده نگری ؛ موضوع : Iran - Economic policy - Forecasting ؛ شناسه افزوده : جهاد
 دانشگاهی، واحد قم ؛ رده بندی کنگره : ۲ / BP۲۳۰ / الف ۱۵ الف ۱۳۹۶۷ ؛ رده بندی دیویی :
 ۵۰۸.۰۶۴۹ ؛ شماره کتابشناسی ملی : ۵۸۳۳/۲۹۷

مؤلف: اکبر ابدالی محمدی

ویرستار: علی کاملی

صفحه ر: مرتضی سلیمان

ترجمه: حلد علی فقیهی

ناشر: ماد دانشگاهی واحد قم

نوبت چاپ: چاپ اول، زمستان ۱۳۹۶

تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

چاپ: طه

قیمت: ۲۲۰۰۰ تومان

ارتباط با نویسنده از طریق پیام رسانهای داخلی فروش و ارسال یا ارسال پیامک:

۰۹۱۶۳۹۸۸۵۷۱

آدرس ناشر:

قم ابتدای بلوار الغدیر، خیابان صفشهر، کوچه ۱/۱ پلاک ۳۲، جهاد دانشگاهی استان قم

www.jd-qom.ac.ir

تلفن: ۰۲۵۳۲۸۵۹۸۵۶



انستیتوت علمی و فرهنگی

تقدیم به

شهدای جهاد مقاومت در سرتاسر عالم

بالاخص شهدای مدافع حرم

www.Ketab.ir

فهرست مطالب

۱۹	پیشگفتار.....
۲۳	فصل اول: جنگ اقتصادی.....
۲۵	مقدمه.....
۲۶	تمدن نوین اسلامی و اقتصاد اقتصادی.....
۳۳	جنگ اقتصادی.....
۳۵	جهاد اقتصادی.....
۴۱	فصل دوم: تحریمهای اقتصادی.....
۴۳	مقدمه.....
۴۴	اهداف دشمن از تحریم اقتصادی.....
۴۴	اهداف کوتاه مدت تحریم اقتصادی.....
۴۵	اهداف میان مدت تحریم اقتصادی.....
۵۴	اهداف بلندمدت تحریم اقتصادی.....
۵۶	پژوهش مؤسسه آمریکایی در مورد اثربخشی تحریم ها.....
۶۳	هزینه تحریم ایران برای تحریم کنندگان.....
۶۶	حربه دشمن برای اثربخشی تحریمها.....
۶۸	راه خنثی کردن تحریمها.....

۷۰	مزایای تحریم!
۷۵	نمونه ای از تبدیل تحریم به فرصت
۸۱	فصل سوم: نفوذ اقتصادی
۸۳	مقدمه
۸۴	اهداف دشمن از نفوذ اقتصادی
۸۴	اهداف یوآه از نفوذ اقتصادی
۸۵	اهداف میان مدت نفوذ اقتصادی
۸۷	اهداف بلندمدت نفوذ اقتصادی
۹۰	راه های نفوذ اقتصاد
۹۰	۱. سازمان های بین المللی؛ تست نامه س!
۹۶	تجربه مالزی از صندوق بین المللی پول
۹۸	تجربه آمریکای لاتین از بانک جهانی و صندوق بین المللی پول
۹۹	ما و جهانی شدن
۱۰۳	۲. دیپلماسی رسمی (مذاکره)
۱۰۵	۳. دیپلماسی اقتصادی
۱۰۸	۴. دیپلماسی عمومی: تبلیغات، فضای روانی و سبک زندگی غربی
۱۱۳	۵. نفوذ علمی: دیپلماسی علمی و آموزش نخبگان
۱۱۴	برویچه های شیکاگو، ابزار نفوذ
۱۱۵	فصل چهارم: درباره اقتصاد مقاومتی
۱۲۷	مقدمه
۱۲۸	جهاد کبیر؛ وظیفه ما در جنگ اقتصادی
۱۳۱	ماهیت فرهنگی اقتصاد مقاومتی

۱۳۳	استعمار دیدنی و استعمار نادیدنی
۱۳۵	شعارهای فرهنگی - اقتصادی
۱۳۹	شاه کلیدی به نهم بازار
۱۴۲	دلایل بروز مشکل بازار
۱۴۲	د بازار داخلی
۱۴۴	گرایش ۷۳ درصدی مردم ایران به کالای خارجی
۱۵۱	عدم بررسی بهای زهای خارجی
۱۵۲	دیپلماسی اقتصادی
۱۵۷	تولید ملی اساس اقتصاد کشور
۱۵۹	حمایت از تولید، موفقی فرهنگ
۱۶۳	فصل پنجم: نفی سلطه اقتصاد اجانب
۱۶۵	مقدمه
۱۶۵	قاعده نفی سیل
۱۶۷	مواد اولیه و منابع طبیعی
۱۶۹	بازار مصرف
۱۷۱	نفی سلطه اقتصادی در قانون اساسی
۱۷۲	علما و نفی سلطه اقتصادی
۱۷۳	میرزای شیرازی و نفی سلطه اقتصادی
۱۷۵	حاج آقا نورالله اصفهانی و نفی سلطه اقتصادی
۱۷۷	جهاد اقتصادی به منزله شهادت در رکاب امام زمان عجل الله تعالی فرجه
۱۸۲	مخاصمه با امام زمان عجل الله تعالی فرجه
۱۸۳	تحریم اجناس اروپایی در ایران
۱۹۱	امام خمینی ره و نفی سلطه

- آیت الله سعیدی، شهید مبارزه با نفوذ اقتصادی ۱۹۵
- اعلامیه ای خطاب به علما ۱۹۷
- پیام امام خمینی (ره) ۲۰۰
- فصل ششم: سیره علما در حمایت از تولید ملی ۲۱۱
- مقدمه ۲۱۳
- تدریس نمونه از امام خمینی (ره) ۲۱۳
- فرمان امام خمینی (ره) ۲۱۵
- حکم حکومتی بیخ باز ۲۱۷
- اثر تحریم تنباکو ۲۲۰
- فتوای آقاجفی در تحریم تنباکو ۲۲۲
- آیت الله شاه آبادی و تولید ملی ۲۲۳
- شرکت اسلامی ۲۲۸
- بخشی از اعلامیه ۸ ماده‌ای آقا نجفی ۲۳۰
- وطن در خطر است! ۲۳۲
- اسلام در خطر است! ۲۳۵
- لباس عبادت ۲۳۷
- استجاب دعا با لباس داخلی ۲۳۸
- جشن خرید کالای ایرانی در اعیاد مذهبی ۲۳۹
- حمایت علما از شرکت اسلامی ۲۴۰
- مکتوب آیت الله آخوند ملا محمد کاظم خراسانی ۲۴۳
- مکتوب آیت الله سید محمد کاظم طباطبائی یزدی ۲۴۶
- مکتوب آیت الله میرزا محمد حسین نوری (ملقب به محدث نوری) ۲۴۷

۲۵۳	مکتوب آیت الله ملا محمد حسن مامقانی در حمایت از شرکت اسلامیہ
۲۵۳	مکتوب شیخ الشریعة اصفهانی در حمایت از شرکت اسلامیہ
۲۵۵	واکنش انگلیس به شرکت اسلامیہ
۲۵۶	نگاہ بنی صاحب عروہ به تولید داخلی
۲۶۰	پیشہ سید عبدالحسین لاری در حمایت از تولید ملی
۲۶۲	اقدامات سید عبدالحسین لاری
۲۶۴	حمایت از تولید ملی، حتی بعد از مرگ
۲۶۶	آیت الله بنی، سر محمد مقدس جمکران
۲۶۹	آیت الله سید ابوالنعمان کاشانی
۲۷۱	شہید نواب صفوی
۲۷۲	نفٹ چگونه ملی شد؟
۲۷۳	حمایت شہید نواب از تولید داخل
۲۷۶	شہید آیت الله سید حسن مدرس
۲۷۶	عبای مدرس
۲۷۷	قانون استعمال البسہ وطنی
۲۹۵	فصل ہفتم: مبارزہ امیر کبیر با سلطہ اقتصادی اجانب در ایران
۲۹۷	مقدمہ
۲۹۸	مشکلات امیر کبیر
۳۰۴	تقابل تاریخی دو تفکر
۳۰۵	بعد از امیر کبیر
۳۰۷	برنامہ های امیر کبیر برای مقاوم سازی کشور
۳۲۳	پایانی غم انگیز با نقشہ استعمار

۳۲۷	فصل هشتم: پاسخ به چند شبهه در مورد اقتصاد مقاومتی
۳۲۹	مقدمه
۳۳۰	۱. تفاوت اقتصاد مقاومتی با اقتصاد ریاضتی
۳۳۴	۲. بودن اقتصاد مقاومتی
۳۳۶	۳. کیفیت کالای داخلی
۳۵۳	۴. اقتصاد مقاومتی: حمایت از تولید، وظیفه دولت است
۳۵۶	۵. چماق سر روبرو: تورم ملی
۳۶۸	۶. بهره وری تولید باید است
۳۷۳	فصل نهم: اسناد و مدارک اقتصادی
۳۷۵	مقدمه
۳۷۶	اسناد لایحه جاسوسی از نفوذ اقتصادی ۱-۳-۱۳۸۴
۳۷۶	سند شماره ۱
۳۷۹	سند شماره ۲
۳۸۲	سند شماره ۳
۳۸۴	سند شماره ۴
۳۹۰	سند شماره ۵
۳۹۱	سند شماره ۶
۳۹۱	سند شماره ۷
۳۹۱	سند شماره ۸
۳۹۸	سند شماره ۹
۴۰۰	سند شماره ۱۰
۴۰۲	سند شماره ۱۱

۴۰۳.....	سند شماره ۱۲.....
۴۰۵.....	سند شماره ۱۳.....
۴۰۸.....	سند شماره ۱۴.....
۴۱۱.....	سند شماره ۱۵.....
۴۱۶.....	سند شماره ۱۶.....
۴۱۸.....	سند شماره ۱۷.....
۴۲۲.....	صادق از رضا مهدی.....
۴۲۳.....	ما نفرت نداریم اما این را داریم!.....
۴۲۵.....	تجارت بهتر راه تغییر ایران.....
۴۲۶.....	فروش کالای لوکس در ایران.....
۴۲۸.....	دستیابی به مصرف کنندگان ایرانی از توافقی هسته ای.....
۴۳۰.....	مسابقه برای تسخیر بازار ایران.....
۴۳۰.....	به زودی آغاز می شود؛ مسابقه آلمان ها برای تسخیر بازار ایران.....
۴۳۱.....	یک زمان جدید برای ایران؟ پس چرا آنها اینجا هستند؟.....
۴۳۲.....	بازار ایران در اختیار برندهای خارجی.....
۴۳۲.....	بازارهای جدید از سراسر ایران سر بر می آورند.....
۴۳۵.....	حکایت پسته ایران در آمریکا.....
۴۳۵.....	آیا ایران می تواند سود دهی کاشت پسته در کالیفرنیا را از بین ببرد؟.....
۴۳۷.....	چشم طمع به بازار صنایع غذایی ایران.....
۴۳۷.....	هاینز یا دلپذیر: وضعیت صنایع داخلی ایران.....
۴۴۱.....	رستورانهای خارجی در راه ایران.....
۴۴۲.....	ریسک جسورانه رستوران های زنجیره ای برای گاز گرفتن ایران!.....
۴۴۳.....	مراکز فروش کالاهای خارجی در ایران.....

- ۴۴۴..... امیدها برای انقلاب خرید در مراکز بزرگ خرید در ایران
- ۴۴۵..... انتخاب بیشتر، پشتیبانی بیشتر
- ۴۴۶..... نفوذ و امنیت غذایی
- ۴۴۹..... منابع و مآخذ
- ۴۵۷..... پایه اشخاص

فهرست شکل ها، پیکرها، نمودارها و عکس ها

فصل اول

شکل ۱-۱: فرایند سقوط انقلاب اسلامی از دیدگاه مقام معظم رهبری (ص ۲۹)

شکل ۲-۱: بخش های اصلی مدن اسلامی از نظر مقام معظم رهبری (ص ۳۰)

شکل ۳-۱: ابزارهای اصلی دشمن در جنگ اقتصاد (ص ۳۵)

فصل دوم

تصویر ۱-۲: ستانور مارک کرک از طرف جان اصلم - بریم های ایران در سنای آمریکا (ص ۴۵)

تصویر ۲-۲: جیمز کلاپر مدیر اطلاعات ملی آمریکا در حال ارائه گزارش در مورد

تحریم های ایران به سنای آمریکا (ص ۴۷)

شکل ۱-۲: اهداف دشمن از تحریم های اقتصادی ایران (ص ۵۲)

جدول ۱-۲: بانک هایی که به خاطر نقض تحریم های ایران توسط آمریکا جریم شدند (ص ۶۰)

شکل ۲-۲: تعداد فرصت های شغلی از دست رفته در ایالت های مختلف آمریکا به خاطر

تحریم ایران (نایاک، ۲۰۱۴) (ص ۶۶)

تصویر ۳-۲: ماکاپ، اولین فضاییمای سرنشین دار ایران (ص ۷۱)

جدول ۲-۲: رتبه چهارم ایران در سال ۲۰۱۷م. در تولید علم نانو در دنیا (ص ۷۲)

شکل ۳-۲: خلاصه گزارش آنکاد در مورد علم و فناوری ایران (ص ۷۴)

تصویر ۴-۲: گزارش خبرگزاری سی ان ان آمریکا از انقلاب غذایی در روسیه به خاطر تحریم ها (ص ۷۹)

فصل سوم

شکل ۳-۱: اهداف دشمن از نفوذ اقتصادی (ص ۸۸)

تصویر ۳-۱: مایک پمپو در حال سخنرانی در مؤسسه اسپن (ص ۹۰)

تصویر ۳-۲: گروهی از دانش‌آموختگان شیلیایی دانشگاه شیکاگو به عنوان پیاده نظام اقتصادی

ریکا در آمریکای لاتین (ص ۱۲۱)

شکل ۴-۱: بل سیاست‌های راهبردی نظام استکبار و نظام اسلامی در حوزه اقتصاد (ص ۱۳۰)

شکل ۴-۲: مراحل پرنک از بیانیه رهبر انقلاب در سال ۱۳۹۵ (ص ۱۳۹)

جدول ۴-۱: مشکلات اصلی شده از ۲۰۰۰ واحد تولیدی (ص ۱۴۱)

شکل ۴-۳: عوامل اصلی برای مشکلات داخلی برای واحدهای تولیدی (ص ۱۴۳)

شکل ۴-۴: محبوبیت محصولات کشورهای مخفف د ایران (ایران پل، ۲۰۱۶) (ص ۱۴۶)

شکل ۴-۵: سهم اندک برندهای معروف رازم خانکد ایرانی از بازار کشور (ایران پل، ۲۰۱۶) (ص ۱۴۷)

شکل ۴-۶: تسخیر بازار گوشی تلفن همراه توسط برندهای خارجی (ایران پل، ۲۰۱۶) (ص ۱۴۸)

شکل ۴-۷: تسخیر بازار لوازم صوتی تصویری خانگی ایران توسط برندهای خارجی (ایران

پل، ۲۰۱۶) (ص ۱۴۹)

نمودار ۴-۱: کاهش بازارهای عمده صادراتی ایران (ص ۱۵۲)

نمودار ۴-۲: سهم ناچیز ایران از صادرات به کشورهای منطقه (ص ۱۵۳)

نمودار ۴-۳: میزان صادرات ایران به روسیه (ص ۱۵۴)

نمودار ۴-۴: مقایسه صادرات سه کشور ایران، چین و ترکیه به عراق (ص ۱۵۶)

شکل ۴-۷: اهمیت تولید ملی در تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی (ص ۱۵۷)

نمودار ۴-۵: فراوانی کلمات به کار رفته درباره‌ی کلید واژه حمایت از تولید ملی در بیانات

رهبر انقلاب (ص ۱۵۸)

جدول ۴-۲: بیست ویژگی در ارتباط با تولید ملی در بیانات رهبر انقلاب (ص ۱۶۲)

فصل پنجم

نمودار ۵-۱: سهم بالای کشور های عضو اوپک از جمله مسلمانان در منابع نفتی (ص ۱۶۷)

نمودار ۵-۲: سهم انواع منابع انرژی در مصرف انرژی آمریکا (ص ۱۶۸)

فصل ششم

تصویر ۶-۱: آیت‌الله محمدعلی شاه‌آبادی در جمع اعضای خانواده (ص ۲۲۸)

تصویر ۶-۲: آیت‌الله آقاخانجی اصفهانی (سمت راست) و برادرش حاج آقا نورالله اصفهانی (ص ۲۳۸)

تصویر ۶-۳: آیت‌الله محمدعلی شاه‌آبادی در حرم حضرت معصومه (ص ۲۴۶)

تصویر ۶-۴: آیت‌الله محمدعلی شاه‌آبادی در حرم حضرت معصومه (ص ۲۶۱)

تصویر ۶-۵: آیت‌الله محمدعلی شاه‌آبادی در حرم حضرت معصومه (ص ۲۶۸)

تصویر ۶-۶: آیت‌الله محمدعلی شاه‌آبادی در حرم حضرت معصومه (ص ۲۶۸)

تصویر ۶-۷: آیت‌الله محمدعلی شاه‌آبادی در حرم حضرت معصومه (ص ۲۷۱)

تصویر ۶-۸: آیت‌الله محمدعلی شاه‌آبادی در حرم حضرت معصومه (ص ۲۷۵)

تصویر ۶-۹: آیت‌الله محمدعلی شاه‌آبادی در حرم حضرت معصومه (ص ۲۷۵)

فصل هفتم

شکل ۷-۱: دو تفکر متفاوت برای پیشرفت کشور (ص ۳۰۵)

فصل هشتم

شکل ۸-۱: سیاست‌های اقتصاد مقاومتی در پی ایجاد رفاه عمومی برای مردم (ص ۳۳۲)

شکل ۸-۲: عوامل اصلی مورد نیاز برای تقویت تولید ملی (ص ۳۳۷)

نمودار ۸-۱: نمودار نرخ سود بانکی در کشورهای مختلف بر اساس داده‌های بانک جهانی (ص ۳۴۰)

تصویر ۸-۱: تولید بالا در شرکت سامسونگ و خرید آن توسط مردم کره جنوبی (ص ۳۴۰)

رشد این شرکت را فراهم کرد: گذار از تولید ۳ میلیون تلویزیون در ۱۰ نوامبر ۱۹۷۷ (ص ۳۴۰)

جدول ۸-۱: صادرات خودروی پراید در آذرماه سال ۱۳۹۵ به عراق (گمرک ایران) (ص ۳۶۰)

تصویر ۸-۲: قیمت پراید ۱۳۱ در سایت Iraq sale (ص ۳۶۱)

تصویر ۸-۳: تویوت، اولین خودروی صادراتی ژاپن به آمریکا در سال ۱۹۵۸ (ص ۳۶۳)

فصل نهم

تصویر ۹-۱: گزارش فارن افرز در مورد استفاده از دیپلماسی برای مقابله با ایران (ص ۴۲۲)

تصویر ۹-۲: پوستر نشست ایران هم اکنون (ص ۴۲۳)

تصویر ۹-۳: یکی از اسلایدهای نمایش داده شده در نشست: کسب و کاری موفق در ایران (ص ۴۲۴)

تصویر ۹-۴: یکی از اسلایدهای نشست ایران هم اکنون؛ "در فرانسه ما نفت نداریم اما ایده

داریم" (ص ۴۲۵)

تصویر ۹-۵: ویدیو: گزارش نیویورک تایمز در مورد فروش کالای لوکس در ایران (ص ۴۲۷)

تصویر ۹-۶: ریزه کار گزارش وال استریت ژورنال در مورد پتانسیل بازار ایران برای

شرکت‌های غربی (ص ۴۲۸)

تصویر ۹-۷: تصویری از گزارش اشپاک در مورد: آلمان برای تصاحب بازار ایران (ص ۴۳۱)

تصویر ۹-۸: کتابه سایت روزنامه وال استریت ژورنال: آمریکا به رهبر انقلاب: مردم ایران

برندهای غربی را می‌خواهند (ص ۴۳۳)

تصویر ۹-۹: بازارهای بزرگ که در سال‌های اخیر در شهر ای مختلف ایران برای عرضه

کالاهای غربی ساخته شده‌اند (ص ۴۳۴)

تصویر ۹-۱۰: گزارش روزنامه کریستین ساینس مانیتور در مورد: بسته ایران (ص ۴۳۷)

تصویر ۹-۱۱: گزارش روزنامه گاردین در مورد بازار داخلی ایران (ص ۴۴۰)

تصویر ۹-۱۲: تصویری از گزارش روزنامه اینترنتی دلی میل در مورد بازار ایران (ص ۴۴۶)

نمودار ۹-۱: افزایش ۸۱ برابری واردات محصولات کشاورزی از آمریکا (ص ۴۴۷)

پید خفتار

موضوع این نوشتار درباره‌ی سرزمینی است که استعمارگران همیشه به آن چشم طمع داشته‌اند. سرزمینی ده روزگاری، اقتصاد و صنعتش مبتنی بر تولید بومی بود و تعامل با آن، افتخاری برای کشوری اروپایی محسوب می‌شد؛ ولی استعمارگران که فهمیدند تسلط کامل بر این کشور با روح حماسی مردم آن سازگاری ندارد، ترفندهای دیگری به کار بردند. ابتدا منافع خود را در این کشور تأمین کنند. نفوذ در طبقه حاکم بر جامعه راه حل مناسبی است. استعمار پیر، انگلستان، و بعدها آمریکا به کار بردند تا بتوانند سرزمین پر از منابع غنی ایران و بازار بزرگ آن را تصاحب کنند.

هرچند دشمنان این سرزمین، با تکیه بر خیانت و روش‌های خبیث از حاکمان و وابستگان داخلی، توانستند در برهه‌هایی از تاریخ به تراج منابع آن پردازند و باعث وابستگی اقتصادی کشور شوند، اما وجود عالمان آگاه و روش‌های دیرینه و کثرت مردم فداکار، باعث شد تا دشمنان نتواند به تمام خواسته‌های خود برسند. وقتی حدود پنجاه سال پیش، سرمایه‌گذاران آمریکایی قصد نفوذ و تسلط بر کشور را داشتند، حوزه علمیه قم در بیانیه‌ای هشدار می‌دهد که «استعمارگران وقتی که می‌خواهند کشوری را ملوک خود قرار دهند، به اسم عمران و آبادی وارد آن کشور می‌شوند و وقتی خواستند اقتصاد کشوری را قبضه نمایند، نخست به اسم تولید انبوه

و ارزانی اجناس، دخالت می‌کنند و سپس همچون سرطان، ریشه می‌دوانند و تا سر حد قدرت و امکانات خود، خون مردم را می‌مکنده.

دشمنان این مرز و بوم، برای تحقق خواسته‌های استعماری‌شان، ضمن استفاده مداوم از تاکتیک‌های نرم، تغییر فرهنگ اقتصادی مردم به نفع منافع اقتصادی خود را طور جدی پیگیری و اجرا کرده‌اند. در برخی مواقع نیز با برخوردهای خصمانه و در لب‌غریب با اقتصاد و به اصطلاح، جنگ اقتصادی همراه با جنگ روانی، در پی تزلزل کردن ایجاد وابستگی کامل این کشور بوده‌اند.

حدود سه ده پیش بود که با همفکری تعدادی از همکاران، پیشنهاد تشکیل کارگروهی داوطلبانه در سازمان صنعت، معدن و تجارت استان قم به مدیر وقت ارائه گردید. بعد از استقبال ایشان سه دسته فعالیت اصلی توسط این کارگروه صورت پذیرفت که همچنان ادامه دارد. به فعالیت اصلی‌شان این موارد بود: گفتمان‌سازی و فرهنگ‌سازی اقتصاد مقاومتی، تحقیق و پژوهش در مورد اقتصاد مقاومتی و فعالیت‌های اجرایی که عمدتاً در راستای حمایت از تولید ملی صورت می‌گرفت.

حضور در میان مردم و فعالیت در عرصه رسانه و تبلیغ و گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی، شبهاتی که ذهن مردم را نسبت به اقتصاد مقاومتی مغشوش کرده بود، روشن‌تر کرده و بررسی مشکلات تولیدکنندگان و مسائل مردم به فروش و عرضه تولیدات داخلی این حلقه را کامل نمود. در واقع بررسی همه‌جانبه تولید توزیع و مصرف، دید جامع‌تری را برای نگارش این کتاب ایجاد کرد. در نهایت پس از آن گفت که نوشتار حاضر، حاصل سه سال کار تبلیغی، تحقیقی و اجرایی در عرصه اقتصاد مقاومتی است.

در این کتاب سعی شده است محتوای لازم برای مبلغان اقتصاد مقاومتی فراهم شود و از آنجا که مشکل اصلی اقتصاد مقاومتی را فرهنگی می‌دانیم تأکید زیادی بر

مسائل فرهنگی و تاریخی صورت گرفته است. روش مورد تأکید علمای بزرگ در حمایت از تولید ملی، ذکر شده است تا شاید بتوان این فرهنگ را مجدداً زنده کرد. در تکمیل این موارد سعی شده از مثال و مصادیق بسیاری استفاده شود تا یک مبلغ بنواند با آنها مفاهیم اقتصاد مقاومتی و تولید ملی را به مردم منتقل کند.

لازم است از جناب آقای احمد ذاکری رئیس سابق سازمان که همراهی زیادی با گروه اقتصاد مقاومتی داشتند و مسیر لازم برای پیمودن این راه دشوار را برایمان هموار کردند و در نگارش این کتاب از حمایت‌ها و همراهی‌های ایشان بهره‌مند شدیم صمیمانه تشکر می‌کنیم از همکاران خویم در کارگروه اقتصاد مقاومتی سازمان صنعت، معدن و تجارت استان تهران و همچنین عزیزان جهاد دانشگاهی قم که در راه نگارش این کتاب یاریم کردند تشکر ویژه دارم.

در پایان از همراهی و صبر و تحمل همسر و فرزندانم که اوقات با هم بودنمان را سخاوت‌مندانه به نگارش این کتاب هدیه کردند، اسگزاری می‌کنم.

بر بدالی محمدی

عضو انجمن رسانه اقتصاد مقاومتی کشور

پاییز ۱۳۹۶