

لینک نتیجه مشابهت‌یابی:

رونق تولید ملی، اقتصاد مقاومتی و همبستگی ملی با تکیه بر بیانات مقام معظم رهبری

نوع مقاله: پژوهشی

* رحمان غفاری

E-mail: rghaffari@ut.ac.ir

** محمد مهدی احمدیان دیوکتی

E-mail: ahmadianmehdi@yahoo.com

*** علی سواسری

E-mail: asavasari@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۳/۱۰

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۸/۸

چکیده

هدف پژوهش حاضر شناسایی و سطح‌بندی راهبردهای مؤثر در تحقق رونق تولید ملی مبتنی بر بیانات مقام معظم رهبری است. لذا در گام اول با بررسی بیانات مقام معظم رهبری طی سه دهه‌ی گذشته و به‌کارگیری روش داده بنیان و انجام کدگذاری، راهبردهای مؤثر در تحقق رونق تولید شناسایی گردید. در گام بعد با استفاده از یک متدولوژی تحلیلی تحت عنوان الگوسازی ساختاری تفسیری (ISM) روابط بین راهبردها و سطح‌بندی آنها به صورت یکپارچه مورد تحلیل قرار گرفت. با توجه به کدگذاری‌های انجام‌گرفته ۱۳ راهبرد در راستای تحقق رونق تولید ملی شناسایی گردید این راهبردها عبارت‌اند از:

مبارزه با قاچاق کالا، بازمهندسی ساختارها، نوآوری و ابتکار در تولید، کنترل واردات، راهبری سرمایه‌ها، تحول در عرصه‌ی صنعت و کشاورزی، بهبود فضای کسب‌وکار، تعامل اثربخش صنعت و دانشگاه، توجه به سرمایه‌ی انسانی کارآمد، توانمندسازی کارآفرینان، اشتغال دیجیتال، حمایت از SMEs، حل موانع تولید، سپس با استفاده از تکنیک ISM و با استفاده از پرسشنامه، این راهبردها در ۵ سطح، طبقه‌بندی شدند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد توجه به سرمایه انسانی کارآمد، در ریشه‌ای‌ترین لایه جای دارد و بعد از آن بازمهندسی ساختارها و مبارزه با قاچاق کالا در لایه‌های بعدی قرار گرفتند.

کلید واژه‌ها: رونق تولید، بیانات مقام معظم رهبری، همبستگی ملی، اقتصاد مقاومتی.

* استادیار گروه مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ساری، نویسنده‌ی مسؤول

** دکتری سیاستگذاری علم و فناوری، دانشگاه مازندران

*** دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ساری

مقدمه

بحث تولید در زندگی بشر از دیرباز مورد توجه بوده و هست و بقاء و تداوم زندگی انسان‌ها در گرو آن بوده است، با گذشت زمان حساسیت موضوع برای جوامع بشری بیشتر از پیش شده است (رشوند، ۱۳۹۵: ۷۶). برخی از کشورهای در حال توسعه‌ای که از منابع طبیعی فراوانی برخوردارند، با چالش‌های متعددی در تبدیل ثروت حاصل از این منابع، به سایر اشکال دارایی که بتواند توسعه‌ی پایدار را به همراه داشته باشند مواجه هستند (صیادی و همکاران، ۱۳۹۷: ۳). از جمله‌ی مسائل اساسی حال حاضر کشور، وابستگی اقتصاد ایران به استخراج و صادرات نفت و مواد خام معدنی است که حاصل آن محصولاتی با ضریب ارزش افزوده‌ی اندک، غیراشتغال‌زا و دارای نوسان پی‌درپی درآمدی بوده و این امر درهم‌ریختگی مداوم اقتصاد کشور را به دنبال داشته است. وقوع این آشفتگی‌ها، به‌ویژه در پی تجربه‌ی رونق و رکود درآمد‌های نفتی در یک دهه‌ی گذشته، از ضعف بنیه‌ی تولیدی کشور خبر می‌دهد (رجب‌پور، ۱۳۹۶: ۴).

می‌توان گفت دغدغه‌ی اصلی این روزهای سیاست‌گذاران و قانون‌گذاران کشور، حمایت از تولید ملی است؛ لذا با تقویت تولید رقابت‌پذیر و دانش‌بنیان، می‌توان شاخص‌های اقتصادی، به‌ویژه اشتغال را بهبود بخشید و اقتصاد کشور را در مقابل شوک‌های داخلی و خارجی، مصون داشت (مرکز مالگیری و سیاح، ۱۳۹۶: ۱). اقتصاد مقاومتی بدون رونق تولید ملی و فرهنگ استفاده از تولیدات داخلی، توفیق چندانی نخواهد داشت. تولید ملی بیش از هر موقعیت دیگری برای تحقق اقتصاد مقاومتی یک ضرورت است؛ به دلیل این‌که می‌تواند نقش اساسی در این مقاومت بازی کند. اقتصادی که یکی از بنیان‌های ایستادگی و مقاومت آن مقوله‌ی تولید ملی است، نباید از مسیر خوداتکایی منحرف شود (اسماعیلی خوشمردان و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۲).

با توجه به اهمیت روزافزون میزان تولید و رشد اقتصادی در هر جامعه، دستیابی به تولید بیشتر و نرخ رشد بالاتر، همواره دغدغه‌ی دولت‌ها و ملت‌ها بوده است. از این‌رو یکی از مهم‌ترین اهداف اقتصاد کلان (مورد تأکید تمامی دولت‌ها و برنامه‌ریزان اقتصادی در کشورهای جهان) دستیابی به رشد اقتصادی مداوم و پایدار است (استادی، ۱۳۹۵: ۱۳۴).

در سال‌های اخیر، رهنمودهایی از سوی مقام معظم رهبری مبنی بر تولید ملی و حمایت از کار و سرمایه‌ی ایرانی ارائه شده است. ایشان تولید ملی را بنیان و حلقه‌ی اساسی پیشرفت اقتصاد دانسته و با تکیه بر لزوم حمایت از مسئولان به این امر تأکید

کرده‌اند. تولید دارای ابعاد گوناگون است؛ از بعدی اشتغال را افزایش می‌دهد و از بعدی دیگر سبب کاهش واردت می‌شود؛ از طرفی اثر روانی آن، افزایش اعتماد به نفس و غرور ملی را به همراه خواهد داشت و از طرفی دیگر، اثرات هویت‌بخش آن بر شخصیت آحاد مردم مؤثر خواهد بود. باید بیان داشت استقلال اقتصادی از مسیر تولید می‌گذرد (شفیعا و موسوی لقمان، ۱۳۹۴: ۵۱). مقام معظم رهبری تولید ملی را عاملی همبستگی‌ساز در عرصه‌های مختلف معرفی می‌نمایند و بیان می‌دارند: «اگر تولید ملی شکل نگرفت، استقلال اقتصادی این کشور تحقق پیدا نمی‌کند؛ و اگر استقلال اقتصادی جامعه‌ای تحقق پیدا نکرد - یعنی در مسأله‌ی اقتصاد نتوانست خودش تصمیم بگیرد و روی پای خود بایستد - استقلال سیاسی این کشور تحقق پیدا نمی‌کند؛ و اگر استقلال سیاسی جامعه‌ای تحقق پیدا نکرد، بقیه‌ی حرف‌ها، جز حرف، چیز دیگری نیست. تا کشوری اقتصاد خود را قوی نکند، پایدار نکند، متکی به خود نکند، مستقل نکند، نمی‌تواند از لحاظ سیاسی و فرهنگی و غیره تأثیرگذار باشد» (بیانات در جمع کارگران، ۱۳۹۱).

با توجه به مطالب عنوان شده، در مقاله‌ی حاضر، ابتدا ضمن مروری کوتاه بر پیشینه‌ی تحقیقات انجام گرفته، در زمینه‌ی موضوع پژوهش، به تشریح روش تحقیق در دو بخش کیفی و کمی می‌پردازیم؛ و در ادامه به شناسایی راهبردهای اثرگذار در راستای تحقق رونق تولید ملی پرداخته و در گام بعدی جهت سطح‌بندی راهبردها و نحوه‌ی ارتباط آنها با هم‌الگویی ساختاری - تفسیری از راهبردهای مؤثر در تحقق رونق تولید ملی ارائه می‌نماییم.

- تولید ملی، اقتصاد مقاومتی و همبستگی ملی

رونالد کروز، اقتصادشناس بزرگ معاصر و برنده‌ی جایزه‌ی نوبل اقتصاد در سال ۱۹۹۱، معتقد است بنیه‌ی تولیدی در هر کشور، اگر نه بیش از جنبه‌ی اقتصادی، حداقل هم‌تراز با آن وجوه اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و امنیت ملی نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد (مؤمنی، ۱۳۹۵: ۱۴۹).

هر اقتصادی با هر پایه‌ی ایدئولوژیک و در هر چارچوب فکری، فلسفی و اجتماعی اهدافی دارد و البته در مسیر تحقق اهداف دشواری‌ها، تهدیدها و موانعی وجود دارد. طبیعی است که سردمداران هر جامعه‌ای تلاش می‌کنند نظام اقتصادی خود را به نحوی سامان دهند که با وجود همه‌ی این دشواری‌های محتمل، اهداف اقتصادی جامعه محقق شود و این یعنی ایجاد اقتصاد مقاومتی (مؤمنی، ۱۳۹۶: ۲۱).

از نگاه مقام معظم رهبری «در اقتصاد مقاومتی تکیه بر تولید داخلی است، بر استحکام بنیه درونی اقتصاد است. رونق اقتصادی هم این است؛ رونق اقتصادی با تولید حاصل می‌شود، با فعال کردن ظرفیت‌های درونی کشور حاصل می‌شود، نه با چیز دیگر (بیانات در دیدار مسؤولان نظام، ۱۳۹۳). ستون فقرات اقتصاد مقاومتی تولید داخلی است. تولید داخلی اگر بخواهد رونق پیدا کند، یقیناً باید هم به آن کمک تزریق شود، هم از چیزهایی که مانع رشد آن است جلوگیری شود، هم برای محصولات، بازار به وجود بیاید، هم واردات محصولات مشابه به نحوی کنترل شود.» (بیانات در دیدار کارگران، ۱۳۹۳).

مقام معظم رهبری رونق تولید را وظیفه‌ی آحاد جامعه عنوان می‌کنند و نقشی اساسی برای تمامی مردم و مسؤولان در عرصه‌های مختلف قائل هستند که بدون اتحاد و همبستگی میان تمام ارکان جامعه محقق نخواهد شد: برای این‌که این کار بزرگ، اقتصاد مقاومتی، تحقق پیدا کند، الزامات چیست و چه کارهایی باید انجام بگیرد؟ اولاً مسؤولان باید از تولید ملی حمایت کنند. تولید ملی، اساس و حلقه‌ی اساسی پیشرفت اقتصاد است. مسؤولان باید از تولید ملی حمایت کنند. به چه نحوی؟ یکجا که قانون لازم دارد، حمایت قانونی کنند؛ یکجا که حمایت قضائی لازم است، انجام بگیرد؛ یکجا که حمایت اجرایی لازم است، باید تشویق کنند. تولید ملی باید رونق پیدا کند. دوم، صاحبان سرمایه و نیروی کار که تولیدکننده هستند، آنها هم بایستی به تولید ملی اهمیت بدهند؛ به چه معنا؟ به این معنا که بهره‌وری را افزایش بدهند. بهره‌وری، یعنی از امکاناتی که وجود دارد استفاده‌ی بهینه شود؛ کارگری که کار می‌کند، کار را با دقت انجام بدهد؛ این معنای بهره‌وری است؛ از قول پیغمبر نقل شده است: رحمت خدا بر آن‌کسی است که کاری را که انجام می‌دهد، محکم انجام بدهد، متقن انجام بدهد. آن‌کسی که سرمایه‌گذاری می‌کند، سعی کند حداکثر استفاده از آن سرمایه انجام بگیرد؛ یعنی هزینه‌های تولید را کاهش بدهند؛ بعضی از بی‌تدبیری‌ها، بی‌سیاستی‌ها موجب می‌شود هزینه‌ی تولید بالا برود، در نتیجه بهره‌وری سرمایه و کار کم شود.

سوم، صاحبان سرمایه در کشور، فعالیت تولیدی را ترجیح بدهند بر فعالیت‌های دیگر. ما دیدیم کسانی را که سرمایه‌ای داشتند و می‌توانستند این را در راه‌های مختلفی به کار بیندازند و درآمدهای زیادی کسب کنند، نکردند؛ رفتند سراغ تولید؛ گفتند می‌خواهیم تولید کشور تقویت شود؛ این حسنه است، این صدقه است، این جزو بهترین کارها است؛ کسانی که دارای سرمایه هستند - چه سرمایه‌های کم، چه سرمایه‌های افزون - آن را بیشتر در خدمت تولید کشور بگذارند.

بعدهای مردم در همه‌ی سطوح، تولید ملی را ترویج کنند؛ یعنی چه؟ یعنی همین مطلبی که من دو سه سال قبل از این، در همین جا با اصرار فراوان گفتم، یک عده‌ای هم از مردم خوشبختانه عمل کردند، اما همه باید عمل کنند و آن عبارت است از «مصرف تولیدات داخلی» عزیزان من! وقتی شما یک جنس داخلی را به جای جنس تولید خارجی خریداری می‌کنید، هم به همین اندازه کار و اشتغال ایجاد کرده‌اید، هم کارگر ایرانی را وادار کرده‌اید ابتکار خودش را به میدان بیاورد؛ جنس داخلی که مصرف شد، آن‌کننده‌ی کار، ابتکاراتی دارد، این ابتکارات را روزبه‌روز افزایش خواهد داد؛ شما وقتی که جنس داخلی مصرف می‌کنید، ثروت ملی را افزایش داده‌اید. در گذشته، در دوران طاغوت، ترجیح مصرف خارجی سنت بود؛ سراغ جنس که می‌رفتند، [می‌پرسیدند] داخلی است یا خارجی؟ اگر خارجی بود، بیشتر به آن رغبت داشتند؛ این باید برگردد و به‌عکس شود. نمی‌گوییم خرید جنس خارجی حرام است، اما عرض می‌کنیم خرید جنس داخلی یک ضرورت برای مقاوم‌سازی اقتصاد است و بر روی همه چیز این کشور تأثیر می‌گذارد. باید به این توجه کرد؛ این نقش همه‌ی مردم است. البته در اینجا هم مثل خیلی جاهای دیگر، مسؤولیت مسؤولان و مدیران کشور از دیگران بیشتر است؛ بسیاری از زیاده‌روی‌ها و ریخت و پاش‌ها در رفتار مردم، به خاطر نگاه کردن به رفتار آن کسانی است که آنها را «بزرگترها» می‌دانند؛ اگر اسراف در بین سطوح بالا نباشد، در بین مردم هم اسراف کم خواهد شد؛ بنابراین ترجیح تولید داخلی یکی از کارها است (بیانات در حرم رضوی، ۱۳۹۳).

ما باید بتوانیم از کار کارگر ایرانی حمایت کنیم؛ از سرمایه‌دار ایرانی حمایت کنیم؛ و این فقط با تقویت تولید ملی امکان‌پذیر خواهد شد. سهم دولت در این کار، پشتیبانی از تولیدات داخلی صنعتی و کشاورزی است. سهم سرمایه‌داران و کارگران، تقویت چرخه‌ی تولید و اتقان در کار تولید است؛ و سهم مردم - که به نظر من از همه اینها مهم‌تر است - مصرف تولیدات داخلی است» (پیام نوروزی رهبری، ۱۳۹۱). «اگر ما توانستیم تولید داخلی را رونق ببخشیم، مسأله‌ی تورم حل خواهد شد؛ مسأله‌ی اشتغال حل خواهد شد؛ اقتصاد داخلی به معنای حقیقی کلمه استحکام پیدا خواهد کرد. اینجاست که دشمن با مشاهده‌ی این وضعیت، مأیوس و ناامید خواهد شد. وقتی دشمن مأیوس شد، تلاش دشمن، توطئه دشمن، کید دشمن هم تمام خواهد شد» (پیام نوروزی رهبری، ۱۳۹۱).

پیشینه تحقیق

- خوش چهره و همکاران (۱۳۹۸)، در تحقیقی با بررسی جامع ادبیات نظری، و تدابیر و بیانات مقام معظم رهبری و اسناد بالادستی و عوامل تأثیرگذار بر مقوله تولید ملی از یک سو و نیز مراجعه به خبرگان میرز اقتصادی و مصاحبه با صاحب نظران حوزه تولید ملی کشور از سوی دیگر؛ و همچنین مطالعه تطبیقی ۵ کشور ممتاز اقتصادی و انجام تحلیل‌های آماری به طراحی الگوی راهبردی تولید ملی با رویکرد اقتصاد مقاومتی اقدام نمودند.

- حیدری و همکاران (۱۳۹۶)، در پژوهش خود به شناسایی عوامل حمایت‌کننده تولید داخلی که در تحقق سیاست‌های اقتصاد مقاومتی از منظر مقام معظم رهبری مؤثر است پرداخته‌اند. آنان با استفاده از روش داده بنیان و کدگذاری بیانات مقام معظم رهبری ضمن شناسایی مفاهیم، مقوله‌ها و ابعاد تولید داخلی از نگاه مقام معظم رهبری، به ارائه مدل مفهومی در این حوزه پرداخته‌اند. یافته‌های آنان نشان می‌دهد در شاخصه‌های تولید ملی از منظر فرماندهی معظم کل قوا ۳۹ شاخصه کلیدی احصا گشت که با استفاده از کدگذاری باز و محوری به ۹ بخش ارج نهادن تولیدات داخلی، فرهنگ استفاده از تولید داخلی، توجه ویژه به بنگاه‌های تولیدی، تسهیل تولید ملی، ایجاد امنیت در تولید، افزایش بازدهی و رقابتی کردن تولید، بالابردن کیفیت نیروی کار، توجه به کیفیت در تولید و حمایت‌های دولتی از تولید تقسیم گشتند. در نهایت چهار بُعد نقش مردمی، بنگاه‌های اقتصادی، دستگاه‌های اجرایی و دستگاه‌های نظارتی به‌عنوان عوامل اصلی در حمایت از تولید داخلی جهت تحقق سیاست‌های اقتصاد مقاومتی از منظر مقام معظم رهبری شناسایی شدند.

- میلانی (۱۳۹۴)، در تحقیق خود به بررسی شاخص‌های اقتصاد مقاومتی و رابطه آن با خودباوری ملی می‌پردازد. و بیان می‌دارد تلاش برای تحقق و پیاده سازی اقتصاد مقاومتی فرصت‌های بی‌بدیلی همچون عدم وابستگی اقتصادی، افزایش تولید ملی و خروج از وضعیت تک‌محصولی را به دنبال دارد. هرچند چالش‌هایی مثل عدم اجماع نظر مسئولان، عدم وجود زیرساخت‌های مناسب و وابستگی اقتصادی به درآمد حاصله از فروش نفت در این راه وجود دارند. اما با تکیه بر خودباوری ملی و با عزم جهادی برای تحقق این هدف می‌توان به تحول اقتصادی و ارائه یک اقتصاد الگو دست یافت.

روش تحقیق

پژوهش حاضر در پی ارائه‌ی الگویی نظری است؛ اما در سطح کلان، یک پژوهش

کاربردی است. این پژوهش استقرایی - قیاسی و ترکیبی از روش‌های کیفی و کمی را به کار می‌گیرد؛ و از آنجایی که در ادبیات تحقیق مطلبی در رابطه با عنوان تحقیق یافت نگردید، رویکرد پژوهش حاضر، روش ترکیبی اکتشافی است. در این پژوهش نخست با استفاده از روش نظریه‌ی داده بنیان، راهبردهای مؤثر در تحقق رونق تولید شناسایی گردید. سپس با استفاده از الگوسازی ساختاری - تفسیری سطح‌بندی و نحوه‌ی ارتباط میان راهبردها ترسیم گردید. لذا برای بخش کیفی از داده‌های ثانویه حاصل از بیانات مقام معظم رهبری در رابطه با رونق تولید، استفاده گردید؛ و هم‌زمان از روش کدگذاری (باز، محوری) برای تجزیه و تحلیل استفاده شد. سپس با استفاده از پرسشنامه و نظرسنجی از خبرگان و از طریق الگوسازی ساختاری - تفسیری، راهبردهای مؤثر در تحقق پیچیدگی اقتصادی سطح‌بندی و مدلی ساختاری - تفسیری از نحوه‌ی ارتباط، تعامل و اهمیت راهبردها ایجاد شده است. جهت ارائه‌ی الگویی ساختاری - تفسیری از راهبردها، پرسشنامه‌ای براساس تکنیک ISM جهت سطح‌بندی راهبردها طراحی گردید و حدود ۲۲ پرسشنامه در میان خبرگان مطلع توزیع گردید و پس از پیگیری‌ها، ۱۳ پرسشنامه دریافت شد و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

یافته‌های بخش کیفی

با توجه به بخش کیفی تحقیق و استخراج مفاهیم و مقولات مبتنی بر بیانات مقام معظم رهبری و کدگذاری‌های انجام گرفته، ۱۳ راهبرد مؤثر در جهت تحقق رونق تولید شناسایی گردید. در جدول شماره‌ی ۲، مفاهیم و مقولات مرتبط با راهبردهای مؤثر در تحقق پیچیدگی اقتصادی ارائه شده است.

جدول شماره‌ی ۲: شناسایی راهبردهای مؤثر در تحقق رونق تولید

مقولات	مفاهیم
مبارزه با قاچاق کالا	مبارزه با قاچاق و فساد، تأکید بر مبارزه واقعی با فساد و قاچاق، دنبال کردن کالای قاچاق از لب مرز تا داخل مغازه
بازمهندسی ساختارها	اصلاح ساختار تولید، اصلاح ساختار اقتصاد، اصلاح نظام بانکی، تقویت زیرساخت‌های لازم، رقابت‌پذیری تولید داخلی
نوآوری و ابتکار در تولید	تقویت تولید تنها راه علاج اقتصاد، نوآوری و ابتکار در تولیدات کشور، توسعه‌ی تولید در کشور، توسعه‌ی تولید ملی، اصلاح چرخه‌ی تولید و مصرف

کنترل واردات	جلوگیری از آسیب دیدن تولید داخلی بر اثر واردات با نظارت بر آن، جلوگیری از واردات بی‌رویه، برنامه‌ریزی دولت برای تأمین نیازهای خود در داخل کشور، بازنگری در زمینه‌ی سیاست‌های وارداتی
راهبری سرمایه‌ها	صرف‌نشدن ارز کشور برای کالاهای مصرفی، به کار افتادن پس‌اندازهای پراکنده، جذب سرمایه‌های خارجی، هدایت سرمایه‌ها به سمت تولید صنعتی و کشاورزی، هدایت نقدینگی‌ها به سمت تولید، گردش صحیح ثروت، بانک‌ها در خدمت تولید، کنترل و هدایت نقدینگی‌ها به سمت تولید، گردش دارایی‌های راكد
تحول در عرصه‌ی صنعت و کشاورزی	تحول در بخش‌های مختلف، رونق صنعت، اعتلای صنعت، تکمیل چرخه‌ی صنعتی، سروسامان دادن به تولیدات صنعتی و کشاورزی، توجه ویژه به بخش کشاورزی و صنایع تبدیلی در روستاها
بهبود فضای کسب‌وکار	برطرف کردن موانع رونق فضای کسب‌وکار، ایجاد رونق فضای کسب‌وکار، برنامه‌ریزی همه‌جانبه برای بهبود شرایط کسب‌وکار، ثبات در قوانین
تعامل اثربخش صنعت و دانشگاه	برقراری نظام صحیح میان صنعت و دانشگاه، تجاری‌سازی علوم و فناوری‌ها، واردکردن دانشجویان به فناوری‌های قابل‌تبدیل به ثروت، افزایش چشمگیر شرکت‌های دانش‌بنیان، تولید محصولات دانش‌بنیان
توجه به سرمایه‌ی انسانی کارآمد	شکوفایی استعدادها، توجه به نیروی انسانی، سرمایه و مهارت، به‌کارگیری مدیریت متعهد و کارآمد، استفاده از پتانسیل مردمی، شکوفایی استعدادها و ابتکار جوانان، توجه به نیروی جوان و با استعداد
توانمندسازی کارآفرینان	ایجاد بنگاه‌های کاری و تشویق کارآفرینان، آموزش نیروی انسانی متناسب با نیازهای فعلی و آینده‌ی بازار کار، ارتقاء توان کارآفرینی، ایجاد کارآفرینی
اشتغال دیجیتال	گسترش صنایع فناوری ارتباطات، فرصت اشتغال‌زایی در فناوری‌های مجازی، فعالیت‌های رسانه‌ای و تبلیغی
حمایت از SMEs	توجه به بخش خصوصی، حمایت از بنگاه‌های کوچک تولیدی و دانش‌بنیان، حمایت از شرکت‌های تعاونی، حمایت از تأسیس و توسعه‌ی صندوق‌های شراکت در سرمایه، حل مشکلات بنگاه‌های تولیدی، اجرای سیاست‌های اصل ۴۴
حل موانع تولید	رسیدگی به مسائل تولیدکنندگان، به حرکت درآوردن تولید، سرمایه‌گذاری برای رفع نیازهای کشور، پرهیز از دلالتی و کارهای مضر برای کشور، کاهش هزینه، جلوگیری از رکود واحدهای تولیدی، اصلاح چرخه‌ی معیوب تولید، حل موانع تولید، تقویت چرخه‌ی تولید

یافته‌های بخش کمی

برای انجام الگوسازی به روش الگوسازی ساختاری - تفسیری باید از مراحل زیر تبعیت نمود (احمد و سیدیکویی، ۲۰۱۶: ۴۰۹):

- ۱- شناسایی متغیرهای مرتبط با مسأله در زمینه‌ای مشخص؛ ۲- ماتریس خودتعاملی ساختاری تا بتوان متغیرهای مسأله را به صورت زوجی بررسی کرد؛ ۳- تشکیل ماتریس دسترسی اولیه: در این مرحله ماتریس خودتعاملی به ماتریسی بولی تبدیل می‌شود؛ ۴- تشکیل ماتریس دسترسی نهایی: تا بتوان لایه‌های مختلف الگو را از روی آن تشخیص داده و ضریب وابستگی و نفوذ هر متغیر را بررسی نمود؛ ۵- سطح‌بندی متغیرها: در این مرحله ماتریس دسترسی نهایی به سطوح مختلفی تقسیم می‌شود. معمولاً در سیستم‌های بزرگ روابط شبکه‌ای بین عناصر سیستم بر پیچیدگی آن می‌افزاید که با سطح‌بندی الگو می‌توان این پیچیدگی را کاهش داد؛ ۶- رسم الگو: در این مرحله، با توجه به سطح‌بندی متغیرها و ماتریس دسترسی نهایی، الگوی نهایی متغیرها رسم می‌شود؛ ۷- تجزیه و تحلیل قدرت نفوذ و میزان وابستگی (نمودار MICMAC): در این مرحله متغیرها در چهار دسته طبقه‌بندی می‌شوند که می‌توان آنها را به صورت زیر نمایش داد.

جدول شماره ۳: انواع متغیرهای جدول MICMAC

وابستگی کم	وابستگی زیاد	
نفوذ	پیوندی	نفوذ زیاد
خودمختار	وابسته	نفوذ کم

۱- تشکیل ماتریس خودتعاملی ساختاری (SSIM)^۱

در این بخش از تحقیق خبرگان مشارکت‌کننده تعیین نمودند که چه ارتباطی بین هر معیار با معیار دیگر وجود دارد. در واقع هدف از این بخش به دست آوردن ماتریس خودتعاملی ساختاری است. ماتریس ساختاری خودتعاملی، توسعه داده می‌شود تا روابط زوجی میان عناصر را نمایان سازد (فیروزجائیان و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۴۱). برای تعیین نوع رابطه می‌توان از نمادهای زیر استفاده نمود.

1. Structural Self-Interaction Matrix



جدول شماره ۴: روابط مفهومی در تشکیل ماتریس خودتعاملی ساختاری

مفهوم نماد	نماد
i منجر به j می شود (سطر منجر به ستون)	V
j منجر به i می شود (ستون منجر به سطر)	A
رابطه‌ی دوطرفه i و j وجود دارد.	X
ارتباطی وجود ندارد.	O

منبع: تاکار و همکاران (۲۰۰۶)

ماتریس مندرج در جدول شماره ۴ ماتریسی به ابعاد متغیرهاست که در سطر و ستون اول آن متغیرها به ترتیب ذکر می‌شوند. آنگاه روابط دوبه‌دوی متغیرها توسط نمادهایی مشخص می‌شود. در جدول شماره ۵ ماتریس خودتعاملی پژوهش حاضر ارائه شده است:

جدول شماره ۵: ماتریس خودتعاملی

R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12	R13	
	A	X	O	X	A	A	O	X	O	X	O	X	R1
		V	O	X	A	A	V	V	O	X	A	V	R2
			O	X	X	V	X	V	O	X	A	V	R3
				O	O	O	O	A	A	A	A	O	R4
					A	A	A	A	O	A	X	X	R5
						O	V	V	V	V	O	O	R6
							X	X	O	X	O	O	R7
								X	O	A	A	X	R8
									O	A	A	X	R9
										O	X	O	R10
											A	V	R11
												O	R12
													R13

۲- ماتریس دستیابی اولیه

با تبدیل نمادهای روابط ماتریس SSIM به اعداد صفر و یک می‌توان به ماتریس دستیابی رسید؛ با پیروی از این قوانین، ماتریس دستیابی اولیه آماده می‌شود:

- اگر خانه (i, j) در ماتریس SSIM نماد V گرفته است، خانه مربوط به این نماد در ماتریس دستیابی عدد ۱ و خانه قرینه آن یعنی (j, i) عدد صفر می‌گیرد.

- اگر خانه (i, j) در ماتریس SSIM نماد A گرفته است، خانه‌ی مربوط به این نماد در ماتریس دستیابی عدد صفر و خانه‌ی قرینه آن یعنی (j, i) عدد ۱ می‌گیرد.

- اگر خانه (i, j) در ماتریس SSIM نماد X گرفته است، خانه‌ی مربوط به این نماد در ماتریس دستیابی عدد ۱ و خانه‌ی قرینه آن یعنی (i, j) عدد ۱ می‌گیرد.
- اگر خانه (i, j) در ماتریس SSIM نماد O گرفته است، خانه‌ی مربوط به این نماد در ماتریس دستیابی عدد صفر و خانه‌ی قرینه آن یعنی (i, j) عدد صفر می‌گیرد. در جدول شماره ۶، ماتریس دستیابی اولیه ارائه شده است:

جدول شماره ۶: ماتریس دستیابی اولیه

R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12	R13	
۱	۰	۱	۰	۱	۰	۰	۰	۱	۰	۱	۰	۱	R1
۱	۱	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۱	۰	۱	۰	۱	R2
۱	۰	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۰	۱	R3
۰	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	R4
۱	۱	۱	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	R5
۱	۱	۱	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۰	۰	R6
۱	۱	۰	۰	۱	۰	۱	۱	۱	۰	۱	۰	۰	R7
۰	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۱	R8
۱	۰	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۱	R9
۰	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۱	۰	R10
۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۰	R11
۰	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۰	R12
۱	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۱	۱	۰	۰	۰	۱	R13

۳- ماتریس دسترسی نهایی

پس از این که ماتریس دستیابی اولیه به دست آمد، باید سازگاری درونی آن برقرار شود. به عنوان نمونه اگر متغیر ۱ منجر به متغیر ۲ شود و متغیر ۲ هم منجر به متغیر ۳ شود، باید متغیر ۱ نیز منجر به متغیر ۳ شود و اگر در ماتریس دستیابی این حالت برقرار نبود، باید ماتریس اصلاح شده و روابطی که از قلم افتاده جایگزین شوند؛ در جدول شماره ۷ ماتریس قابلیت دستیابی نهایی ارائه شده است.

جدول شماره ۷: ماتریس دستیابی نهایی

R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12	R13	
۱	*۱	۱	*۱	۱	*۱	*۱	*۱	۱	۰	۱	*۱	۱	R1
۱	۱	۱	۰	۱	*۱	*۱	۱	۱	۰	۱	*۱	۱	R2
۱	*۱	۱	*۱	۱	۱	۱	۱	۱	*۱	۱	*۱	۱	R3
۰	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	R4
۱	۱	۱	*۱	۱	*۱	*۱	*۱	*۱	*۱	*۱	۱	۱	R5
۱	۱	۱	*۱	۱	۱	*۱	۱	۱	۱	۱	*۱	*۱	R6
۱	۱	*۱	*۱	۱	۰	۱	۱	۱	۰	۱	*۱	*۱	R7
*۱	*۱	۱	*۱	۱	*۱	۱	۱	۱	۰	*۱	*۱	۱	R8
۱	*۱	*۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۰	*۱	*۱	۱	R9
۰	*۱	*۱	۱	*۱	۰	۰	*۱	*۱	۱	*۱	۱	۰	R10
۱	۱	۱	۱	۱	*۱	۱	۱	۱	*۱	۱	۱	*۱	R11
۰	۱	۱	۱	۱	*۱	*۱	۱	۱	۱	۱	۱	*۱	R12
۱	*۱	*۱	*۱	۱	۰	*۱	۱	۱	۰	*۱	*۱	۱	R13

منبع: یافته‌های پژوهش

۴- تعیین سطح و اولویت متغیرها

در این مرحله با استفاده از ماتریس دسترسی نهایی، باید متغیرها را برای رسم الگو سطح بندی کرد؛ یعنی باید متغیرهای خروجی و ورودی را برای هر متغیر مشخص نمود تا بتوان متغیرها را سطح بندی نمود. متغیر ورودی، متغیرهایی هستند که از آن جزء نشئت گرفته اند؛ اعداد «۱» هر سطر نشان می دهد چه متغیرهایی از آن خارج شده اند. متغیر خروجی، متغیرهایی هستند که آن جزء از آن نشئت گرفته است؛ اعداد «۱» هر ستون نشان می دهد متغیر مورد نظر از چه متغیری خارج شده است (ردادی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۸). پس از تعیین مجموعه های ورودی و خروجی و عناصر مشترک به تعیین سطح متغیرها (عناصر) پرداخته می شود. در اولین جدول متغیری دارای بالاترین سطح در سلسله مراتب الگوی ساختاری - تفسیری است که مجموعه ی خروجی و مشترک آن کاملاً یکسان هستند. پس از تعیین این متغیر یا متغیرها آنها را از جدول حذف نموده و با بقیه ی متغیرهای باقیمانده، جدول بعدی تشکیل می گردد. در جدول دوم نیز همانند جدول اول متغیر سطح دوم را مشخص می کنیم و این کار را تا تعیین سطح همه

متغیرها ادامه می‌دهیم (آگاروال و همکاران، ۲۰۰۷: ۴۵۰). در جدول شماره‌ی ۸، مراحل کار برای تعیین سطح اول انجام شده است:

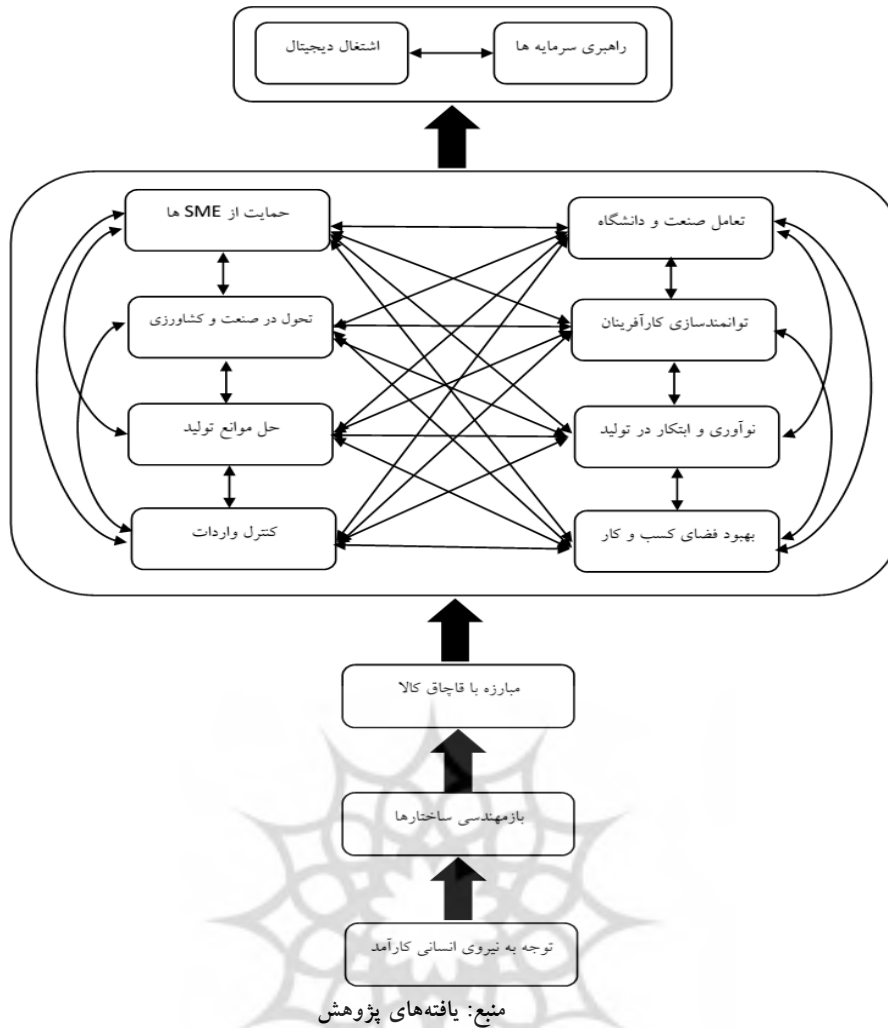
جدول شماره‌ی ۸: سطح‌بندی راهبردها

متغیرها	خروجی‌ها	ورودی‌ها	اشتراکات	سطح‌بندی
(R1)	۱.۲.۳.۴.۵.۶.۷.۸.۹.۱۱.۱۲.۱۳	۱.۲.۳.۵.۶.۷.۸.۹.۱۱.۱۳	۱.۲.۳.۵.۶.۷.۸.۹.۱۱.۱۳	-
(R2)	۱.۲.۳.۵.۶.۷.۸.۹.۱۱.۱۲.۱۳	۱.۲.۳.۵.۶.۷.۸.۹.۱۰.۱۱.۱۲.۱۳	۱.۲.۳.۵.۶.۷.۸.۹.۱۱.۱۲.۱۳	سطح اول
(R3)	۱.۲.۳.۴.۵.۶.۷.۸.۹.۱۰.۱۱.۱۲.	۱.۲.۳.۵.۶.۷.۸.۹.۱۰.۱۱.۱۲.۱۳	۱.۲.۳.۵.۶.۷.۸.۹.۱۰.۱۱.۱۲. .۱۳	-
(R4)	۴	۱.۳.۴.۵.۶.۷.۸.۹.۱۰.۱۱.۱۲.۱۳	۴	سطح اول
(R5)	۱.۲.۳.۴.۵.۶.۷.۸.۹.۱۰.۱۱.۱۲.	۱.۲.۳.۵.۶.۷.۸.۹.۱۰.۱۱.۱۲.۱۳	۱.۲.۳.۵.۶.۷.۸.۹.۱۰.۱۱.۱۲. .۱۳	-
(R6)	۱.۲.۳.۴.۵.۶.۷.۸.۹.۱۰.۱۱.۱۲.	۱.۲.۳.۵.۶.۸.۱۱.۱۲	۱.۲.۳.۵.۶.۸.۱۱.۱۲	-
(R7)	۱.۲.۳.۴.۵.۷.۸.۹.۱۱.۱۲.۱۳	۱.۲.۳.۵.۶.۷.۸.۹.۱۱.۱۲.۱۳	۱.۲.۳.۵.۷.۸.۹.۱۱.۱۲.۱۳	-
(R8)	۱.۲.۳.۴.۵.۶.۷.۸.۹.۱۱.۱۲.۱۳	۱.۲.۳.۵.۶.۷.۸.۹.۱۰.۱۱.۱۲.۱۳	۱.۲.۳.۵.۶.۷.۸.۹.۱۱.۱۲.۱۳	-
(R9)	۱.۲.۳.۴.۵.۷.۸.۹.۱۱.۱۲.۱۳	۱.۲.۳.۵.۶.۷.۸.۹.۱۰.۱۱.۱۲.۱۳	۱.۲.۳.۵.۷.۸.۹.۱۱.۱۲.۱۳	-
(R10)	۲.۳.۴.۵.۸.۹.۱۰.۱۱.۱۲	۳.۵.۶.۱۰.۱۱.۱۲	۳.۵.۱۰.۱۱.۱۲	-
(R11)	۱.۲.۳.۴.۵.۶.۷.۸.۹.۱۰.۱۱.۱۲.	۱.۲.۳.۵.۶.۷.۸.۹.۱۰.۱۱.۱۲.۱۳	۱.۲.۳.۵.۶.۷.۸.۹.۱۰.۱۱.۱۲. .۱۳	-
(R12)	۲.۳.۴.۵.۶.۷.۸.۹.۱۰.۱۱.۱۲.۱	۱.۲.۳.۵.۶.۷.۸.۹.۱۰.۱۱.۱۲.۱۳	۲.۳.۵.۶.۷.۸.۹.۱۰.۱۱.۱۲.۱ ۳	-
(R13)	۱.۲.۳.۴.۵.۷.۸.۹.۱۱.۱۲.۱۳	۱.۲.۳.۵.۶.۷.۸.۹.۱۱.۱۲.۱۳	۱.۲.۳.۵.۷.۸.۹.۱۱.۱۲.۱۳	-

منبع: یافته‌های پژوهش

به دلیل حجم بالای مراحل تعیین سطح برای تمامی عوامل، به همین جدول اکتفا می‌گردد. پس از تعیین روابط و سطح متغیرها می‌توان آنها را به شکل الگویی ترسیم نمود. به همین منظور، ابتدا متغیرها برحسب سطح آنها به ترتیب از بالا به پایین تنظیم می‌شوند. براساس تحلیل نظرات خبرگان و تحلیل‌های صورت گرفته راهبردهای مؤثر در تحقق رونق تولید در ۵ سطح طبقه‌بندی شدند. با توجه به شکل شماره‌ی ۱، راهبردهای موجود در هر سطح و نحوه ارتباط و تعامل میان راهبردها قابل مشاهده است.

شکل شماره ۱: سطح‌بندی راهبردهای مؤثر در تحقق رونق تولید



با توجه به سطح‌بندی راهبردها می‌توان نکات ذیل را بیان نمود:

۵- تجزیه و تحلیل سیستمی نفوذ - وابستگی (MICMAC)

این روش در تحلیل یافته‌ها با هدف شناسایی میزان نفوذ - وابستگی و هدایت عناصر سیستم در تحلیل‌های ساختاری به کار می‌رود. بدین صورت که مجموع سطری تعداد روابط (اعم از روابط مستقیم و غیرمستقیم شناسایی شده برای هر مؤلفه) در ماتریس

دستیابی نهایی، نشانگر میزان قدرت تحریک (نفوذ) آن مؤلفه؛ و مجموع ستونی تعداد روابط مستقیم و غیرمستقیم در ماتریس جدول مذکور، نشانگر میزان وابستگی آن مؤلفه است. در جدول ۹ میزان نفوذ - وابستگی برای هر کدام از راهبردها محاسبه شده است.

جدول شماره ۹: درجه‌ی نفوذ و وابستگی راهبردها

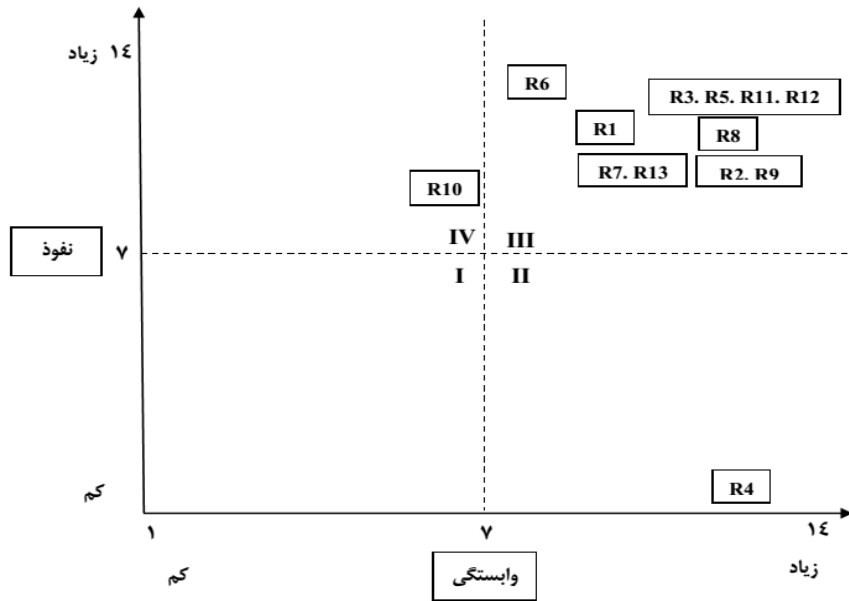
راهبردها	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12	R13
نفوذ	۱۲	۱۱	۱۳	۱	۱۳	۱۳	۱۱	۱۲	۱۱	۹	۱۳	۱۳	۱۱
وابستگی	۱۰	۱۲	۱۲	۱۲	۱۲	۸	۱۱	۱۲	۱۲	۶	۱۲	۱۲	۱۱

منبع: یافته‌های پژوهش

براساس تحلیل MICMAC متغیرها برحسب میزان نفوذ و وابستگی به چهار دسته تقسیم‌بندی می‌شوند (شکل ۲). دسته اول «متغیرهای خودمختار» هستند؛ این متغیرها دارای قدرت نفوذ و وابستگی ضعیفی هستند و تأثیر اندکی بر روابط و پویایی‌های سیستم دارند (آگاروال، ۲۰۰۷: ۴۵۲)؛ که در تحقیق حاضر هیچ‌کدام از راهبردها در این دسته جای نگرفته‌اند. «متغیرهای وابسته» دومین دسته هستند که وابستگی زیاد و نفوذ کمی دارند (راوی و شانکار، ۲۰۰۵: ۱۵). طبق تحلیل صورت گرفته راهبرد اشتغال دیجیتال در این طبقه جای گرفته است که نشان می‌دهد اشتغال دیجیتال وابستگی زیادی به دیگر عوامل دارد و درعین حال از نفوذ پایینی برخوردار است.

دسته‌ی سوم «متغیرهای پیوندی یا ارتباطی» هستند که دارای قدرت نفوذ زیاد و وابستگی شدید هستند (راوی و شانکار، ۲۰۰۵: ۱۵). این متغیرها غیر ایستا هستند، زیرا هر نوع تغییر در آنان می‌تواند سیستم را تحت تأثیر قرار دهد و درنهایت بازخورد سیستم نیز می‌تواند این متغیرها را دوباره تغییر دهد. طبق تحلیل‌های انجام گرفته و شکل شماره ۲، بیشترین راهبردها در این دسته جای گرفته‌اند. این راهبردها عبارت‌اند از: مبارزه با قاچاق کالا، راهبری سرمایه‌ها، تعامل اثربخش صنعت و دانشگاه، حمایت از SME ها، توجه به نیروی انسانی کارآمد، توانمندسازی کارآفرینان، تحول در عرصه‌ی صنعت و کشاورزی، نوآوری و ابتکار در تولید، حل موانع تولید، بهبود فضای کسب‌وکار و کنترل واردات. چهارمین دسته نیز شامل «متغیرهای مستقل» است که دارای نفوذ زیاد و وابستگی ضعیف هستند. این دسته همانند سنگ زیربنای الگو عمل می‌کنند و برای شروع کارکرد سیستم، باید در وهله‌ی اول روی آنها تأکید کرد؛ که طبق تحلیل‌های به‌عمل‌آمده، بازمهندسی ساختارها در این طبقه جای گرفته است.

شکل شماره ۲: دسته‌بندی راهبردهای مؤثر در تحقق رونق تولید (تحلیل MICMAC)



منبع: یافته‌های پژوهش

نتیجه‌گیری

تحقق رونق تولید نیازمند یافتن راهبردهای اصلی و تأثیرگذار و برقراری ارتباط و هماهنگی میان این راهبردهاست. از این‌رو در مقاله‌ی حاضر تلاش شده است تا راهبردهای اساسی تحقق رونق تولید از بیانات مقام معظم رهبری استخراج گردد. در نتیجه با کدگذاری‌های انجام گرفته از بیانات معظم‌له طی سه دهه‌ی گذشته، ۱۳ راهبرد اصلی شناسایی گردید. سپس روابط میان این راهبردها با استفاده از تکنیک الگوسازی ساختاری - تفسیری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت و در نهایت الگوی پنج لایه‌ای به دست آمد. در این الگو توجه به سرمایه‌ی انسانی کارآمد در ریشه‌ای‌ترین لایه (سطح پنجم) قرار گرفت؛ که این مهم نشان می‌دهد برای تحقق رونق تولید در ابتدای امر باید تمامی توجهات معطوف به نیروی انسانی خلاق و کارآمد باشد. تأکید مکرر مقام معظم رهبری بر استفاده از جوانان، خبرگان و نیروهای متعهد، مؤمن و انقلابی در جنگ اقتصادی و حرکت در مسیر رونق تولید گویای اهمیت سرمایه‌ی انسانی در تحقق رونق تولید و شکستن حصارهای تحریم است.

با توجه به یافته‌های تحقیق، در سطح چهارم، موضوعی که بسیار دارای اهمیت است اصلاح ساختار تولید، اصلاح ساختار اقتصاد، اصلاح نظام بانکی، تقویت زیرساخت‌ها و رقابت‌پذیری در زمینه‌ی تولید داخلی است. مطمئناً بازمهندسی این ساختارها نقشی اساسی در تحقق رونق تولید خواهد داشت. در سطح سوم نیز مبارزه با قاچاق کالا قرار دارد؛ که طبق بیانات مقام معظم رهبری: «یکی از موانع تحقق رونق تولید، «قاچاق» است که امروز به صورت دوطرفه درآمده است و علاوه بر واردات قاچاق، برخی اجناس موردنیاز مردم و بخش کشاورزی نیز از کشور خارج می‌شود». ایشان بارها بر لزوم مبارزه جدی با قاچاق کالا و انجام اقدامات انقلابی جهت برخورد با این پدیده‌ی شوم تأکید نموده‌اند. طبق نظر خبرگان پس از توجه به سرمایه‌ی انسانی کارآمد، بازمهندسی ساختارها و مبارزه با قاچاق کالا حال در سطح دوم، می‌توان مجموعه‌ای متنوع از راهبردها را در ارتباط متقابل با یکدیگر مورد استفاده قرار داد. این راهبردها عبارت‌اند از:

کنترل واردات، نوآوری و ابتکار در تولید، تحول در عرصه صنعت و کشاورزی، بهبود فضای کسب‌وکار، تعامل اثربخش صنعت و دانشگاه، حل موانع تولید، توانمندسازی کارآفرینان و حمایت از SME ها؛ و در پایین‌ترین سطح (سطح اول)، نیز راهبری سرمایه و اشتغال دیجیتال قرار دارد که از اهمیت کمتری نسبت به دیگر عوامل برخوردار است. همان‌گونه که مشاهده گردید راهبردهای متعددی در تحقق رونق تولید ملی در بیانات مقام معظم رهبری ذکر گردیده است که جز با همبستگی و اتحاد میان آحاد جامعه و مسئولان، نهادهای مختلف، مدیران و سیاستگذاران در زمینه‌های گوناگون در عرصه‌ی ملی، منطقه‌ای و جهانی محقق نخواهد شد. در پایان لازم است به این نکته اشاره گردد که این الگوی سطح‌بندی شده، تحت تأثیر عواملی فراتر از متغیرهای در نظر گرفته شده در این حوزه نیز قرار دارند که البته همانند سایر الگوهای ساختاری - تفسیری، محدودیت این الگو تلقی می‌شود و باید اثر این عوامل کلان، بر راهبردها، مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد. علاوه بر این، صحت الگو باید به صورت عملی و در دنیای واقعی مورد آزمون قرار گیرد که البته به دلیل گستردگی عوامل، طبیعتاً کاری دشوار و زمان‌بر است.

پیشنهادات

- توجه جدی به بحث سرمایه‌ی انسانی کارآمد و خلاق و جلوگیری از فرار مغزها
- به‌مثابه مبنایی‌ترین و مهم‌ترین عامل در تحقق رونق تولید
- اصلاح ساختار اقتصادی و جهت‌دهی فعالیت‌های بانکی در راستای حمایت از تولید
- جلوگیری از قاچاق کالا
- تعامل، هماهنگی، هم‌افزایی و پیوند میان صنعت و دانشگاه که پیش‌تازان حرکت درزمینه‌ی تولید دانش هستند اتخاذ گردد.
- نقدینگی زیاد و سرگردان در سطح کشور به بخش‌های مولد اقتصاد، صنعت و کشاورزی هدایت شود و در خدمت تولید و اشتغال بکار گرفته شود.
- توانمندسازی کارآفرینان و ارتقاء بهره‌وری سرمایه‌ی انسانی با افزایش انگیزه، مهارت و خلاقیت و ایجاد تناسب بین مراکز آموزشی و پژوهشی با نیازهای بازار کار
- جلوگیری از ورود کالاهایی که در داخل تولید می‌شوند و یا پتانسیل تولید آن وجود دارد.

منابع

- آذر، عادل؛ تیزرو، علی؛ مقبل باعرض، عباس؛ انواری‌رستمی، علی‌اصغر (۱۳۸۹)؛ «طراحی مدل چابکی زنجیره تأمین، رویکرد مدل‌سازی ساختاری تفسیری»، *پژوهش‌های مدیریت در ایران*، دوره ۱۴، ش ۴ (پیاپی ۶۹)، صص ۲۵-۱.
- استادی، حسین (۱۳۹۵)؛ «عوامل مؤثر بر رشد اقتصادی ایران و اثر افزایش قیمت حامل‌های انرژی»، *فصلنامه پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی*، س ۸، ش ۲۴، صص ۱۴۴-۱۳۳.
- اسماعیلی خوشمردان، علی؛ باغجری، ابوطالب؛ اکبری‌افروزی، رقیه (۱۳۹۵)؛ «نقش مؤلفه‌های مهم اقتصادی (سرمایه‌گذاری، تولید و مصرف) در دستیابی به اقتصاد مقاومتی»، *پنجمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت: الگوی پایه پیشرفت*.
- حیدری، کیومرث؛ اسفندیاری‌صفا، خسرو؛ دهقان، حبیب‌اله (۱۳۹۶)؛ «شناسایی عوامل حمایت‌کننده تولید داخلی مؤثر در سیاست‌های اقتصاد مقاومتی از منظر مقام معظم رهبری»، *فصلنامه علوم و فنون نظامی*، س ۱۳، ش ۴۰، صص ۲۷-۵.
- خوش‌چهره، محمد؛ ایروانی، محمدجواد؛ حسینی، سیدشمس‌الدین؛ علوی، حمید (۱۳۹۸)؛ «ارائه الگوی

راهبردی تولید ملی با رویکرد اقتصاد مقاومتی»، *مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی*، س ۳، ش ۱۱، صص ۳۷۲-۳۲۵.

- دانشجویی، قرارگاه شهید احمدی روشن، قابل بازیابی از سایت: <https://kalk.ir/doc/package/520/>
- رجب پور، حسین (۱۳۹۶): «الگوی راهبردی حمایت از تولید ۱۳، موازین انتخاب راهبرد مطلوب»، دفتر مطالعات اقتصادی (گروه توسعه و برنامه ریزی)، مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی.
- ردادی، علی؛ نجفی فراشاه، سیدعلی؛ آذرفر، امیر (۱۳۹۵): «الگوسازی روابط ساختاری و پیش نیازی مفاهیم سازنده اقتصاد مقاومتی با استفاده از رویکرد ساختاری - تفسیری»، *فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج*، س ۱۹، ش ۷۱، صص ۵۵-۳۱.
- رشوند، محمدنبی (۱۳۹۵): «بررسی راهکارهای تقویت تولید کالای داخلی در راستای اقتصاد مقاومتی»، *پژوهش نامه کشاورزی و منابع طبیعی*، س ۵، ش ۱۹، صص ۸۸-۷۶.
- شفیعا، محمدعلی؛ موسوی لقمان، سیده اشرف (۱۳۹۴): «طراحی مدل مفهومی تعامل دولت و تولیدکنندگان داخلی برای تقویت تولید ملی با بهره گیری از تحلیل محتوای کیفی»، *نشریه علمی پژوهشی مدیریت فردا*، س ۱۳، ش ۴۴، صص ۷۶-۵۲.
- صیادی، محمد؛ ناظمی، علی؛ رجب زاده، رسول (۱۳۹۷): «رابطه غیر خطی سطح وابستگی به درآمدهای نفتی و ناپایداری مالی در کشورهای منتخب صادرکننده نفت؛ رهیافت داده های ترکیبی آستانه ای»، *فصلنامه اقتصاد و الگوسازی*، س ۹، ش ۲، صص ۲۸-۱.
- فیروزجائیان، علی اصغر؛ فیروزجائیان، مجتبی؛ هاشمی پطرودی، سیدحمید؛ غلامرضا زاده، فاطمه (۱۳۹۲): «کاربرد تکنیک مدل سازی ساختاری تفسیری (SSM) در مطالعات گردشگری (تحلیلی با رویکرد آسیب شناسانه)»، *مجله هی برنامه ریزی و توسعه گردشگری*، س ۲، ش ۶، صص ۱۵۹-۱۲۹.
- مرکز مالبری، احمد؛ سیاح، سیدامیر (۱۳۹۶): «الگوی راهبردی حمایت از تولید ۳، رویکردها و روش های حمایت از تولید در ۶ قانون برنامه توسعه»، دفتر مطالعات اقتصادی (گروه مطالعات محیط کسب و کار)، معاونت پژوهش های اقتصادی، مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی.
- مؤمنی، فرشاد (۱۳۹۵): «بنیه تولید ملی؛ بررسی انتقادی برنامه های توسعه و عملکرد اقتصادی»، *مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، دوره ۵، ش ۱، صص ۱۶۹-۱۴۷.
- مؤمنی، هانیه سادات (۱۳۹۶): *اقتصاد مقاومتی در کشورهای پیشرفته با تأکید بر تولید ملی*، چاپ اول، انتشارات بسیج دانشجویی دانشگاه امام صادق (ع).
- میلانی، جمیل (۱۳۹۴): «اقتصاد مقاومتی و خودباوری ملی فرصت ها و چالش های تحقق آن»، *ماهنامه مجله اقتصادی*، دوره ۱۵، شماره های ۷ و ۸، صص ۲۲-۵.
- Agarwal, A, Shankar, R, & Tiwari, M. K (2007); "Modeling agility of supply chain", *Industrial marketing management*, 36(4), 443-457.
- Ahmad, N, & Siddiqui, J (2016); "IT/IS issues and challenges in Indian SMES: An interpretive structural modeling (ISM) approach", *International Journal*, 4(1), 408-419.
- Ravi, V, & Shankar, R. (2005); "Analysis of interactions among the barriers of reverse logistics", *Technological Forecasting and Social Change*, 72(8), 1011-1029.



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی