

کار بست مدیریت مصرف در حوزه آموزش دانشگاه افسری امام علی (ع) در جهت تحقق سیاست‌های اقتصاد مقاومتی

یعقوب یوسفوند^{۱*}، اکبر نیازی^۲، احسان نجفی سوسهباب^۳

چکیده

سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی سیاست‌هایی است که به منظور مقابله با تحریم‌ها و فشارهای اقتصادی آمریکا و نظام بین الملل تدوین و ابلاغ گردیده است. یکی از این سیاست‌ها، مدیریت مصرف مبتنی بر اصلاح الگوی مصرف است که در حوزه‌های مختلف از جمله آموزش می‌تواند اجرایی شود. این پژوهش با هدف شناسایی و اولویت‌بندی شیوه‌های اعمال مدیریت مصرف در حوزه آموزش دانشگاه افسری امام علی (ع) صورت گرفته است. روش پژوهش، توصیفی - تحلیلی بوده و از روش میدانی (مصاحبه و پرسشنامه) برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شده است. جامعه آماری در مرحله مصاحبه تعداد ۱۳ نفر و در مرحله پرسشنامه تعداد ۸۰ نفر از صاحب‌نظران و کارشناسان حوزه آموزش دانشگاه افسری امام علی (ع) بوده و داده‌ها به صورت کیفی، کمی و آمیخته تجزیه و تحلیل شده است. در تحلیل کیفی، پس از تحلیل محتوای مصاحبه‌ها، تعداد ۱۹ شاخص یا شیوه بکارگیری مدیریت مصرف استخراج، و مبنای تحلیل کمی مبتنی بر آزمون‌های آماری، و تحلیل آمیخته مبتنی بر روش تاپسیس قرار گرفته است. نتایج نشان‌دهنده این است که شاخص آگاه‌سازی و نهادینه‌سازی فرهنگ استفاده صحیح از منابع، تجهیزات و امکانات، و شاخص استفاده از سامانه‌های آموزش مجازی و امکانات سمعی، بصری و هوشمند در آموزش از اولویت برتری در بحث مدیریت مصرف (مصرف بهینه) در حوزه آموزش دانشگاه افسری امام علی (ع) برخوردار است.

واژه‌های کلیدی: سیاست‌های اقتصاد مقاومتی، مدیریت مصرف، دانشگاه افسری امام علی (ع)، روش تاپسیس.

۱. استادیار سیاست‌گذاری عمومی، دانشگاه افسری امام علی (ع)، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

y.yousefvand@iamu.ac.ir

۲. مدرس دانشگاه افسری امام علی (ع)

۳. مدرس دانشگاه افسری امام علی (ع).

مقدمه

اقتصاد آموزش عالی به عنوان یک علم میان‌رشته‌ای و کاربردی، به مطالعه و ارزیابی تصمیم‌گیری‌ها و رفتار تخصیص منابع در آموزش و فعالیت‌های آموزشی در آموزش عالی می‌پردازد. اقتصاددانان آموزش عالی به مطالعه این موضوع می‌پردازند که عاملان و تصمیم‌گیران در حوزه دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی چگونه می‌توانند از ابزار و منابع محدود، بهترین و مؤثرترین استفاده را بکنند تا اهداف/نیازهای نامحدود خود را برآورده نمایند (خادمی کله‌لو و همکاران، ۱۴۰۱: ۱۱). از این منظر، توسعه آموزش عالی و افزایش مهارت و بهره‌وری در میان دانشگاه‌ها مستلزم صرف هزینه‌های مالی و تخصیص منابع و ابزار لازم است. در شرایط تحریم اقتصادی، کیفیت آموزش عالی نیز متأثر از این شرایط خواهد بود. «آثار تحریم اقتصادی چنان گسترده است که کمتر حق بشری است که در اثر وضع آن‌ها، با احتمال نقض روبرو نگردد. اما مطمئناً برخی از حقوق مخصوصاً در حوزه حقوق اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی وجود دارند که بیشتر از سایر حقوق در معرض نقض و تهدید هستند مانند حق بر غذا، حق بر بهداشت و حق بر آموزش» (جیبی مجنده و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۲). در موضوع حق بر آموزش، تحریم‌های اقتصادی قابلیت دسترسی به نهادهای و برنامه‌های و امکانات آموزشی را محدود می‌کند، زمینه فرار مغزها، افزایش بی‌سوادی، ترک تحصیل، تخریب و تضعیف ساختارها، زیرساخت‌ها و امکانات آموزشی مدرن مانند اینترنت و آموزش‌های مجازی و... را فراهم می‌آورد و موجب نقض حق بر آموزش می‌شود (جیبی مجنده و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۰). بنابراین، موسسات آموزش عالی و دانشگاه‌ها که در صف اول شاخصه‌های اطلاعاتی در جوامع برخوردار از حوزه آموزش هستند (زندى و همکاران، ۱۴۰۲: ۳۶)، در شرایط تحریم اقتصادی متأثر از این شرایط خواهند بود و با توجه مأموریت آموزشی‌شان، ظرف هزینه آنها بیشتر بوده و شدیداً متکی به منابع مالی هستند. از این جهت، بین کیفیت آموزش و اقتصاد و بودجه آموزشی دانشگاه ارتباط تنگاتنگی وجود دارد. براین اساس، عدم توجه به شرایط تحریم اقتصادی و مدیریت مصرف هزینه‌ها در دانشگاه‌ها به ویژه در حوزه آموزش، تبعات جبران‌ناپذیری را برای جامعه و سازمان‌ها به دنبال خواهد داشت و موجب کاهش کارآمدی و اثربخشی در حوزه سرمایه انسانی خواهد شد.

دانشگاه افسری امام علی(ع) از جمله موسسات و نهادهای آموزش عالی است که منابع مالی و پولی در آن، منابعی ضروری و حیاتی برای انجام مأموریت و دستیابی به اهداف است و عامل تعیین کننده در موفقیت است. از این رو مسئله این است که در شرایط تحریم اقتصادی و مبتنی بر مدیریت مصرف درست منابع مالی و پولی و مدیریت صحیح دارایی ها، دانشگاه افسری امام علی(ع) چگونه می تواند تاب آوری خود را در برابر تحریم ها و فشارهای اقتصادی، بالا برده و مأموریت خود را با کمترین هزینه و بیشترین بهره وری و با موفقیت انجام دهد.

با توجه به شرایط تحریم اقتصادی و احتمال کاهش منابع پولی و مالی، آنچه مسلم است این است که دانشگاه افسری امام علی(ع) به عنوان کانون تربیت و آموزش نیروی انسانی متعهد و متخصص نذاجا در صنف افسری که «وظیفه پاسداری از کشور و مدیریت نظامی را بر عهده خواهند داشت» (صمیمی و دانش، ۱۴۰۲: ۲)، بایستی مدیریت مصرف مبتنی بر سیاست های اصلاح الگوی مصرف را در حوزه های مختلف مورد توجه قرار داده و در مسیر پیاده سازی سیاست های اقتصاد مقاومتی حرکت نماید. اقتصاد مقاومتی یکی از راهبردهای پویا نگهداشتن اقتصاد در شرایط تحریم و محدودیت های بین المللی اقتصادی است. مبنای پیاده سازی این راهبرد، یا به عبارتی نقشه راه این حوزه، سیاست های کلی اقتصاد مقاومتی است. در چارچوب این سیاست ها، یکی از بندهایی که به آن اشاره شده، مدیریت مصرف با تأکید بر اجرای سیاست های کلی اصلاح الگوی مصرف و ترویج مصرف کالاهای داخلی همراه با برنامه ریزی برای ارتقاء کیفیت و رقابت پذیری در تولید است. براین اساس، مدیریت مصرف را می توان از مهمترین عوامل سرنوشت ساز در حیات و اعتبار سازمان قلمداد نمود. اجرای مدیریت مصرف و اصلاح الگوی مصرف، علاوه بر پیاده سازی سیاست های کلی اقتصاد مقاومتی، در تقویت اعتبار اقتصادی و مدیریت صحیح مالی مؤثر است. به همین منظور در این پژوهش به تلاش می شود شاخص های (شیوه ها) مدیریت مصرف در حوزه آموزش دانشگاه افسری امام علی(ع) در چارچوب پیاده سازی سیاست های اقتصاد مقاومتی احصاء و جهت اجرا اولویت بندی گردد. بنابراین سوال اصلی این پژوهش این است که به منظور پیاده سازی سیاست های

اقتصاد مقاومتی، شیوه‌های پیاده‌سازی مدیریت مصرف در حوزه آموزش دانشگاه افسری امام علی(ع) چگونه است؟

چارچوب نظری

الف- اقتصاد مقاومتی: با نگرش به تشدید تحریم‌های اقتصادی علیه ج.ا.ایران، اقتصادی مقاومتی یکی از مفاهیمی است که در سال ۱۳۸۹ توسط رهبر معظم انقلاب مطرح، و وارد ادبیات اقتصادی و سیاسی کشور شده است. ایشان اقتصاد مقاومتی را آن اقتصادی که مقاوم است؛ با تحریکات جهانی، با تکانه‌های جهانی، با سیاست‌های آمریکا و غیرآمریکا زیرو و نمی‌شود؛ و متکی به مردم است تعریف می‌کند (بیانات در حرم مطهر ۱۳۹۳/۱/۱). از نظر ایشان، اقتصاد مقاومتی، یک الگوی علمی متناسب با نیازهای کشور است اما منحصر به کشور ما هم نیست. درون‌گرا نیست، درون‌زاست، یعنی از دل ظرفیت‌های خود کشور و مردم می‌جوشد. برون‌گرا است، یعنی با اقتصادهای جهانی تعامل دارد. مردم‌بنیاد است؛ یعنی بر محور دولت نیست و اقتصاد دولتی نیست، اقتصاد مردمی است؛ با اراده‌ی مردم، سرمایه‌ی مردم، حضور مردم تحقق پیدا می‌کند. دانش‌بنیان است، یعنی از پیشرفت‌های علمی استفاده می‌کند و بر محور علم قرار دارد. عدالت‌محور است؛ یعنی تنها به شاخص‌های اقتصاد سرمایه‌داری مانند رشد ملی یا تولید ناخالص ملی اکتفا نمی‌کند، بلکه شاخص عدالت اقتصادی و عدالت اجتماعی در جامعه یکی از شاخص‌های مهم در اقتصاد مقاومتی است (بیانات در حرم مطهر ۱۳۹۳/۱/۱). براین اساس می‌توان گفت: اقتصاد مقاومتی، طراحی و مدل‌سازی ویژه‌ای از شرایط و سازوکارهای اقتصادی است که مبتنی بر آن، فضای اقتصادی کشور براساس فرض وجود حداکثر تحریم‌ها و فشارها، به صورت فعال و نه منفعل، طراحی می‌شود. در واقع اقتصاد مقاومتی بنیانی نظری و عملی برای مدل‌سازی گونه ویژه‌ای از اقتصاد است که فعالانه خود را برای مواجهه با تحریم‌ها، بیش از پیش آماده ساخته است. مکانیسم‌های اقتصادی، فضای کسب و کار، تجارت جهانی، نهادهای مالی و واسطه‌ای و... در اقتصاد مقاومتی بر این پیش فرض طراحی می‌شوند که کشور در تعارض ایدئولوژیک دائمی با نظام سلطه است و هر ضربه اقتصادی از غرب ممکن است در هر لحظه به کشور وارد

شود. در چنین فضایی، تحریم‌های اقتصادی نه تهدید، بلکه فرصت ویژه‌ای هستند که زیر فشار آن‌ها می‌توان راهبردهای اقتصادی مقاومتی را با قدرت و اجماع ملی همراه و پیاده‌سازی آن‌ها را تسریع کرد. در این رویکرد، کسب ثروت و درآمد ملی از مسیرهایی دنبال می‌شود که قدرت چانه زنی کشور در فضای سیاسی بین‌المللی را تقویت می‌کند، نه آن‌که کشور ناگزیر باشد به دلیل مسائل اقتصادی از اهداف ایدئولوژیک خود در فضای سیاسی دست بکشد (تراب‌زاده و همکاران، ۱۳۹۲: ۳۲ و ۳۳). به همین منظور، با هدف تأمین رشد پویا و بهبود شاخص‌های مقاومت اقتصادی و دستیابی به اهداف سند چشم‌انداز بیست‌ساله، سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی با رویکردی جهادی، انعطاف‌پذیر، فرصت‌ساز، مولد، درون‌زا، پیشرو و برون‌گرا تدوین و ابلاغ گردیده است که در بند ۸ آن، مدیریت مصرف با تأکید بر اجرای سیاست‌های کلی اصلاح الگوی مصرف و ترویج مصرف کالاهای داخلی همراه با برنامه ریزی برای ارتقاء کیفیت و رقابت‌پذیری در تولید (سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، ابلاغی مورخه ۱۳۹۲/۱۱/۲۹).

به طور کلی، اقتصاد مقاومتی الگویی اقتصادی است که در آن سازوکارها و سیاست‌های اقتصادی به نحوی طراحی و اجرا می‌شود که در برخورد با تکانه‌های داخلی و خارجی، سیستم اقتصادی انعطاف‌پذیر عمل نماید (جعفری، ۱۴۰۳: ۱۰۲).

ب- مدیریت مصرف: مصرف، در لغت به معنای هزینه‌کردن، «خرج کردن و به کار بردن است» (معین، ۱۳۸۶). مدیریت مصرف به مجموعه‌ای از روش‌ها، راهبردها و برنامه‌ریزی‌ها گفته می‌شود که به منظور بهینه‌سازی مصرف، بهره‌برداری مطلوب و توزیع درست کالا و منابع مالی و پولی به کار گرفته می‌شود. هدف از مدیریت مصرف، حفظ منابع و صرفه‌جویی در هزینه‌هاست. «در آموزه‌های اسلام، مصرف مطلوب، مصرف در حد کفایت است؛ یعنی مصرف برای زندگی و تأمین نیازها که به گونه معقول و منطقی و بر اساس امکانات شکل گیرد، حقوق دیگران در آن رعایت شود و به محیط زیست انسان و دیگر جانداران آسیب نرساند. قناعت و زهد، از ویژگی‌های ستوده شده در دین مقدس اسلام است. این دو صفت سبب می‌شود که فرد به رفع نیازهای خود بسنده کند و برای به دست آوردن زیادی مال به زحمت نیفتد. بنابراین، مصرف مناسب و پسندیده در عرصه‌های گوناگون، مصرف بدون اسراف و در پیش گرفتن راه اعتدال

است (انصاری، ۱۴۱۵: ۳۱).

ج- اصلاح الگوی مصرف: الگوی مصرف اشاره به رویه، عادت، کیفیت و کمیت مصرف کالاها در جامعه دارد. الگوی مصرف، متأثر از عامل‌های گوناگونی است که با توجه به نگاه به زندگی و حیات مادی، خواسته‌ها و سلیقه‌ها، محیط زیست، سطح فناوری و بسیاری- از عامل‌های دیگر، رفتار مصرفی مصرف‌کنندگان متفاوت خواهد بود (منذر، ۱۳۸۵: ۶). اصلاح الگوی مصرف عبارت است از نهادینه کردن روش صحیح استفاده از منابع کشور اصلاح الگوی مصرف به گونه‌ای که موجب ارتقای شاخص‌های زندگی مردم و کاهش هزینه‌ها شده و زمینه‌ای برای گسترش عدالت عمومی شود (سبحانی و افشار، ۱۳۸۹: ۱۵۶). در مجموع می‌توان گفت الگوی مصرف همان روش یا مدل استفاده و بهره‌برداری از کالاها و خدمات، برای برآوردن نیازهای انسانی است و اصلاح الگوی مصرف یعنی تغییر روش استفاده از کالاها و خدمات به سمت روش صحیح بهره‌برداری به منظور دستیابی به فرهنگ بهینه مصرف (نیازی و یوسفوند، ۱۳۹۵: ۱۰۰).

پیشینه پژوهش

مرتبط با موضوع این تحقیق، پژوهش‌های مناسبی انجام گرفته است، که در ادامه به اختصار به چند نمونه از این پژوهش‌ها اشاره شده است.

۱- فتح‌تبار فیروزجائی، خادمی کله‌لو و کاظمی (۱۴۰۱) در مقاله‌ای با موضوع مسائل (چالش‌های) اقتصاد آموزش عالی ایران، به بررسی چالش‌های اقتصاد آموزش عالی کشور در طول دوره تکامل خود پرداخته است. پژوهش موصوف با هدف شناسایی مسائل اقتصاد آموزش عالی و رتبه‌بندی آن‌ها از طریق مرور نظام‌مند متون علمی و مصاحبه نیمه ساختاریافته با صاحب‌نظران و خبرگان علمی و اجرایی در این حوزه انجام شده است. بر اساس تحلیل نظرات و دیدگاه‌های صاحب‌نظران یکی از چالش‌های مهم در حوزه آموزش عالی کشور، ناکارآمدی مالی (نظام مالی و اقتصادی) آموزش عالی است که به ناکارآمدی دانشگاه‌ها در سه حوزه تأمین، تخصیص و مصرف منابع مالی بر می-گردد. این پژوهش به نوعی به رابطه اقتصاد و کارآمدی دانشگاه‌ها پرداخته است. نویسندگان معتقد است وجود چالش‌ها در حوزه آموزش عالی، صرفاً به ناکارآمدی و

عدم توجه به اقتصاد آموزش عالی نیست، بلکه به نامناسب بودن زیرساخت‌ها و ناکارآمدی‌هایی در حوزه مدیریت و سیاست‌گذاری آموزش عالی و مسائل محیطی و بیرون از نظام آموزش عالی از جمله وضعیت نامساعد اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و غیره در جامعه نیز مرتبط است.

۲- حبیبی مجنده، عبدالمالکی و موسوی انزهایی (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان "تحریم‌های اقتصادی و نقض حق بر آموزش"، بیان می‌دارند تحریم‌های اقتصادی خواه ناخواه آثاری بر جمعیت کشور هدف خواهند داشت آثاری که ابعاد منفی آن، گاه چنان عمیق است که تا سال‌ها قابل مشاهده است. از نظر ایشان، یکی از حقوقی که از اثرات زیان‌بار تحریم‌های اقتصادی مصون نمانده است، حق بر آموزش است. این حق به واسطه ارتباط با سایر حقوق بشر از جمله حق بر غذا، حق بر آب، حق بر حداقل استانداردهای زندگی و ... در معرض نقض مستقیم و غیر مستقیم قرار دارد. این حق از حقوق غیر قابل انحراف تلقی می‌شود که حتی شورای امنیت نیز برای حفظ صلح و امنیت بین‌المللی نمی‌تواند آن را نادیده بگیرد اما، شورا در قطعنامه ۱۷۳۷ علیه برنامه هسته‌ای ایران در بند ۱۷ مستقیماً حق بر آموزش اتباع ایرانی را نقض نموده است.

۳- نیازی و یوسفوند (۱۳۹۵)، در مقاله‌ای با عنوان "چگونگی اصلاح الگوی مصرف در حوزه اداری در راستای پیاده‌سازی اقتصاد مقاومتی در دانشگاه افسری امام علی (ع)"، تلاش نموده‌اند این موضوع را بررسی، و راه‌های اصلاح الگوی مصرف در حوزه اداری دانشگاه افسری امام علی (ع) را در آن دانشگاه، با توجه به شرایط، مقتضیات، امکانات و منابع مربوطه و در چارچوب سازمانی احصاء نمایند. از نظر محققان، «یکی از گزینه‌های اجرایی نمودن راهبرد اقتصاد مقاومتی، اصلاح الگوی مصرف است. اصلاح الگوی مصرف رابطه مستقیمی با تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی دارد. از این طریق می‌توان بودجه و اعتبارات، منابع و امکانات و هزینه‌ها را به سمت هزینه‌های ضروری و مفید که منطبق با اهداف و رسالت دانشگاه است، هدایت نمود و از تحمیل هزینه‌های غیرضرور جلوگیری کرد و دانشگاه را در برابر تبعات تحریم محفوظ داشت.»

۴- حکمت‌پور و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی با موضوع "اولویت‌بندی مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی با استفاده از رویکرد ساختاری تفسیری (ISM)" بیان می‌دارند که «اولویت‌بندی شاخص‌های اقتصاد مقاومتی اقدامی است که چنانچه به آن خوب توجه شود موجب خواهد شد که سیاست‌گذار با درک بهتری از شرایط، برنامه‌ریزی درستی کند و تصمیم مناسبی بگیرد. مقاله در قسمت پایانی عنوان می‌دارد که برای اجرای اقتصاد مقاومتی و افزایش تاب‌آوری اقتصادی، بایستی ساختارها و فرآیندهای موجود در بخش‌های مختلف مرتبط با اقتصاد کشور اصلاح و برای افزایش تاب‌آوری آن تلاش شود و همزمان فرآیندها و سازوکارهای درونی آن نیز سالم‌سازی شود.»

۵- امید ایزانلو و محمدجواد توکلی (۱۳۹۹) در مقاله‌ای با عنوان "فرهنگ اقتصاد مطلوب در اقتصاد مقاومتی"، در پی پاسخ به این سوال هستند که تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی نیازمند چه فرهنگ اقتصادی است؟. در پاسخ به این سوال با طرح فرضیه فرهنگ اقتصادی جهادی، معتقدند که فرهنگ اقتصادی جهادی تنها فرهنگی است که می‌تواند زمینه تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی را فراهم کند. افزون بر این، شواهد نظری و عملی نیز حاکی از آن است که فرهنگ اقتصادی جهادی منجر به هم‌افزایی رشد و عدالت و مقاومت اقتصادی و تقویت معنویت و حاکمیت ارزش‌های اسلامی می‌شود. نویسندگان، مصرف در سطح کفاف با اولویت مصرف تولیدات داخلی را یکی از مؤلفه‌های فرهنگ اقتصاد جهادی می‌دانند و بیان می‌دارند در فرهنگ اقتصادی جهادی هنجارهایی همچون مصرف در حد کفاف، ممنوعیت اسراف، قناعت، عدم اقتار و اتراف، مصرف حلال و طیب و مصرف تولید داخلی جهت‌دهنده مصرف به سمت منافع جمعی است و باعث افزایش مقاومت و تاب‌آوری اقتصادی می‌شود.»

به‌طور کلی، وجه افتراق این پژوهش با پژوهش‌های اشاره شده در این است که در این پژوهش تلاش شده است که مبتنی بر اعمال مدیریت مصرف بهینه در حوزه آموزش دانشگاه افسری امام علی (ع) و با ارائه شاخص‌ها و اولویت‌های آن، به تقویت اقتصاد آموزش عالی دانشگاه کمک نماید. چرا که، آموزش علیرغم اینکه هزینه‌بر است، اما محور تحول و رشد است. بنابراین به جهت بی‌اثر و یا کم‌اثر نمودن تحریم‌های اقتصادی در حوزه آموزش، کاربست مدیریت مصرف به عنوان یکی از شیوه‌های پیاده‌سازی

اقتصادی مقاومتی در این حوزه ضروری است. از این جهت، پژوهش حاضر، پژوهشی کاربردی و نو می‌باشد و تاکنون در این راستا پژوهشی انجام نگرفته است.

روش‌شناسی پژوهش

نوع پژوهش: پژوهش حاضر، از نظر ماهیت و روش، پژوهشی توصیفی است. تلاش شده اطلاعات بدست آمده از طریق مصاحبه با صاحب‌نظران و همین‌طور پرسش‌نامه، بدون هیچ‌گونه دخالت یا استنتاج ذهنی بررسی و تحلیل شود و در نهایت با تجزیه و تحلیل آن‌ها، پاسخ مناسب برای سؤال پژوهش ارائه شود. بر این مبنا روش تحقیق توصیفی در قالب تحلیل آمیخته (کمی و کیفی) می‌باشد. از نظر هدف، پژوهشی کاربردی است یعنی نتایج حاصله از این تحقیق در تصمیم‌گیری‌ها و برنامه‌ریزی‌های اقتصاد آموزش دانشگاه افسری امام علی (ع) قابل استفاده است.

روش گردآوری داده‌ها: روش میدانی (مصاحبه و پرسشنامه) می‌باشد.

جامعه مورد مطالعه پژوهش: با توجه به اینکه موضوع مورد مطالعه، کاربست مدیریت مصرف در حوزه آموزش در دانشگاه افسری امام علی (ع) می‌باشد، بنابراین جامعه مورد مطالعه اساتید، صاحب‌نظران، پژوهشگران و کارشناسان این حوزه در دانشگاه افسری امام علی (ع) است. جامعه آماری در مرحله مصاحبه تعداد ۱۳ نفر و در مرحله پرسشنامه تعداد ۸۰ نفر بوده است.

روش نمونه‌گیری و حجم نمونه: در مرحله مصاحبه روش نمونه‌گیری زنجیره‌ای است که در این روش، ابتدا تعداد معدودی از صاحب‌نظرانی که در حوزه موضوع پژوهش می‌توانستند ما را در انجام این پژوهش یاری نمایند، شناسایی و پس از مصاحبه با آنان و تقاضای معرفی افراد مناسب دیگر، ما را به صاحب‌نظران و کارشناسان دیگر این حوزه معرفی نمودند. حجم نمونه در ابتدا ۱۵ نفر پیش‌بینی گردید ولیکن با توجه به اطلاعات بدست آمده از مصاحبه‌ها و رسیدن به نقطه اشباع، دیگر نیازی به انجام مصاحبه‌های بیشتر نبود که تعداد ۱۳ نفر به عنوان حجم نمونه مصاحبه مشخص گردید. حجم نمونه در مرحله پرسشنامه به علت کوچک بودن و دسترسی آسان، به صورت تمام شمار

می‌باشد.

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها: در این پژوهش بر حسب نوع داده‌ها، روش تجزیه و تحلیل داده‌ها در قالب تحلیل آمیخته (کیفی و کمی) می‌باشد. در مرحله اول؛ با استفاده از روش تحلیل محتوا، مؤلفه‌ها و شاخص‌های مدیریت مصرف صحیح در حوزه آموزش از محتوای مصاحبه‌ها استخراج و دسته‌بندی گردیده است. در مرحله دوم، به منظور ارزیابی و تحلیل آماری، مؤلفه‌ها و شاخص‌های پیاده‌سازی مدیریت مصرف در قالب پرسشنامه و در طیف پنج گزینه‌ای لیکرت بین جامعه آماری توزیع و نتایج حاصله تحلیل کمی شده‌اند. در مرحله سوم، با استفاده از روش تاپسیس و با توجه به معیارهای مناسب و داده‌های حاصل از تحلیل کیفی و کمی، شاخص‌های مدیریت مصرف در دانشگاه افسری امام علی (ع) اولویت‌بندی گردیده‌اند.

روایی و اعتبار ابزار گردآوری اطلاعات (پرسشنامه): برای تعیین روایی پرسشنامه روایی صوری استفاده شده است. هر پرسشنامه به تعداد کافی در اختیار اساتید و متخصصان حوزه آموزش قرار گرفته و پس از بررسی‌های لازم و اصلاح تعدادی از سؤال‌ها پرسشنامه از نظر روایی مورد تأیید قرار گرفته است. جهت سنجش اعتبار پاسخ‌های مصاحبه، سؤال بر مبنای ساختار تحقیق و دارای کمترین ابهام بوده و به صورت کتبی و در زمان‌های مختلف با مصاحبه‌شوندگان مطرح گردیده، به گونه‌ای که بتواند محقق را دریافتن پاسخ سؤال تحقیق یاری نماید. در تعیین اعتبار پرسشنامه از فرمول آلفای کرونباخ استفاده شده است. آلفای کرونباخ یکی از متداولترین روش‌های اندازه‌گیری اعتمادپذیری و یا پایایی پرسشنامه‌هاست و با استفاده از رابطه زیر قابل محاسبه است.

$$a = \frac{k}{k-1} \left\{ \frac{1 - \sum_{i=1}^k s_i^2}{\sigma^2} \right\}$$

هرقدر همبستگی مثبت بین سوالات بیشتر شود، میزان آلفای کرونباخ بیشتر خواهد بود و بر عکس هر قدر واریانس میانگین سوالات بیشتر شود آلفای کرونباخ کاهش پیدا

می‌کند. با استفاده از نرم‌افزار SPSS محاسبه آلفای کرونباخ صورت گرفته است که مقدار آن ۰,۷۲۵ می‌باشد.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

۱- تحلیل کیفی

در این مرحله با استفاده از روش تحلیل محتوا، اطلاعات حاصل از مصاحبه با صاحب‌نظران، استخراج و بر اساس آن، ابتدا شاخص‌های مدیریت مصرف صحیح در حوزه آموزش احصاء گردیده و سپس هر کدام از شاخص‌ها در مؤلفه‌ی مرتبط دسته‌بندی شده است. مبنای مصاحبه با صاحب‌نظران همان سوال اصلی تحقیق بوده که به فراخور دیدگاه و نظر مصاحبه‌شوندگان پاسخ‌های مختلفی ارائه گردیده است. در اینجا به منظور وضوح بهتر تحلیل، نظرات مصاحبه‌شونده کدهی گردیده و از علامت‌های اختصاری برای هر یک از مصاحبه‌شونده‌ها استفاده شده است. در جدول ۱ کد تخصیص داده شده به هر یک از مصاحبه‌شوندگان مشخص شده است. در انتها هر شاخصی که دارای تکرار بیشتری باشد در تحلیل کیفی دارای اولویت بالاتری است.

جدول ۱: تحلیل محتوای مصاحبه‌ها

مؤلفه	کد مصاحبه-شونده شاخص‌ها (شیوه‌های پیاده-سازی مدیریت مصرف در حوزه آموزش)	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	فراوانی شاخص	فراوانی مقوله
کیفیت-بخشی به متون و محتوای آموزشی	به‌روزرسانی و افزایش کیفیت آموزشی متناسب با سرفصل دروس و تهدیدات روز	*				*	*			*					۴	۱۵
	متناسب‌سازی رشته‌های تحصیلی با رشته‌های تخصصی و حذف رشته‌های				*					*					۲	

															تحصیلی غیرضروری	
	۶	*		*	*			*		*	*				حذف آموزش- های غیرضروری	
	۲			*					*			*			نیازسنجی صحیح و به موقع آموزشی	
۲۴	۸	*	*		*	*		*	*	*				*	استفاده از سامانه‌های آموزش مجازی و امکانات سمعی، بصری و هوشمند در آموزش	استفاده از بهره‌ها و روش- های آموزشی نوین
	۷	*	*	*	*					*		*		*	استفاده از سیستم‌های نوین آموزشی و شبیه- سازی و منابع الکترونیکی	
	۹	*			*	*	*	*	*	*	*	*		*	آگاهسازی و نهادینه‌سازی فرهنگ استفاده صحیح از منابع، تجهیزات و امکانات	
۲۸	۵				*			*		*	*	*		*	افزایش کمی و کیفی اعضاء هیئت علمی	صرفه- جویی در هزینه- های آموزشی
	۵	*			*			*		*	*	*		*	استفاده بهینه از متون آموزشی و صرفه‌جویی در چاپ و خرید کتاب	
	۳	*		*						*	*	*			جذب دانشجویان باهوش و کیفی	
	۳					*					*	*			استفاده بهینه از ظرفیت اساتید سازمانی و تقلیل استفاده از اساتید مدعو	
	۴	*			*	*							*		استفاده بهینه از ظرفیت افسران وظیفه واجدالشرايط برای تدریس	
	۲				*	*									تقلیل هزینه	

												حق التدریس دروس عمومی	
	۶	*			*			*	*	*	*	تعمیر و نگهداری و به روز رسانی به موقع تجهیزات و ابزارهای آموزشی	
۱۴	۶			*	*		*	*			*	برنامه ریزی و اجرای درست آموزش	فرآیند آموزش
	۳	*			*			*				رعایت نظم، انضباط و استانداردهای در اجرای آموزشها	
	۲		*							*	استفاده از سیستم تشویق و تنبیه در امر آموزش		
	۲			*					*		ایجاد انگیزش در دانشجویان در راستای یادگیری فعال		
	۱									*	ایجاد فرصت بیشتر جهت مطالعه دانشجویان		

در شکل شماره ۱ مدل کیفی نظرات مصاحبه شوندگان نمایش داده شده است.



شکل ۱: مدل کیفی نظرات مصاحبه شوندگان

۲- تحلیل کمی

در این مرحله، شاخص‌ها و مؤلفه‌های احصاء شده در تحلیل کیفی در قالب سوالات پرسشنامه تنظیم و بین جامعه آماری توزیع گردیده است. سپس اطلاعات حاصل از پرسشنامه با استفاده از آزمون میانگین مورد ارزیابی و تجزیه و تحلیل کمی قرار گرفته و مقوله‌ها و شاخص‌ها رتبه‌بندی گردیده است. در پرسشنامه از پرسش‌شوندگان خواسته شده که تأثیر هر یک از شاخص‌ها را در اجرای مدیریت مصرف در حوزه آموزش دانشگاه افسری امام علی (ع)، در طیف پنج گزینه‌ای لیکرت، «خیلی زیاد (۵ نمره)، زیاد (۴ نمره)،

متوسط (۳نمره)، کم (۲نمره) و خیلی کم (۱نمره) ارزیابی کنند. با توجه به فراوانی هر شاخص و ارزش هر گزینه، میانگین شاخص‌ها بدست آمده است. ضمناً همانگونه که اشاره شد، در این مرحله جامعه آماری ۸۰ نفر بوده و فاقد حجم نمونه است. پس باید ۸۰ پرسش‌نامه توزیع و بر اساس آن ۸۰ جواب دریافت می‌شد ولی جواب‌های دریافتی در تعدادی از سوالات کمتر از ۸۰ نفر است. براین اساس، بر طبق فرمول نرخ تبدیل (CRO) درصد بالاتر از ۶۶ مورد تأیید می‌باشد. که در این پرسش‌نامه تمام سوالات نرخ تبدیل بالای ۶۶ می‌باشد. n تعداد پاسخ دریافتی برای هر سؤال است و N جامعه آماری است. برای نمونه، اگر در سوالی تعداد پاسخ دریافتی ۷۶ باشد، نرخ تبدیل برابر است با:

$$CRO = \frac{n}{N} * 100 = 95\% = \frac{76}{80} * 100$$

الف- تحلیل کمی مؤلفه کیفیت بخشی به متون و محتوای آموزشی

جدول ۲: مؤلفه کیفیت بخشی به متون و محتوای آموزشی

میانگین	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	فراوانی زیاد	طیف لیکرت
							شاخص‌ها
۳,۳۷	۲	۷	۱۸	۳۰	۱۶	فراوانی مطلق	به‌روزرسانی و افزایش کیفیت آموزشی متناسب با سرفصل دروس و تهدیدات روز
-	٪۲,۷	٪۹,۵	٪۲۴	٪۴۱	٪۲۱,۶	درصد فراوانی	
۳,۲۵	۲	۱۱	۱۷	۳۰	۱۳	فراوانی مطلق	متناسب‌سازی رشته‌های تحصیلی با رشته‌های تخصصی و حذف رشته‌های تحصیلی غیرضرور
-	٪۲	٪۱۵	٪۲۳	٪۴۱	۱۷,۸٪	درصد فراوانی	
۳,۵۱	۴	۷	۱۸	۲۶	۲۱	فراوانی مطلق	حذف آموزش‌های غیرضروری
-	٪۵,۳	٪۹,۳	٪۲۴	٪۳۱,۳	۲۶,۶٪	درصد فراوانی	
۳,۱	۲	۱۴	۲۶	۱۹	۱۴	فراوانی مطلق	نیازسنجی صحیح و به موقع آموزشی
	٪۲,۶	۱۸,۶٪	٪۳۴,۶	۲۵,۳٪	٪۱۸,۶	درصد فراوانی	

بر اساس میانگین‌های به دست آمده از شاخص‌های مربوط به مؤلفه کیفیت بخشی به متون و محتوای آموزشی، شاخص حذف آموزش‌های غیر ضروری با میانگین ۳,۵۱ مهم‌ترین شاخص اثرگذار در اجرای مدیریت مصرف در حوزه آموزشی در مؤلفه موصوف است.

ب- تحلیل کمی مؤلفه استفاده بهینه از ابزارها و روش‌های آموزشی نوین

جدول ۳: مؤلفه استفاده بهینه از ابزارها و روش‌های آموزشی نوین

میانگین	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	فراوانی	طیف لیکرت
							شاخص‌ها
۳,۵۶	۳	۵	۱۷	۲۹	۲۱	فراوانی مطلق	استفاده از سامانه‌های آموزش مجازی و امکانات سمعی، بصری و هوشمند در آموزش
-	۳,۷۵	۶,۲۵	۲۱,۲۵	۳۶,۲۵%	۲۶,۲۵%	درصد فراوانی	
۳,۷۱	۱	۶	۲۴	۳۳	۱۶	فراوانی مطلق	استفاده از سیستم‌های نوین آموزشی و شبیه-سازها و منابع الکترونیکی
-	۰,۱%	۷,۵%	۳۰%	۴۱,۲%	۲۰%	درصد فراوانی	
۳,۵۲	۲	۴	۲۳	۳۲	۱۵	فراوانی مطلق	آگاهسازی و نهادینه-سازی فرهنگ استفاده صحیح از منابع، تجهیزات و امکانات
-	۲,۶%	۵,۲%	۳۰%	۴۲%	۱۸,۶%	درصد فراوانی	

بر اساس میانگین‌های به دست آمده از شاخص‌های مربوط به مؤلفه استفاده بهینه از ابزارها و روش‌های آموزشی نوین، شاخص استفاده از سیستم‌های نوین آموزشی و شبیه-سازها و منابع الکترونیکی با میانگین ۳,۷۱ مهم‌ترین شاخص اثرگذار در اجرای مدیریت مصرف در حوزه آموزشی در مؤلفه موصوف است.

ج- تحلیل کمی مؤلفه صرفه جویی در هزینه‌های آموزشی

جدول ۴: مؤلفه صرفه جویی در هزینه‌های آموزشی

میانگین	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	فراوانی	طیف لیکرت
							شاخص‌ها
۳,۶۲	۳	۸	۱۵	۲۴	۲۶	فراوانی	افزایش کمی و کیفی

						مطلق	اعضاء هیئت علمی
-	%۳,۹	%۱۰,۹	%۱۹,۷	%۳۱,۵	%۳۵,۶	درصد فراوانی	
۳,۳۸	۴	۵	۱۹	۳۰	۱۶	فراوانی مطلق	استفاده بهینه از متون آموزشی و صرفه جویی در چاپ و خرید کتاب
-	%۵,۴	%۶	%۲۶	%۴۱	%۲۱	درصد فراوانی	
۳,۳۶	۴	۷	۱۵	۲۴	۲۲	فراوانی مطلق	جذب دانشجویان باهوش و کیفی
-	%۵,۵	%۹,۷	%۲۰,۸	۳۳,۳ %	%۳۰,۵	درصد فراوانی	
۳,۵	۳	۶	۱۸	۲۲	۱۶	فراوانی مطلق	استفاده بهینه از ظرفیت اساتید سازمانی و تقلیل استفاده از اساتید مدعو
-	%۴,۶	%۹,۲	%۲۷,۶	۳۳,۸ %	%۲۴,۶	درصد فراوانی	
۳,۵۷	۱	۸	۱۷	۳۲	۱۸	فراوانی مطلق	استفاده بهینه از ظرفیت افسران وظیفه و ايجادالشرايط برای تدریس
-	۱,۳۶ %	%۱۰,۹	%۲۳,۲	۴۳,۸۵	%۲۴,۶	درصد فراوانی	
۳,۲	۴	۹	۱۹	۲۲	۱۹	فراوانی مطلق	تقلیل هزینه حق-التدریس دروس عمومی
-	%۵,۴	۱۲,۳ %	%۲۶	%۳۰	%۲۶	درصد فراوانی	
۳,۶۵	۱	۶	۲۴	۲۸	۱۹	فراوانی مطلق	تعمیر و نگهداری و به روزرسانی به موقع تجهیزات و ابزارهای آموزشی
-	%۱,۲۵	%۷,۵	%۳۰	%۳۵	%۲۳,۷۵	درصد فراوانی	

براساس میانگین‌های به‌دست آمده از شاخص‌های مربوط به مؤلفه صرفه‌جویی در هزینه‌های آموزشی، شاخص تعمیر و نگهداری و به‌روزرسانی به موقع تجهیزات و ابزارهای آموزشی با میانگین ۳,۶۵ مهم‌ترین شاخص اثرگذار در اجرای مدیریت مصرف در حوزه آموزشی در مؤلفه موصوف است.

د - تحلیل کمی مؤلفه فرآیند آموزش

جدول ۵: مؤلفه فرآیند آموزش

میانگین	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	فراوانی	طیف لیکر
							شاخص‌ها
۳,۵۳	۱	۱۲	۲۷	۲۳	۱۷	فراوانی مطلق	برنامه‌ریزی و اجرای درست آموزش
-	٪۱,۲۵	٪۱۵	٪۳۳,۷۵	٪۲۸,۷۵	٪۲۰	درصد فراوانی	
۳,۴۱	۱	۱۱	۲۵	۲۵	۱۵	فراوانی مطلق	رعایت نظم، انضباط و استانداردهای در اجرای آموزش‌ها
-	٪۱,۲	٪۱۴,۲	٪۳۲,۴	٪۳۲,۴	٪۱۹,۴	درصد فراوانی	
۳,۳	۱	۹	۲۳	۲۴	۱۶	فراوانی مطلق	استفاده از سیستم تشویق و تنبیه در امر آموزش
-	۱,۳۶٪	٪۱۲,۳	٪۳۱,۵	٪۳۲	٪۲۱	درصد فراوانی	
۳,۴	۳	۱۱	۱۶	۲۶	۱۹	فراوانی مطلق	ایجاد انگیزش در دانشجویان در راستای یادگیری فعال
-	٪۴	٪۱۴,۶	٪۲۱,۳	٪۳۴,۶	٪۲۵,۳	درصد فراوانی	
۳,۵۱	۱	۱۰	۱۵	۲۵	۲۳	فراوانی مطلق	ایجاد فرصت بیشتر جهت مطالعه دانشجویان
-	٪۱,۳	۱۳,۵۱٪	٪۲۰,۲	۳۳,۷٪	۳۱,۰۸٪	درصد فراوانی	

براساس میانگین‌های به‌دست آمده از شاخص‌های مربوط به مؤلفه فرآیند آموزشی، شاخص برنامه‌ریزی و اجرای درست آموزش با میانگین ۳,۵۳ مهم‌ترین شاخص اثرگذار در اجرای مدیریت مصرف در حوزه آموزشی در مؤلفه موصوف است.

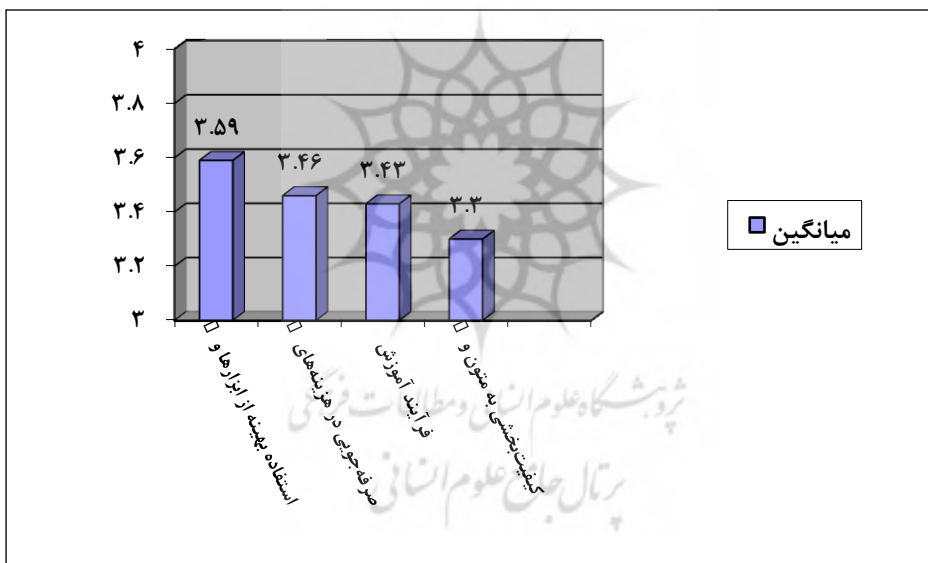
– مقایسه مؤلفه‌های مدیریت مصرف در حوزه آموزش

با توجه میانگین‌های به‌دست آمده در هر شاخص، میانگین هر مؤلفه محاسبه و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته و مؤلفه‌ها اولویت‌بندی گردیده‌اند. این آمار نشان می‌دهد که مؤلفه استفاده بهینه از ابزارها و روش‌های آموزشی نوین با میانگین ۳,۵۹، مؤثرترین مؤلفه برای مدیریت مصرف و پیاده‌سازی سیاست‌های اقتصاد مقاومتی در آموزشی

دانشگاه افسری امام علی (ع) است و مابقی مؤلفه‌ها در رتبه‌های بعدی قرار می‌گیرند (جدول ۶).

جدول ۶: مقایسه مؤلفه‌های مدیریت مصرف در حوزه آموزش

ردیف	مؤلفه‌های مدیریت مصرف (مصرف بهینه) در بخش آموزش	میانگین
۱	استفاده بهینه از ابزارها و روش‌های آموزشی نوین	۳,۵۹
۲	صرفه‌جویی در هزینه‌های آموزشی	۳,۴۶
۳	فرآیند آموزش	۳,۴۳
۴	کیفیت‌بخشی به متون و محتوای آموزشی	۳,۳۰



شکل ۲: نمودار مقایسه مؤلفه‌های مدیریت مصرف در حوزه آموزش

۳- تحلیل آمیخته

در این بخش شاخص‌های به‌دست آمده در مراحل قبلی به کمک روش تاپسیس اولویت‌بندی می‌شود. از روش تاپسیس به منظور تعیین اولویت شاخص‌ها یا شیوه‌های پیاده‌سازی سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی در حوزه مدیریت مصرف در بخش

آموزشی در دانشگاه افسری امام علی(ع) استفاده می‌شود. این مدل یکی از بهترین مدل‌های تصمیم‌گیری چندشاخصه است. اساس این تکنیک بر این مفهوم استوار است که گزینه انتخابی بایستی کمترین فاصله را با راه‌حل ایده‌آل مثبت (بهترین حالت ممکن) و بیشترین فاصله را با ایده‌آل منفی (بدترین حالت ممکن) داشته باشد.

در مرحله اول، برای اولویت‌بندی شاخص‌ها (شیوه‌های مدیریت مصرف) بایستی از معیارهای مناسب استفاده کرد تا به نحوی منصفانه و با در نظر گرفتن تمامی ویژگی‌های مثبت و منفی، اولویت‌بندی شوند. اساس مفهوم تحلیل آمیخته در این مرحله نهفته است، چرا که داده‌های حاصل از تحلیل کمی با در نظر گرفتن معیارهایی همچون بیشترین تکرار که حاصل از تحلیل کیفی هستند، در هم آمیخته شده و نتیجه نهایی را ارائه خواهند داد. در روش تاپسیس، عملیات بر روی یک ماتریس دوبعدی انجام می‌شود که سطرهای ماتریس تشکیل شده از شاخص‌ها و ستون‌های ماتریس از معیارهای تشکیل شده است. به هریک از معیارها بر اساس اهمیت، وزنی تخصیص داده می‌شود که مجموع اوزان می‌بایست یک می‌باشد. در اینجا معیارها براساس مطالعه منابع و نظر خبرگان بدست آمده و وزن هر معیار و ارزش هر شاخص نیز در جلسه خبرگی مشخص شده است (جدول ۷). معیارهای در نظر گرفته شده با وزن مربوطه برای اولویت‌بندی شاخص‌ها عبارتند از :

- ۱- کیفیت و بهره‌وری آموزش با وزن ۰,۳
- ۲- صرفه‌جویی در آموزش با وزن ۰,۲
- ۳- رضایت و مشارکت فراگیران در آموزش با وزن ۰,۲
- ۴- تحلیل کیفی شاخص‌ها، با وزن ۰,۱۵
- ۵- تحلیل کمی شاخص‌ها با وزن ۰,۱۵

جدول ۷: ماتریس دو بعدی اولیه برای اولویت‌بندی شاخص‌های مدیریت مصرف در حوزه

آموزش

ردیف	شاخص‌ها	معیار و وزن اولویت‌بندی شاخص‌ها
------	---------	---------------------------------

کاربست مدیریت مصرف در حوزه آموزش دانشگاه افسری امام علی (ع) / ... / ۱۰۷

		کیفیت و بهره‌وری ۰،۳	صرفه-جویی ۰،۲	رضایت و مشارکت ۰،۲	تحلیل کیفی ۰،۱۵	تحلیل کمی ۰،۱۵
۱	به‌روزرسانی و افزایش کیفیت آموزشی متناسب با سرفصل دروس و تهدیدات روز	۴،۵	۳،۵	۴	۱،۵۳	۳،۳۷
۲	متناسب‌سازی رشته‌های تحصیلی با رشته-های تخصصی و حذف رشته‌های تحصیلی غیرضرور	۴،۵	۳،۷۵	۴،۲۵	۰،۷۶	۳،۲۵
۳	حذف آموزش‌های غیرضروری	۴،۶	۴،۸۵	۴،۱	۲،۳۰	۳،۵۱
۴	نیازسنجی صحیح و به موقع آموزشی	۴،۷۵	۴،۱	۳،۷۵	۰،۷۶	۳،۱
۵	استفاده از سامانه‌های آموزش مجازی و امکانات سمعی، بصری و هوشمند در آموزش	۴،۵	۴،۲۵	۴،۲۵	۳،۰۷	۳،۵۶
۶	استفاده از سیستم‌های نوین آموزشی و شبیه‌سازها و منابع الکترونیکی	۴،۵	۴،۱	۴،۳۷	۲،۶۷	۳،۷۱
۷	آگاهسازی و نهادینه‌سازی فرهنگ استفاده صحیح از منابع، تجهیزات و امکانات	۴،۲۵	۴،۷۵	۴،۱	۳،۴۶	۳،۵۲
۸	افزایش کمی و کیفی اعضاء هیئت علمی	۴،۳۷	۳،۳۷	۴،۲۵	۱،۹۲	۳،۶۲
۹	استفاده بهینه از متون آموزشی و صرفه-جویی در چاپ و خرید کتاب	۴،۲۵	۴،۶	۳،۱	۱،۹۲	۳،۳۸
۱۰	جذب دانشجویان باهوش و کیفی	۴،۷۵	۳،۷۵	۴	۱،۱۵	۳،۳۶
۱۱	استفاده بهینه از ظرفیت اساتید سازمانی و تقلیل استفاده از اساتید مدعو	۴	۴،۲۵	۳،۵	۱،۱۵	۳،۵
۱۲	استفاده بهینه از ظرفیت افسران وظیفه واجدالشرايط برای تدریس	۳،۳۷	۴،۸	۳،۳۷	۱،۵۳	۳،۵۷
۱۳	تقلیل هزینه حق التدریس دروس عمومی	۲،۲۵	۴،۲۵	۲،۲۵	۰،۷۶	۳،۲
۱۴	تعمیر و نگهداری و به‌روزرسانی به موقع تجهیزات و ابزارهای آموزشی	۳،۷۵	۴	۳،۷۵	۲،۳۰	۳،۶۵
۱۵	برنامه‌ریزی و اجرای درست آموزش	۴،۳۷	۳،۷۵	۳،۷۵	۲،۳۰	۳،۵۳
۱۶	رعایت نظم، انضباط و استانداردهای در اجرای آموزش‌ها	۴،۲۵	۳،۵	۳،۷۵	۱،۱۵	۳،۴۱
۱۷	کاربست سیستم تشویق و تنبیه در امر آموزش	۴،۱	۲،۵	۳،۵	۰،۷۶	۳،۳

۱۸	ایجاد انگیزش در دانشجویان در راستای یادگیری فعال	۵	۳,۲۵	۳,۳۷	۰,۷۶	۳,۴
۱۹	ایجاد فرصت بیشتر جهت مطالعه دانشجویان	۴,۶	۲,۷۵	۳,۷۵	۰,۳۸	۳,۵۱

بعد از تشکیل ماتریس دو بعدی اولیه، در این مرحله، ماتریس حاصله به وسیله فرمول شماره (۱) بی‌مقیاس یا نرمال می‌شود (جدول شماره ۸).

$$n_{ij} = \frac{r_{ij}}{\sqrt{\sum_{i=1}^n r_{ij}^2}} \quad \text{فرمول (۱)}$$

که در این فرمول r_{ij} مؤلفه‌های ماتریس ابتدایی و n_{ij} مؤلفه‌های ماتریس بی‌مقیاس شده هستند.

با استفاده از فرمول شماره (۲) وزن‌های مربوط به هر ستون در ماتریس بی‌مقیاس شده، اعمال می‌شود. w_j وزن هر ستون می‌باشد.

$$v_{ij} = n_{ij} \otimes w_j \quad \text{فرمول (۲)}$$

جدول ۸: ماتریس نرمال شده (بی‌مقیاس) شاخص‌های مدیریت مصرف در حوزه آموزش

معیار و وزن اولویت‌بندی شاخص‌ها					شاخص‌ها
تحلیل کمی	تحلیل کیفی	رضایت و مشارکت	صرفه-جویی	کیفیت و بهره‌وری	
۰,۱۵	۰,۱۵	۰,۲	۰,۲	۰,۳	
۰,۳۴۴	۰,۲۳۹	۰,۳۴۲	۰,۳۰۱	۰,۳۵۴	شاخص ۱
۰,۳۳۲	۰,۱۱۹	۰,۳۶۳	۰,۳۲۲	۰,۳۵۴	شاخص ۲
۰,۳۵۹	۰,۳۵۹	۰,۳۵۰	۰,۴۱۷	۰,۳۶۲	شاخص ۳
۰,۳۱۷	۰,۱۱۹	۰,۳۲۰	۰,۳۵۲	۰,۳۷۳	شاخص ۴
۰,۳۶۴	۰,۴۷۹	۰,۳۶۳	۰,۳۶۵	۰,۳۵۴	شاخص ۵

شاخص ۶	۰,۳۵۴	۰,۳۵۲	۰,۳۷۳	۰,۴۱۷	۰,۳۷۹
شاخص ۷	۰,۳۳۴	۰,۴۰۸	۰,۳۵۰	۰,۵۴۰	۰,۳۶۰
شاخص ۸	۰,۳۵۴	۰,۲۹۰	۰,۳۶۳	۰,۳۰۰	۰,۳۷۰
شاخص ۹	۰,۳۵۶	۰,۳۸۳	۰,۲۷۱	۰,۲۹۵	۰,۳۴۵
شاخص ۱۰	۰,۳۳۴	۰,۳۱۲	۰,۳۵۳	۰,۱۷۵	۰,۳۴۲
شاخص ۱۱	۰,۳۴۹	۰,۳۶۱	۰,۳۱۴	۰,۱۸۴	۰,۳۵۶
شاخص ۱۲	۰,۳۵۲	۰,۳۹۸	۰,۳۰۶	۰,۲۳۹	۰,۳۵۸
شاخص ۱۳	۰,۴۱۶	۰,۳۵۳	۰,۲۱۶	۰,۱۳۴	۰,۳۲۵
شاخص ۱۴	۰,۳۵۹	۰,۳۳۳	۰,۳۶۹	۰,۴۱۹	۰,۳۷۱
شاخص ۱۵	۰,۳۰۱	۰,۳۲۲	۰,۳۷۴	۰,۴۷۴	۰,۳۵۹
شاخص ۱۶	۰,۲۰۲	۰,۲۹۹	۰,۳۸۲	۰,۲۵۰	۰,۳۴۹
شاخص ۱۷	۰,۳۳۸	۰,۲۲۷	۰,۳۵۲	۰,۱۷۹	۰,۳۳۹
شاخص ۱۸	۰,۳۹۰	۰,۲۹۹	۰,۳۴۷	۰,۱۸۳	۰,۳۴۹
شاخص ۱۹	۰,۳۷۲	۰,۲۶۵	۰,۳۸۲	۰,۰۹۵	۰,۳۶۰

در گام سوم، ماتریس نرمال یا بی‌مقیاس، موزون شده که برای این منظور وزن هر معیار در تمامی درایه‌های زیر همان معیار ضرب می‌شود. سپس بیشترین و کمترین مقدار در هر ستون ماتریس مشخص گردیده و به کمک آن‌ها فاصله‌های مثبت و منفی با استفاده از فرمول‌های شماره (۳) و (۴) محاسبه شده است (جدول ۹).

$$d_{i+} = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - v_j^+)^2} \quad \text{فرمول (۳)}$$

$$d_{i-} = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - v_j^-)^2} \quad \text{فرمول (۴)}$$

که در فرمول‌های فوق d_{i+} فاصله مثبت، d_{i-} فاصله منفی، v_j^+ بزرگ‌ترین مقدار در هر ستون و v_j^- کوچک‌ترین مقدار در هر ستون می‌باشد.

جدول ۹: ماتریس نرمال موزون شاخص‌های مدیریت مصرف در حوزه آموزش

وزن هر شاخص	ایده‌آل شاخص‌ها		معیار و وزن اولویت‌بندی شاخص‌ها					شاخص‌ها
	d-	d+	تحلیل کمی ۰.۱۵	تحلیل کیفی ۰.۱۵	رضایت و مشارکت ۰.۲	صرفه- جویی ۰.۲	کیفیت و بهره‌وری ۰.۳	
۰,۲۷ ۵	۰,۰۲ ۰	۰,۰۵ ۲	۰,۰۵۲	۰,۰۳۶	۰,۰۶۸	۰,۰۶۰	۰,۱۰۶	شاخص ۱
۰,۱۵ ۶	۰,۰۱ ۲	۰,۰۶ ۶	۰,۰۵۰	۰,۰۱۸	۰,۰۷۳	۰,۰۶۴	۰,۱۰۶	شاخص ۲
۰,۶۰ ۸	۰,۰۴ ۵	۰,۰۲ ۹	۰,۰۵۴	۰,۰۵۴	۰,۰۷۰	۰,۰۸۳	۰,۱۰۸	شاخص ۳
۰,۱۵ ۹	۰,۰۱ ۳	۰,۰۶ ۶	۰,۰۴۸	۰,۰۱۸	۰,۰۶۴	۰,۰۷۰	۰,۱۱۲	شاخص ۴
۰,۷۹ ۱	۰,۰۵ ۷	۰,۰۱ ۵	۰,۰۵۵	۰,۰۷۲	۰,۰۷۳	۰,۰۷۳	۰,۱۰۶	شاخص ۵
۰,۶۷ ۳	۰,۰۴ ۸	۰,۰۲ ۳	۰,۰۵۷	۰,۰۶۳	۰,۰۷۵	۰,۰۷۰	۰,۱۰۶	شاخص ۶
۰,۹۳ ۳	۰,۰۶ ۹	۰,۰۰ ۵	۰,۰۵۴	۰,۰۸۱	۰,۰۷۰	۰,۰۸۲	۰,۱۰۰	شاخص ۷
۰,۳۹ ۵	۰,۰۲ ۹	۰,۰۴ ۵	۰,۰۵۵	۰,۰۴۵	۰,۰۷۳	۰,۰۵۸	۰,۱۰۶	شاخص ۸
۰,۴۴ ۲	۰,۰۳ ۴	۰,۰۴ ۳	۰,۰۵۲	۰,۰۴۴	۰,۰۵۴	۰,۰۷۷	۰,۱۰۷	شاخص ۹
۰,۲۲ ۵	۰,۰۱ ۷	۰,۰۵ ۹	۰,۰۵۱	۰,۰۲۶	۰,۰۷۱	۰,۰۶۲	۰,۱۰۰	شاخص ۱۰
۰,۲۵ ۱	۰,۰۱ ۹	۰,۰۵ ۶	۰,۰۵۳	۰,۰۲۸	۰,۰۶۳	۰,۰۷۲	۰,۱۰۵	شاخص ۱۱
۰,۳۸ ۵	۰,۰۲ ۹	۰,۰۴ ۸	۰,۰۵۴	۰,۰۳۶	۰,۰۶۱	۰,۰۸۰	۰,۱۰۶	شاخص ۱۲
۰,۲۷	۰,۰۲	۰,۰۷	۰,۰۴۹	۰,۰۲۰	۰,۰۴۳	۰,۰۷۱	۰,۱۲۵	شاخص ۱۳

۲	۸	۴						
۰,۶۴ ۵	۰,۰۴ ۷	۰,۰۲ ۶	۰,۰۵۶	۰,۰۶۳	۰,۰۷۴	۰,۰۶۷	۰,۱۰۸	شاخص ۱۴
۰,۷۱ ۴	۰,۰۵ ۹	۰,۰۲ ۴	۰,۰۵۴	۰,۰۷۱	۰,۰۷۵	۰,۰۶۴	۰,۰۹۰	شاخص ۱۵
۰,۴۷ ۱	۰,۰۵ ۶	۰,۰۶ ۳	۰,۰۵۲	۰,۰۳۸	۰,۰۷۶	۰,۰۶۰	۰,۰۶۱	شاخص ۱۶
۰,۲۳ ۰	۰,۰۲ ۰	۰,۰۶ ۶	۰,۰۵۱	۰,۰۲۷	۰,۰۷۰	۰,۰۴۵	۰,۱۰۱	شاخص ۱۷
۰,۱۶ ۶	۰,۰۱ ۲	۰,۰۶ ۱	۰,۰۵۲	۰,۰۲۷	۰,۰۶۹	۰,۰۶۰	۰,۱۱۷	شاخص ۱۸
۰,۱۵ ۶	۰,۰۱ ۴	۰,۰۷ ۴	۰,۰۵۴	۰,۰۱۴	۰,۰۷۶	۰,۰۵۳	۰,۱۱۲	شاخص ۱۹
			0.057	0.081	0.075	0.083	0.100	v+
			0.048	0.018	0.064	0.058	0.112	v-

در نهایت اولویت شاخص‌ها Cl_i با استفاده از فرمول شماره (۵) محاسبه می‌شود. شاخصی که مقدار Cl_i بیشتر دارد دارای اولویت بالاتر است و شاخصی که کمتر دارای اولویت پایین‌تر است (جدول ۱۰).

$$Cl_i = \frac{d_{i-}}{d_{i+} + d_{i-}} \quad \text{فرمول (۵)}$$

جدول شماره ۱۰: نتایج اولویت‌بندی شاخص‌های مدیریت مصرف در حوزه آموزش دانشگاه افسری امام علی (ع)

اولویت	شاخص	وزن
اولویت ۱	شاخص ۷: آگاهسازی و نهادینه‌سازی فرهنگ استفاده صحیح از منابع، تجهیزات و امکانات	۰,۹۳۳
اولویت ۲	شاخص ۵: استفاده از سامانه‌های آموزش مجازی و امکانات سمعی، بصری و هوشمند در آموزش	۰,۷۹۱
اولویت ۳	شاخص ۱۵: برنامه‌ریزی و اجرای درست آموزش	۰,۷۱۴
اولویت ۴	شاخص ۶: استفاده از سیستم‌های نوین آموزشی و شبیه‌سازها و	۰,۶۷۳

	منابع الکترونیکی	
اولویت ۵	شاخص ۱۴: تعمیر و نگهداری و بهروزرسانی به موقع تجهیزات و ابزارهای آموزشی	۰,۶۴۵
اولویت ۶	شاخص ۳: حذف آموزش‌های غیرضروری	۰,۶۰۸
اولویت ۷	شاخص ۱۶: رعایت نظم، انضباط و استانداردهای در اجرای آموزش‌ها	۰,۴۷۱
اولویت ۸	شاخص ۹: استفاده بهینه از متون آموزشی و صرفه‌جویی در چاپ و خرید کتاب	۰,۴۴۲
اولویت ۹	شاخص ۸: افزایش کمی و کیفی اعضای هیئت علمی	۰,۳۹۵
اولویت ۱۰	شاخص ۱۲: استفاده بهینه از ظرفیت افسران وظیفه واجدالشرایط برای تدریس	۰,۳۸۰
اولویت ۱۱	شاخص ۱: بهروزرسانی و افزایش کیفیت آموزشی متناسب با سرفصل دروس و تهدیدات روز	۰,۲۷۵
اولویت ۱۲	شاخص ۱۳: تقلیل هزینه حق التدریس دروس عمومی	۰,۲۷۲
اولویت ۱۳	شاخص ۱۱: استفاده بهینه از ظرفیت اساتید سازمانی و تقلیل استفاده از اساتید مدعو به منظور کاهش هزینه حق التدریس	۰,۲۵۱
اولویت ۱۴	شاخص ۱۷: استفاده از سیستم تشویق و تنبیه در امر آموزش	۰,۲۳۰
اولویت ۱۵	شاخص ۱۰: جذب دانشجویان باهوش و کیفی	۰,۲۲۰
اولویت ۱۶	شاخص ۱۸: ایجاد انگیزش در دانشجویان در راستای یادگیری فعال	۰,۱۶۶
اولویت ۱۷	شاخص ۴: نیازسنجی صحیح و به موقع آموزشی	۰,۱۵۹
اولویت ۱۸	شاخص ۲: متناسب‌سازی رشته‌های تحصیلی با رشته‌های تخصصی و حذف رشته‌های تحصیلی غیرضرور	۰,۱۵۶

شاخص ۱۹: ایجاد فرصت بیشتر جهت مطالعه دانشجویان	۰,۱۵۶
--	-------

بحث و نتیجه گیری

۱. بنیان اصلی این پژوهش بر این مسئله استوار شده که در فضای تحریم و فشارهای اقتصادی و سیاسی بین المللی، چگونه می توان کیفیت آموزش را که بی تأثیر از این شرایط نیست، حفظ و ارتقاء بخشید. در این راستا، یکی از راهبردهایی که می تواند سیاست تحریم های اقتصادی را خنثی نماید، اقتصاد مقاومتی و سیاست های مربوط به آن، به ویژه مدیریت مصرف صحیح منابع و اعتبارات است. یکی از حوزه هایی که هزینه بر و متکی به اعتبارات پولی است، حوزه آموزش است و به طور مستقیم متأثر از شرایط تحریم خواهد بود. بنابراین بایستی در مصرف اعتبارات و منابع مالی، مدیریت صحیح اعمال گردد تا ضمن حفظ کیفیت آموزش از هزینه های اضافی و غیرضرور خودداری شود.

۲. در این پژوهش به منظور پیاده سازی سیاست های اقتصادی مبتنی بر مدیریت مصرف صحیح در حوزه آموزش دانشگاه افسری امام علی (ع) و با هدف شناسایی و تعیین اولویت شاخص های مدیریت مصرف در این حوزه، با استفاده از مصاحبه عمیق نیمه ساختاریافته با تعداد ۱۳ نفر از صاحب نظران، و انجام تحلیل کیفی محتوای مصاحبه ها، تعداد ۱۹ شاخص تأثیرگذار در مدیریت مصرف در بخش آموزش استخراج و در چهار مؤلفه اصلی دسته بندی، و مدل مفهومی تحقیق ارائه گردید. سپس از طریق داده های حاصل از پرسشنامه، شاخص ها با استفاده از آزمون های آماری، مورد تجزیه و تحلیل کمی قرار گرفته اند و در نهایت، شاخص ها با استفاده از روش تاپسیس، اولویت بندی و تحلیل آمیخته گردیده اند.

۳. همانگونه که حکمت پور و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهش خود، بیان داشتند که اولویت بندی شاخص های اقتصاد مقاومتی موجب خواهد شد که سیاست گذار با درک بهتری از شرایط، برنامه ریزی درستی کند و تصمیم مناسبی بگیرد، بر این اساس احصاء و اولویت بندی شاخص های مدیریت مصرف در دانشگاه افسری امام علی (ع) که در

راستای پیاده‌سازی اقتصاد مقاومتی مبتنی بر مدیریت مصرف انجام گرفته است موجب خواهد شد که مدیران و برنامه‌ریزان دانشگاه با درک و فهم بهتر و اخذ تصمیم مناسب در شرایط تحریم و فشارهای اقتصادی و محدودیت منابع مالی و پولی، برنامه‌ها و اهداف دانشگاه را پیگیری و محقق نمایند.

۴. تحقق مطالبات و انتظارات رهبر معظم انقلاب در حوزه اقتصادی، در گروه تحقق اقتصاد مقاومتی در ابعاد مختلف است. پیاده‌سازی اقتصاد مقاومتی نیازمند مدل‌سازی و چارچوب‌سازی جدید در حوزه‌های مختلف از جمله در موضوع مصرف در بخش‌های مختلف است و نیاز به راهبردهای اجرایی خاص خود دارد. در پژوهش حاضر با چارچوب‌سازی و ارائه راهبردهای مدیریت مصرف در حوزه آموزش در دانشگاه افسری امام علی (ع) به پیاده‌سازی رویکرد اقتصاد مقاومتی در دانشگاه و تحقق مطالبات و انتظارات رهبر معظم انقلاب کمک می‌کند.

۵. به طور کلی، در پیوند با مطالعات پیشین و یافته‌های پژوهش، مدیریت مصرف و فرهنگ صحیح مصرف در تحقق اهداف و پیاده‌سازی سیاست‌های اقتصاد مقاومتی نقش مؤثری را دارد. همانگونه که در پیشینه پژوهش نیز اشاره شد، ایزانلو و توکلی (۱۳۹۹) بیان می‌دارند که در رویکرد اقتصاد متعارف، مصرف جهت‌دهنده به تولید است و ذاتاً امری مطلوب قلمداد می‌شود و معتقدند «مصرف در حد کفاف، ممنوعیت اسراف، قناعت، عدم اقتار و اتراف، مصرف حلال و طیب و مصرف تولید داخلی جهت-دهنده مصرف به سمت منافع جمعی است. درحالی که مصرف بیش از حد و بدون جهت‌گیری اجتماعی می‌تواند باعث کاهش مقاومت اقتصادی جامعه شود (۱۳۹۹): (۱۴۲)». براین اساس، در مدیریت مصرف، هزینه‌ها و مصرف به صورت عاقلانه، مدبرانه و بهینه انجام می‌گیرد که این می‌تواند اقتصاد یک جامعه و یا یک سازمان با مأموریت خاص را در برابر فشارها و تحریم‌های اقتصادی مقاوم نماید. در این پژوهش با احصاء شاخص‌های اجرایی مدیریت مصرف در حوزه آموزش دانشگاه افسری امام علی (ع) و اولویت‌بندی آنها، دانشگاه را با توجه به مأموریت خاص، شرایط، مقتضیات، امکانات و منابع مربوطه در برابر تحریم‌های اقتصادی و محدودیت منابع مالی مقاوم، و از تبعات تحریم محفوظ نگه می‌دارد. بنابراین با اجرای مدیریت مصرف مبتنی بر شاخص‌های

مورد اشاره، تاب‌آوری دانشگاه افسری امام علی(ع) افزایش پیدا کرده و به عبارتی دانشگاه در فضای تحریم‌ها و فشارهای اقتصادی می‌تواند فعالانه اهداف، رسالت و مأموریت خود را پیش ببرد.

با نگرش به موارد مطروحه، نتایج تحقیق حاکی از آن است که:

- مصرف بهینه بودجه و اعتبارات و مدیریت صحیح منابع و امکانات در حوزه آموزش دانشگاه افسری امام علی(ع) ارتباط مستقیمی با حفظ و ارتقاء کیفیت آموزش دارد. بنابراین به منظور تحقق اهداف، مأموریت و رسالت دانشگاه که حول محور تربیت و آموزش افسران آینده ارتش جمهوری اسلامی ایران است، توجه به موضوع سیاست‌های اقتصاد مقاومتی مبتنی بر مدیریت مصرف (مصرف بهینه) بودجه و اعتبارات به‌ویژه در حوزه آموزش امری ضروری به نظر می‌رسد و در این راستا بایستی حرکت نماید.

- براساس نتایج کیفی و کمی، استفاده بهینه از ابزارها و روش‌های آموزشی نوین، صرفه‌جویی در هزینه‌های آموزشی، فرآیند آموزش و کیفیت‌بخشی به متون و محتوای آموزشی، به ترتیب چهار مؤلفه‌های تأثیرگذار در مدیریت مصرف در بخش آموزشی دانشگاه افسری امام علی(ع) است.

- با توجه به تحلیل آمیخته که مبتنی بر نتایج تحلیل کیفی و کمی و معیارهایی همچون کیفیت و بهره‌وری، صرفه‌جویی و رضایت و مشارکت فراگیران صورت گرفته است، شاخص آگاهسازی و نهادینه‌سازی فرهنگ استفاده صحیح از منابع، تجهیزات و امکانات از اولویت برتری در بحث مدیریت مصرف (مصرف بهینه) در حوزه آموزش دانشگاه افسرس امام علی(ع) برخوردار است. از جهتی دیگر، شاخص متناسب‌سازی رشته‌های تحصیلی با رشته‌های تخصصی و حذف رشته‌های تحصیلی غیرضرور، و شاخص ایجاد فرصت بیشتر جهت مطالعه دانشجویان از اولویت پایین‌تری برخوردار است.

پیشنهاده‌ها

با توجه به یافته‌های پژوهش، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

۱- برنامه‌ریزی و انجام اقدامات فرهنگی ایجابی به‌منظور اشاعه فرهنگ صرفه‌جویی

- و ایجاد باور مشترک در بین کارکنان نسبت به این موضوع.
- ۲- تدوین آئین‌نامه، بخشنامه و دستورالعمل‌های لازم مرتبط با شاخص‌های احصاء شده حوزه مدیریت مصرف در بخش آموزش.
- ۳- به‌روزرسانی و تقویت سیستم‌های رایانه‌ای و سامانه‌های آموزشی موجود.
- ۴- کاربرست فناوری‌های جدید در آموزش و تقویت آموزش‌های مجازی، آنلاین، آفلاین و خودآموز.
- ۵- صرف هزینه‌ها مبتنی بر نیازهای واقعی در حوزه آموزش.
- ۶- تشکیل کمیته‌های سیاستی و نظارتی در جهت تصمیم‌گیری، کنترل و نظارت بر مصرف اعتبارات و منابع مالی و امکانات در حوزه آموزش.

منابع

- بیانات مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) در حرم مطهر رضوی مورخه ۱۳۹۳/۱/۱.
- سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، ابلاغی مورخه ۱۳۹۲/۱۱/۲۹.
- ایزانلو، امید و توکلی، محمدجواد. (۱۳۹۹). فرهنگ اقتصادی مطلوب در اقتصاد مقاومتی. معرفت/اقتصاد/اسلامی، شماره ۱.
- انصاری، محمدعلی (۱۴۱۵ ه. ق). الموسوعة الفقهية الميسرة. مجمع الفکر الاسلامی، ج ۳.
- تراب‌زاده، محمدصادق و سجادی، سیدعلیرضا و سمیعی‌نسب، مصطفی (۱۳۹۲). بررسی ابعاد و مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی ج ۱.۱. در اندیشه حضرت آیت‌الله خامنه‌ای. مطالعات/انقلاب/اسلامی، شماره ۳۲.
- جعفری، بهزاد (۱۴۰۳). تدوین مدل استراتژیک اقتصاد مقاومتی با تأکید افزایش توان رزمی نیروهای مسلح (مطالعه موردی: ارتش جمهوری اسلامی ایران). فصلنامه مدیریت نظامی، شماره ۹۴.
- حکمت‌پور، مریم، صالحی امیری، سید رضا، عرب‌مازار، عباس، قیومی، عباسعلی و رضایی، علی اکبر (۱۳۹۹). اولویت‌بندی مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی با استفاده از رویکرد ساختاری تفسیری ISM. دو فصلنامه جستارهای اقتصادی ایران با رویکرد اقتصاد اسلامی، شماره ۳۴.

- حبیبی مجنده، محمد و عبدالمالکی، مهدی و موسوی انزهایی، سیده زهرا (۱۳۹۲). تحریم‌های اقتصادی و نقض حق بر آموزش. حقوق بشر، شماره ۱.
- زندی، بهمن. سیدی، سعید. معصومی‌فرد، مرجان. سرمدی، محمدرضا و پرتوی، محمد تقی (۱۴۰۲). تبیین ابعاد و مولفه‌های آموزش الکترونیکی دانشگاه فرماندهی و ستاد آجا با رویکرد تحلیل محتوا. فصلنامه مدیریت نظامی، شماره ۸۹.
- سبحانی‌نژاد، مهدی و افشار، عبدالله، (۱۳۸۹). اصلاح الگوی مصرف با تأکید بر نقش آموزش در مدیریت مصرف انرژی. معرفت فرهنگی/اجتماعی، سال اول، شماره ۲.
- سنایی‌فر، اکبر و بکتاشیان، جلال و جوانی، یدالله و قاسمی، علی (۱۳۹۳). الزامات و ارکان اقتصاد مقاومتی. اصفهان: نشر کوثر.
- شقاقی شهری، وحید. (۱۴۰۰). نقش هوشمندسازی اقتصاد در تحقق سیاست‌های اقتصاد مقاومتی براساس رویکرد نظریه زمینه‌ای. دوفصلنامه جستارهای اقتصادی ایران با رویکرد اقتصاد اسلامی، شماره ۳۶.
- صمیمی، مهدی و دانش، رشید (۱۴۰۲). شناسایی و اولویت‌بندی راهبردهای بهبود فرآیندهای تربیتی و آموزشی در دانشگاه افسری امام علی (ع) با تمرکز بر تعاملات علمی- پژوهشی. فصلنامه مدیریت نظامی، شماره ۸۹.
- فتح‌تبار فیروزجائی، کاظم و خادمی‌کله‌لو، محمد و کاظمی، عبدالحمید (۱۴۰۱). مسائل (چالش‌های) اقتصاد آموزش عالی ایران. پژوهش‌های راهبردی و مدیریت آموزشی. شماره ۲۴.
- معین، محمد، (۱۳۸۶). فرهنگ فارسی، تهران: انتشارات هنرو، چاپ اول.
- منذر، قحف، (۱۳۸۵). مروری بر الگوهای اقتصاد اسلامی. ترجمه سیدحسین میرمعزی. مجله اقتصاد/اسلام، شماره ۲۷.
- نیازی، اکبر و یوسفوند، یعقوب (۱۳۹۵). چگونگی اصلاح الگوی مصرف در حوزه اداری جهت پیاده‌سازی اقتصاد مقاومتی در دانشگاه افسری امام علی (ع)، فصلنامه مدیریت نظامی، شماره ۳.