راهبردهای «جهش تولید با مشارکت مردم» بر اساس اندیشه مقام معظم رهبری

سید محسن خادمی نوش‌آبادی[۱]، علیرضا فرهمندنیا[۲]، پروانه بیاتی*[۳]

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۶/۲۸ تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۳/۰۳
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۶/۱۷ تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۲/۲۰
فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، دوره بیست و هفتم، شماره ۱۰۵، زمستان ۱۴۰۳
20.1001.1.1735501.1403.27.105.1.2

چکیده

در منظومه فکری مقام معظم رهبری، مشارکت و حضور فعال مردم یکی از ارکان اصلی تحقق جهش تولید در اقتصاد کشور محسوب می‌شود. ایشان بر این باورند که برای رسیدن به شکوفایی اقتصادی، همه عناصر و منابع موجود در کشور باید به‌طور هماهنگ و یکپارچه مورد بهره‌برداری قرار گیرند. هدف مقاله حاضر دستیابی به عناصر و مؤلفه‌های اساسی راهبردهای تحقق جهش تولید با مشارکت مردم، در منظومه فکری مقام معظم رهبری است. روش مورداستفاده، روش تحلیل مضمون است. مطابق نتایج حول موضوع جهش تولید با مشارکت مردم، ۴ مضمون فراگیر (زمینه‌ای، ساختاری، رفتاری، تسهیلگر)، ۱۵ مضمون سازمان‌دهنده (استفاده از ظرفیت‌های مردمی، توانمندسازی مردم، برنامه‌ریزی و یافتن راه حضور در میدان عمل، استفاده از توانایی‌های مردم، سرمایه‌گذاری مردم در بخش خصوصی، شرکت‌های دانش‌بنیان، حمایت سرمایه‌گذار، اقتصاد مقاومتی به‌مثابه اقتصاد مردمی، اهمیت به قشر کارگر، رونق کشاورزی، مشارکت مردم در ترویج فرهنگ مصرف کالای ایرانی، حمایت از کالای ایرانی، پرهیز از گرایش به برندهای خارجی، پرهیز از مصرف کالای خارجی مشابه داخل، اطلاع‌رسانی به مردم جهت مشارکت اقتصادی) و ۷۱ مضمون پایه استخراج شد. بر اساس بیانات رهبر معظم انقلاب، استفاده از زیرساخت‌های کشور، بهره‌گیری از ابتکارات و خلاقیت‌های مردمی، بهره‌مندی از توانمندی‌های مدیریتی فعالان اقتصادی، استفاده از نیروی انسانی جوان و تحصیل‌کرده و حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان و بسیج مردمی در عرصه اقتصادی می‌تواند زمینه‌ساز تحقق جهش تولید در اقتصاد ملی باشد.

واژگان کلیدی:

جهش تولید، رونق تولید، مشارکت مردم، مقام معظم رهبری، تحلیل مضمون.

---

[۱] دکترای علوم سیاسی و عضو هیات علمی دانشگاه جامع امام حسین (ع)، تهران، ایران.
Smohsenkhademi@yahoo.com
[۲] کارشناسی ارشد مدیریت کسب‌وکار، دانشگاه مالک اشتر، تهران، ایران.
Farahmandnia1000@gmail.com
[۳] دکترای جامعه‌شناسی مسائل اجتماعی و پژوهشگر آزاد، تهران، ایران (نویسنده مسئول).
Parvaneh_bayaty84@yahoo.com

۱- مقدمه و بیان مسأله

۱-۱-مقدمه موضوع

در علم اقتصاد، تولید به عنوان یکی از اصلی‌ترین و حیاتی‌ترین بخش‌های هر اقتصادی شناخته می‌شود. «تولید در اقتصاد به فرآیندی گفته می‌شود که طی آن نهاده‌ها (ورودی‌ها) به محصول (خروجی) تبدیل می‌شوند. این نهاده‌ها شامل عوامل تولید مانند نیروی کار، سرمایه، زمین و مواد اولیه و مدیریت هستند.» (ساموئلسون و نوردهاوس[1] ۲۰۱۰). «امروزه با پیشرفت فناوری، عامل دانش و فناوری نیز به عنوان یکی از عوامل مهم تولید در نظر گرفته می‌شود.» (کروگمن و ولز[2] ۲۰۱۵). «تولید مؤثر و بهینه این عوامل می‌تواند به افزایش تولید ملی، اشتغال‌زایی، رفاه اجتماعی و در نهایت توسعه اقتصادی کشور منجر شود.» (کیس و فیر[3] ۲۰۰۷).

۱-۲-ضرورت موضوع

«جهش تولید جزء رویکردهای خرد رشد اقتصادی بوده (سیلور و ورسپگان[4] ۱۹۹۵) و به عنوان تغییر در وضعیت اقتصادی تعریف می‌شود که آثار محسوسی را در اقتصاد ملی به وجود آورده و رشد پایدار اقتصادی را با تأمین عدالت اجتماعی فراهم می‌کند.» (لی[5] ۲۰۱۸). «همچنین جهش تولید را می‌توان ایجاد شتاب در تحقق رونق تولید با بهره‌گیری بهینه از امکانات و پتانسیل‌های محلی، ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی با مشارکت و هماهنگی کلیه نهادها و اشخاص مرتبط برای ایجاد رونق اقتصادی و اجتماعی پایدار تا سطحی که کشور را به‌عنوان یک کشور قوی مطرح کند، تعریف کرده است (گزارش کمیسیون حمایت از تولید ملی، ۱۳۹۹) و به دو دسته الف- جهش بلند (بین‌بخشی): تغییر ساختار و ورود به حوزه‌های جدید تولید و ب- جهش کوتاه (درون‌بخشی): حرکت در بین نسل‌های فناوری و توسعه زنجیره ارزش در یک بخش، تقسیم‌بندی می‌شود.» (سلیم و همکاران، ۱۳۹۹، ص ۱۱).

از منظر لی (۲۰۱۸) «جهش تولید، نوعی تغییر در وضعیت اقتصادی است که آثار محسوسی را در اقتصاد ملی به وجود آورده و رشد پایدار اقتصادی را با تأمین عدالت اجتماعی فراهم می‌کند.» «جهش تولید، افزایش تحرکات اقتصادی را به دنبال داشته و با

1- Samuelson & Nordhaus
2- Krugman & Wells
3 -Case & Fair
4- Silverberg & Verspagen
5- Lee

افزایش میانگین رشد اقتصادی، مقدمات ایجاد اقتصاد باز را فراهم می‌کند.» (تلیز[1] و همکاران، ۲۰۱۱).

از این رو، بسیاری از کشورها و حکومت‌ها به ویژه در اقتصادهای در حال توسعه، تولید را به‌عنوان یک محور اصلی سیاست‌گذاری‌های اقتصادی خود قرار می‌دهند. در این راستا، تدوین و اجرای برنامه‌های راهبردی به‌منظور رونق بخشیدن به تولید ملی و افزایش ظرفیت‌های تولیدی کشور در جهت جهش تولید، اهمیت بسیار بالایی دارد.

۱-۳-اهمیت موضوع

مقام معظم رهبری نیز همواره بر اهمیت موضوع تولید و لزوم توجه ویژه به آن در اقتصاد کشور تأکید داشته‌اند. از این‌رو، ایشان در طول سال‌های گذشته شعارهای سالانه‌ای را با موضوعات مرتبط با اقتصاد، رونق تولید، تولید ملی و اقتصاد مقاومتی ارائه کرده‌اند که هر یک حاوی پیام‌ها و برنامه‌های راهبردی مهمی برای اقتصاد ایران می‌باشد که از آن جمله می‌توان به سال ۱۳۸۷ «سال نوآوری و شکوفایی»، سال ۱۳۸۸ «سال حرکت به سمت اصلاح الگوی مصرف»، سال ۱۳۸۹ «سال همت مضاعف و کار مضاعف»، سال ۱۳۹۰ «سال جهاد اقتصادی»، سال ۱۳۹۱ «سال تولید ملّی و حمایت از کار و سرمایه ایرانی» و همچنین در مسیر توجه به قدرت و توان اقتصادی و سیاسی کشور، سال ۱۳۹۲ را «سال حماسه سیاسی و حماسه اقتصادی»، سال ۱۳۹۳ را «سال اقتصاد و فرهنگ با عزم ملّی و مدیریت جهادی»، سال ۱۳۹۵ را «سال اقتصاد مقاومتی اقدام و عمل»، سال ۱۳۹۶ را با برجسته کردن تولید و اشتغال به‌عنوان سال «اقتصاد مقاومتی تولید و اشتغال»، سال ۱۳۹۷ را «سال حمایت از کالای ایرانی»، سال ۱۳۹۸ را «سال رونق تولید» و درنهایت مجدداً با تأکید بر عرصه تولید ملی، سال ۱۳۹۹ را «سال جهش تولید»، سال ۱۴۰۰ را «سال تولید؛ پشتیبانی‌ها، مانع‌زدایی‌ها»، سال ۱۴۰۱ را «سال تولید؛ دانش‌بنیان، اشتغال آفرین»، سال ۱۴۰۲ را «سال مهار تورم، رشد تولید» و سال ۱۴۰۳ را «سال جهش تولید با مشارکت مردم»، نام‌گذاری فرمودند.

مقام معظم رهبری در تبیین شعار «جهش تولید» بر این نکته تأکید داشته‌اند که تحقق این مهم نیازمند همراهی و همکاری عمومی مردم است. به‌عبارت‌دیگر، جهش تولید با مشارکت مردم به معنای آن است که ساختارها و سیاست‌های دولت و حاکمیت در جهت افزایش تولید ملی، رفع موانع و ارائه حمایت‌های لازم شکل بگیرد، درحالی‌که مردم نیز به‌عنوان بخش فعال و کارآفرین اقتصاد، با تلاش و کوشش خود در این امر مهم مشارکت

---

[1] -Tellez

داشته باشند. این تعامل دوسویه و هم‌افزایی میان ساختارها و کنش‌های مردم، زمینه را برای جهش واقعی در عرصه تولید فراهم می‌کند. از یک سو، باید موانع و مشکلات پیش روی تولیدکنندگان و واحدهای تولیدی برطرف شود و پشتیبانی‌های لازم در اختیار آنان قرار گیرد و از سوی دیگر، انگیزه و مشارکت فعال مردم از طریق ایجاد اشتغال، سرمایه‌گذاری و افزایش تولید، محقق شود. درواقع، جهش تولید با مشارکت مردم به معنای ایجاد یک حرکت جمعی و عزم ملی در جهت افزایش ظرفیت‌های تولیدی کشور است. در این رویکرد، دولت و حاکمیت وظیفه دارند زمینه‌های مساعد را برای مشارکت مردم در عرصه تولید فراهم کنند تا با همراهی و همکاری آحاد جامعه، جهش واقعی و پایدار در تولید ملی شکل گیرد.

۱-۴-مساله اصلی:

بدون شک، رسیدن به جهش تولید که می‌تواند زمینه‌ساز توسعه و بهبود تولید داخلی باشد، نیازمند تلاش جمعی و مشارکت عمومی است. طبق گزارش‌های مرکز آمار ایران، سهم مشارکت مردم در اقتصاد، به‌ویژه مشارکت زنان، در سال ۱۴۰۱ تنها حدود ۱۷ درصد بوده است. این آمار نشان می‌دهد که پایین بودن سطح مشارکت عمومی یکی از عوامل مهم عدم تحقق جهش تولید محسوب می‌شود (مرکز آمار ایران، ۱۴۰۱). برای دستیابی به جهش تولید، باید عواملی شناسایی شوند که می‌توانند در ایجاد آن نقش مؤثری داشته باشند؛ عدم تحقق سطح مطلوب این عوامل، به‌عنوان موانع اصلی در مسیر توسعه و جهش تولید محسوب می‌شود. بر این اساس، مقاله حاضر با روش تحلیل مضمون به دنبال شناسایی عناصر و مؤلفه‌های کلیدی شعار تحقق جهش تولید با مشارکت مردم، در چارچوب فکری مقام معظم رهبری است.

۱-۵-نحوه سازمان‌دهی مقاله

با توجه به هدف مطرح شده در پژوهش حاضر، این مقاله به سه بخش عمده الف- شناسایی مفاهیم و مؤلفه‌های مؤثر بر جهش تولید و مشارکت مردم از طریق روش تحقیق تحلیل مضمون از بیانات مقام معظم رهبری، ب- استخراج مدل مفهومی مضامین سازمان‌دهنده و مقولات فرعی، مستخرج از گزاره‌های کلیدی و شبکه مضامین و ج- شناسایی راهکارهای رسیدن به وضع مطلوب منطبق بر شعار جهش تولید و مشارکت مردم، تقسیم‌بندی شده است.

۲- ادبیات موضوع و پیشینه موضوع

۲-۱- مفهوم شناسی جهش تولید

«هویت علم اقتصاد را «تولید» تشکیل می‌دهد و تولید هم تابع اصول علمی و ریاضی و البته عوامل جامعه‌شناختی و روان‌شناسی است. روان‌شناسی اقتصادی هم به معنی تحلیل عوامل و رفتارهایی است که انگیزه همه ارکان مستقیم و غیرمستقیم تولید و ایجاد ارزش افزوده یا ثروت واقعی را تقویت می‌کند تا امیدواری به رشد و توسعه و رونق اقتصادی به حداکثر برسد. هویت جامعه‌شناسی تولید به این است که همه مردم در یک جامعه با همه منابع و دانش و توان خود وارد عرصه تولید واقعی شوند و همه بازارهای اقتصادی اعم از پول و کار و کالا و سرمایه هم در خدمت تولید ملی قرار گیرند. تولیدی که هم در عرصه داخلی مورد احترام مصرف‌کنندگان و خانوارهاست و هم در خارج، از توان رقابتی برخوردار است و هم در خارج، از توان رقابتی بالاتری برخوردار است.» (عظیمی، ۱۳۹۹، ص ۵۲). این یعنی تولید هم باید همراه با استاندارد باشد و از طرفی دیگر «جهش تولید ملی به عنوان شاه کلید اقتصاد مقاومتی و بیانیه گام دوم» نیازمند فضای مطلوب روان‌شناسی است تا همه ظرفیت‌های ایجاد ارزش افزوده و تولید ثروت در همه مختصات سرزمین و جغرافیای طبیعی و انسانی و اقتصادی فعال شود و در مسیر ایجاد ثروت قرار گیرد. برای این کار باید فضای اقتصادی همراه با انگیزه اقتصادی و سودآوری و نفع فردی و جمعی و ملی فراهم شود و البته شالوده همه این تلاش‌ها، رعایت بهداشت مالی و استانداردهای اقتصادی و تولید است، یعنی استاندارد، پیشران و لازمه جهش تولید است. (ابوطالبی، ۱۳۹۹، ص ۹۴).

ایجاد جهش در تولید و اقتصاد، دارای سوابق و تجربیات موفق و البته شکست در کشورهای تازه صنعتی شده در دنیاست. کشورهایی همچون ژاپن، کره جنوبی و چین، توفیقات قابل توجهی را در جهش در تولید کسب کرده و در بسیاری از حوزه‌های صنعتی، فاصله خود را با کشورهای پیشرو کاهش داده و در برخی موارد نیز، خود تبدیل به پیشتاز فناوری و صنعت شده‌اند. اگرچه تعریف واحدی نمی‌توان برای مفهوم «جهش تولید» ارائه کرد اما عباراتی مانند ۱- تلاش برای کاهش فاصله علمی، فناوری و صنعتی با کشورهای پیشرو، ۲- نوآوری در صنعت و یافتن مسیرهای جدید و میانبر و ۳- تلاش برای کسب جایگاه پیشتاز در علم، فناوری و صنعت درصحنه بین‌المللی را می‌توان تعاریف قابل قبول از این مفهوم معرفی کرد. (میرزاخانی، ۱۳۹۹، ص ۶۳).

وقتی روند رشد یک متغیر را در بستر زمان مطالعه می‌کنیم، گاهی افزایش به وجود آمده به تدریج اتفاق افتاده است (مثلاً در طی پنج دوره متوالی ابتدا از سطح ۱۰۰۰ واحد، به ۱۱۵۰، سپس ۱۲۰۰، بعد ۱۳۰۰، ۱۴۵۰ و نهایتاً ۱۵۰۰ واحد رسیده‌ایم) اما گاهی به‌یک‌باره متغیر مورد نظر با یک افزایش محسوس و غیرقابل پیش‌بینی مواجه می‌شود، (مثلاً همان متغیر فرضی، طی یک دوره از سطح ۱۰۰۰ واحد به سطح ۲۰۰۰ واحد می-رسد)، اقتصاددانان برای توصیف حالت دوم از تعبیر «جهش» استفاده می‌کنند. (فتحی مولایی، ۱۳۹۹، ص ۶۹).

۲-۲- تفاوت مفهوم رونق تولید و جهش تولید

«رونق تولید برای زمانی است که بخواهیم تولید از رکود خارج شود، درست مانند وقتی که کارخانه‌ای عملاً به تعطیلی کشیده شده است. مجموعه تلاش‌های انجام گرفته برای خروج این کارخانه از تعطیلی، رونق بخشی به تولید است، اما جهش تولید در زمانی است که کارخانه‌ای با یک ظرفیتی در حال کار است ولی با چند اقدام اساسی و چند تغییر اصلی می‌توان ظرفیت این مرکز تولیدی را به دو برابر یا بیشتر افزایش داد.» (اشرف‌پور، ۱۳۹۹، ص ۸۹).

«رونق تولید نوعی حرکت برای شناسایی نقاط ضعف و قوت و بررسی‌های لازم برای شناخت بهتر مسیر است، اما جهش تولید هم‌افزایی و مشارکت جدی‌تر بر مبنای تلاش‌های انجام گرفته برای رونق اقتصادی است. در رونق تولید، بیشتر فعالیت‌ها در سطح برنامه‌ای و عملیاتی است، اما در جهش تولید، علاوه بر سطح برنامه‌ای و عملیاتی، باید سهم سیاست‌گذاری درست، برنامه‌ریزی راهبردی و آینده‌نگرانه بر چرخه قبل افزوده شود.» (میزاخانی، ۱۳۹۹، ص ۴۱).

«در رونق تولید شاید بیشتر برنامه‌ریزان عرصه تولید نگاه خویش را معطوف تولید کالاهای مصرفی و زود بازده کنند، اما در جهش تولید در عین توجه به مقوله تولید کالاهای مصرفی، تمرکز بیشتر بر تولید و فعالیت در عرصه کالاهای سرمایه‌ای و خارج کردن کشور از دایره وابستگی به واردات کالاها و تکنولوژی از کشورهای دیگر است.» (تاج آبادی، ۱۳۹۹، ص ۶۹).

۲-۳- مشارکت مردم و جهش تولید

بنا به فرموده رهبری «قوی‌ترین دولت‌ها هم قادر نیست بدون مشارکت مردم موتور اقتصاد جامعه را به راه بیندازد؛ هیچ دولتی بدون مشارکت مردم نمی‌تواند اقتصاد کشور را سامان بدهد. برخی از سازوکارهای فکری، سیاسی، اقتصادی، مثل نوعی از سوسیالیسم‌ها

(البته نه همه انواع سوسیالیسم) این فکرها را کردند که بتوانند دولت‌ها را متصدی کار اقتصاد کنند اما شکست خوردند. امکان ندارد و بدون مشارکت مردم هیچ دولتی نخواهد توانست اقتصاد کشور را سامان بدهد و موتور اقتصاد را راه بیندازد؛ بنابراین یکی از مسائل مهم ما باید این باشد که استعدادهای مردم، ابتکارهای مردم، ظرفیت‌های گوناگون مردم را وارد میدان اقتصاد کشور بکنیم.» (رجب‌پور، ۱۳۹۹، ص ۱۱۹). همان‌طور که در بیانات رهبری هم مورد تأکید قرار گرفته، «جهش در تولید نیازمند فعالیت‌های بخش‌های مختلف کشور اعم از دولت، نهادهای انقلابی، مجلس شورای اسلامی، مجموعه‌های علمی و آحاد ملت است. حتی در صورتی که همه نهادها وظایفشان را به‌درستی انجام دهند اما مردم در این امر، همراه نباشند و تقاضایی به خرید تولیدات داخل نداشته باشند و به نوعی مشارکت‌های مردمی را در این زمینه شاهد نباشیم» (میزاخانی، ۱۳۹۱: ۴۸)، شاهد جهش تولیدی نخواهیم بود. «در این بین می‌توانیم به یک سری از الگوها مانند سبک زندگی و ذائقه‌های مصرف ما ایرانی‌ها برگردیم؛ موضوعی که با تغییر آن به سمت‌وسوی دیگری می‌توان گام‌های جدی در مسیر جهش تولید برداشت. چنان که می‌توان بی‌تردید گفت که نقش مردم در جهش تولید کمتر از نهادهای دیگر و دولت نیست چراکه حتی در صورتی که همه نهادها وظایفشان را به‌درستی انجام دهند اما مردم در این امر، همراه نباشند و تقاضایی به خرید تولیدات داخل نداشته باشند و به نوعی مشارکت‌های مردمی را در این زمینه شاهد نباشیم، جهش تولید را شاهد نخواهیم بود.» (کمیسیون حمایت از تولید ملی، ۱۳۹۹، ص ۱۲۶).

«در زمینه عمومی‌کردن اقتصاد و ورود مردم به بازار سرمایه و بورس و البته آزادسازی سهام عدالت، نقش دیگری از مردم را می‌توان در حوزه جهش تولید شاهد بود. جهش تولید یعنی رونق تولید را به سمت سویی سوق دهیم که کارهای زمین‌مانده در این عرصه نیز موردتوجه قرار گیرند و به نوعی سرمایه‌گذاری‌ها به سمت تولید حرکت کند؛ شاهد بازگشت به کار واحدها و کارخانه‌های راکد و تعطیل باشیم، افزایش ظرفیت‌های تولیدی و به میدان آمدن شرکت‌های دانش‌بنیان و ورود بخش‌های تحقیقاتی کاربردی در زمینه تولید را ببینیم.» (عظیمی، ۱۳۹۹، ص ۶۹).

«از جهتی دیگر، بازار سرمایه و توجه مردم به این حوزه نیز می‌تواند در موضوع تحقق جهش تولید نقش‌آفرین باشد؛ چراکه بازار سرمایه می‌تواند نقدینگی‌های جامعه را با

سیاست‌گذاری به سمت تولید و اشتغال هدایت کند و در این بین، هم مردم تشویق به سرمایه‌گذاری می‌شوند و از این موضوع، سودی عایدشان می‌شود و هم از سویی، همین بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط می‌توانند در ایجاد رفاه و بهبود اقتصاد منطقه نقش‌آفرین باشند، سرمایه‌ها و نقدینگی‌ها به سمت تولید و رونق اقتصادی جذب و به کار گرفته می‌شود و همین افزایش ظرفیت‌های تولیدی می‌تواند بابی برای دستیابی به جهش تولید باشد.» (ابوطالبی، ۱۳۹۹، ص ۱۰۸).

«در مجموع در این بین نباید نقش هیچ جنسیت، هیچ رده سنی، هیچ شغل و یا هیچ نهادی کم‌رنگ دیده شود؛ چراکه به عنوان مثال، یک بانوی خانه‌دار است که با مدیریت مصرف خانواده می‌تواند سبد خانوار را به‌جای استفاده از محصولات خارجی به سمت خرید تولیدات داخلی سوق دهد و نسل‌های بعدی را در این زمینه آموزش دهد؛ و با این روند است که به‌راستی می‌توان تأکید کرد جهش تولید نیازمند همکاری مجموعه نهادهای دولتی و حکومتی، تولیدکنندگان و عامه مردم است و همه این مجموعه به‌سان یک سیستم می‌توانند منجر به تحقق «جهش تولید» در کشور شوند.» (کمیسیون حمایت از تولید ملی، ۱۳۹۹، ص ۱۴۲).

۲-۴- ادبیات نظری

«رابطه ساختار- کارگزار همواره هسته اصلی نظریه‌های سیاسی- اجتماعی را شکل داده؛ زیرا همواره این سؤال مطرح بوده که آیا نقش کارگزار[1] یا کنشگر[2] صاحب اراده در جامعه بیشتر است یا نقش ساختارهای حاکم؟ معمولاً طرفداران انقلاب و نظریه رهایی و کسانی که قائل به نقش تعیین‌کننده اراده انسان در بروز تحولات سیاسی اجتماعی‌اند (همانند اگزیستانسیالیست‌ها) در گروه اول و جبرگرایان، محافظه‌کاران و آن‌ها که برای اراده و اختیار انسان نقش چندانی قائل نیستند در گروه دوم قرار می‌گیرند. گروه اول به نقش افراد در جامعه و تاریخ اهمیت داده و موضوع مورد مطالعه خود را معمولاً افراد فرهمند قرار می‌دهند، درحالی‌که گروه دوم به ساختارها و قوانین حاکم بر جامعه و امثال آن استناد کنند. به‌طورکلی در خصوص مسئله ساختار- کارگزار، سه نظریه وجود دارد؛ نظریه اوّل به تعیین‌کنندگی نقش کارگزار نسبت به ساختار معتقد است و نظریه دوّم به

1-Agent

2- Actor

اولویت و تعیین‌کنندگی ساختار نسبت به کارگزار توجه دارد اما گروه سوم، سعی دارد بر دوگانه انگاری[1]ساختار و کارگزار فایق آمده و رابطه دو جانبه آن‌ها را بررسی کند. رویکرد سوم شامل دیدگاه‌های افرادی چون گیدنز، بسکار و جسوپ می‌شود.» (مارش و استوکر، ۱۳۷۸، ص ۱۳۶-۱۲۹).

«درمجموع این نظریه، یک نظریه تلفیقی است. در نظریات تلفیقی دو قطبی‌سازی‌های رایج نفی می‌شوند و با نفی هر دو سوی قطب‌بندی، به طرحی ترکیبی می‌رسند که در آن دو طرف به سازش رسیده‌اند. این نکته به تفکر بازاندیشی اجازه می‌دهد که مسائل را به‌طور متفاوت شکل دهد و به‌جای علیت یک جانبه، به علیت تعاملی اعتقاد داشته باشد. ویژگی اصلی این علیت تعاملی، فرکانسی بودن آن است. به‌طوری که علت و معلول، مدام جایگزین یکدیگر می‌شوند و یک دو علیتی به‌صورت رفت‌وبرگشت ایجاد می‌کنند. بر این اساس، گفته شده که می‌توان از نوعی تأثیرگذاری متقابل سخن گفت که در چارچوب آن ابتدا عامل یک، زمینه‌ساز عامل دو و سپس عامل دو، زمینه‌ساز تداوم عامل یک می‌شود.» (علمداری، ۱۳۸۵، ص ۶۸- ۶۹؛ لک‌زایی، ۱۳۸۹، ص ۸۲).

«رابطه بین کنش و ساختار، رکن محوری نظریه ساخت‌یابی است. به این معنا که ساختارهای اجتماعی هم به‌وسیله عاملین انسانی شکل می‌گیرند و هم واسطه‌ای برای این شکل‌گیری هستند.» (الیوت و ترنر،۱۳۹۰، ص ۵۲۰). «درواقع ساختارها را انسان‌ها ایجاد می‌کنند اما آن‌ها هم کش انسانی را محدود و امکان‌پذیر می‌سازند.» (کیویستو، ۱۳۸۰، ص ۲۰۲). «گر چه کنش و ساختار معمولاً مفاهیمی متضاد تلقی می‌شوند اما در واقع دو روی سکه‌اند و نمی‌توان آن‌ها را از هم جدا کرد.» (جلائی‌پور و محمدی، ۱۳۸۸، ص ۳۷۳). «هدف گیدنز وفاق میان ساختار از یک سو و نیز اراده و استقلال کنشگران از طریق توسعه فهمی دیالکتیکی از رابطه کارگزار و ساختار از سوی دیگر است.» (سیدمن، ۱۳۹۲، ص ۱۹۱).

نظریه ساخت‌یابی تلاش می‌کند رابطه‌ای پویا بین عاملیت (افراد و گروه‌ها) و ساختار (قوانین، هنجارها، امکانات) برقرار کند. در زمینه مشارکت مردم در رونق و جهش تولید، ساختارهای سیاسی، اقتصادی و اجتماعی (قوانین، سیاست‌ها، زیرساخت‌ها) باید به‌گونه‌ای طراحی شوند که زمینه مشارکت فعال مردم را در فرآیند تولید و اقتصاد فراهم سازند.

1- Dualism

مردم (کارگزاران) با استفاده از امکانات و منابع موجود در ساختار، می‌توانند نقش فعالی در افزایش تولید، نوآوری، افزایش بهره‌وری و رونق اقتصادی ایفا نمایند. در این تعامل دوسویه، ساختارها با در نظر گرفتن نیازها و مشارکت مردم تغییر و تکامل می‌یابند و زمینه برای رونق و جهش تولید فراهم می‌شود؛ بنابراین، در چارچوب نظریه ساخت‌یابی، مشارکت فعال مردم در کنار ایجاد ساختارهای مناسب اقتصادی- اجتماعی، می‌تواند به تحقق جهش و رونق تولید منجر شود. این امر مستلزم ایجاد شرایطی است که تمامی ذی‌نفعان (دولت، بخش خصوصی و مردم) در آن نقش‌آفرینی کنند.

۲-۵- پیشینه پژوهش

مروری بر ادبیات موضوع و پیشینه تحقیقات مرتبط با رونق و جهش تولید در منظومه فکری مقام معظم رهبری، نشان می‌دهد که هرچند تحقیقاتی توسط برخی از پژوهشگران صورت گرفته است، اما اکثر مطالعات پیشین (جدول شماره ۱)، بر جنبه‌های مختلف جهش و رونق تولید متمرکز بوده‌اند و به تحلیل جامع و عمیق آن از منظر اندیشه‌های رهبر معظم انقلاب پرداخته‌اند. همچنین پژوهشی که به نحو منسجم و جامع به بررسی موضوع تبیین شعار «جهش تولید با مشارکت مردم» بر اساس اندیشه مقام معظم رهبری پرداخته باشد، ملاحظه نگردید. در این مقاله تلاش شده است با مطالعه دقیق و جامع اندیشه‌های رهبری در حوزه جهش تولید و مشارکت مردم، ارتباط این مفهوم با منظومه فکری ایشان به‌روشنی تبیین شود.

جدول ۱- پژوهش‌های انجام شده در خصوص جهش تولید در نظرگاه مقام معظم رهبری

نویسنده/ نویسندگان	اهداف یا سؤالات اصلی	روش استفاده‌شده	مهم‌ترین یافته‌ها
غفاری و همکاران (۱۴۰۱)	بررسی تحلیل مضمون راهبرد جهش تولید در بیانات رهبری	تحلیل مضمون	استخراج ۹ مضمون فراگیر، ۳۰ مضمون سازمان دهنده و ۸۰ مضمون پایه. مضامین فراگیر عبارت‌اند از: اهمیت تولید، ضرورت جهش، شرایط ایجاد جهش، عوامل جهش، اثرات جهش تولید، مؤلفه‌های جهش تولید، الزامات جهش تولید، نمونه‌های موفق جهش در کشور و اهمیت انتخاب مسیر برای جهش.
یغمایی و دارابی (۱۴۰۰)	شناسایی مؤلفه‌های امنیت	رویکرد آمیخته	مؤلفه‌های امنیت اقتصادی مؤثر در جهش تولید شامل سه حوزه رفتاری، ساختاری و زمینه‌ای

	اقتصادی مؤثر در جهش تولید		(محیطی) است. در بین مؤلفه‌های رفتاری، «فرهنگ مقاومتی تولید»، در بین مؤلفه‌های ساختاری، «نظام‌ها و نهادهای بسترساز تولید» و در بین مؤلفه‌های محیطی، «تهدیدات پیرامونی»، بیشترین حمایت را از مؤلفه خود داشته‌اند.
خوش خاضع و همکاران (۱۴۰۰)	بررسی رونق تولید از نگاه قرآن با تأکید بر بیانات مقام معظم رهبری	توصیفی-تحلیلی	استفاده از خلاقیت و کارآفرینی، حرمت ربا، تلاش و خرد جمعی برای تولید مضاعف و مصونیت‌بخشی به حوزه اقتصاد، بیانگر دیدگاه قرآن کریم و به‌تبع آن مقام معظم رهبری است.
فتحی (۱۳۹۹)	ارائه راهکارهای قرآنی و روایی در جهش تولید و رونق اقتصاد کشور	کتابخانه‌ای	عواملی مانند حمایت از تولید، منع واردات کالاهای مشابه داخلی، فرهنگ‌سازی در زمینه حمایت از تولید و استفاده از مواهب طبیعی می‌توانند در پیشرفت اقتصادی مؤثر باشند.
مرکز پژوهش‌های مجلس (۱۳۹۹)	تحلیل ۲۰ گزارش در خصوص جهش تولید	توصیفی-تحلیلی	مؤلفه‌هایی نظیر محیط فعلی و مطلوب فعالیت واحدهای تولیدی، مسیرهای نامولد رقیب و موازی تولید سرمایه‌گذاری، راهبرد توسعه صنعتی یا اولویت‌های تولیدی کشور، امنیت سرمایه‌گذاری و نیروهای محرک سرمایه‌گذاری ازجمله تعرفه‌های واردات، معافیت‌های مالیاتی، تسهیلات بانکی و اعتبارات حمایتی، در این امر نقش‌آفرین هستند.
غفاری و همکاران (۱۳۹۹)	دستیابی به راهبردهای رونق تولید ملی، اقتصاد مقاومتی و همبستگی ملی با تکیه بر بیانات مقام معظم رهبری	روش داده‌بنیاد	۱۳ راهبرد رونق تولید ملی: مبارزه با قاچاق کالا، بازمهندسی ساختار اقتصادی، نوآوری و ابتکار در تولید، کنترل واردات، جذب سرمایه‌گذاری، ارتقا در عرصه صنایع کشاورزی، بهبود فضای کسب‌وکار، فعال‌سازی مؤثر بخش دانش‌بنیان، توجه به سرمایه‌های انسانی کارآمد، ارتقای کارآفرینی و نوسازی آن، اشتغال دیجیتالی، حمایت از SMEs و حل موانع تولید.
شمخانی و رشیدی (۱۳۹۹)	بررسی مؤلفه‌های اصلی الگوی اصلاح مصرف در تحقق جهش تولید	روش کیفی	مؤلفه‌های اصلی الگوی اصلاح مصرف شامل مؤلفه‌های فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و اجتماعی است. همچنین عواملی مانند فرهنگ‌سازی، حمایت‌های نهادی، سیاست‌گذاری‌های هدفمند و مشارکت مردم در این زمینه مؤثر هستند.

بخشی‌زاده برج و داورزنی (۱۳۹۸)	توصیف نقشه ذهنی مصرف-کنندگان نسبت به کالای ایرانی	مصاحبه نیمه ساختاریافته و استفاده از تکنیک زیمت	۳۷ سازه ذهنی مثبت و منفی عبارت بود از: دور ریختن پول، عدم اطمینان، حس فریب خوردن، عدم نوآوری، عدم اعتماد، دوری کردن از کالای ایرانی، طراحی نامناسب، جذابیت کم و عدم زیبایی. در نهایت، سه سازه مرکزی و تأثیرگذار که کنترل سایر سازه‌ها را در دست دارند، شناسایی شده‌اند که عبارت بودند از: دوام کم، کم‌کاری و تقلب در تولید و کیفیت پایین. این سازه‌های ذهنی منفی، تصویر ذهنی مشتریان از کالای ایرانی را شکل می‌دهند.
دری نوگورانی و همکاران (۱۳۹۸)	ارائه الگوی دفاع اقتصادی و راهبردهای دفاع اقتصادی	روش داده‌بنیاد	راهبردهای دفاع اقتصادی شامل: حمایت از تولید ملی، گستره اقتصاد مردم بنیان، رشد بهره‌وری عوامل تولید، خودکفایی، گستره اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صادرات.
حیدری و همکاران (۱۳۹۶)	ارائه الگوی و راهبردهای عوامل حمایت‌کننده تولید داخلی	روش داده‌بنیاد	راهبردها: ارتقای تولید 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 تقسیم‌شده‌اند. درنهایت، چهار بُعد نقش مردمی، بنگاه‌های اقتصادی، دستگاه‌های اجرایی و دستگاه‌های نظارتی به‌عنوان عوامل حمایت از تولید داخلی شناسایی شدند.
اسفندیاری صفا و دهقان (۱۳۹۵)	بررسی مؤلفه‌ها و شاخص‌های اقتصاد مقاومتی از دیدگاه مقام معظم رهبری	روش داده‌بنیاد	شاخص‌های اقتصاد مقاومتی: دانش‌محوری، اصلاح الگوی مصرف، امنیت اقلام راهبردی و اساسی، کاهش وابستگی به نفت، تبلیغات، تکیه‌بر تولید ملی، ریشه‌کنی فقر، ایجاد تراز اقتصادی مثبت، حاکمیت قانون، مبارزه با رکود اقتصادی، خصوصی‌سازی، خودکفایی در محصولات کشاورزی، استحصال از معادن به دور از خام‌فروشی، فعال‌سازی شرکت‌های دانش‌بنیان، تنقیح قوانین اقتصادی، اعتمادبه‌نفس ملی، مدیریت مصرف، کاهش فاصله طبقاتی،

			مصرف‌زدگی، اسراف، نکوهش تجمل‌گرایی، قناعت، ارج‌دهی فرهنگ کار، ایجاد زنجیره تولید علم، علم‌گرایی، ایجاد فضای آرامش برای نخبگان و حمایت از نخبگان.

۳–روش تحقیق

پژوهش حاضر از نوع پژوهش‌های کاربردی، توسعه‌ای است که ازنظر ماهیت اکتشافی می‌باشد که با استفاده از رویکرد کیفی و روش تحلیل مضمون انجام شده است، «که یکی از روش‌های کارآمد تحلیل کیفی برای تحلیل داده‌های کیفی است. تحلیل مضمون، روشی برای شناخت، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی است، فرآیندی برای تحلیل داده‌های متنی بوده و داده‌های پراکنده و متنوع را به داده‌هایی غنی و تفصیلی تبدیل می‌کند.» (عابدی جعفری و همکاران، ۲۰۱۱). «روش تحلیل مضمون، با رویکردهای مختلفی قابل‌اجرا است. یکی از رویکردها، شبکه مضامین است. شبکه مضامین بر اساس فرایندی مشخص، پایین‌ترین سطح قضایای موضوع را از متن استخراج می‌کند (مضامین پایه)، سپس با دسته‌بندی این مضامین و تلخیص آن‌ها به موضوعات مجردتر و انتزاعی‌تر دست می‌یابد (مضامین سازمان‌دهنده) و در قدم سوم، مضامین سازمان‌دهنده در قالب مضامین اساسی حاکم بر کل متن (مضامین فراگیر)، تنظیم می‌شوند.» (شیخ‌زاده، ۱۳۹۰، ص ۱۶۵- ۱۷۲). در این پژوهش، «از فرآیند گام‌به‌گام و جامع تحلیل مضمون کلارک و براون[1](۲۰۰۶) شامل: ۱. آشنا شدن با داده‌ها،۲. ایجاد کدهای اولیه و کدگذاری،۳. جستجو و شناخت مضامین، ۴. ترسیم شبکه مضامین، ۵. تحلیل شبکه مضامین و ۶. تدوین گزارش» استفاده شد.

روایی[2]در تحلیل مضمون به میزان دقت و صحت استخراج مضامین از داده‌ها اشاره دارد. برای افزایش روایی می‌توان از راهبردهایی مانند بازبینی توسط شرکت‌کنندگان، ارزیابی توسط همکاران یا خبرگان و مقایسه با ادبیات پژوهش استفاده کرد. به‌عنوان مثال، براون و کلارک (۲۰۰۶) پیشنهاد می‌کنند که محقق مضامین استخراج شده را به شرکت‌کنندگان ارائه دهد تا درستی آن‌ها را تأیید کنند. پایایی[3]به میزان ثبات و سازگاری در فرایند تحلیل مضمون اشاره دارد. برای افزایش پایایی می‌توان از راهبردهایی مانند ثبت دقیق فرایند

1- Braun & Clarke

2-Validity

3-Reliability

تحلیل، استفاده از کدگذاری چندگانه و بررسی توافق بین کدگذاران استفاده کرد. به‌عنوان مثال، براون و کلارک (۲۰۰۶) پیشنهاد می‌کنند که محقق فرایند تحلیل مضمون را به‌طور دقیق ثبت و گزارش کند تا قابلیت تکرار پژوهش افزایش یابد (براون و کلارک، ۲۰۰۶، ص ۷۰-۱۰۱). در این مقاله به‌منظور دستیابی به افزایش روایی تحلیل مضمون، مضامین استخراج‌شده از مطالعه متون و مصاحبه‌ها به چند نفر از خبرگان و صاحب‌نظران این حوزه ارائه‌شده است تا درستی و صحت آن‌ها را تأیید کنند. همچنین، مضامین استخراج‌شده با ادبیات پژوهشی موجود در زمینه جهش تولید و نقش مردم مقایسه و همسویی آن‌ها بررسی‌شده است. از سویی به جهت افزایش پایایی تحلیل مضمون، فرایند کدگذاری داده‌ها و استخراج مضامین به‌طور دقیق ثبت و مستندسازی شده است. در فرایند کدگذاری، علاوه بر محقق اصلی، دو پژوهشگر دیگر نیز به‌صورت مستقل داده‌ها را کدگذاری کرده‌اند و میزان توافق بین کدگذاران محاسبه و گزارش‌شده است. همچنین، جلسات بحث و تبادل‌نظر بین پژوهشگران در طول فرایند تحلیل برای دستیابی به توافق درباره مضامین برگزار شده است.

گام‌های روش تحقیق تحلیل مضمون برای بررسی بیانات مقام معظم رهبری در خصوص مشارکت مردم در جهش تولید عبارت بود از: ۱- مطالعه و بررسی دقیق بیانات و سخنرانی‌های مقام معظم رهبری در پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر ایشان. ۲- شناسایی و استخراج (فیش‌برداری) بخش‌های مرتبط با موضوع مشارکت مردم در جهش تولید. ۳- طبقه‌بندی و دسته‌بندی مطالب استخراج شده بر اساس موضوعات و مفاهیم کلیدی. ۴- ایجاد کدهای اولیه برای هر موضوع و مفهوم شناسایی شده. ۵- بررسی دقیق متن‌های استخراج شده و شناسایی الگوها، ارتباطات و مضامین اصلی. ۶- تدوین کدهای فرعی و مضامین سازمان‌یافته بر اساس ارتباطات مفهومی بین داده‌ها. ۷- ادغام و تجمیع مضامین سازمان‌یافته در قالب مضامین اصلی و فراگیر. ۸- تبیین و تفسیر مضامین اصلی استخراج شده از بیانات رهبر انقلاب. ۹- ارتباط دادن یافته‌ها با مبانی نظری و پیشینه تحقیق و ۱۰- ارائه چارچوب مفهومی نهایی برای نقش مشارکت مردم در جهش تولید. شایان‌ذکر است که این گام‌ها به‌صورت منسجم و چرخشی انجام شد تا بتوان به درک عمیق‌تر و تفسیر غنی‌تری از موضوع دست‌یافت.

۴- یافته‌های تحقیق

در پاسخ به تبیین عناصر و مؤلفه‌های کلیدی شعار تحقق جهش تولید با مشارکت مردم، در چارچوب فکری مقام معظم رهبری ابتدا ۷۱ کد باز به دست آمد که همگی

پیرامون نظرات و فرمایشات مقام معظم رهبری در جهش تولید با مشارکت مردم بود. پس از تحلیل هر سخنرانی مقام معظم رهبری، جملات مرتبط در تک‌تک سخنرانی‌ها مشخص و کدها استخراج شدند. سپس بازخوانی و بازنگری کدها منجر به حذف کدهای تکراری و ادغام برخی از کدها شد. برخی طبقه‌ها به زیرطبقه‌ها تقسیم و برخی طبقه‌ها در هم ادغام شدند که نتایج موارد فوق‌الذکر در قالب جدول ۲ ارائه شده است. همچنین مدل مفهومی مضامین سازمان‌دهنده و مقولات فرعی، مستخرج از گزاره‌های کلیدی و شبکه مضامین در زیر آمده است.

جدول ۲- مقولات اصلی و فرعی پژوهش

مضمون فراگیر	مضمون سازمان-دهنده (مقوله)	مقولات فرعی (مفهوم)	شرح مضمون پایه (زیر کد فرعی)
جهش تولید با مشارکت مردم	عوامل زمینه‌ای	استفاده از ظرفیت‌های مردمی	۱- بدون مشارکت مردم هیچ دولتی نخواهد توانست اقتصاد کشور را سامان بدهد و موتور اقتصاد را [راه بیندازد]. ۲- ... در همین قضیّه کرونا... در خانه‌ها مردم تولید کردند، در مساجد تولید کردند. ۳- همه بایستی همه همّتشان را در بخش‌های مختلف و گوناگون برای مسئله تولید صرف کنند... هم سرمایه‌گذار، هم کارگر، هم مصرف‌کننده... همدلی و هم‌زبانی مردم با دولت... .
		توانمندسازی مردم	۴- مشارکت مستقیم مردم در امر اقتصاد، لازم است. این نیازمند توانمند شدن است.
		برنامه‌ریزی و یافتن راه حضور در میدان عمل	۵- اگر ما بخواهیم به این اهداف [جهش تولید] دست پیدا کنیم... بایستی با حضور مردم انجام بگیرد... که بایستی این‌ها برنامه‌ریزی بشود- می‌تواند ما را به این هدف‌ها برساند. منتها بایستی راه برای حضور در میدان عمل پیدا بشود و در میدان عمل ان‌شاءالله این آمادگی نشان داده بشود.
		استفاده از توانایی‌های مردم	۶- بخش مردمی و توانایی‌های مردمی بالا است... این توانایی‌ها را بایستی استفاده کرد؛ در بخش‌هایی مثل صنایع بزرگ، مثل بهینه‌سازی مصرف آب، مثل بخش نفت، مثل بخش صنایع‌دستی، مثل حمل‌ونقل... .

	عوامل ساختاری	سرمایه‌گذاری مردم در بخش خصوصی	۷- مردم باید در کار تولید [دخالت داده بشوند]. ما سیاست‌های اصل ۴۴ را که چند سال پیش ابلاغ کردیم... خب همین را دنبال کنند؛ مردم را دخالت بدهند. ۸- وقتی مردم در کار دفاع از مرزها وارد میدان شدند... خب کار اقتصاد به‌طریق‌اولی [همین‌طور است]. کار اقتصاد یک کار مردمی است؛ اگر در زمینه مسائل اقتصادی مردم را در میدان وارد بکنیم و مردم نقش‌آفرین بشوند در میدان اقتصاد و میدان تولید، یقیناً پیش خواهد رفت. ۹- یک بخش دیگر این است که به مردم، به بخش‌های خصوصی و تعاونی اجازه داده می‌شود که در مواردی که مشابه صدر اصل ۴۴ هست، سرمایه‌گذاری کنند. ۱۰- ... کسانی که دارای سرمایه هستند- چه سرمایه‌های کم، چه سرمایه‌های افزون- آن را بیشتر در خدمت تولید کشور بگذارند.
		شرکت‌های دانش‌بنیان	۱۱- در مورد اقتصاد دانش‌بنیان... یک کارهای مهمّی هست که خود مردم، بخصوص خود جوان‌ها بایستی انجام بدهند. ۱۲- تعداد شرکت‌های دانش‌بنیان در مقایسه با نیازهای کشور کم است... بخصوص در زمینه کشاورزی و البتّه در همه زمینه‌های دیگر. ۱۳- شرکت‌های دانش‌بنیان مال مردم است؛ مردم، جوان-ها این شرکت‌ها را تشکیل می‌دهند لکن دستگاه‌ها بایستی از این‌ها حمایت بکنند. ۱۴- ... تولیداتی که محصول شرکت‌های دانش‌بنیان ما است، باید ترویج بشود. ۱۵- از شرکت‌های دانش‌بنیان بایستی حمایت بشود. ۱۶- افزایش تولیدات صنعت نفت با تکیه بر دانش‌بنیان کردن صنایع نفتی.
		حمایت سرمایه-گذار	۱۷- سرمایه‌گذار و کسانی که امکان دارند، بایستی سرمایه‌گذاری کنند. ۱۸- سرمایه هم عِدل کار است. اگر سرمایه نباشد، کار تحقق پیدا نمی‌کند. ۱۹-ما می‌خواهیم کشور ثروتمند بشود؛ ما می‌خواهیم سرمایه‌گذاری در بخش‌های تولیدی در کشور عمومیت پیدا کند.

			۲۰- کسانی که دارای سرمایه هستند -چه سرمایه‌های کم، چه سرمایه‌های افزون ــ آن را بیشتر در خدمت تولید کشور بگذارند. ۲۱- ... در تولید سرمایه‌گذاری کردند، با سود کمتر، درآمد کمتر؛ برای خاطر اینکه فهمیدند کشور احتیاج دارد. ۲۲- فراهم کردن زمینه جذب سرمایه‌های داخلی و خارجی و جلب مشارکت مردم و گسترش پوشش بیمه در همه فعالیت‌ها. ۲۳- ... هدف اقتصاد... عبارت است از سرمایه‌گذاری بر روی تولید داخلی. ۲۴- ... از همه آحاد مردم باید مطالبه بشود که به مسئله تقویت تولید داخلی کمک کنند.
		اقتصاد مقاومتی به‌مثابه اقتصاد مردمی	۲۵- اقتصاد مقاومتی یعنی آن اقتصادی که مقاوم است... اقتصادی است متّکی به مردم. ۲۶- اقتصاد مقاومتی... یک الگوی علمی متناسب با نیازهای کشور ما است. ۲۷-... اینکه این حرکتی که ما داریم انجام می‌دهیم، دغدغه دیگر کشورها هم هست؛ مخصوص ما نیست. ۲۸- ... این اقتصاد درون‌زا است... یعنی از دل ظرفیّت‌های خود کشور ما و خود مردم ما می‌جوشد. ۲۹- ... اقتصاد مقاومتی... امّا برون‌گرا است؛ با اقتصادهای جهانی تعامل دارد. ۳۰- ... این اقتصادی که به‌عنوان اقتصاد مقاومتی مطرح می‌شود، مردم‌بنیاد است. ۳۱-... دولت مسئولیّت برنامه‌ریزی، زمینه‌سازی، ظرفیّت‌سازی، هدایت و کمک دارد. ۳۲- اقتصاد مقاومتی ... بر استحکام بنیه درونیِ اقتصاد است. ۳۳- ستون فقرات اقتصاد مقاومتی تولید داخلی است. ۳۴-تکیه عمده اقتصاد مقاومتی هم باز روی مردم است؛ روی تولید داخلی است. ۳۵- مشکلات اقتصادی باید با اقدام، ابتکار و عمل در درون کشور حل شود.

			۳۶- ... [در] سیاست‌های اقتصاد مقاومتی... شاخص کلیدی و مهم عدالت اجتماعی است.
		اهمیت به قشر کارگر	۳۷-کارگر، ستون فقرات اقتصاد تولیدی و کاری در کشور است. ۳۸- اگر کارگر تأمین بود و نیازهایش برآورده شد، کار بهتر انجام می‌گیرد. ۳۹- درصحنه تولید، تولیدگران باید تا جایی که توان دارند، تولید کشور را بالا ببرند. ۴۰- کارگر درستکار که سختی‌های کار را تحمل می‌کند، درواقع عبادت می‌کند.
		رونق کشاورزی	۴۱- بحمداللّه ... کشور تقریباً در تولید گندم خودکفا گردید. ۴۲- [کشاورزی] را به‌عنوان یک کار سازنده، اثرگذار و یک کار مقدّس دنبال کنید. ۴۳- تولید کشاورزی... تشویق‌کننده برای سرمایه‌گذاری شود. ۴۴- فراهم ساختن امنیت غذایی و خودکفایی در کالاهای اساسی ۴۵- ... تأمین نیازهای اساسی جامعه و کاهش واردات اجناس مصرفی و غیرضرور، همراه با افزایش کیفیت فرآورده‌ها در کشور و توسعه صادرات غیرنفتی
	عوامل رفتاری	مشارکت مردم در ترویج فرهنگ مصرف کالای ایرانی	۴۶- مردم در همه سطوح، تولید ملّی را ترویج کنند. ۴۷- ... ما باید فرهنگ کشور خودمان را به سمت ترویج تولید داخلی تنسیق و تنظیم کنیم. ۴۸- ... بروید سراغ مصرف تولید داخلی، کارگر ایرانی و کار ایرانی را ترویج کنید. ۴۹- اگر بخواهیم مصرف تولیدات داخلی به معنای واقعی کلمه تحقّق پیدا کند، باید فرهنگ [مصرف] تولید داخلی در ذهن مردم جا بیفتد. ۵۰- همه باید دست‌به‌دست هم بدهند تا تولید داخل رجحان پیدا کند. ۵۱- ... و سهم مردم... مصرف تولیدات داخلی است.
		حمایت از کالای ایرانی	۵۲- شما وقتی که جنس داخلی مصرف می‌کنید، ثروت ملّی را افزایش داده‌اید. ۵۳- همه سعی بکنند محصولات داخلی را مصرف بکنند.

۵۴- تولیدکننده محصول داخلی، مصرف‌کننده محصول داخلی، فروشنده و دکان‌داری که محصول داخلی را می‌فروشد، این‌ها همه می‌توانند اثرگذار باشند. ۵۵- در حمایت از این کالای ایرانی... هم مردم نقش دارند به‌عنوان تولیدکننده کالای ایرانی، هم مردم نقش دارند به‌عنوان مصرف‌کننده کالای ایرانی؛ هم باید تولید کنند، هم باید مصرف کنند؛ هم باید در تولید تلاش کنند. ۵۶- اینکه ما می‌گوییم «حمایت از کالای ایرانی»، یعنی کار آفریده بشود، کار به وجود بیاید؛ یعنی کارگر بیکار نداشته باشیم... . ۵۷- ... ما به نیاز داخل، به کارگر داخل که دارد زحمت می‌کشد و جنس تولید می‌کند، بی‌اعتنائی می‌کنیم، می‌رویم سراغ کارگر خارجی. این خیلی عادت بدی است. ۵۸- مردم باید تولیدات داخلی را تکریم کنند. ۵۹- ما اطّلاع داریم که خود مردم در مراجعاتشان به فروشگاه‌ها... مطالبه جنس ایرانی و کالای ایرانی کردند؛ مشابه خارجی‌اش را آوردند، قبول نکردند. ۶۰- ... برای تولید داخلی... هرکسی در هرجایی که هست تلاش خودش را بکند؛ تولیدکننده یک جور، مصرف‌کننده یک جور... . ۶۱- خب چه‌جوری حمایت بکنیم؟ این حمایت اوّلاً به‌صورت افزایش تولید [است] که به عهده مسئولین دولتی است... و همچنین به عهده خود مردم تا تولید داخلی افزایش پیدا کند. ۶۲- حمایت از کالای ایرانی یعنی حمایت از این کارگر، یعنی حمایت از نیروی کار، یعنی حمایت از تولید.			
۶۳- در دوران طاغوت، ترجیح مصرف خارجی به‌عنوان یک سنّت بود. ۶۴-مصرف‌کننده ایرانی... دنبال اسم خارجی و مارک خارجی و نام خارجی ندوند. ۶۵- این حرفی که حالا مرتّب تکرار می‌کنند: بِرَند، بِرَند - دنبال مارک نروند؛ دنبال مصلحت بروند. ۶۶- اینکه کسانی همه‌اش دنبال مارک‌ها و برندهای خارجی و اسم‌های خارجی باشند... فرونشاندن یک هوس شخصی است.	پرهیز از گرایش به برندهای خارجی		

		پرهیز از مصرف کالای خارجی مشابه داخل	۶۷-چرا یک عدّه‌ای اصرار دارند پولشان را بریزند در جیب کمپانی خارجی؟ این چه مرضی است که جنس خارجی باید مصرف بشود؟ ۶۸-... به خاطر اینکه این نشان خارجی دارد، نشان فلان کارخانه معروف فلان کشور اروپایی را دارد، این را مصرف بکنیم، این باید ضدّ ارزش شمرده بشود.
	عوامل تسهیلگر	اطلاع‌رسانی به مردم جهت مشارکت اقتصادی	۶۹-کار دیگر... اطلاع‌رسانی به مردم است... که در کجا می‌توانند فعالیت اقتصادی کنند. ۷۰- ... سیاست‌های ابلاغی اصل ۴۴ ... باز شدن راه برای حضور حقیقی سرمایه‌گذار در عرصه اقتصاد کشور، تکیه بر تعاون- شرکت‌های تعاونی- و چتر گسترده شرکت-های تعاونی بر روی اقشار ضعیف مردم. ۷۱- همه فعالان بخش خصوصی باید به‌طور یکسان و بدون تبعیض از فرصت‌های سرمایه‌گذاری مطلع باشند.

تجزیه‌وتحلیل یافته‌ها

الف- عوامل زمینه‌ای

عوامل زمینه‌ای در جهش تولید و مشارکت مردم، به مجموعه شرایط و بسترهای مؤثر بر فرآیند مشارکت مردمی در راستای تحقق جهش تولید اطلاق می‌شود. این عوامل به‌عنوان پیش‌شرط‌های اساسی برای بسیج و هدایت مشارکت مردمی در راستای تحقق جهش تولید محسوب می‌شوند. درواقع، فراهم‌سازی این بسترها و شرایط مناسب، زمینه را برای مشارکت فعال و اثربخش مردم در فرآیند جهش تولید فراهم می‌کند.

۱- استفاده از ظرفیت‌های مردمی

استفاده از ظرفیت‌های مردمی به‌عنوان یک رویکرد کلیدی و حیاتی در توسعه سیاست‌گذاری‌های اقتصادی مطرح است. رهبر معظم انقلاب تأکید می‌کنند که حتی قوی‌ترین دولت‌ها بدون مشارکت مردم قادر به راه‌اندازی موتور اقتصاد نخواهند بود. تجربه شکست برخی ایدئولوژی‌های اقتصادی مانند سوسیالیسم در این زمینه نیز مؤید این امر است (بیانات در ارتباط تصویری با مجموعه‌های تولیدی، ۱۳۹۹/۰۲/۱۷). به اعتقاد ایشان، لزوم بسیج ظرفیت‌های مردمی یکی از مسائل مهم ورود استعدادها، ابتکارات و ظرفیت‌های گوناگون مردم به میدان اقتصادی است. این امر می‌تواند با حذف موانع قانونی و بوروکراتیک و حمایت از فعالیت‌های اقتصادی مردمی تحقق یابد. رهبر معظم انقلاب به‌عنوان نمونه، به

تجربه تولید گسترده ماسک توسط مردم در زمان شیوع کرونا اشاره می‌کنند که با از میان برداشتن موانع دولتی و فراهم‌سازی زمینه مشارکت عمومی، به نتیجه مطلوب رسید (بیانات در ارتباط تصویری با مجموعه‌های تولیدی، ۱۳۹۹/۰۲/۱۷). ایشان بر این نکته تأکید می‌ورزند که تحقق جهش تولید نیازمند همکاری و همدلی همه اقشار جامعه اعم از سرمایه‌گذاران، کارگران، مصرف‌کنندگان و دستگاه‌های دولتی است و این امر یک‌بعدی نیست (بیانات در دیدار جمعی از کارگران سراسر کشور، ۱۳۹۴/۰۲/۰۹).

۲- توانمندسازی مردم

توانمندسازی مردم جهت مشارکت اقتصادی به مجموعه اقداماتی اشاره دارد که زمینه را برای ورود و مشارکت فعال شهروندان در فرایندهای اقتصادی و تولیدی فراهم می‌کند. این رویکرد بر چند محور اصلی ایجاد زمینه‌های قانونی و سیاسی، تأمین منابع مالی و زیرساختی، آموزش و ارتقای مهارت‌ها، ایجاد فضای اعتماد و تعلق و حمایت‌های معنوی و ترویجی، متمرکز است. رهبر انقلاب در این زمینه می‌فرمایند: «مشارکت مستقیم مردم در امر اقتصاد، لازم است. این نیازمند توانمند شدن است، نیازمند اطلاعات لازم است؛ که این‌ها را باید مسئولین در اختیار مردم بگذارند... البته رسانه‌ها نقش دارند، رادیو و تلویزیون نقش دارند، می‌توانند مردم را آگاه کنند؛ دولت هم باید فعال برخورد کند و بتوانند ان‌شاءالله مسئله اقتصادی را پیش ببرند.» (بیانات در حرم مطهر رضوی در آغاز سال ۹۰، ۱۳۹۰/۰۱/۰۱).

۳- برنامه‌ریزی و یافتن راه حضور در میدان عمل

برنامه‌ریزی و یافتن راه حضور در میدان عمل به‌عنوان یک راهبرد محوری در تحقق جهش تولید مورد تأکید رهبر معظم انقلاب می‌باشد که به معنای طراحی و اجرای برنامه‌های هدفمند و اثربخش برای ورود و مشارکت فعال شهروندان در فرایندهای اقتصادی و تولیدی است. رهبر معظم انقلاب تأکید می‌کنند که دستیابی به اهداف جهش تولید بدون مشارکت مردم امکان‌پذیر نیست و این مشارکت باید به‌طور برنامه‌ریزی‌شده و هدفمند انجام گیرد. ایشان بر این نکته تأکیددارند که توانایی‌ها و کمک‌های مردمی همگن و یکسان نیست، اما مجموع این کمک‌ها می‌تواند به تحقق اهداف جهش تولید کمک کند. به اعتقاد ایشان، مردم ایران آمادگی لازم برای ایفای نقش در این عرصه را دارند، اما باید راه‌هایی برای حضور و مشارکت آنان در میدان عمل فراهم شود، همان‌گونه که در دفاع مقدس نشان داده شد (سخنرانی نوروزی در جمع اقشار مختلف مردم، ۱۴۰۳/۰۱/۰۱).

۴- استفاده از توانایی‌های مردم

استفاده از توانایی‌های مردم در راستای تحقق جهش تولید به معنای بسیج و بهره‌گیری از مجموعه ظرفیت‌ها، استعدادها و قابلیت‌های شهروندان در حوزه‌های مختلف اقتصادی و تولیدی است. رهبر انقلاب معتقدند: «بخش مردمی و توانایی‌های مردمی بالا است... این توانایی‌ها را بایستی استفاده کرد؛ در بخش‌هایی مثل صنایع بزرگ، مثل بهینه‌سازی مصرف آب، مثل بخش نفت، مثل بخش صنایع‌دستی، مثل حمل‌ونقل، در همه این‌ها، نیروهای جوان و مبتکر و خلّاق تلاش کرده‌اند، کارکرده‌اند، کارهای برجسته‌ای را انجام داده‌اند.» (سخنرانی نوروزی در جمع اقشار مختلف مردم، ۱۴۰۳/۰۱/۰۱).

ب- عوامل ساختاری

عوامل ساختاری در مشارکت مردم و تحقق جهش تولید به مؤلفه‌ها و ابعاد درونی و ذاتی مشارکت مردمی اشاره دارد که به‌طور مستقیم بر میزان و کیفیت مشارکت مردم در فرآیند جهش تولید تأثیرگذار است. درواقع، هرچه این ویژگی‌ها در میان مردم قوی‌تر باشد، زمینه برای مشارکت پایدار و اثربخش‌تر آنان در راستای تحقق جهش تولید فراهم می‌شود.

۱- سرمایه‌گذاری مردم در بخش خصوصی

سرمایه‌گذاری مردم در بخش خصوصی به معنای مشارکت و سرمایه‌گذاری مستقیم آحاد مردم در فعالیت‌های اقتصادی و تولیدی در قالب بخش خصوصی است. سرمایه‌گذاری مردم در بخش خصوصی به‌عنوان یک رویکرد اقتصادی - اجتماعی مطرح است که با تقویت مالکیت عمومی، کارآفرینی و اعتماد عمومی می‌تواند به توسعه متوازن و پایدار اقتصادی کشور کمک نماید. از منظر رهبر فرهیخته انقلاب، سیاست‌های اصل ۴۴ قانون اساسی، زمینه‌سازی برای افزایش مالکیت و مشارکت مردم در بنگاه‌های اقتصادی را فراهم کرده است. این امر به تنوع بخشیدن به منابع درآمدی آحاد مردم، به‌ویژه طبقات ضعیف جامعه، منجر می‌شود. ایشان بیان می‌دارند که بندهای سیاست‌های اصل ۴۴ (بندهای الف تا ه) باید همگی مدنظر قرار گیرند. یک بخش دیگر این است که به مردم، به بخش‌های خصوصی و تعاونی اجازه داده می‌شود که در مواردی که مشابه صدر اصل ۴۴ هست، سرمایه‌گذاری کنند. بند الف شامل دو بخش است: آزادسازی دولت از بار سنگین شرکت‌های زیر اصل ۴۴ و اجازه به بخش‌های خصوصی و تعاونی برای سرمایه‌گذاری در حوزه‌های مرتبط با اصل ۴۴. بند ب مربوط به ویژگی‌های تعاونی‌ها است. بند ج ناظر بر واگذاری‌های مرتبط با اصل ۴۴ با استثناهایی. بند د شامل الزامات دولت برای تسهیل انتقال و نحوه مصرف درآمدها و بند ه مربوط به سیاست‌های حاکمیتی دولت در

برنامه‌ریزی، سیاست‌گذاری و مداخله در موارد خاص (بیانات در دیدار مسئولان اقتصادی و دست‌اندرکاران اجرای اصل ۴۴ قانون اساسی،۱۳۸۵/۱۱/۳۰). سیاست‌های مذکور، امکان مشارکت جمعی و تشکیل شرکت‌ها و تعاونی‌ها توسط مردم را فراهم می‌کند. بدین ترتیب، افراد می‌توانند با یکدیگر مشارکت و سرمایه‌گذاری مشترک انجام دهند. ایشان معتقدند ضرورت مشارکت مردم در عرصه اقتصاد و تولید همانند دفاع از کشور در جنگ است؛ زیرا اقتصاد نیز امری مردمی است و در این راستا سیاست‌های اصل ۴۴ می‌تواند زمینه ورود مردم به میدان اقتصاد و تولید را فراهم کند (بیانات در اجتماع زائران و مجاوران حرم مطهر رضوی، ۱۳۹۶/۰۱/۰۱).

۲- حمایت سرمایه‌گذار

حمایت از سرمایه‌گذار به معنای اقدامات و سیاست‌هایی است که دولت و مسئولان باید اتخاذ کنند تا زمینه و محیط مناسبی را برای ترغیب سرمایه‌گذاران به سرمایه‌گذاری در کشور به‌منظور دستیابی به اهداف توسعه اقتصادی فراهم سازند. این موارد شامل ایجاد محیط کسب‌وکار مطلوب، ارائه اطلاعات و آگاهی‌رسانی، توجه به نیازها و خواسته‌های سرمایه‌گذاران، گسترش مشارکت مردم در سرمایه‌گذاری، می‌باشد. در این خصوص رهبر فرزانه انقلاب معتقدند که سرمایه و کار دو بال هستند که تولید ملی را محقق می‌کنند. سرمایه‌گذاری ایرانی مورداحترام است و باید در بخش‌های تولیدی افزایش یابد (بیانات در اجتماع کارگران کارخانه‌جات تولیدی داروپخش، ۱۳۹۱/۰۲/۱۰). سرمایه‌گذار نقش مهمی در توسعه اقتصادی کشور دارد. افرادی که امکان سرمایه‌گذاری دارند (چه کم و چه زیاد)، باید این کار را انجام دهند، حتی اگر سود و درآمد کمتری نیز داشته باشد. این مسئولیت-پذیری و توجه به نیاز کشور است که ارزشمند است (بیانات در دیدار جمعی از کارگران سراسر کشور، ۱۳۹۴/۰۲/۰۹). تأکید بر سرمایه‌گذاری بر روی تولید داخلی به‌عنوان یکی از اهداف اقتصادی باید مدنظر قرار گیرد. همه مسئولان و مردم باید در این زمینه کمک و مشارکت کنند (بیانات در حرم مطهر رضوی، ۱۳۹۴/۰۱/۰۱). همچنین دولت باید زمینه جذب سرمایه‌های داخلی و خارجی و مشارکت مردم را فراهم کند و پوشش بیمه‌ای در فعالیت‌های اقتصادی را گسترش دهد (نامه به سران قوای سه‌گانه و ابلاغ سیاست‌های کلی نظام، ۱۳۷۹/۱۲/۲۰).

۳- اقتصاد مقاومتی به مثابه اقتصاد مردمی

اقتصاد مقاومتی به‌مثابه اقتصاد مردمی، الگویی است که بر محور مشارکت و مسئولیت‌پذیری مردم در همه ابعاد اقتصادی تأکید دارد. این اقتصاد بر توان داخلی متکی

است، اما در تعامل با اقتصاد جهانی قرار دارد و در برابر تهدیدات خارجی مقاوم است. از ویژگی‌های آن می‌توان به درون‌زایی، مردم‌محوری و برون‌گرایی اشاره داشت. رهبر فرهیخته انقلاب در این زمینه می‌فرمایند اقتصاد مقاومتی، الگوی علمی متناسب با نیازهای کشور که درون‌زا (متکی بر امکانات داخلی) اما برون‌گرا (با تعامل اقتصادهای جهانی) است. مقاوم بودن در برابر تکانه‌های جهانی و تحریم‌ها، متکی بر مردم و اراده جمعی (نه اقتصاد دولتی) و نقش دولت در زمینه‌سازی، هدایت و حمایت از آن، از ویژگی‌های اقتصاد مقاومتی است. این الگو نه‌تنها برای ایران، بلکه به‌عنوان راهکاری برای مقابله با تکانه‌های اقتصادی جهانی مطرح است. الزامات تحقق اقتصاد مقاومتی شامل حمایت قانونی، قضایی و اجرایی مسئولان از تولید ملی، افزایش بهره‌وری و ترجیح فعالیت‌های تولیدی صاحبان سرمایه و نیروی کار، ترجیح و مصرف تولیدات داخلی توسط مردم و مقاوم‌سازی اقتصاد توسط همه اقشار جامعه (بیانات در حرم مظهر رضوی، ۱۳۹۳/۰۱/۰۱). از منظر ایشان اقتصاد مقاومتی بر تولید داخلی و تقویت بنیه درونی اقتصاد کشور تأکید دارد. رونق اقتصادی از طریق تحریک ظرفیت‌های داخلی کشور حاصل می‌شود (بیانات در دیدار مسئولان نظام، ۱۳۹۳/۰۴/۱۶). ستون فقرات اقتصاد مقاومتی، تولید داخلی است. برای رونق تولید داخلی باید حمایت‌های مختلفی انجام شود، ازجمله تزریق کمک مالی، ایجاد بازار، کنترل واردات و حمایت دولت در قراردادهای خارجی (بیانات در دیدار کارگران در گروه صنعتی مپنا، ۱۳۹۳/۰۲/۱۰ و بیانات در دیدار رئیس‌جمهور و اعضای هیأت دولت، ۱۳۹۴/۰۶/۰۴). تکیه عمده اقتصاد مقاومتی هم باز روی مردم است؛ روی تولید داخلی است (بیانات در دیدار مردم آذربایجان شرقی، ۱۳۹۳/۱۱/۲۹) و مشکلات اقتصادی باید با اقدام، ابتکار و عمل در درون کشور حل شود. ستون فقرات آن تقویت تولید داخلی است (بیانات در دیدار جمعی از کارگران سراسر کشور، ۱۳۹۴/۰۲/۰۹). در اقتصاد مقاومتی، علاوه بر شاخص‌های کلان اقتصادی، شاخص عدالت اجتماعی نیز بسیار مهم است و تحقق رونق اقتصادی بدون تأمین عدالت اجتماعی پذیرفتنی نیست (بیانات در جلسه تبیین سیاست‌های اقتصاد مقاومتی، ۱۳۹۲/۱۲/۲۰).

۴- اهمیت به قشر کارگر

کارگر به فردی اطلاق می‌شود که برای کسب درآمد، نیروی کار خود را به‌صورت مزدی در اختیار کارفرما یا صاحب سرمایه قرار می‌دهد. کارگر فاقد مالکیت بر وسایل تولید است و برای امرار معاش خود و خانواده‌اش، تنها منبع درآمد او نیروی کار خویش می‌باشد.[1]

1- ILO

قشر کارگر به‌عنوان یکی از ارکان اصلی تولید در کشور، جایگاه ویژه‌ای در اقتصاد و سیاست‌های اقتصادی کشور دارد و توجه ویژه به این قشر، ضرورتی انکارناپذیر است. امام خامنه‌ای در این خصوص می‌فرمایند کارگر، ستون فقرات اقتصاد تولیدی و کاری در کشور است. اگر یک کشور می‌خواهد اقتصاد پیشرفته، مستقل و دارای رونق واقعی داشته باشد، باید به قشر کارگر اهمیت ویژه دهد (بیانات در دیدار کارگران، ۱۳۹۶/۰۲/۱۰). تأکید بر تولید ملی در این برهه بیشتر مرتبط با نقش و جایگاه کارگران است. برای بهره‌مندی کارگران از حقوق و امتیازات شایسته خود، باید بر تولید داخلی تکیه کرد (بیانات در دیدار جمعی از کارگران سراسر کشور، ۱۳۶۸/۰۴/۰۵). درصحنه تولید، تولیدگران باید تا جایی که توان دارند، تولید کشور را بالا ببرند (بیانات در دیدار وزیر و معاونان وزارت آموزش‌وپرورش و جمعی از معلّمان و دانش‌آموزان استان تهران، ۱۳۶۸/۰۳/۲۶). مشکلات اقتصادی کشور قابل حل است، اما نیازمند پیدا کردن راه درست و همت و تلاش مسئولان است. اگر کارگر در جامعه دلگرم به کار شود و الزامات آن رعایت شود، اقتصاد کشور به سامان خواهد رسید (بیانات در دیدار جمعی از کارگران سراسر کشور، ۱۳۹۴/۰۲/۰۹).

۵- رونق کشاورزی

رونق کشاورزی به معنای دستیابی به خودکفایی در تولید مواد غذایی اساسی، بهره‌گیری بهینه از ظرفیت‌های بالقوه کشاورزی کشور و حمایت از کشاورزان و تولیدکنندگان است. ثبات و پایداری سیاست‌ها و برنامه‌ها در حوزه کشاورزی، تأمین خودکفایی و امنیت غذایی کشور، بهره‌گیری از ظرفیت‌های بالقوه کشاورزی و حمایت از کشاورزان و تولیدکنندگان، از نکات و مفاهیم اصلی در مورد اهمیت رونق کشاورزی در فرمایشات مقام معظم رهبری می‌باشد. از منظر ایشان، سیاست‌ها در حوزه کشاورزی باید ثابت، ماندگار و پیگیری شده باشد و به مسائل تولیدکنندگان کشاورزی رسیدگی شود. نباید دچار نوسانات و نابسامانی شود. کشور ایران از لحاظ آمادگی برای کشاورزی، مستعد است و دارای دشت‌های وسیع و خوبی است؛ بنابراین باید همت شود تا این پتانسیل‌ها به کار گرفته شود. تأمین خودکفایی و امنیت غذایی کشور از طریق افزایش تولید داخلی در بخش کشاورزی، یکی از اساسی‌ترین اهداف نظام جمهوری اسلامی از ابتدای انقلاب تاکنون بوده است (بیانات در دیدار جمعی از کشاورزان، ۱۳۸۲/۱۰/۱۴). اگر یک ملت به دست خود و با ابتکار و نیروی خود، تولید و مصرف کند و حتّی بتواند شعاع مصرف تولیدات خود را در بیرون مرزهایش گسترش دهد، به مفهوم خاص و مهمّی از اقتدار دست خواهد یافت (بیانات در دیدار جمعی از کشاورزان، ۱۳۸۰/۱۰/۱۲). تولید داخلی کالاهای اساسی مانند گندم، برنج، روغن، لبنیات و گوشت باید به حدی برسد که کشور به آن‌ها نیازی نداشته

باشد و حتی بتواند آن‌ها را صادر کند (ابلاغ سیاست‌های کلی برنامه سوم توسعه، ۱۳۷۸/۰۲/۳۰). گسترش تولید داخلی به‌ویژه در حوزه کشاورزی، افزایش کیفیت فرآورده‌ها و توسعه صادرات غیرنفتی، جزو سیاست‌های کلی برنامه‌های توسعه کشور بوده است (ابلاغ سیاست‌های کلی برنامه دوم توسعه، ۱۳۷۲/۰۸/۱۸).

۶- شرکت‌های دانش‌بنیان

به فرموده مقام معظم رهبری، «شرکت‌های دانش‌بنیان مال مردم است؛ مردم، جوان‌ها این شرکت‌ها را تشکیل می‌دهند لکن دستگاه‌ها بایستی از این‌ها حمایت بکنند؛ حمایت عمدتاً به این است که محصولات این‌ها را بخرند، استفاده کنند یا اگر امکاناتی لازم دارند، به آن‌ها امکانات را بدهند.» (بیانات رهبر معظم انقلاب در سخنرانی نوروزی خطاب به ملت ایران، ۱۴۰۱/۰۱/۰۱).

مقام معظم رهبری معتقدند که برای رشد و اصلاح امور اقتصادی کشور، باید به سمت اقتصاد دانش‌بنیان حرکت کرد. اقتصاد دانش‌بنیان به معنای نقش‌آفرینی گسترده دانش و فناوری پیشرفته در تمامی عرصه‌های تولید است. مزایای اقتصاد دانش‌بنیان شامل کاهش هزینه‌های تولید، افزایش بهره‌وری، ارتقای کیفیت و رقابت‌پذیری محصولات است. یکی از مشکلات اقتصاد ایران، کاهش بهره‌وری است که با تحقق اقتصاد دانش‌بنیان قابل‌حل خواهد بود. تعداد شرکت‌های دانش‌بنیان در کشور به‌ویژه در حوزه کشاورزی کم است و باید افزایش یابد. بر عهده مردم به‌ویژه جوانان وظایفی برای تحقق اقتصاد دانش‌بنیان وجود دارد. مسئولان نیز باید از شرکت‌های دانش‌بنیان حمایت کنند، ازجمله خرید محصولات و ارائه امکانات موردنیاز آن‌ها (بیانات رهبر معظم انقلاب در سخنرانی نوروزی خطاب به ملت ایران، ۱۴۰۱/۰۱/۰۱). یکی از چیزهایی که این شرکت‌های دانش‌بنیان را می‌تواند ترویج بکند، ترویج محصولات این‌ها است. دولت به‌عنوان بزرگ‌ترین مصرف‌کننده در کشور، باید در جهت حمایت و استفاده از محصولات این شرکت‌ها گام بردارد (بیانات در دیدار نخبگان علمی جوان، ۱۳۹۵/۰۷/۲۸). شرکت‌های دانش‌بنیان به‌عنوان ابزارها و وسایلی هستند که می‌توانند اقتصاد را به شکوفایی برسانند (سخنرانی نوروزی در جمع اقشار مختلف مردم، ۱۴۰۳/۰۱/۰۱). از منظر ایشان «افزایش تولید خودرو با اتکاء به ظرفیت قطعه‌سازان داخلی»، «افزایش تولیدات صنعت نفت با تکیه بر دانش‌بنیان کردن صنایع نفتی» و «افزایش تولید خوراک دام و دانه‌های روغنی، برخی راهکارهای عملیاتی مشخص برای جهش تولید» می‌باشند (جلسه شورای‌عالی هماهنگی اقتصادی در حضور رهبر انقلاب، ۱۳۹۹/۰۹/۰۴).

ج- عوامل رفتاری

عوامل رفتاری در جهش تولید و مشارکت مردم به الگوهای رفتاری و تصمیم‌گیری‌های افراد و گروه‌های مختلف در جامعه اشاره دارد که بر میزان و نحوه مشارکت مردمی در فرآیند جهش تولید تأثیرگذار است. این عوامل به‌طور مستقیم و غیرمستقیم بر میزان، چگونگی و استمرار مشارکت مردمی در جهش تولید تأثیرگذار هستند. شناخت و مدیریت این الگوهای رفتاری می‌تواند به بسیج و هدایت مؤثر مشارکت‌های مردمی در این زمینه کمک نماید.

۱- مشارکت مردم در ترویج فرهنگ مصرف کالای ایرانی

مشارکت مردم در ترویج فرهنگ مصرف کالای ایرانی به معنای نقش‌آفرینی و مشارکت فعال شهروندان در ارتقای جایگاه کالاهای تولید داخل در سبد مصرفی خانوارها و جامعه است. این مفهوم به‌عنوان یک مؤلفه کلیدی در توسعه اقتصادی کشور مطرح است که با افزایش آگاهی و ایجاد تقاضا محقق می‌شود. از منظر مقام معظم رهبری مردم باید مصرف تولیدات داخلی را بر واردات ترجیح دهند (بیانات در حرم مظهر رضوی، ۱۳۹۳/۰۱/۰۱). این امر بیانگر ضرورت تنسیق و تنظیم فرهنگ جامعه در راستای ترویج و پیشبرد مصرف تولیدات داخلی است (بیانات در دیدار جمعی از معلمان و پرستاران و کارگران، ۱۳۸۸/۰۲/۰۹). مردم باید به طور فعال به مصرف تولیدات داخلی روی آورند و از این طریق، کار و کارگر ایرانی را ترویج کنند (بیانات در دیدار اقشار مختلف مردم، ۱۳۹۵/۰۵/۱۱). ضرورت نهادینه شدن باورها، ایمان و عادات مردم در راستای ترویج مصرف تولیدات داخلی به عنوان یک فرهنگ (بیانات در حرم مطهر رضوی، ۱۳۹۳/۰۱/۰۱)، لزوم همکاری و مشارکت همگانی برای ترویج فرهنگ مصرف تولیدات داخلی و ایجاد ارزشمندی آن در نزد مردم (بیانات در دیدار جمعی از معلمان و پرستاران و کارگران، ۱۳۸۸/۰۲/۰۹) و تقویت تولید ملی از طریق مصرف کالاهای داخلی و پرهیز از مصرف کالاهای وارداتی از الزامات این امر می‌باشد (پیام نوروزی به مناسبت آغاز سال ۱۳۹۱، ۱۳۹۱/۰۱/۰۱).

۲- حمایت از کالای ایرانی

حمایت از کالای ایرانی موجب تقویت اقتصاد ملی، افزایش اشتغال و درآمد، ارتقای فناوری و نوآوری و ارتقای هویت و انسجام اجتماعی می‌شود. این امر راهکاری مؤثر برای دستیابی به توسعه پایدار در کشور است. از منظر رهبر فرهیخته انقلاب نیز، حمایت از کالای ایرانی موجب افزایش اشتغال و کاهش بیکاری (بیانات در دیدار کارگران، ۱۳۹۷/۰۲/۱۰) و ابتکار داخلی و موجب افزایش ثروت ملی می‌گردد (بیانات در حرم مظهر رضوی، ۱۳۹۳/۰۱/۰۱). همه باید سعی کنند محصولات داخلی را مصرف کنند تا کارگران ایرانی و واحدهای تولیدی

داخلی را حمایت نمایند (بیانات در حرم مطهر رضوی، ۱۳۹۴/۰۱/۰۱). اگر چنانچه بحث تقویت تولید داخلی و محصول داخلی می‌شود، یک بخش مهمّش مربوط به مردم است. کیفیّت تولید، نحوه توزیع و مصرف کالاهای ایرانی اهمیت زیادی دارد (بیانات در دیدار مردم قم، ۱۳۹۷/۱۰/۱۹). مشارکت مردم در تولید و مصرف کالای ایرانی (بیانات در دیدار کارگران و فعالان بخش تولید کشور، ۱۳۹۲/۰۲/۰۷)، گسترش فرهنگ مصرف کالای ایرانی از طریق حمایت از کارگران و تولیدکنندگان داخلی (بیانات در دیدار جمعی از کارگران، ۱۳۹۰/۰۲/۰۷)، تکریم و حمایت مردم از تولیدات داخلی (دیدار جمعی از تولیدکنندگان، کارآفرینان و فعالان اقتصادی با رهبر انقلاب، ۱۳۹۸/۰۸/۲۸)، ضرورت تحقق رونق تولید داخلی (بیانات در اجتماع زائران و مجاوران حرم مطهر رضوی، ۱۳۹۸/۰۱/۰۱)، مسئولیت‌پذیری و وظیفه‌گرایی همه اقشار در رونق و تحقق تولید داخلی (مردم، دولت، مجلس و قوه قضاییه) (بیانات در دیدار جمعی از خانواده‌های شهدا، ۱۳۹۷/۰۹/۲۱)، افزایش تولید و ارتقای کیفیت محصولات داخلی و مشارکت همه‌جانبه مردم و مسئولین در حمایت از کالای ایرانی (بیانات در اجتماع زائران و مجاوران حرم مطهر رضوی، ۱۳۹۷/۰۱/۰۱) و حمایت از نیروی کار و تولید داخلی به عنوان هدف اصلی حمایت از کالای ایرانی (بیانات در دیدار کارگران، ۱۳۹۷/۰۲/۱۰)، از مصادیق دیگر حمایت از کالای ایرانی از منظر ایشان است.

۳- پرهیز از گرایش به برندهای خارجی

منظور از برند خارجی یا نام و مارک خارجی، اشاره به محصولات یا کالاهای تولید شده در خارج از کشور ایران است و به‌طور کلی منظور از گرایش به برندهای خارجی، اولویت دادن مردم به محصولات و کالاهای وارداتی و غیرایرانی به جای کالاهای تولید داخل است. رهبر انقلاب در زمینه ترجیح مصرف کالاهای خارجی و گرایش به برندهای خارجی بیان می‌دارند که در گذشته، در دوران طاغوت، ترجیح مصرف کالاهای خارجی به عنوان یک سنت وجود داشت. این باید برعکس شود و مردم باید به مصرف کالاهای داخلی گرایش پیدا کنند (بیانات در حرم مظهر رضوی، ۱۳۹۳/۰۱/۰۱). گرایش افراد به برندهای خارجی و نام‌های خارجی اشتباه است و باعث ضربه زدن به تولید داخلی می‌شود. مصرف کالاهای داخلی باعث افزایش تولید داخلی، کاهش بیکاری، تورم و گرانی می‌شود (بیانات در اجتماع مردم اسفراین، ۱۳۹۱/۰۷/۲۲). مصرف‌کنندگان باانصاف و باوجدان می‌توانند با مصرف کالاهای داخلی به تولید کشور کمک کنند و به دنبال برندها و اسم‌های خارجی نروند. مصلحت کشور، مصرف تولیدات داخلی است (بیانات در دیدار جمعی از کارگران سراسر کشور، ۱۳۹۴/۰۲/۰۹).

۴- پرهیز از مصرف کالای خارجی مشابه داخل

پرهیز از مصرف کالای خارجی مشابه داخل به این معنی است که افراد باید از خرید و مصرف کالاهای خارجی که در داخل کشور نیز تولید می‌شوند، خودداری کنند. این مفهوم مصادیقی مانند وجود کالای مشابه داخلی، کیفیت مناسب کالای داخلی، اجتناب از خرید برندهای خارجی و در نهایت حمایت از تولید و اشتغال داخلی را در برمی‌گیرد. مقام معظم رهبری در این زمینه معتقدند چرا برخی افراد اصرار دارند پول خود را صرف خرید کالاهای خارجی کنند؟ این چه نوع بیماری ذهنی است که باید حتماً کالاهای خارجی را مصرف کنند؟ زمانی که کالای مشابه داخلی باکیفیت مناسب وجود دارد، چرا باید به دنبال کالاهای خارجی بود؟ با خرید کالاهای دارای نشان و برند خارجی، درواقع کارگر داخلی را بیکار و کارگر بیگانه را برخوردار می‌کنید. فروش و مصرف کالاهای خارجی باید در جامعه به‌عنوان یک ضد ارزش شناخته شود، مگر در مواردی که کالای مشابه داخلی وجود نداشته باشد (بیانات در دیدار کارگران، ۱۳۹۷/۰۲/۱۰).

۱- عوامل تسهیلگر

عوامل تسهیلگر در جهش تولید و مشارکت مردم به آن دسته از عوامل و اقدامات مؤثر بر تحریک، هدایت و تقویت مشارکت مردمی در فرآیند جهش تولید اطلاق می‌شود. آگاه‌سازی و اطلاع‌رسانی جامع و شفاف در خصوص فرصت‌ها، مشوق‌ها و حمایت‌های موجود، به‌طور فعال زمینه‌سازی و بسترسازی لازم را برای مشارکت مؤثر مردم در فرآیند جهش تولید فراهم می‌کنند و از این طریق، انگیزه و اعتماد مردم برای حضور و مشارکت در این عرصه افزایش خواهد یافت.

۲- اطلاع‌رسانی به مردم جهت مشارکت اقتصادی

اطلاع‌رسانی به مردم جهت مشارکت اقتصادی در تعاونی‌ها به این معنی است که دولت و مسئولان باید اطلاعات لازم را در اختیار مردم قرار دهند تا آن‌ها بتوانند در فعالیت‌های اقتصادی تعاونی‌ها مشارکت کنند. این موارد مصادیقی مانند آگاه‌سازی مردم، معرفی فرصت‌های سرمایه‌گذاری، ایجاد شفافیت و عدم تبعیض را در برمی‌گیرد.

از منظر رهبر انقلاب، اطلاع‌رسانی به مردم یک کار ضروری است. مردم باید در جریان جزئیات مربوط به فعالیت‌های اقتصادی خود قرار بگیرند و بدانند که در کجا می‌توانند سرمایه‌گذاری کرده و در تعاونی‌ها مشارکت داشته باشند. اغلب مردم در این زمینه بی‌اطلاع هستند و باید برای آن‌ها تشریح و تبیین شود. در این زمینه سیاست‌های ابلاغی اصل ۴۴ قانون اساسی که در طی سال‌های ۷۷ تا ۸۴ تدوین‌شده است، شامل پنج بند اصلی است: آزاد شدن دولت از فعالیت‌های اقتصادی غیرضروری، فراهم شدن زمینه برای حضور

سرمایه‌گذاران در اقتصاد، تأکید بر نقش تعاونی‌ها، ایفای نقش حاکمیتی توسط دولت و الزامات دولت در امر واگذاری (بیانات در دیدار مسئولان اقتصادی و دست‌اندرکاران اجرای اصل ۴۴ قانون اساسی،۱۳۸۵/۱۱/۳۰). همچنین ایشان معتقدند که همه فعالان بخش خصوصی باید به طور یکسان و بدون تبعیض از فرصت‌های سرمایه‌گذاری مطلع باشند (دیدار فعالان و برگزیدگان بخش‌های اقتصادی با رهبر انقلاب، ۱۳۹۰/۰۵/۲۶).

۵- بحث، نتیجه‌گیری و پیشنهادها

۵-۱- بحث

تولید یکی از اولویت‌های کلیدی در سیاست‌های اقتصاد مقاومتی است که تحقق آن نیازمند مشارکت و همراهی همه اقشار مردم است. بر اساس بیانات مقام معظم رهبری، مردم به عنوان یکی از ارکان اصلی و محرک‌های اصلی توسعه اقتصادی کشور محسوب می‌شوند. در این راستا، مطالعه حاضر با هدف تبیین نقش و مشارکت مردم در تحقق جهش تولید، با استفاده از رویکرد تحلیل مضمون، به شناسایی مضامین فراگیر، سازمان‌دهنده و پایه مرتبط با این موضوع پرداخته است. نتایج حاصل از تحلیل مضمون در خصوص جهش تولید با مشارکت مردم، ۴ مضمون فراگیر را شناسایی کرده است: ۱. مضامین زمینه‌ای: این مضامین به عوامل زمینه‌ای و بستر مناسب برای مشارکت مردم در جهش تولید اشاره دارند. ازجمله این مضامین می‌توان به استفاده از ظرفیت‌های مردمی، توانمندسازی مردم، برنامه‌ریزی و یافتن راه حضور در میدان عمل و استفاده از توانایی‌های مردم اشاره کرد. ۲. مضامین ساختاری: این مضامین به ساختارها و نهادهای مرتبط با جهش تولید با مشارکت مردم اشاره دارند. ازجمله این مضامین می‌توان به سرمایه‌گذاری مردم در بخش خصوصی، شرکت‌های دانش‌بنیان و حمایت سرمایه‌گذار اشاره کرد. ۳. مضامین رفتاری: این مضامین به رفتارها و کنش‌های مردمی در راستای تحقق جهش تولید اشاره دارند. ازجمله این مضامین می‌توان به اقتصاد مقاومتی به مثابه اقتصاد مردمی، اهمیت به قشر کارگر و مشارکت مردم در ترویج فرهنگ مصرف کالای ایرانی اشاره کرد. ۴. مضامین تسهیلگر: این مضامین به عوامل و راهکارهایی اشاره دارند که می‌توانند مشارکت مردم در جهش تولید را تسهیل و تقویت کنند. ازجمله این مضامین می‌توان به حمایت از کالای ایرانی، پرهیز از گرایش به برندهای خارجی، پرهیز

از مصرف کالای خارجی مشابه داخل و اطلاع‌رسانی به مردم جهت مشارکت اقتصادی اشاره کرد. بر اساس بیانات رهبر معظم انقلاب، استفاده از زیرساخت‌های کشور، بهره‌گیری از ابتکارات و خلاقیت‌های مردمی، بهره‌مندی از توانمندی‌های مدیریتی فعالان اقتصادی، استفاده از نیروی انسانی جوان و تحصیل‌کرده و حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان و بسیج مردمی در عرصه اقتصادی می‌تواند زمینه‌ساز تحقق جهش تولید در اقتصاد ملی باشد. درمجموع، مشارکت و همراهی مردم در ابعاد زمینه‌ای، ساختاری، رفتاری و تسهیلگر می‌تواند نقش مؤثری در تحقق جهش تولید ایفا کند.

با بررسی پیشینه‌های ارائه‌شده، می‌توان نقاط تشابه تمامی مطالعات پیشین را بدین شرح دانست؛ ۱- همه پژوهش‌ها به‌نوعی به موضوع جهش تولید و عوامل مؤثر بر آن پرداخته‌اند. ۲- نقش و مشارکت مردم در تحقق جهش تولید در برخی از مطالعات موردتوجه قرارگرفته است. ۳- استفاده از روش تحلیل مضمون برای شناسایی مضامین مرتبط با جهش تولید در برخی پژوهش‌ها مشاهده می‌شود. ۴- اکثر مطالعات به بیانات و رهنمودهای مقام معظم رهبری برای تبیین جهش تولید استناد کرده‌اند. از طرفی برخی مطالعات همچون غفاری و همکاران (۱۴۰۱) و یغمایی و دارابی (۱۴۰۰) به‌طور خاص به شناسایی مضامین و مؤلفه‌های جهش تولید پرداخته‌اند، اما در مقاله حاضر، تمرکز بر نقش و مشارکت مردم در جهش تولید است. مطالعات فتحی (۱۳۹۹) و خوش خاضع و همکاران (۱۴۰۰) به بررسی جهش تولید از منظر قرآن و روایات پرداخته‌اند، اما تمرکز مقاله حاضر بر جنبه‌های عملی و اجرایی مشارکت مردم است. برخی پژوهش‌ها همچون بخشی‌زاده برج و داورزنی (۱۳۹۸) به نگاشت نقشه ذهنی مصرف‌کنندگان نسبت به کالای ایرانی پرداخته‌اند، درحالی‌که در مقاله حاضر بر نقش همه اقشار مردم در جهش تولید تأکید می شود. درمجموع، مقاله حاضر با تمرکز بر نقش مشارکت مردم در جهش تولید از منظر عملی و اجرایی می‌تواند تکمیل‌کننده مطالعات پیشین باشد.

۵-۲- نتیجه‌گیری

بر اساس بیانات رهبر معظم انقلاب، جهش تولید به معنای رشد سریع و چشمگیر تولید و بهره‌وری در کشور است. ایشان در بیانات خود این موضوع را چندین بار مطرح کرده‌اند. برای نمونه، در سال ۱۳۹۸ در دیدار با جمعی از مسئولان نظام فرمودند: «[جهش تولید] یعنی اینکه تولید به حد قابل توجهی افزایش پیدا کند. نه یک رشد

معمولی، بلکه یک جهش در تولید.» همچنین در سال ۱۳۹۹ در دیدار با نمایندگان مجلس شورای اسلامی تأکید کردند: «جهش تولید به معنای این است که تولید داخلی در کشور با سرعت و شتاب قابل توجهی رشد پیدا کند.» درمجموع، ایشان مفهوم جهش تولید را به معنای افزایش چشمگیر و سریع میزان تولید و بهره‌وری در کشور تعریف کرده‌اند.

در نظرگاه مقام معظم رهبری، رونق تولید داخلی به‌عنوان کلید حل بسیاری از مشکلات اقتصادی کشور مطرح است. جهش تولید می‌تواند موجب ایجاد اشتغال، افزایش ثروت ملی، بهبود رفاه عمومی و پیشرفت علمی شود. باوجود اهمیت رونق تولید، موانع متعددی در این زمینه وجود دارد. مشکلاتی نظیر تورم، گرانی و کاهش ارزش پول ملی بر مردم فشار وارد می‌کند. برای رفع این موانع، تنها راه پرداختن به مسئله تولید ملی است (بیانات در دیدار دانش‌آموزان و دانشجویان، ۱۳۹۸/۰۸/۱۲). از منظر ایشان «جهش تولید به نظر کار بزرگ و شاید در نظر بعضی نشدنی بیاید، لکن با «مشارکت مردم»، شدنی است.» (سخنرانی نوروزی در جمع اقشار مختلف مردم، ۱۴۰۳/۰۱/۰۱).

رهبر معظم انقلاب بر این نکته تأکیددارند که با به‌کارگیری جوانان متخصص و عزم جهادی، می‌توان موانع تولید را برطرف ساخت. همچنین، اعتماد به جوانان و ارائه حداقل امکانات به آن‌ها، می‌تواند منجر به پیشرفت و جهش تولید شود (بیانات در دیدار مسئولان نظام، ۱۳۹۸/۰۲/۲۴).

با توجه به اهمیت مسئله، شناسایی عوامل مؤثر بر تحقق جهش تولید با مشارکت مردم به‌عنوان یک ضرورت مطرح می‌شود. رهبر معظم انقلاب بر این نکته تأکیددارند که با حضور جدی آحاد مردم در عرصه اقتصادی و ایجاد یک بسیج مردمی در این زمینه، می‌توان به تحقق جهش تولید دست‌یافت (بیانات در دیدار دانش‌آموزان و دانشجویان، ۱۳۹۸/۰۸/۱۲ و سخنرانی نوروزی در جمع اقشار مختلف مردم، ۱۴۰۳/۰۱/۰۱).

ایشان معتقدند در حمایت و تحقق جهش تولید، تزریق نقدینگی و منابع مالی لزوماً شکل واحد و بهترین حمایت نیست و در برخی موارد ممکن است حتی مضر باشد. منظور از حمایت باز کردم میدان برای مشارکت مردمی است.

«اگر نیروی کار مردمی را، سرمایه‌گذار را، مهندس را، صاحب‌فکر را، کارگر را به‌عنوان یک دونده پُرشتابی فرض کنیم، شما لازم نیست به او یاد بدهید چه کار کند، او خودش

شوق و میل حرکت دارد. شما میدان را باز کنید، موانع را بردارید، زمین را صاف کنید، اجازه بدهید او حرکت خودش را انجام بدهد.» (بیانات در ارتباط تصویری با مجموعه‌های تولیدی، ۱۳۹۹/۰۲/۱۷).

۵-۳- پیشنهادها

در جهت مشارکت جوانان در تولید، طراحی یک نقشه راه جامع ضروری است که شامل کارگاه‌های آموزشی و فراخوان‌های عمومی برای جذب ایده‌ها و ابتکارات جوانان با شد. این اقدام می‌تواند به افزایش م شارکت جوانان در فرآیند تولید و ارتقاء مهارت‌های آنان کمک کند. همچنین، سنجش سهم شرکت‌های دانش‌بنیان در تولید از طریق ایجاد یک سیستم پایش و ارزیابی، به اندازه‌گیری تأثیر این شرکت‌ها بر تولید و اقتصاد کشور در بخش‌های مختلف کمک خواهد کرد.

در راستای تقویت کارآفرینی، توسعه یک معیار ارزیابی برای شناسایی و رتبه‌بندی مدیران کارآفرین بر ا ساس عملکرد آن‌ها در ایجاد فر صت‌های شغلی و افزایش تولید نیز از اهمیت بالایی برخوردار است. تشکیل گروه‌های مشاوره‌ای از جوانان متخصص و کارآفرین که به دولت و بخش خصوصی در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی کمک کنند، می‌تواند به بهبود فرآیندهای اقتصادی منجر شود.

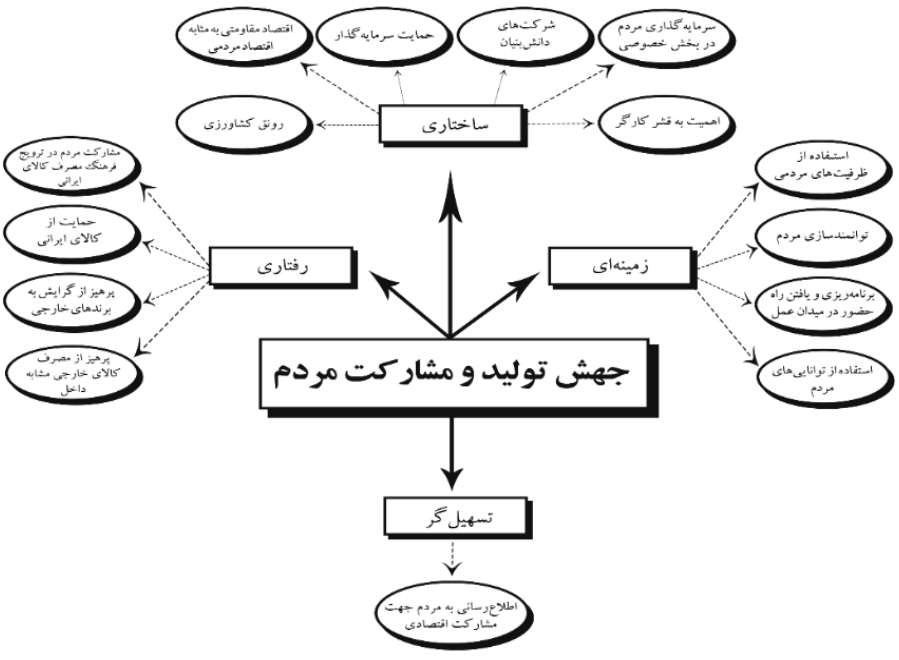
برگزاری جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های تولیدی سالانه برای نمایش د ستاوردهای تولیدی و نوآوری‌های مردمی نیز می‌تواند به ترویج فرهنگ مصرف کالای ایرانی کمک کند. در کنار این اقدامات، ایجاد شبکه‌های همکاری بین‌المللی برای تسهیل ارتباطات و تبادل دانش و فناوری در زمینه تولید و همچنین توسعه برنامه‌های تشویقی برای جذب سرمایه‌های خرد به سمت پروژه‌های تولیدی، از دیگر راهکارهای مؤثر در این زمینه به شمار می‌رود.

به‌منظور توانمندسازی جامعه، ایجاد برنامه‌های آموزشی با هدف برگزاری دوره‌های آموزشی برای ارتقاء م هارت های فنی و مدیریتی در جوامع محلی از اهمیت بالایی برخوردار است. این برنامه‌ها می‌توانند به افزایش مشارکت مردم در فرآیند تولید کمک کنند. همچنین، توسعه پلتفرم های آنلاین برای همکاری های مردمی، با طراحی و راه‌اندازی پلتفرم های دیجیتال، به افراد و گروه ها این امکان را می‌دهد که ا یده ها و پروژه‌های تولیدی خود را به اشتراک بگذارند و از یکدیگر حمایت کنند.

تشـکیل اتحادیه‌های مردمی تولیدکنندگان نیز می‌تواند به ایجاد انجمن‌های محلی کمک کند که در آن تولیدکنندگان کوچک و متوسط به تبادل‌نظر و تجربه بپردازند و از یکدیگر حمایت کنند. علاوه بر این، توسعه طرح‌های حمایتی برای تولیدکنندگان محلی، از طریق طراحی و اجرای طرح‌های مالی و غیرمالی، می‌تواند به تشـــویق آن‌ها به افزایش تولید و کیفیت محصولات کمک کند.

ایجاد یک بانک اطلاعاتی از ظرفیت‌های تولیدی محلی، با جمع‌آوری و مســـتندســـازی اطلاعات مربوط به ظرفیت‌های تولیدی و منابع انســـانی در هر منطقه، به شـــناســـایی و بهره‌برداری بهینه از این ظرفیت‌ها کمک می‌کند. همچنین، تشویق به نوآوری در تولید از طریق برگزاری مسابقات و چالش‌های نوآوری، می‌تواند به شناسایی و حمایت از ایده‌های خلاقانه و نوآورانه منجر شـود. درنهایت، توسـعه برنامه‌های رسـانه‌ای برای ترویج فرهنگ م صرف کالای ایرانی، از طریق راه‌اندازی کمپین‌های ر سانه‌ای، می‌تواند آگاهی مردم را از مزایای خرید کالاهای داخلی و نقش آن‌ها در جهش تولید افزایش دهد.

نمودار ۱- مدل مفهومی جهش تولید و مشارکت مردم در اندیشه مقام معظم رهبری



۶- منابع

۶-۱- منابع فارسی

مقاله‌ها

۱. ابوطالبی، حسین (۱۳۹۹). **بررسی رابطه بین اقتصاد مقاومتی و رضایت شغلی کارکنان شرکت پتروشیمی تبریز**، *فصلنامه پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی*، ۱۴ (۴)، صص ۳۹-۵۲.

۲. اسفندیاری صفا، خسرو؛ دهقان، حبیب‌الله (۱۳۹۵). **مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی از دیدگاه مقام معظم رهبری**، *فصلنامه مدیریت نظامی*، سال شانزدهم، شماره ۱، بهار ۱۳۹، صص ۶۰-۸۴.

۳. بخشی‌زاده برج، کبری؛ داورزنی، ناصر (۱۳۹۸). **نگاشت نقشه ذهنی مصرف‌کنندگان نسبت به کالای ایرانی**، *دوفصلنامه مطالعات مصرف‌کننده*، دوره ششم، شماره اول، بهار و تابستان ۱۳۹۸، صص ۱۷۱- ۱۹۱.

۴. تاج‌آبادی، الهام (۱۳۹۹). **بررسی رابطه اجرای طرح‌های ملی و توسعه پایدار**، *مجله مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی*، ۹ (۳)، صص ۶۴- ۸۵.

۵. حیدری، کیومرث؛ اسفندیاری صفا، خسرو؛ دهقان، حبیب‌الله (۱۳۹۶). **شناسایی عوامل حمایت‌کننده تولید داخلی مؤثر در سیاست‌های اقتصاد مقاومتی از منظر مقام معظم رهبری**، *فصلنامه علوم و فنون نظامی*، سال ۱۳، شماره ۴۰، صص ۵- ۲۷.

۶. خوش خاضع، محمدجواد؛ شرعیاتی، فاطمه؛ احتشامی، علی حسین (۱۴۰۰). **رونق تولید از نگاه قرآن با تأکید بر بیانات مقام معظم رهبری**، *فصلنامه مطالعات فقه اقتصادی*، سال سوم، شماره چهارم، زمستان ۱۴۰۰.

۷. دری نوگورانی، حسین؛ عباس‌زاده، حسن؛ نقی‌زاده، یحیی (۱۳۹۸). **طراحی راهبردهای دفاع اقتصادی (برگرفته از رهنمودها و اسناد ابلاغی مقام معظم رهبری)**، *فصلنامه مطالعات دفاعی استراتژیک*، سال هفدهم، شماره ۷۶، تابستان ۱۳۹۸، صص ۱۱۷- ۱۳۸.

۸. رجب‌پور، مریم (۱۳۹۶). **بررسی رابطه جهش تولید از نقطه‌نظر اقتصاد ملی**، *مجله مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی*، ۱۳ (۷)، صص ۱۹- ۳۲.

۹. شمخانی، اژدر؛ رشیدی، مهران (۱۳۹۹). **الگوی اصلاح مصرف، بستر تحقق جهش تولید**، *فصلنامه علمی دانش انتظامی همدان*، ۷ (۲)، صص ۳۷- ۴۴.

۱۰. شیخ‌زاده، محمد و همکاران (۱۳۹۰). **تحلیل مضمون و شبکه مضامین: روشی ساده و کارآمد برای تبیین الگوهای موجود در داده‌های کیفی**، *اندیشه مدیریت راهبردی*، سال ۵، شماره ۱۰، صص ۱۵۱- ۱۹۸.

۱۱. عظیمی، رضا (۱۳۹۹). **اثربخشی روحیه جهادی و اصلاح الگوی مصرف در اقتصاد کشور**، *فصلنامه پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی*، ۵ (۲)، صص ۵۵- ۶۶.

۱۲. غفاری، رحمان؛ احمدیان دیوکتی، محمدمهدی؛ سواسری، علی (۱۳۹۹). **رونق تولید ملی، اقتصاد مقاومتی و همبستگی ملی با تکیه بر بیانات مقام معظم رهبری**، *فصلنامه مطالعات ملی*، ۸۲، سال بیست و یکم، شماره ۲.

۱۳. غفاری، مجتبی؛ سعیدی، علی؛ معلی، حمزه (۱۴۰۱). **تحلیل مضمون راهبرد جهش تولید در بیانات حضرت آیت‌الله خامنه‌ای**، *فصلنامه مطالعات راهبردی انقلاب اسلامی*، دوره ۱، شماره ۱، شماره پیاپی (۱)، بهار ۱۴۰۱، صص ۱۶۹- ۱۹۰.

۱۴. فتحی، فاطمه (۱۳۹۹). **راهکارهای قرآنی و روایی در جهش تولید و رونق اقتصاد کشور**، *هفتمین همایش ملی مطالعات و تحقیقات نوین در حوزه علوم تربیتی، روان‌شناسی و مشاوره ایران*، تهران، https://civilica.com/doc/1140450

۱۵. فتحی مولایی، صالح (۱۳۹۹). **کاربرد و بررسی ارائه تسهیلات حمایت از تولید**، *فصلنامه سیاست‌های اقتصادی*، ۳ (۲)، صص ۳۲- ۴۱.

۱۶. لک‌زایی، شریف (۱۳۸۹). **مبانی اندیشه آنتونی گیدنز: نظریه‌پرداز ساخت‌یابی**، *فصلنامه رهیافت سیاسی و بین‌المللی*، شماره ۲۴، صص ۷۵- ۹۴.

۱۷. میرزاخانی، سمانه (۱۳۹۹). **عملکرد قوانین در حمایت از سرمایه‌گذاری و تولید**، *فصلنامه پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی*، ۱۵ (۳)، صص ۲۱- ۴۲.

۱۸. یغمای، فرشید؛ دارابی، رضا (۱۴۰۰). **شناسایی و اعتبارسنجی مؤلفه‌های امنیت اقتصادی تأثیرگذار در جهش تولید: رویکردی آمیخته**، *فصلنامه دانش انتظامی سمنان*، دوره یازدهم، شماره سی و نهم، بهار ۱۴۰۰، صص ۴۵- ۷۴.

کتاب‌ها

۱. اشرف‌پور، مرضیه (۱۳۹۹). ***بررسی رابطه مدیریت توسعه پایدار و بازدهی تولید در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمانشاه در سال تحصیلی ۹۷- ۹۸***، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمانشاه، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.

۲. الیوت، آنتونی، ترنر، برایان (۱۳۹۰). ***بردا شت‌هایی در نظریه اجتماعی معا صر***، ترجمه فرهنگ ارشاد، چاپ اول، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.

۳. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۳۹۹). *درباره جهش تولید: **چارچوب مفهومی و نظری مدل استراتژیک حمایت از تولید در ایران***، تهران: دفتر مطالعات اقتصادی.

۴. مارش، دیوید؛ استوکر، جری (۱۳۷۸). ***روش و نظریه در علوم سیاسی***، ترجمه امیر محمد حاجی یوسفی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.

۵. گزارش کمیسیون حمایت از تولید ملی (۱۳۹۹). ***گزارش کمیسیون ویژه حمایت از تولید ملی و نظارت بر اجرای اصل (۴۴)***، قانون اساسی، ۱۳۹۹/۰۱/۲۷.

۶. کمیسیون حمایت از تولید ملی (۱۳۹۹). ***مفاهیم و الزامات جهش تولید، ظرفیت ها، آسیب شناسی و ارایه راهبردها و راهکارها***، *گزارش کمیسیون حمایت از تولید ملی*، دوره دهم، سال چهارم، شماره ۲۰۱۴.

۷. کیویستو، پیتر (۱۳۸۰). ***اندیشه‌های بنیادی در جامعه شناسی***، ترجمه منوچهر صبوری، چاپ دوم، تهران: نشر نی.

۸. علمداری، جهانگیر (۱۳۸۵). ***روش‌شناسی نظریه‌های جدید در سیاست (اثبات‌گرایی و فرااثبات‌گرایی)***، تهران: دانشگاه تهران، موسسه انتشارات و چاپ.

۹. سیدمن، استیون (۱۳۹۲). ***کشاکش آراء در جامعه شناسی***، ترجمه هادی جلیلی، تهران: نشر نی.

۱۰. سلیم، علی؛ گرشاسبی، علیرضا؛ اسماعیلی‌پور، الهام (۱۳۹۹). *جهش تولید*: ***رویکردهای نظری، الزامات، موانع و سیاست‌های پیشنهادی***، تهران: موسسه مطالعات پژوهش‌های بازرگانی.

۱۱. جلایی‌پور، محمدرضا، محمدی، جمال (۱۳۸۸). ***نظریه‌های متاخر جامعه شناسی***، چاپ دوم، تهران: نشر نی.

منابع اینترنتی

خامنه‌ای، سیدعلی (۱۴۰۳). پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر مقام معظم رهبری به آدرس: khamenei.ir

مرکز آمار ایران (۱۴۰۱). به آدرس: https://amar.org.ir/statistical-information

۶-۲ منابع فارسی به لاتین

References
References (in Persian)
Articles

1. Abotalebi, Hossein (2020). "Examining the Relationship Between Resistance Economy and Job Satisfaction of Employees at Tabriz Petrochemical Company, Journal of Economic Growth and Development Research, 14(4), pp. 39-52.
2. Esfandiari Safa, Khosrow; Dehghan, Habibollah (2016). "Components of Resistance Economy from the Perspective of the Supreme Leader, Military Management Quarterly, 16(1), Spring 2016, pp. 60-84.
3. Bakhshizadeh Baraj, Kobra; Davarzani, Nasser (2019). "Mapping Consumers' Mindset Towards Iranian Products, Journal of Consumer Studies, 6(1), Spring and Summer 2019, pp. 171-191.
4. Taj Abadi, Elham (2020). "Examining the Relationship Between National Project Implementation and Sustainable Development, Journal of Strategic National Defense Management Studies, 9(3), pp. 64-85.
5. Heydari, Kiumars; Esfandiari Safa, Khosrow; Dehghan, Habibollah (2017). "Identifying Supportive Factors for Domestic Production Effective in Resistance Economy Policies from the Perspective of the Supreme Leader, Journal of Military Science and Technology, 13(40), pp. 5-27.
6. Khodkhah, Mohammad Javad; Sharayiati, Fatemeh; Ehteshami, Ali Hossein (2021). "Reviving Production from the Perspective of the Quran with Emphasis on the Supreme Leader's Statements, Journal of Economic Jurisprudence Studies, 3(4), Winter 2021.
7. Dary Nogourani, Hossein; Abbaszadeh, Hassan; Naqizadeh, Yahya (2019). "Designing Economic Defense Strategies (Derived from Guidelines and Documents Issued by the Supreme Leader), Journal of Strategic Defense Studies, 17(76), Summer 2019, pp. 117-138.
8. Rajabpour, Maryam (2017). "Examining the Relationship Between Production Leap from the Perspective of National Economy, Journal of Strategic National Defense Management Studies, 13(7), pp. 19-32.
9. Shamkhani, Azdar; Rashidi, Mehran (2020). "Consumption Reform Model, A Basis for Realizing Production Leap, Scientific Journal of Hamadan Police Science, 7(2), pp. 37-44.
10. Sheikhzadeh, Mohammad and Colleagues (2011). "Content Analysis and Theme Network: A Simple and Efficient Method for Explaining Existing Patterns in Qualitative Data, Strategic Management Thought, 5(10), pp. 151-198.

11. Azimi, Reza (2020). "The Effectiveness of Jihadi Spirit and Consumption Pattern Reform in the Country's Economy, Journal of Economic Growth and Development Research, 5(2), pp. 55-66.
12. Ghafari, Rahman; Ahmadian Diokti, Mohammad Mahdi; Savasari, Ali (2020). "Reviving National Production, Resistance Economy, and National Solidarity Based on the Supreme Leader's Statements, Journal of National Studies, 82, 21st Year, Issue 2.
13. Ghafari, Mojtaba; Saeidi, Ali; Maali, Hamzeh (2022). "Content Analysis of the Production Leap Strategy in the Statements of Ayatollah Khamenei, Journal of Strategic Studies of the Islamic Revolution, 1(1), Spring 2022, pp. 169-190.
14. Fathi, Fatemeh (2020). "Quranic and Narrative Solutions in Production Leap and Economic Revival of the Country, 7th National Conference on New Studies and Research in Educational Sciences, Psychology, and Counseling, Tehran, https://civilica.com/doc/1140450
15. Fathi Molaei, Saleh (2020). "Application and Examination of Facilities Supporting Production, Journal of Economic Policies, 3(2), pp. 32-41.
16. Lakzayi, Sharif (2010). "Foundations of Anthony Giddens' Thought: A Structuration Theorist, Political and International Approach Quarterly, 24, pp. 75-94.
17. Mirzakhani, Samaneh (2020). "The Performance of Laws in Supporting Investment and Production, Journal of Economic Growth and Development Research, 15(3), pp. 21-42.
18. Yaghmai, Farshid; Darabi, Reza (2021). "Identifying and Validating Economic Security Components Influencing Production Leap: A Mixed Approach, Journal of Semnan Police Science, 11(39), Spring 2021, pp. 45-74.

Books

1. Ashrafpour, Marzieh (2020). "Examining the Relationship Between Sustainable Development Management and Production Efficiency Among Students at Islamic Azad University, Kermanshah Branch, Academic Year 2018-2019, Master's Thesis, Islamic Azad University, Kermanshah Branch, Faculty of Literature and Humanities.
2. Elliott, Anthony; Turner, Bryon (2011). "Perspectives in Contemporary Social Theory, Translated by Farhang Ershad, First Edition, Tehran: Sociologists Publishing.
3. Research Center of the Islamic Consultative Assembly (2020). "About Production Leap: Conceptual and Theoretical Framework of the

Strategic Model for Supporting Production in Iran, Tehran: Economic Studies Office.
4. Marsh, David; Stoker, Gerry (1999). "Method and Theory in Political Science, Translated by Amir Mohammad Haji Yousofi, Tehran: Strategic Studies Research Institute.
5. Report of the National Production Support Commission (2020). "Report of the Special Commission for National Production Support and Monitoring the Implementation of Article 44 of the Constitution, 27/01/2020.
6. National Production Support Commission (2020). "Concepts and Requirements of Production Leap, Capacities, Pathology, and Providing Strategies and Solutions, Report of the National Production Support Commission, 10th Term, 4th Year, Issue 2014.
7. Kiivisto, Peter (2001). "Fundamental Ideas in Sociology, Translated by Manoochehr Sabouri, Second Edition, Tehran: Ney Publishing.
8. Alamdar, Jahangir (2006). "Methodology of New Theories in Politics (Positivism and Post-Positivism), Tehran: University of Tehran, Publications and Printing Institute.
9. Sideman, Steven (2013). "The Clash of Opinions in Sociology, Translated by Hadi Jalili, Tehran: Ney Publishing.
10. Salim, Ali; Garshasbi, Alireza; Ismailipour, Elham (2020). "Production Leap: Theoretical Approaches, Requirements, Obstacles, and Proposed Policies, Tehran: Institute for Business Research Studies.
11. Jalai Pour, Mohammad Reza; Mohammadi, Jamal (2009). "Recent Theories in Sociology, Second Edition, Tehran: Ney Publishing.

Online Sources

Khamenei, Seyyed Ali (2024). "Official Website of the Supreme Leader's Office, available at: khamenei.ir
Statistical Center of Iran (2022). Available at: https://amar.org.ir/statistical-information

۶–۳– منابع لاتین

Articles

-Aabedijafari H, Taslimi MS, Faghihi A, Sheikhzadeh M. (2011). thematic analysis and thematic networks. *Journal of Strategic Management Thought*. 5(2): 151-198 [In Persian].
-Lee, K. & Malerba, F. (2018). Economic Catch-Up by latecomers as an evolutionary process. *In Modern Evolutionary Economics: An Overview. Publisher: Cambridge University Press.*

-Silverberg, G. & Verspagen, B. (1995). Evolutionary theorizing on economic growth. To appear in The Evolutionary Principles of Economics, edited by Kurt Dopfer, Norwell, MA: Kluwer Academic Publishers.
Strategic Management Thought. 2011; 5(2): 151-198 [In Persian].

Books

- Braun V, Clarke V.(2006). **Using thematic analysis in psychology. Qualitative Research in Psychology**, 3(2): 77-101.
- Case, K. E. & Fair, R. C. (2007). **Principles of Economics** (8th ed). Prentice Hall.
- ILO. (2020). **International Labour Standards on Workers in the Informal Economy**. Retrieved from: https://www.ilo.org/global/standards/subjects-covered-by-international-labour- standards/workers-in-the-informal-economy/lang-en/index.htm
- Krugman, P. & Wells, R. (2015). **Economics** (5th ed). Worth Publishers.
- Samuelson, P. A. & Nordhaus, W. D. (2010). **Economics** (19th ed). McGraw-Hill/Irwin.