

A Systematic Review for Developing A Strategic Framework to Realize the Slogan of the Year "Production Leap with People's Participation"

Vahid Baradaran

Associate Professor, Industrial Engineering Department, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran (Corresponding author).


v_baradaran@iau.ac.ir

 0000-0001-5385-629X

Atiyeh Dadjoye Tavakoli

Ph.D. in Educational Management, Faculty of Management and Economics, Islamic Azad University Science & Research Branch, Tehran, Iran.

Ati.dadjoo@yahoo.com

 0000-0000-0000-0000

Mahya Mohammadi

Ph.D. in Business Management, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.

mmohammadi@atu.ac.ir

 0000-0000-0000-0000

Abstract

By naming the year 1403 the year of "Production Leap with People's Participation," the Supreme Leader of the Revolution played his inspiring, far-sighted, and transformative leadership role in mobilizing resources, motivating, providing strategic direction, and aligning goals and programs in the administration of the country well. Formulating strategies related to the slogan of the year as one of the stages of the strategic planning process, provided that it is based on a correct understanding of it and paying attention to all its dimensions, paves the way for the realization of this slogan. This research aims to definition the various aspects of the slogan of the year, gathering strategies for its realization based on a systematic review of past research, and also provide a framework for the relationship between dimensions and strategies. With a comprehensive review of previous research in reputable databases such as SID and Civilica, and the Comprehensive Humanities Portal, relevant information sources have been identified. Based on the literature and experts' opinions, the dimensions and components of the slogan have been defined and after refining the collected strategies, 32 major strategies have been formulated in this field. The strategies have been categorized into three categories: support and production leap, public participation, and productivity promotion. Finally, the relationship between the dimensions and strategies has been presented in a codified framework consisting of five levels. This framework can be a guide for formulating programs and organizing resources to realize the slogan of the year 1403.

Keywords: Strategies for realizing the slogan of the year, Production leap, Public participation, Systematic review methodology.

Extended abstract

Purpose

This article aims to conceptual definition of the dimensions of the slogan of the year 1403, that is, the leap in production and people's participation, collect the most important strategies for realizing the slogan of the year from existing studies and research, create a framework from the collected strategies, and also establish a connection between the dimensions and strategies.

Design/Methodology/Approach

The present study is based on a systematic review method, which is one of the types of qualitative research methods for examining phenomena and identifying categories based on research literature. Using a systematic review research method, this study attempts to provide a comprehensive framework for organizing actions to realize the year's slogan. To achieve the research objectives, according to the systematic review method, studies and research with the two keywords "production leap" and "people's participation" were first selected from reputable databases such as SID and Civilica and the Comprehensive Humanities Portal using the available sampling method. Next, research was considered that was in the field of the slogan of the year, emphasizing the concept of production leap and people's participation; it should be noted that the number of this category of research was not large. On the other hand, given that the aim of the research is to systematically review strategies for boosting production with public participation, after studying the research with the aforementioned concepts, 14 studies were included in the study.

Based on studies and research, as well as the opinions of experts, the dimensions of the slogan of the year have been defined, and after refining the collected strategies, a framework including 32 major strategies has been developed to realize the slogan of the year. The strategies are categorized into three categories: support and production leap strategies, public participation, and productivity enhancement. Finally, the relationship between dimensions and strategies is presented in a codified framework (model) consisting of five levels.

Finding

A "production leap" is defined as a multiple growth in economic indicators such as gross domestic product (GDP) compared to the past in a short period of time through the creation of wealth and added value through the

production of products and services. "People's participation" is also the participation and presence of different groups of people in economic areas and is considered one of the pillars of democracy and aspects of governance.

The strategies are summarized in several sections: production support strategies, production leap culture, effective production leap strategies, and transformational strategies of popular governance in production leap. Economic prosperity and a production leap can be achieved through two paths that have been interpreted as axes: increasing investment and increasing productivity. To increase production, either new investments must be made in the production of products and services in various economic sectors of the country, or existing resources must be better used to increase output, which is referred to as productivity. The existence of both axes is essential to realize the motto of the year. Reinforcing levers to increase the two axes of investment and productivity, including push and pull levers, production of outputs, and reduction of inputs, are presented in the proposed framework. Levers in the proposed model are known as the arms and drivers of the axes of realizing the slogan of the year. Push levers refer to strategies, procedures, and actions that force economic subsectors that affect the production leap to make new investments or increase productivity. The adoption and implementation of applicable laws and regulations are among the leverage measures. In contrast, pull levers provide the basis for attracting investment and increasing productivity by encouraging stakeholders. In addition to the push and pull levers that are effective in improving productivity, things such as upgrading technology or improving procedures and methods of doing work help improve productivity with the help of levers that increase outputs or reduce resources consumed.

Research limitations/implications

Adding appropriate strategies to the proposed framework in this research using questionnaire and interview-based methods and developing operational plans in various sectors are among the suggested areas for developing the present research.

Practical implications

The proposed framework helps researchers and managers in the country's public and private sectors, in addition to using the strategies collected to achieve the slogan, to develop new strategies and to carry out the necessary planning and organization for their implementation.

Social implications

If a country is considered a system, the slogan of the year can be considered equivalent to the system's goals in its strategic planning process. The next step in the traditional process of strategic planning is to develop appropriate strategies to achieve the goals. Strategies give direction to plans and actions and determine the path to achieving goals.

Originality/value

Given the importance and aspects of the slogan of the year 1403, there is a need for appropriate strategies to realize it. In the past, research and strategic proposals have been presented to realize important and significant aspects of the slogan "Production Leap with People's Participation". In this article, an attempt has been made to collect strategies for realizing the two key concepts of the year's slogan, namely "production leap" and "people's participation", and to present a framework for strategies for realizing the year's slogan, using the systematic review research method. Using a systematic review method minimizes biases. Although limited and separate research has been conducted on the subject of production growth and people's participation, the need for comprehensive identification, analysis, and classification of strategies for realizing the slogan of the year is felt, which is addressed as a research gap in this article.

Keywords: Strategies for realizing the slogan of the year, Production leap, Public participation, Systematic review methodology.

راهبردهای تحقق شعار سال «جهش تولید با مشارکت مردم»: مروری نظام‌مند

وحید برادران

دانشیار، گروه مهندسی صنایع، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).
v_baradaran@iau.ac.ir ID 0000-0001-5385-629X

عطیه دادجوی توکلی

دانش‌آموخته دکتری مدیریت آموزشی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران.
Ati.dadjoo@yahoo.com ID 0000-0000-0000-0000

مهیا محمدی

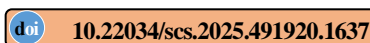
دانش‌آموخته دکتری مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.
mmohammadi@atu.ac.ir ID 0000-0000-0000-0000

چکیده

رہبر معظم انقلاب با نام‌گذاری سال ۱۴۰۳ به نام سال «جهش تولید با مشارکت مردم» نقش رهبری الهام‌بخش، دوراندیش و تحول‌آفرین خود در بسیج منابع، انگیزه‌بخشی، جهت‌دهی راهبردی و هم‌سویی اهداف و برنامه‌ها را در اداره کشور به‌خوبی ایفا کردند. تدوین راهبردهای مرتبط با شعار سال به‌عنوان یکی از مراحل فرایند برنامه‌ریزی راهبردی به شرط آنکه مبتنی بر درک صحیح از آن و توجه به تمامی ابعاد آن باشد، زمینه را برای تحقق این شعار فراهم می‌کند. این پژوهش با هدف تعریف مفهومی ابعاد شعار سال ۱۴۰۳ یعنی جهش تولید و مشارکت مردم، گردآوری مهم‌ترین راهبردهای تحقق شعار سال از مطالعات و تحقیقات موجود، ایجاد یک چهارچوب از راهبردهای جمع‌آوری شده و همچنین تبیین ارتباط میان ابعاد و راهبردها انجام شده است. با مروری جامع بر مطالعات و تحقیقات موجود در پایگاه‌های اطلاعاتی معتبر منابع اطلاعاتی مرتبط گردآوری شده‌اند. با استناد به مطالعات و پژوهش‌ها و همچنین نظرهای خبرگان، ابعاد شعار سال تعریف شده و پس از پالایش راهبردهای گردآوری شده، یک چهارچوب شامل ۳۲ راهبرد کلان در زمینه تحقق شعار سال تدوین شده است. راهبردها در سه دسته راهبردهای حمایت و جهش تولید، مشارکت مردم و ارتقا بهره‌وری دسته‌بندی شده و درنهایت ارتباط میان ابعاد و راهبردها در یک چهارچوب (مدل) مدون متشکل از پنج سطح ارائه شده است. این چهارچوب می‌تواند راهنمایی برای تدوین برنامه‌ها و سازمان‌دهی منابع برای تحقق شعار سال ۱۴۰۳ باشد.

کلیدواژه‌ها: راهبردهای تحقق شعار سال، جهش تولید، مشارکت مردم، مرور نظام‌مند.

شاپای الکترونیک: ۶۵۵X-۲۵۸۸ / پژوهشکده تحقیقات راهبردی / فصلنامه علمی راهبرد اجتماعی فرهنگی



مسئولیت مقاله از نظر محتوای علمی و نظرهای مطرح‌شده در متن آن، به عهده نویسندگان و یا نویسنده مسئول مقاله می‌باشد و مورد تأیید / عدم تأیید صاحب امتیاز نشر به راهبرد اجتماعی فرهنگی نمی‌باشد.

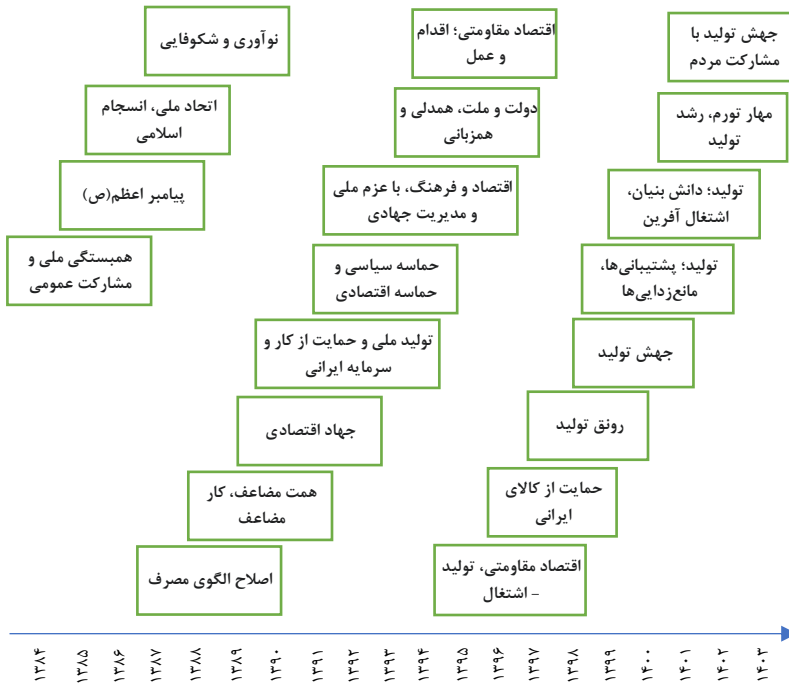
مقدمه و بیان مسئله

رهبری الهام‌بخش و آینده‌نگر یکی از اصلی‌ترین اصول مدل‌های تعالی و سیستم‌های مدیریتی است. رهبر فرزانه، حکیم و معظم انقلاب (مدظله العالی) این اصل رهبری را از منظر علم مدیریت با تنظیم شعار سال از سال ۱۳۷۸ به‌طور رسمی وارد عرصه مدیریت کشور کردند. ایشان با نام‌گذاری هر سال به یک نام، نقش الهام‌بخشی خود را در هدایت جامعه و بسیج منابع برای تحقق آن به‌خوبی ایفا کردند. این شیوه هوشمندانه برای هدایت جامعه به سمت تعالی و کمال، پیامدهای اثربخشی در جامعه و تلاش جمعی برای حل مشکلات و مسائل کشور داشته است. انتخاب نام که ابتدای هر سال و همزمان با پیام نورزوی مقام معظم رهبری اعلام می‌شود با درایت و متناسب با شرایط جامعه و برگرفته از مسائل روز انتخاب می‌شود. در شکل ۱، شعار ۲۰ سال اخیر نشان داده شده است. آنچه از روند نام‌گذاری سال‌ها طی دو دهه گذشته مشخص است، مقام معظم رهبری با تحلیل کامل عوامل داخلی و خارجی تأثیرگذار بر جهت‌گیری‌های راهبردی کشتی نظام جمهوری اسلامی در دو دهه اخیر بر سه موضوع همدلی و مشارکت، اقتصاد و تولید تأکید داشته‌اند. معظم‌له، سال ۱۴۰۳ را سال «جهش تولید با مشارکت مردم» نام‌گذاری کردند. درک مفاهیم این شعار و انطباق آن با شرایط و علل نام‌گذاری سال به این عنوان به درک توانایی و قدرت رهبری نام‌گذارنده و راهبردهای تحقق آن کمک می‌کند. اول؛ شعار سال ترکیبی از چهار واژه جهش، تولید، مشارکت و مردم است که ترکیبی از سه موضوعی است که در طی بیست سال گذشته بر آن تأکید شده است. از این‌رو، شعار سال ۱۴۰۳ را می‌بایست نقطه عطفی در جهت‌گیری‌های راهبردی کشور و همراستا و تداوم‌بخش جهت‌گیری‌های سال‌های گذشته دانست. به‌عبارت‌دیگر، جهت‌گیری راهبردی با عنوان «جهش تولید با مشارکت مردم» ادامه‌دهنده و مکمل رویکردهای راهبردی سال‌های گذشته است و موضوعی متفاوت و تغییر جهت در آن نیست؛ بنابراین تداوم راهبردها و برنامه‌های سال‌های گذشته به دلیل ذکر اشعار سال‌های گذشته در شعار سال جاری مورد انتظار است. دوم؛ توجه به مسائل اقتصادی در دهه گذشته محور اصلی اشعار سال بوده و در شعار سال جاری نیز به این موضوع تأکید شده است. با این تفاوت که عامل اصلی رشد اقتصادی در رونق و رشد تولید دیده شده است. آنچه از عنوان شعار سال جاری برداشت می‌شود آن است که توسعه و ارتقای سطح تولیدات و بهبود کارآفرینی از طریق مشارکت مردم محقق می‌شود. رشد تولید در زمان کوتاه که تعبیر به جهش تولید می‌شود، رویکرد مقابله با تحریم‌های ظالمانه در سال‌های

اخیر و روش تحقق اقتصاد مقاومتی است. نتیجه پیشرفت در تولید، رفاه و خودکفایی کشور و ارتقاء سطح اعتماد به نفس عمومی است (سپهوند؛ تقی‌پور و مؤمنی‌مفرد، ۱۳۹۹، ص. ۷۵). سوم؛ اگر رشد تولید با تصمیمات دولت‌ها و اقدامات آنها قابل محقق شدن باشد؛ یقیناً جهش تولید بدون همیاری و مشارکت مردم امکان‌پذیر نیست. تجربه جمهوری اسلامی نشان می‌دهد، حضور و مشارکت مردم در عرصه‌های گوناگون سیاسی، نظامی و سازندگی، همچون مشارکت در فرایندهای انتخاباتی، دفاع مقدس، نهضت سوادآموزی، جهاد سازندگی، پویش‌های مردمی در بلایای طبیعی و مواردی از این دست توانسته است کارهای عظیمی در جامعه انجام شود که بدون همکاری آنها مقدور نبوده است. رویکرد استمداد از مردم و حضور آنها در جامعه توانسته موانع کوچک و بزرگ بسیاری را از ابتدای انقلاب تاکنون بردارد (حسینی و سلیمانی، ۱۳۹۸، ص. ۱۳۲). چهارم؛ در موضوع مشارکت به مشارکت عامه مردم تأکید شده و تنها محدود به مشارکت نهاد و گروه خاصی نیست. تولیدکنندگان، کارآفرینان، بازاریان، دانشجویان، شرکت‌های دانش‌بیان، مدیران، دستگاه‌های اجرایی، ایرانیان خارج از کشور، سرمایه‌گذاران، بانک‌ها و مؤسسات مالی و... نمونه‌هایی از جامعه مردم هستند که با حضور آنها جهش تولید اتفاق می‌افتد. پنجم؛ جهش رویدادی متفاوت از رونق، رشد و افزایش و ارتقاء است. جهش به معنی افزایش قابل توجه در مدت‌زمان کوتاه. یقیناً جهش بدون تغییر نگرش و تغییر رویه‌های بنیادی اتفاق نمی‌افتد. اگر سیستمی با رویه‌ها و نگرش‌های حاکم بر گذشته کار کند، در خوشبینانه‌ترین حالت رشد را تجربه خواهد کرد. جهش در سیستم‌ها نتیجه تغییرات بنیادی در همه حوزه‌ها مانند نگرش، رویه‌ها، ابزارها و... است. ششم؛ در شعار سال، نوع و شیوه مشارکت نیز مورد توجه قرار گرفته است. در شعار سال تنها به همدلی و نظاره کردن تأکید نشده است. مشارکت از نوع حرکت و همراه شدن است و با نظاره‌گری متفاوت است. در شراکت، شریک به‌طور مستقیم از نتایج و دستاوردها بهره‌مند می‌شوند؛ بنابراین برای موفقیت‌ها مستقیماً تلاش می‌کند و به تعبیری در متن حضور دارد و نقش‌آفرینی می‌کند.

اگر کشور، یک نظام و سیستم در نظر گرفته شود؛ شعار سال را می‌توان معادل اهداف سیستم در فرایند برنامه‌ریزی راهبردی آن دانست. مرحله بعدی در فرایند مرسوم در برنامه‌ریزی راهبردی، تدوین راهبردهای مناسب برای تحقق اهداف است. راهبردها به برنامه‌ها و اقدامات جهت می‌دهند و مسیر رسیدن به اهداف را تعیین می‌کنند. با توجه به اهمیت و وجوه شعار سال ۱۴۰۳، نیاز به راهبردهای مناسب برای تحقق آن احساس می‌شود. در گذشته، پژوهش‌ها و پیشنهادهای راهبردی برای

تحقق جنبه‌های مهم و حائز اهمیت شعار «جهش تولید با مشارکت مردم» ارائه شده است. در این مقاله سعی شده است با بهره‌گیری از روش تحقیق مرور نظام‌مند، راهبردهای تحقق دو مفهوم کلیدی شعار سال یعنی «جهش تولید» و «مشارکت مردم» گردآوری و چهارچوبی برای راهبردهای تحقق شعار سال ارائه شود. استفاده از روش مرور نظام‌مند، سوگیری‌ها را به حداقل می‌رساند.



شکل (۱): روند تغییرات شعارهای سال در دو دهه اخیر

۱. اهداف پژوهش

مقاله حاضر با هدف تعریف مفهومی ابعاد شعار سال ۱۴۰۳ یعنی جهش تولید و مشارکت مردم، گردآوری مهم‌ترین راهبردهای تحقق شعار سال از مطالعات و تحقیقات موجود، ایجاد یک چهارچوب از راهبردهای جمع‌آوری شده و همچنین ایجاد ارتباط میان ابعاد و راهبردها انجام شده است. از نظر کاربردی، این پژوهش به حکمرانان، کنشگران عرصه تولید و سیاست‌گذاران این حوزه کمک می‌کند تا برنامه‌ها و اقدامات مؤثری برای تحقق شعار سال تنظیم کنند.

۲. سؤال‌های پژوهش

سؤال‌های پژوهش حاضر عبارت‌اند از:

- ۱- تعریف مفهومی ابعاد شعار سال ۱۴۰۳ چیست؟
- ۲- مهم‌ترین راهبردهای تحقق شعار «جهش تولید با مشارکت مردم» از مطالعات و تحقیقات موجود کدام‌اند؟
- ۳- راهبردهای جمع‌آوری شده چگونه در یک چهارچوب قرار می‌گیرند و ارتباط بین ابعاد و راهبردها چگونه است؟

۳. پیشینه پژوهش

در گذشته، مطالعات و پژوهش‌ها به صورت گسسته پیرامون تعریف و بیان اهمیت و ضرورت دو مفهوم «جهش تولید» و «مشارکت مردم» و همچنین تدوین راهبردهای تحقق آنها انجام شده است. دسته‌ای از این پژوهش‌های انجام شده مربوط به تعریف مفاهیم جهش تولید و مشارکت مردم هستند؛ از جمله به‌روزیاتی و همکاران (۱۴۰۱) که مفهوم مشارکت مردم را در دوحیطه سیاسی و اجتماعی بررسی و تحلیل کردند و نشان دادند که مشارکت مردم از مهم‌ترین مؤلفه‌های تداوم و استمرار انقلاب اسلامی است.

محمودی و رستگارخالد (۱۳۹۴) نشان دادند مردم‌سالاری دینی در واقع جمع بین اصول دینی و مردم‌سالاری است؛ اما آنچه که اهمیت بیشتری دارد بخش سنت و یا دین می‌باشد که در آن عنصر رهبری از جایگاه ویژه برخوردار است؛ زیرا می‌تواند بخش بسیاری از مشارکت مردم و بسیج توده‌ای را بر عهده داشته باشد.

سپهوند و همکاران (۱۳۹۹) نیز آموزه‌های دینی، فرهنگ مصرف، سرمایه انسانی، فرهنگ کار، فرهنگ کارآفرینی، فرهنگ بهره‌وری، خودباوری و رهبری هدفمند را جزء مهم‌ترین عوامل مؤثر در شکل‌گیری فرهنگ جهش تولید برشمردند. در این زمینه، پژوهش‌هایی با موضوع راهبردهای تحقق جهش تولید یا مشارکت مردم انجام شده است. از جمله: راهبردهای تحولی حکمرانی مردمی در جهش تولید (نجفی رستاقی؛ رجب‌پور و شجاعی، ۱۴۰۳؛ میرباقری، ۱۴۰۲)؛ راهبرد زنجیره تأمین (محمودی فریدون، ۱۴۰۳)؛ راهبردهای حمایت از تولید (سیاح و شهبازی غیثی، ۱۳۹۹)؛ راهبرد جمع‌سپاری (فلاح‌تفتی؛ زحمت‌کش سردوراهی و گورنگی، ۱۳۹۹)؛ راهبرد ارتقاء بهره‌وری (راعی و برادران، ۱۴۰۲؛ برادران، ۱۳۹۷)؛ راهبرد خوشه‌های صنعتی (شریف‌زادگان و نورائی، ۱۳۹۵).

اگرچه به صورت محدود و جداگانه پژوهش‌هایی پیرامون موضوع رشد تولید و مشارکت مردم انجام شده است؛ اما ضرورت شناسایی جامع، تحلیل و دسته‌بندی راهبردهای تحقق شعار سال احساس می‌شود که به‌عنوان خلأ تحقیقاتی در این مقاله به آن پرداخته شده است.

۴. ملاحظات نظری

این بخش به تعریف و تفسیر ابعاد شعار «جهش تولید و مشارکت مردم» و مبانی نظری پیرامون آن اختصاص داده شده است. شعار سال ۱۴۰۳ از دو مفهوم «جهش تولید» و «مشارکت مردم» تشکیل شده است.

۴-۱. جهش تولید

جهش تولید عبارت است از افزایش پرشتاب، مستمر و درون‌زا در سطح تولید کالا و خدمات، به‌منظور کاهش عقب‌ماندگی تاریخی و اقتصادی، از طریق بهره‌گیری کارا از عوامل مؤثر بر تولید از جمله تقاضا، سرمایه، نیروی انسانی، مواد اولیه، علم و فناوری، زیرساخت، محیط کسب‌وکار و فرهنگ تولید و یا ایجاد تغییرات بنیادین (غفاری؛ سعیدی و معلی، ۱۴۰۲، ص. ۱۷۴). علاوه بر موضوع جهش که با نگرش جامع و تحولی همراه است و بدون برنامه‌ریزی نیز محقق نمی‌شود؛ واژه تولید در شعار سال تنها به ارائه محصولات اشاره نمی‌کند. واژه تولید در شعار سال یک اصطلاح است و منظور ارائه محصولات و خدمات با ارزش افزوده‌ای است که ارتباط تنگاتنگی با رشد اقتصادی دارند. رشد اقتصادی را تغییرات سالانه تولید ناخالص داخلی کشور تعریف می‌کنند و تولید ناخالص داخلی نیز مجموع ارزش بازاری مجموع محصولات و خدمات تولیدشده در داخل کشور است؛ بنابراین موضوع جهش تولید اشاره به افزایش جهش چند برابری شاخص‌هایی مانند تولید ناخالص داخلی کشور در یک بازه زمانی کوتاه از طریق افزایش تولید و خدمات مشروط به حفظ کیفیت و بهره‌وری است. دقت شود که افزایش تولید به معنی افزایش بی‌رویه منابع و کاهش سطح کیفیت خدمات نیست بلکه زمانی که صحبت از ارزش افزوده می‌شود، هر دو موضوع بهره‌وری و کیفیت در آن مستتر است.

۴-۲. مشارکت مردم

مشارکت مردم یکی از اصول اساسی اسلام و از ریشه‌های تداوم انقلاب اسلامی محسوب می‌شود (به‌روزیاتی؛ سلطان‌محمدی و زارع‌کار، ۱۴۰۱، ص. ۱۳۹). اهمیت

و نقش مشارکت و حضور مردم در عرصه‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی از زمان تولد انقلاب اسلامی تا امروز بسیار مورد توجه بوده و به‌عنوان یکی از جنبه‌های مردم‌سالاری دینی و رمز بقای حکومت اسلامی ذکر شده است (بیانات مقام معظم رهبری در اجتماع زائران و مجاوران حرم مطهر رضوی، ۱۳۸۸/۰۱/۰۱). از نمونه‌های مشارکت مردم می‌توان به مشارکت مردم در قانون‌گذاری (رستمی، ۱۳۸۷)، توسعه اجتماعی (اکبریان و فتحی، ۱۳۹۱)، اقتصاد مقاومتی (قادری؛ قادری و حجازی، ۱۳۹۴) و رشد اقتصادی کشور (حسینی و سلیمانی، ۱۳۹۸) اشاره کرد. مقام معظم رهبری در بیانات خود در مراسم تحلیف چهاردهمین رئیس جمهوری می‌فرماید: «کلمه جمهوری در «جمهوری اسلامی» حاکی از این است که در ذات این نظام، حضور مردم لحاظ شده؛ بنابراین دوام جمهوری اسلامی و قوام جمهوری اسلامی و عزت جمهوری اسلامی و آبروی جمهوری اسلامی در دنیا متوقف به حضور مردم است» (بیانات مقام معظم رهبری پس از انداختن رای به صندوق چهاردهمین انتخابات ریاست جمهوری، ۱۴۰۳/۴/۸). همچنین ایشان، مشارکت عمومی را نشان‌دهنده همبستگی ملی می‌دانند و معتقدند همبستگی ملی می‌تواند در مقابل توطئه‌های دشمنان به کشور مصونیت ببخشد (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار مردم شهرستان جیرفت، ۱۳۸۴/۰۲/۱۷). ایشان علاوه بر اینکه همگان را به مشارکت حداکثری مردم در عرصه‌های سیاسی مانند «انتخابات» و اجتماعی مانند «ایران همدل» برای کمک به مردم مسلمان غزه و لبنان توصیه کرده‌اند، به حضور مردم و مشارکت آنها در عرصه‌های اقتصادی نیز تأکید دارند. ایشان در سخنرانی نوروزی خود در سال ۱۳۸۶ در این زمینه می‌فرمایند:

«از سیاست‌های اصل ۴۴ همه باید استفاده کنند. کسانی که توانایی سرمایه‌گذاری دارند، حتی افرادی که می‌توانند سرمایه‌گذاری را با اجتماع و شرکت انجام دهند، این‌ها راه دارد. آحاد مردم و صنوف مختلف مردم می‌توانند سرمایه‌گذاری کنند؛ می‌توانند در این راه با یکدیگر شریک شوند و سهام باشند. علاوه بر سهام عدالتی که تقریباً ده میلیون نفر را شامل می‌شود - که مال دو دهک پایین جامعه است - بقیه آحاد مردم هم می‌توانند از این سیاست‌ها استفاده کنند؛ راه دارد. مسئولین دولتی باید راه‌های مشارکت مردم را در فعالیت‌های اقتصادی به آن‌ها بگویند» (بیانات مقام معظم رهبری در اجتماع زائران و مجاوران حرم مطهر رضوی، ۱۳۶۸/۰۱/۰۱).

همواره ایشان به دولت‌ها تأکید می‌کنند که از این ثروت عظیم ملی استفاده کنند

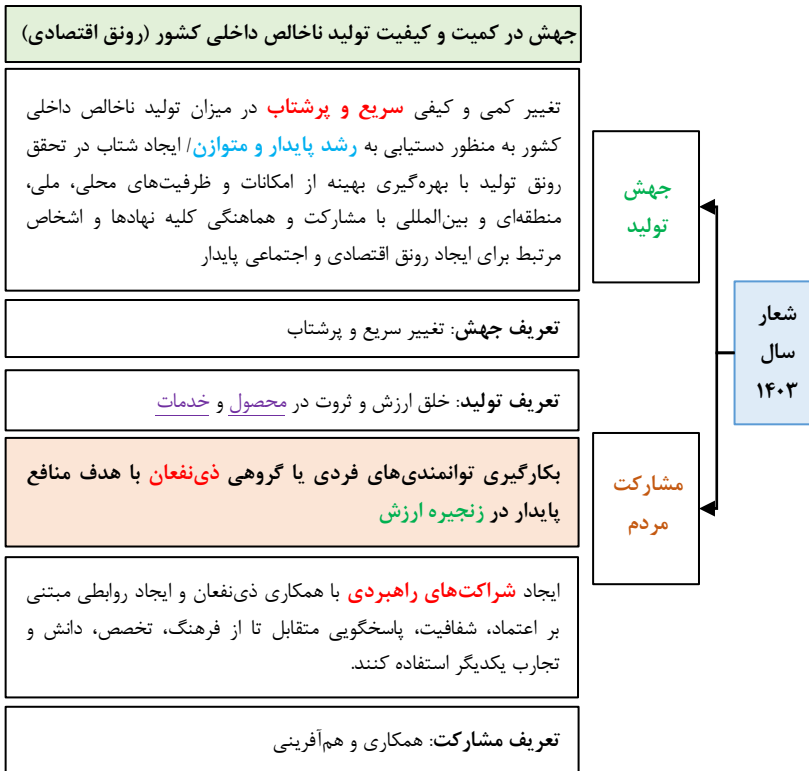
و راه برون‌رفت از مشکلات را استفاده از ظرفیت مردمی معرفی می‌کنند (بیانات مقام معظم رهبری در مراسم تنفیذ حکم چهاردهمین دوره ریاست جمهوری اسلامی ایران مشارکت مردم، ۱۴۰۳/۰۵/۰۷).

مشارکت و مردم‌سالاری دینی در ابتدای انقلاب مورد توجه معمار کبیر انقلاب حضرت امام خمینی (رحمت‌الله‌علیه) نیز بوده است. حضرت امام با طرح جمهوری اسلامی برای گذار از سلطنت و سلطنت مشروطه می‌فرمایند: «من مخالف اصل سلطنت و رژیم شاهنشاهی ایران هستم به دلیل این که اساساً سلطنت نوع حکومتی است که متکی به آراء ملت نیست... فرق بین جمهوری اسلامی و شاهنشاهی این است که جمهوری اسلامی از مردم است و جمهوری اسلامی رهین همین مردم عادی است...». در دیدگاه امام خمینی (رحمت‌الله‌علیه) جمهوریت به معنای متکی بودن بر آراء عمومی و اسلامیت مبتنی بودن بر قانون الهی است. براین‌اساس در مدت زمانی کوتاه نظامی شکل گرفته که درصدد تعبیه دین و مردم به‌عنوان مؤلفه‌های کلیدی نظام‌سازی بود و این امر از طریق ایجاد نهاد میسر شد (محمودی و رستگارخالد، ۱۳۹۴، ص. ۱۰۴۷).

مسئله مشارکت مردمی در اقتصاد در چند دهه گذشته فراز و فرودهای متنوعی را تجربه کرده است. در دوره‌ای، مشارکت مردمی به حضور شرکت‌های بخش خصوصی در اقتصاد تقلیل داده می‌شد و واگذاری شرکت‌های دولتی به بخش خصوصی مورد توجه بود که قادر بود کارایی و بهره‌وری را از طریق ابداع و نوآوری دنبال کرده و جهش اقتصادی را با بهره‌برداری بهتر از منابع دنبال کند. درحالی‌که در دوره‌های اخیر، مشارکت مردمی فراتر از حضور شرکت‌های خصوصی، نقش‌آفرینی تشکل‌های مردمی (مانند: انجمن‌ها و نهادهای مدنی، نهادهای کارفرمایی و کارگری و حتی تشکل‌های تعاونی) را نیز شامل شده است که با رساندن نظرهای شهروندان نسبت به عملکرد دولت و شرکت‌ها به آنها و هم‌اندیشی و کمک در راستای اجرای بهتر سیاست‌ها، دولت و بخش خصوصی را در راستای اتخاذ سیاست‌ها و حوزه‌های درست فعالیت راهنمایی می‌کنند (رجب‌پور، ۱۴۰۳).

در شکل ۲، ابعاد شعار سال تعریف شده و به برخی از مهم‌ترین وجوه آن اشاره شده است. آنچه مشخص است، مشارکت مردم رمز بقای حکومت اسلامی و از مظاهر مردم‌سالاری دینی است. همان‌طور که در عمر پربرکت انقلاب اسلامی، مردم در عرصه‌های سیاسی، اجتماعی و فرهنگی نقش‌آفرینی کرده‌اند و در حل مشکلات و رفع موانع در این حوزه‌ها کمک کرده‌اند؛ یقیناً حضور و مشارکت در مردم در

عرصه‌های اقتصادی نیز می‌تواند رویکرد حل مسئله اقتصادی و عامل تسریع در رشد اقتصادی که تعبیر به جهش می‌شود، باشد. رشد اقتصادی نیز معلول رشد و رونق تولید است. شراکت و حضور آحاد مردم شامل شخصیت‌های حقیقی و حقوقی در بخش‌های مختلف تولید محصولات و خدمات شامل سرمایه‌گذاری، ایده‌ها، تصمیم‌گیری‌ها، قانون‌گذاری‌ها و... کلید رشد و رونق تولید شناسایی شده است.



شکل (۲): تعریف ابعاد شعار سال ۱۴۰۳

بنابراین، رشد سریع، پایدار و متوازن در خلق ارزش و ثروت را جهش تولید و همکاری گروه‌های مختلف ذی‌نفعان از طریق شراکت‌های راهبردی با آنان را مشارکت مردم در ابعاد مختلف شعار سال ۱۴۰۳ تعریف می‌کنیم. هر دو مؤلفه از مهم‌ترین اصول و مبنای جمهوری اسلامی محسوب می‌شود.

۵. روش پژوهش

مرور سیستماتیک یا نظام‌مند یکی از انواع روش‌های تحقیق کیفی است که برای بررسی پدیده‌ها و شناسایی مقوله‌ها بر اساس ادبیات پژوهش استفاده می‌شود. این روش مطالعه، ابزاری قوی برای مطالعه و تشخیص همه‌جانبه و تحلیل مطالعات مرتبط برای پاسخ‌گویی به پرسش‌های پژوهش مورد نظر است. در این روش، پژوهش‌های کاربردی که پدیده مورد مطالعه را به کار گرفته‌اند، به صورت نظام‌مند مرور می‌شوند. پژوهش حاضر نیز مبتنی بر روش مرور نظام‌مند یا سیستماتیک بر روی مطالعات و تحقیقات موجود در حوزه شعار سال ۱۴۰۳ «جهش تولید با مشارکت مردم» است. ابتدا مطالعات و تحقیقات با دو کلیدواژه «جهش تولید» و «مشارکت مردم» از پایگاه‌های اطلاعاتی معتبر نظیر SID و Civilica و پورتال جامع علوم انسانی به روش نمونه‌گیری دردسترس انتخاب شده‌اند. در ادامه پژوهش‌هایی مدنظر قرار گرفت که در حوزه شعار سال با تأکید بر مفهوم جهش تولید و مشارکت مردم بودند؛ لازم به ذکر است تعداد این دسته از پژوهش‌ها زیاد نبود. از طرفی با توجه به اینکه هدف پژوهش مرور نظام‌مند راهبردهای جهش تولید با مشارکت مردم می‌باشد، پس از مطالعه پژوهش‌های دارای مفاهیم نام برده، ۱۴ پژوهش وارد مطالعه شده‌اند. برای جلوگیری از سوگیری محقق، استخراج و ارزیابی کیفیت پژوهش‌های نهایی توسط اساتید دانشگاه انجام شده است. پس از انتخاب نهایی ۱۴ پژوهش، متن آنها به‌طور کامل مطالعه و بررسی شده تا در نهایت چهارچوبی برای راهبردهای تحقق شعار سال تهیه شود. اطلاعات کامل مربوط به پژوهش‌های منتخب به‌طور خلاصه در جدول شماره ۱ آمده است.

جدول (۱): فهرست پژوهش‌های منتخب

عنوان	نام نویسندگان	سال	نام مجله/نشر	موضوع استخراج شده
گزارش درآمدی بر منشور حکمرانی مردمی در جهش تولید	نجفی و همکاران	۱۴۰۳	دفتر مطالعات حکمرانی (مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی)	راهبردهای تحولی حکمرانی مردمی در جهش تولید
جهش تولید چیست؟	محمودی فریدون	۱۴۰۳	مجله بین‌المللی نساجی موفق	راهبرد زنجیره تأمین مفهوم جهش تولید
الزامات تحقق مشارکت	رجب‌پور	۱۴۰۳	گزارش مرکز	مفهوم مشارکت مردم

عنوان	نام نویسندگان	سال	نام مجله/نشر	موضوع استخراج شده
مردم در جهش تولید			پژوهش‌های اتاق ایران	
حکمرانی مشارکتی: روش‌ها و ابزارهای سیاسی آن در ایران	میرباقری	۱۴۰۲	مجله علمی راهبرد	راهبرد حکمرانی مشارکتی
مدل بلوغ مرحله‌ای حکمرانی الکترونیک بر مبنای دسته‌بندی زیرمؤلفه‌های ارزیابی	راعی و برادران	۱۴۰۲	مجله چشم‌انداز مدیریت دولتی	راهبرد ارتقاء بهره‌وری
موانع و چالش‌های مشارکت مردمی و مدل پیشنهادی جهت افزایش مشارکت مردمی در جهش تولید	احمدی	۱۴۰۲	مجله امنیت اقتصادی	راهبردهای افزایش مشارکت مردم
جایگاه مشارکت مردم در تداوم انقلاب اسلامی با تأکید بر بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی	بهروزبیاتی و همکاران	۱۴۰۱	مجله حکومت اسلامی	مفهوم مشارکت مردم
گزارش درباره جهش تولید: ۱- الگوی راهبردی حمایت از تولید در ایران	سیاح و شهبازی غیائی	۱۳۹۹	معاونت پژوهش‌های اقتصادی، دفتر: مطالعات اقتصادی	راهبردهای حمایت از تولید
شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر در شکل‌گیری فرهنگ جهش تولید با روش دلفی فازی	سپهوند و همکاران	۱۳۹۹	فصلنامه راهبردی اجتماعی - فرهنگی	عوامل مؤثر بر شکل‌گیری فرهنگ جهش تولید
عوامل کلیدی موفقیت جمع‌سپاری در توسعه توانمندی‌های مقصد گردشگری	فلاح تفتی و همکاران	۱۳۹۹	دوفصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری	راهبرد جمع‌سپاری
جهش تولید؛ چیستی، چرایی و راهبردهای	بسپج اساتید و نخبگان	۱۳۹۹	حوزه علمیه قم	راهبردهای جهش تولید

عنوان	نام نویسندگان	سال	نام مجله/نشر	موضوع استخراج شده
تحقق آن				
بهره‌وری سبز (ابزارها و رویکردها)	برادران	۱۳۹۷	نشر دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال	راهبرد ارتقاء بهره‌وری
واکاوی اثرات خوشه‌های صنعتی بر توسعه منطقه‌ای مورد پژوهی؛ خوشه‌های صنعتی سنگ منطقه کلانشهر اصفهان	شریف‌زادگان و نورائی	۱۳۹۵	فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای	راهبرد خوشه‌های صنعتی
تعمیق مردم‌سالاری دینی و مشارکت مردمی	محمودی و رستگارخالد	۱۳۹۴	مجموعه مقالات هشتمین کنگره پیشگامان پیشرفت	مفهوم مشارکت مردم

۶. یافته‌های پژوهش

۶-۱. راهبردهای تحقق شعار «جهش تولید با مشارکت مردم»

در پژوهش حاضر تلاش شد با استفاده از مرور نظام‌مند مطالعات و پژوهش‌های موجود به پرسش‌های پژوهش پاسخ داده شود. پرسش اول در رابطه با تعریف مفهومی ابعاد شعار سال ۱۴۰۳ است که در بخش ملاحظات نظری به آن پرداخته شد. پرسش‌های دیگر بر جمع‌آوری مهم‌ترین راهبردهای تحقق شعار سال از مطالعات و تحقیقات موجود، ایجاد یک چهارچوب از راهبردهای جمع‌آوری‌شده و ارتباط بین ابعاد و راهبردها تأکید داشته است که در ادامه به آنها پاسخ داده می‌شود. بر اساس مرور نظام‌مند مطالعات و پژوهش‌های موجود، راهبردهای تحقق شعار سال گردآوری شده‌اند. از آنجاکه راهبردها در منابع مختلف در مواردی هم‌پوشانی دارند و یا ادبیاتی از جنس راهبرد نداشته‌اند، راهبردهای گردآوری‌شده بازبینی، دسته‌بندی و ویرایش شده‌اند و در نهایت ۳۲ راهبرد در سه دسته راهبردهای افزایش سرمایه‌گذاری در بخش تولید، افزایش مشارکت مردم و ارتقاء بهره‌وری جای گرفتند.

۶-۱-۱. راهبردهای افزایش سرمایه‌گذاری در بخش تولید

بر اساس مطالعات موجود، برآیند آسیب‌شناسی تولید در ایران، تجربیات خارجی،

نیازها و ضرورت‌های سهولت تولید در ایران (منظور عوامل داخلی و خارجی تأثیرگذار بر تدوین راهبردها در فرایند برنامه‌ریزی راهبری)، راهبردهای حمایت از تولید در ایران با هدف افزایش سرمایه‌گذاری به شرح زیر تعریف شده است.

راهبرد ۱: آمایش، انتخاب پیشران‌ها و نقشه راه توسعه تولید: راهبرد توسعه صنعتی، شامل سه حوزه است؛ الف) صناعی که باید مورد حمایت قرار گیرند و نگیرند؛ ب) نوع یا انواع حمایت‌هایی که باید از صنایع صورت گیرد (حمایت‌های مالی، تعرفه‌ای، بیمه‌ای و...) و بازه زمانی حمایت‌ها و همچنین شناسایی حوزه‌های نامولد برای جلوگیری از سرمایه‌گذاری در آنها؛ پ) نهادها و دستگاه‌هایی که باید در این زمینه همکاری هماهنگی داشته باشند. پس از تعیین سه امر پیش گفته، لزوم هماهنگی میان سیاست‌های صنعتی، اعتباری، فناوری، علمی، تجاری و غیره مطرح است تا حمایت‌های صورت گرفته از تولید هدفمند بوده و پراکنده و غیرمؤثر نباشد (سیاح و شهبازی غیاثی، ۱۳۹۹، ص. ۲۷؛ نجفی رستاقی؛ رجب‌پور و شجاعی، ۱۴۰۳). تدوین راهبرد و نقشه راه جهش تولید با تأکید بر گذار از تولیدات منبع‌محور به تولیدات ساخت‌محور از دیگر جنبه‌های قابل تأمل در این راهبرد است.

راهبرد ۲: شفافیت، رقابت‌پذیری و پاسخ‌گویی: ارائه گزارش‌های منظم و دوره‌ای از عملکردها، رفع تبعیض‌ها میان سرمایه‌گذاران، ایجاد فضای رقابتی سالم میان تولیدکنندگان و پاسخ‌گویی به موقع به نیازها درخواست‌ها زمینه را برای جذب سرمایه‌گذاری فراهم می‌کند.

راهبرد ۳: رفع موانع تولید و تسهیل ورود به کسب‌وکارها و اداره بنگاه‌ها: در فضای سرمایه‌گذاری و محیط کسب‌وکار مطلوب، بنگاه‌ها به راحتی متولد و اداره می‌شوند و رشد می‌کنند. تکرر و انباشت قوانین مختلف در کشور یکی از موانعی است که در اجرایی‌سازی این قوانین در کشور قابل توجه است. تنقیح و سامان‌دهی قوانین و مقررات متکثر، متداخل و دست‌وپاگیر در حوزه جهش تولید، تسهیل رویه‌ها و سازوکارهای اقتصادی و صنعتی در زمینه حمایت از تولید با تأکید بر تسهیل مجوزهای کسب‌وکار، اصلاح سازوکارهای تخصیص ارز، کنترل متغیرهای اقتصادی، ایجاد محیط امن فعالیت اقتصادی و غیره از جمله مواردی است که در این بخش می‌تواند مورد توجه قرار گیرد.

راهبرد ۴: امنیت سرمایه‌گذاری: قوانین، سیاست‌ها و رویه‌های اجرایی کشور باید به گونه‌ای اصلاح شوند که هزینه مبادله برای فعالان اقتصادی به حداقل ممکن

برسند. مشهورترین و کم‌هزینه‌ترین راه برای کاهش هزینه مبادله، شفافیت اطلاعات، خوشه‌سازی، امکان بهره‌برداری از بازدهی به مقیاس و همسوسازی بازاریابی و صادرات است.

راهبرد ۵: توسعه و ارتقای تأمین مالی تولید: برخی از اقدام‌هایی که برای بهبود وضعیت تأمین مالی تولید می‌بایست صورت گیرد، بیرون از نظام مالی است؛ از جمله بهبود محیط کسب‌وکار و یا اصلاح سیگنال‌دهی غلط نظام مالیاتی؛ اما بسیاری از اصلاحات ناظر به درون نظام مالی است، از جمله: اصلاح و بازسازی سرمایه شبکه بانکی (رفع ناترازی موجود در دارایی‌ها و بدهی‌های شبکه بانکی) و تعیین تکلیف بانک‌ها و مؤسسات اعتباری ناسالم، نظارت بر اعطای تسهیلات به‌ویژه تسهیلات کلان و تسهیلات اعطایی به اشخاص مرتبط، بهبود نظام اعتبارسنجی و رتبه‌بندی و استفاده از آن در نظام مالی برای اعطای تسهیلات و قبول تعهدات و ضمانت، اصلاح نظام وثیقه‌گیری و توسعه وثایق مورد تأیید نظام مالی، ایجاد ساختار انگیزشی برای بانک‌ها جهت تأمین مالی بخش‌های اولویت‌دار و ایجاد ساختار انگیزشی برای حضور شرکت‌ها در بازار سرمایه. یکی از مأموریت‌های دولت و به‌طور خاص بانک مرکزی و وزارت امور اقتصادی و دارایی، تسهیل تأمین مالی تولید است. اولاً، باید مراقبت شود که توان تأمین مالی اقتصاد به نفع دولت و بخش‌های متصل به دولت مصادره نشود؛ ثانیاً، در پرداخت تسهیلات بر اولویت‌های تولید و سرمایه‌گذاری کشور که جنبه منفعت عمومی دارد، تمرکز شود.

راهبرد ۶: ثبات و پیش‌بینی‌پذیری بازار ارز: نااطمینانی و دامنه نوسان قابل توجه در نرخ ارز امکان پیش‌بینی و برنامه‌ریزی اقتصادی را سلب می‌کند و در نتیجه سبب مختل شدن فعالیت‌های اقتصادی و افت تولید خواهد شد. از طرف دیگر لازم است تمرکز سیاست‌گذاران اقتصادی بر ثبات نرخ ارز حقیقی باشد نه نرخ ارز اسمی؛ در صورتی که سیاست‌گذار اقتصادی همانند دوره‌های قبل مجدداً ثبات نرخ ارز اسمی را هدف‌گذاری کند، این بخش از تولید کشور با ازدست‌دادن رقابت‌پذیری در سال آینده، مجدداً تضعیف خواهد شد. موضوع دیگر محدودیت منابع ارزی کشور به دلیل استمرار تحریم‌های نفتی، کاهش قیمت و نیز تشدید تحریم صادرات غیرنفتی است. این واقعیت، ضرورت تخصیص بهینه منابع ارزی محدود را در جهت تقویت بنیان‌های تولیدی کشور بیش‌ازپیش نشان می‌دهد.

راهبرد ۷: دستیابی به فناوری‌های برتر و تجاری‌سازی آنها: لازم است مراکز پژوهشی داخلی به‌سوی تأمین نیازهای واحدهای تولیدی هدایت شوند. این مهم می‌تواند با روش‌هایی نظیر کاهش بودجه‌های پژوهشی مستقیم آنها و پرداخت این بودجه توسط یا با تأیید واحدهای تولیدی تعیین شده در راهبرد توسعه صنعتی، تشویق مالی و مالیاتی واحدهای تولیدی که نیازهای فناوری خود را با یادگیری تأمین کنند و کاهش حمایت از واحدهای تولیدی که در فناوری‌های متعارف، صرفاً مونتاژکار و خریدار فناوری هستند، صورت گیرد.

راهبرد ۸: رسمی‌شدن کسب‌وکارها و کاهش بخش غیررسمی در اقتصاد: ضرورت دارد برای سهولت اداره و رشد واحدهای تولیدی، همه سیاست‌ها و رویکردها به گونه‌ای اصلاح و تدوین شوند تا بنگاه‌های زیرزمینی را به خروج از اقتصاد غیررسمی و فعالیت در محیط رسمی سوق دهند.

راهبرد ۹: هزینه‌دار کردن فعالیت‌های نامولد رقیب تولید: قسمتی از سرمایه‌های عظیم مردم به‌دلیل شرایط کلان اقتصادی به فعالیت‌های غیراولویت‌دار و در مواردی به فعالیت‌های آسیب‌رسان به اقتصاد کشور اختصاص می‌یابد؛ بنابراین در کنار بهبود شرایط کلان اقتصادی و ایجاد ثبات در بازار دارایی‌ها لازم است که از فعالیت‌های رقیب تولید جذابیت‌زدایی شود. این موضوع که از سالیان قبل در قالب مالیات بر عایدی سرمایه، مورد مطالبه بوده است در صورت تسریع در نهایی‌سازی طرح مالیات بر سوداگری و سفته‌بازی می‌تواند به هدایت سرمایه‌گذاری‌ها و جلوگیری از فعالیت‌های سفته‌بازانه کمک کند؛ بنابراین، نظام اقتصادی باید طوری طراحی شود که سوداگری‌های نامولد، مقرون به صرفه نباشد و سرمایه‌گذاران مجبور باشند منابع خود را در امر تولید سرمایه‌گذاری کنند.

راهبرد ۱۰: عدالت‌گرایی و مقابله با ساختارهای شکل‌دهنده فساد، تبعیض و ویژه‌خواری: در مقوله تولید ملی وجود شبکه‌های ذی‌نفع و ویژه‌خوار که از وجود ساختارهای غیرعادلانه و رانتی فسادزا، منتفع می‌شوند؛ به‌عنوان مانعی مهم در تحقق جهش تولید مطرح است. در همین راستا عدالت‌گرایی در تخصیص منابع، گامی مهم در مقابله با ساختارهای شکل‌دهنده به فساد، تبعیض و ویژه‌خواری در عرصه تولید به‌شمار می‌آید. جهش تولید ملی مبتنی بر مؤلفه کیفیت نیازمند اقتصاد غیرشکننده و درعین‌حال پاسخگو در زمینه‌های مختلف است و یکی از مؤلفه‌های اصلی در پایداری اقتصاد هر کشور مهار اقتصاد پنهان یا همان قاچاق کالا و ارز است

که پیامدها و آسیب‌های بسیاری را بر نظام تولید وارد می‌کند. در همین راستا مواجهه هوشمندانه در جهت مبارزه با قاچاق نقش مؤثری بر تقویت جهش تولید در کشور خواهد داشت.

راهبرد ۱۱: حمایت از تولیدکننده و حمایت از مصرف‌کننده: اگر هدف جهش تولید باشد، باید به تولیدکننده اطمینان داد که در تنگنا، توسط دولت قربانی نشده و حقوق او پایمال نخواهد شد. تنظیم‌گری مناسب و تنظیم سیاست‌های قیمتی با اهداف میان‌مدت و پرهیز از مداخلات همه‌جانبه در موضوع قیمت‌ها و رعایت جامع‌نگری در تنظیم‌گری، از جمله موضوع‌های مهمی است که یک نظام پشتیبان جهش تولید باید به آن توجه کند.

راهبرد ۱۲: جذب سرمایه‌گذاری خارجی جهت کسب نقش رهبری در زنجیره‌های ارزش: با توجه به محدودیت‌های تراز تجاری کشور یکی از محدودیت‌های مهم در سرمایه‌گذاری تأمین ارز مورد نیاز است. در این راستا طراحی مناسب بسته‌های تشویقی برای جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی بر بستر نظم نوین جهانی و تفاهم‌نامه‌های بلندمدت همکاری، یکی از ضرورت‌های مهم کشور است که باید به صورت جدی در دستور کار دولت قرار گیرد.

راهبرد ۱۳: شناسایی و تقویت خوشه‌ها و شهرک‌های صنعتی: می‌توان خوشه‌های صنعتی را گروهی از بنگاه‌ها (که عمدتاً بنگاه‌های کوچک و متوسط می‌باشند) درون یک صنعت دانست که به لحاظ جغرافیایی در مکانی متمرکز داشته و دارای پیوندهای اقتصادی، اجتماعی و فناورانه گسترده‌ای با یکدیگر باشند. نقش خوشه‌های صنعتی در توسعه منطقه‌ای قابل طبقه‌بندی در سه بُعد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و کالبدی است (شریف‌زادگان و نورائی، ۱۳۹۵، ص. ۲۹). برنامه‌ریزی برای ایجاد و توسعه شهرک‌های صنعتی اقتصادمحور در کشور یکی دیگر از راهبردهای جذب سرمایه‌گذاری در بخش تولید است که باید مورد توجه قرار گیرد (Moghipi; Baradaran, & Hosseinian, 2023).

راهبرد ۱۴: شناسایی و تقویت زنجیره‌های ارزش و تأمین: اگر یک واحد تولیدی می‌خواهد جهش تولید داشته باشد، حتماً باید دارای یک زنجیره تأمین قوی و بدون عیب و نقص باشد. در مرحله نخست زنجیره تأمین اینکه مواد اولیه مورد نیاز با چه قیمتی و با چه کیفیتی و در چه زمانی به دست تولیدکننده برسد، در کمیّت و کیفیت تولید مؤثر خواهد بود. در مرحله دوم زنجیره تأمین در واقع فرایند تولید

محصول است. برای ایجاد جهش در تولید، بسیار مهم است که چه چیزی تولید شود؟ چگونه تولید شود؟ با چه کیفیتی تولید شود؟ قیمت تمام شده محصول چقدر باشد و با چه قیمتی به دست مصرف کننده نهایی برسد؟ مرحله سوم زنجیره تأمین در واقع توزیع و رساندن محصول به دست مصرف کننده نهایی می باشد. این مرحله بسیار حساس و مهم است چراکه در این مرحله است که ارتباط مشتری با محصول برقرار می شود و قضاوت و برداشت مشتری از محصول خریداری شده، تولیدکننده آن و نهایتاً برند آن صورت می گیرد (محمودی فریدون، ۱۴۰۳).

راهبرد ۱۵: نظارت مستمر بر حسن اجرای برنامه ها و قوانین مرتبط: نظارت مستمر بر حسن اجرای برنامه ها و قوانین مرتبط با جهش تولید در کشور، پیشگیری و مقابله با هرگونه فساد، تعارض منافع و انحصارگرایی در تقویت نظام تولیدی در کشور، ارزشیابی و مطالبه گری مستمر نهادها و دستگاهها در زمینه تحقق برنامه ها و قوانین از جمله راهبردهایی است که در این بخش می تواند مورد توجه قرار گیرد.

۶-۱-۲. راهبردهای افزایش مشارکت مردم

یکی از ارکان شعار سال ۱۴۰۳، جلب مشارکت مردم در امر تولید محصولات و خدمات است. در این بخش، راهبردهای افزایش مشارکت مردم تشریح شده است.

راهبرد ۱۶: تقویت وحدت و وفاق ملی، روحیه امیدآفرینی و اعتماد در آحاد گرایش های متنوع اجتماعی و سیاسی: همه آحاد و گرایش های مختلف سیاسی و اجتماعی کشور ضرورت دارد حول این محور راهبردی متفق و متحد شوند و نظام حکمرانی نیز زمینه های این وفاق و وحدت ملی را ایجاد کند. تقویت سرمایه اجتماعی دولت و افزایش مؤلفه های اعتماد بین شهروندان و دولت؛ از زیرساخت های مهمی که برای مردمی سازی حکمرانی لازم و ضروری است. هرگونه خطمشی گذاری که به دنبال تقویت جهش تولید و تغییر مؤلفه های اقتصادی باشد، به تمرکز بر سرمایه اجتماعی پیوند خورده است.

راهبرد ۱۷: شبکه سازی، مردمی سازی حکمرانی و خصوصی سازی: مردمی بودن اداره، به عنوان ظرفیت و موتور محرک پیشرفت کشور در نظر رهبران انقلاب و قانون اساسی محسوب می شود. حوزه جهش تولید نیز از این امر مستثنی نیست و در مرحله اول عزم و اراده و تفاهم جمعی در واسپاری امور به مردم حائز اهمیت است. آفت بزرگ در مواجهه با مردمی سازی در دوره وجود کسری های بودجه برای دولت، گرایش به خصوصی سازی صرفاً با هدف رد دیون دولت و تأمین کسری

بودجه و بدون توجه به پیش نیازها و ضرورت‌های واگذاری شرکت‌های دولتی است. ثمره خصوصی‌سازی خلع ید دولت و خالی شدن دولت از ابزارها از یک طرف و از طرف دیگر عدم تغییر محسوس کارآمدی و بهره‌وری در اداره شرکت‌ها و بعضاً از بین رفتن ساختار سرمایه‌بنگاه‌ها بوده است. نهادهای اسلامی و انقلابی که بر پایه خدمت‌رسانی به مردم یا برآمده از مشارکت‌های خیریه‌ای و وقفی مردم شکل گرفتند و دارای بنگاه‌های اقتصادی مهم در کشور با مأموریت محافظت از اموال و مولدسازی می‌باشند می‌توانند با اتخاذ رویکردهای اقتصادی مردمی و مشارکتی و دوری از الگوهای بازار محور و اصالت سود حداکثری، زمینه‌های شکل‌گیری الگوهای مردمی در اقتصاد، رهبری، شتاب‌دهی و توانمندسازی بخش‌های اقتصادی خرد و عمومی مردم را فراهم کنند.

راهبرد ۱۸: تقویت قدرت و تخصیص اختیار به ساختارهای حکمرانی محلی معطوف به امر تولید: مطابق اصول هفتم و یک‌صدم قانون اساسی شوراهای شهر و روستا، برای پیشبرد سریع برنامه‌های اجتماعی، اقتصادی، عمرانی، بهداشتی، فرهنگی و آموزشی و سایر امور رفاهی از طریق همکاری مردم با توجه به مقتضیات محلی با شئون تصمیم‌گیری و نظارت ایجاد شدند. به موجب اصل یک‌صد و دوم شورای عالی استان‌ها که نمایندگان آن همان منتخبان مردم در شوراهای اسلامی پایه هستند، می‌تواند در جهت انجام وظایف خود طرح‌هایی تهیه کرده و متناسب امر به دولت یا مجلس ارائه کند.

راهبرد ۱۹: اصلاح ساختارها و فرایندهای عملیاتی‌سازی قوانین بودجه مبتنی بر فعال‌سازی ظرفیت‌های مشارکتی و مردمی: بودجه‌بندی می‌تواند حس مالکیت، اعتماد و ارتباط میان خود و شهروندان و شهروندان و دولت را القا کند و در زمانی که شهروندان بر اعتماد به دولت تردید می‌کنند یا اعتماد به دولت از بین می‌رود، فرایند بودجه‌ریزی مشارکتی می‌تواند این روند را معکوس کند. بر همین اساس اصلاح ساختارها و فرایندهای عملیاتی‌سازی قانون بودجه سال ۱۴۰۳ مبتنی بر فعال‌سازی ظرفیت‌های مشارکتی و مردمی در جهش تولید و حرکت به سمت بودجه‌ریزی مشارکتی می‌تواند نقش مؤثری بر جهش تولید مردمی ایفا کند.

راهبرد ۲۰: بازنگری قوانین جدید و پیگیری و نظارت بر تحقق قوانین مؤثر مرتبط با مشارکتی‌شدن تولید: در زمینه نقش نظارتی مجلس شورای اسلامی، مهم‌ترین قوانین در حوزه جهش تولید با تأکید بر مردمی شدن می‌توان به قانون

جهش تولید دانش‌بنیان، مواد مرتبط با جهش تولید در قانون برنامه هفتم توسعه و قانون بودجه سال ۱۴۰۳، قانون سیاست‌های اصل ۴۴، قانون رفع موانع تولید، قانون تولید زیرساخت‌ها و قانون تسهیل مجوزهای کسب‌وکار اشاره کرد.

راهبرد ۲۱: تحول در نظام تأمین مالی جمعی: مشارکت عمومی - خصوصی سازوکاری است که در آن بخش عمومی به‌منظور تأمین خدمات زیرساختی از ظرفیت‌های بخش خصوصی (اعم از دانش، تجربه، منابع مالی و توان فنی و اجرایی) استفاده می‌کند. جهت افزایش مشارکت مردم، دولت در درجه اول نیازمند اعتمادسازی برای بخش خصوصی نسبت به ایفای تعهدات دولت با پرداخت به موقع مطالبات بخش خصوصی است؛ همچنین باید تلاش شود تا احترام به حقوق مالکیت و پایبندی به مفاد قرارداد در تعامل با سرمایه‌گذار مبنای عمل دستگاه‌های دولتی قرار گیرد. جمع‌سپاری به معنای برون‌سپاری کار، فعالیت یا وظیفه‌ای به جمعیت انبوه شبکه گسترده‌ای از افراد نامعین از طریق فراخوان عمومی است. به‌عبارت‌دیگر جمع‌سپاری به معنای به‌کارگیری خرد جمعی در فضای مشارکتی و در چهارچوب همکاری میان افراد است. واژه جمع‌سپاری ترکیبی از دو کلمه جمعیت و برون‌سپاری است؛ بنابراین جمع‌سپاری؛ برون‌سپاری فعالیت‌ها به انبوه مردم است که معمولاً از طریق فراخوان عمومی و اینترنتی صورت می‌گیرد. ازجمله ویژگی‌های جمع‌سپاری غیرمتمرکز بودن، غیررسمی بودن، عمودی و افقی بودن ارتباطات و در انحصار نبودن اطلاعات است. یکی از اصلی‌ترین برانگیزاننده‌ها برای جمع‌سپاری فعالیت‌ها دستیابی به طیفی از راه‌حل‌ها با سطح مطلوبی از کیفیت است. تمرکز جمع‌سپاری بر مشارکت دادن جمعیت در فعالیت‌هایی چون حل مسائل پیچیده و زمان‌بر (اما قابل تجزیه به مسائل قابل حل)، مشارکت در ایده‌سازی، کارآفرینی، تأمین مالی و تصمیم‌گیری است (فلاح‌تفتی؛ زحمت‌کش سردوراهی و گورنگی، ۱۳۹۹، ص. ۱۴۷).

راهبرد ۲۲: تحول بخشی ساختاری به ظرفیت‌های نهادی علم، فناوری و نوآوری در کشور به سوی جهش تولید مشارکتی: اصلاح سازوکارها، قوانین و دستورالعمل‌های جهت بخش به نظام دانشگاهی در گرایش به سمت تولیدمحوری (اصلاح آیین‌نامه ارتقاء، آیین‌نامه رتبه‌بندی دانشگاه‌ها)، بازطراحی مأموریت‌ها و اولویت‌های آموزشی و پژوهشی دانشگاه‌ها در مسیر جهش تولید، تقویت سازوکارهای حمایتی از ساختارهای مرتبط با جهش تولید در دانشگاه‌ها، سیاست‌گذاری مؤثر و

تقویت مستمر حمایت‌ها از زیست بوم فناوری و نوآوری در کشور، جهت‌دهی و اصلاح برنامه‌ها و رویه‌های معطوف به نظام نخبگانی کشور در مسیر جهش تولید، اندیشه‌ورزی، سیاست‌پژوهی و توسعه مطالعات راهبردی در راستای تدوین ایده‌های تحولی در مسیر جهش تولید در کشور در این بخش می‌تواند مورد توجه قرار گیرد.

راهبرد ۲۳: گفتمان‌سازی، فرهنگ‌سازی و جهت‌دهی شناختی: با بهره‌گیری از کارهای رسانه‌ای و تخصصی، ثمرات و دستاوردهای مشارکت مردمی برای آنها واضح شود تا این امر موجب انگیزش آنها و تشویق آنها برای مشارکت مستمر و دائمی شود. از طرفی دیگر، جهش تولید نیازمند نیروهای انسانی متخصص و ماهر است که در این راستا به کار گرفته شوند و نیروی کار و ارتقای مهارت فردی و جمعی در جامعه پیش‌نیاز جهش تولید است و بر همین اساس محوریت موضوع مهارت‌آموزی ضرورت دارد که مورد توجه نظام آموزشی کشور قرار گیرد.

راهبرد ۲۴: حمایت از بنگاه‌های کوچک و خانواده‌محور: اقتصاد خانواده‌محور در کنار اینکه الگوی مشارکتی قوی‌ای را ارائه می‌کند از بسیاری از آسیب‌های فرهنگی و اجتماعی مانع ایجاد می‌کند. اقتصاد خانواده‌محور به‌عنوان ساختار اقتصادی مشارکتی باید در اولویت ایده‌های مشارکتی قرار گیرد.

راهبرد ۲۵: تقویت تعاونی‌ها، تشکل‌های اجتماعی و مردم‌نهاد: تعاونی‌ها رویکردی اجتماعی از اقتصاد هستند که مبتنی بر تشکیل روابط اجتماعی، رفع نیاز، ارتقای کار و غیره شکل می‌گیرند و این رویکرد متفاوت از بخش خصوصی است که مسئله اصلی آن بالابردن بهره‌وری اقتصادی و سود مادی است. نهادمند شدن بخش مردمی امکان گفتگوی عاقلانه میان نمایندگان مردم و دولت را میسر می‌کند؛ بنابراین بایستی پشتیبانی نهادی و قانونی از تشکل‌های اجتماعی، در همه مراحل صورت گیرد. هم مراحل صدور مجوز برای این تشکل‌ها با سازوکاری سهل‌گیرانه طراحی شود و هم سازوکارهای مصونیت بخش برای فعالیت این تشکل‌ها در حوزه‌های تخصصی‌شان تعریف شود. شرایط انحلال آن نیز نباید سخت‌گیرانه باشد.

راهبرد ۲۶: تسهیل در تعاملات بین‌المللی: تسهیل تعاملات بین‌المللی و خارجی در راستای ظرفیت‌سازی برای جهش تولید در کشور با تأکید بر دیپلماسی اقتصادی، جذب سرمایه‌گذاری خارجی، ایجاد بازارهای صادراتی و غیره با تأکید بر ظرفیت‌های کشورهای همسایه از جمله راهبردهایی است که در جهش تولید می‌تواند مورد توجه قرار می‌گیرد. جهش تولید نیازمند اصلاحات اساسی فرهنگی است. اصلاح فرهنگ

جهش تولید با هدف تثبیت رونق تولید و دستیابی به جهش اقتصادی، اصلاح الگوی مصرف با هدف کسب سرمایه بیشتر برای جهش تولید و همچنین انباشت بیشتر کالا و خدمات برای صادرات بیشتر و بسترسازی برای توسعه صادرات با هدف حضور بیشتر شرکت‌های ایرانی در عرصه جهانی است (سپهوند؛ تقی‌پور و مؤمنی‌مفرد، ۱۳۹۹، ص. ۹۵).

۳-۱-۶. راهبردهای ارتقاء بهره‌وری

بهره‌وری یکی از راه‌های برون‌رفت از رکود و جهش تولید محسوب می‌شود. تمرکز بر استفاده از فناوری، ارتقای مدیریت و بهبود شرایط کلان تولید برای ارتقای بهره‌وری ضروری است و لازم است مدیران و دست‌اندرکاران به‌خصوص در شرکت‌های دولتی و نهادهای عمومی غیردولتی از این جهت مورد ارزیابی قرار گیرند و در بخش غیردولتی نیز با ارتقای رقابت در این بخش به ارتقای بهره‌وری کمک می‌کنند. در این بخش بر مبنای راهبردهای گردآوری شده در ادبیات و تجزیه و تحلیل انجام شده، راهبردهای ارتقاء بهره‌وری ارائه می‌شود.

راهبرد ۲۷: نظام مدیریت کیفیت و بهره‌وری: ترویج و استقرار چرخه مدیریت کیفیت و بهره‌وری در سطح نظام و زیربخش‌های آن راهبرد اصلی برای افزایش بهره‌وری است. این راهبرد امکان تنظیم برنامه‌های حساب‌پذیر و مؤثر را برای ارتقاء بهره‌وری در تمامی بخش‌ها فراهم می‌کند (برادران، ۱۳۹۷).

راهبرد ۲۸: ترویج فرهنگ بهره‌وری: توجه به تحقق اهداف و انجام فعالیت‌های سازمانی با صرف کمترین هزینه می‌تواند باعث ایجاد ارزشی محوری در میان اعضای سازمان‌ها شود که بهبود کیفیت تولیدات و ارتقای سطح تولیدات باکیفیت را به‌عنوان یک هدف عالی در دستور کار خود قرار دهند. داشتن برنامه و منابع کافی گرچه از نیازهای رسیدن به توسعه پایدار است؛ اما بدون وجود یک عزم قوی و مشارکت فراگیر در پیشبرد امور، جامعه را در نیل به اهداف طراحی شده با چالش‌های جدی مواجه می‌سازد؛ بنابراین زمینه رشد و تعالی آن از فرهنگ هر اجتماع بر می‌خیزد (میرباقری، ۱۴۰۲، ص. ۱۷۶). توجه به آموزه‌های دینی در امر بهره‌وری، ترویج فرهنگ مصرف صحیح منابع، تقویت فرهنگ کارآفرینی و کارگروهی و تقویت خوداتکایی و خودباوری از جمله موضوعاتی است که می‌تواند در این زمینه مورد توجه قرار گیرد (سپهوند؛ تقی‌پور و مؤمنی‌مفرد، ۱۳۹۹، ص. ۹۷).

راهبرد ۲۹: توسعه سازوکارهای زیرساختی دولت الکترونیک و فناوری‌های دیجیتال: ایجاد زیرساخت‌های فناورانه و دیجیتال و توسعه شبکه‌های برخط و سامانه‌های مشارکتی، امکان درگیرسازی هرچه بیشتر مردم در حوزه اقتصاد، خصوصاً اقتصاد دیجیتال را بیش‌ازپیش مهیا می‌سازد و برهمین‌اساس تحقق وعده «دولت هوشمند» و پیشبرد اهداف اقتصاد دیجیتال در کشور ضروری می‌کند (راعی و برادران، ۱۴۰۲، ص. ۱۰۹).

راهبرد ۳۰: انسجام‌بخشی سیاستی و هماهنگ‌سازی نهادی: انسجام‌بخشی سیاستی و هماهنگ‌سازی نهادی، پیگیری و تدوین اسناد و آیین‌نامه‌های راهبردی مبتنی بر مردمی‌سازی و افزایش بهره‌وری از جمله راهبردهای اساسی در مقوله جهش تولید هستند که شوراها عالی نقش مؤثری در این زمینه می‌توانند ایفا کنند.

راهبرد ۳۱: سامان‌دهی و اصلاح ساختارها و فرایندها: نقش ساختارهای حکمرانی و فرایندهای انجام کارها در ارتقاء بهره‌وری بر کسی پوشیده نیست. ساختارهای معیوب و نامطلوب زمینه را برای اتلاف منابع در زیرسیستم‌های تولید فراهم می‌کنند.

راهبرد ۳۲: اندازه‌گیری و تحلیل بهره‌وری: اندازه‌گیری بهره‌وری و ارائه گزارش مستمر از عملکردها بستر را برای گسترش فرهنگ بهره‌وری فراهم می‌کند. تهیه داشبوردهای مدیریتی برای نمایش عملکردها و تدوین جایزه‌های ملی برای تقدیر از کنشگران بهره‌وری در این زمینه الزامی است.

نتیجه‌گیری

سیاست هوشمندانه رهبر معظم انقلاب در نام‌گذاری سال‌ها نقطه عطفی در رهبری و اداره جامعه اسلامی است. ایشان سال جاری را مزین به نام «جهش تولید با مشارکت مردم» کردند تا ضمن تأکید بر مسئله اصلی جامعه در عصر حاضر، هم‌افزایی، همدلی، همسویی و همراستایی متولیان، اقدامات و صرف منابع برای رسیدن به منزل مقصود و حل مسئله اصلی جامعه را ایجاد کنند و نقش رهبری الهام‌بخش خود را به‌خوبی ایفا کنند. ایشان در پیام نوروزی سال ۱۴۰۳ تلاش کردند زمینه را برای توجه مجدد به اهمیت مقوله مردمی‌شدن اداره جامعه و بازطراحی ساختارها و نهادهای حکمرانی خصوصاً در موضوع مهم تولید و ابعاد آن فراهم کنند. تغییر در سازوکارهای تولید در کشور و به‌عبارتی مفهوم جهش تولید امری است که لزوماً منحصر به اقدامات دستگاه‌های اجرایی کشور نیست بلکه نیازمند تحول در محورهای

مردمی‌سازی و تشکل‌های اجتماعی، سیاست‌گذاری، قانون‌گذاری، توسعه صنعت، فرهنگ‌سازی و غیره می‌باشد.

این پژوهش با استفاده از روش تحقیق مرور نظام‌مند تلاش دارد چهارچوبی جامع برای سامان‌دهی اقدامات برای تحقق شعار سال ارائه کند. بنابراین نتایج این پژوهش در ارتباط با پرسش‌های پژوهش به این صورت بوده است:

پرسش اول پژوهش: تعریف مفهومی ابعاد شعار سال ۱۴۰۳ چیست؟

«جهش تولید»، رشد چند برابری شاخص‌های اقتصادی مانند تولید ناخالص داخلی نسبت به گذشته در مدت زمان کوتاه از طریق خلق ثروت و ارزش افزوده با تولید محصولات و خدمات تعریف می‌شود. «مشارکت مردم» نیز شراکت و حضور گروه‌های مختلف مردم در عرصه‌های اقتصادی است و یکی از ارکان مردم‌سالاری و وجوه حکمرانی محسوب می‌شود.

پرسش دوم پژوهش: مهم‌ترین راهبردهای تحقق شعار «جهش تولید با مشارکت مردم» از مطالعات و تحقیقات موجود کدام‌اند؟

پس از بررسی پژوهش‌های منتخب در این پژوهش، راهبردهای تحقق شعار سال یعنی «جهش تولید با مشارکت مردم» به صورت شکل ۳ گردآوری شده است. راهبردها در چند بخش راهبردهای حمایت از تولید، فرهنگ جهش تولید، راهبردهای مؤثر جهش تولید و راهبردهای تحولی حکمرانی مردمی در جهش تولید خلاصه می‌شود. عناوین گردآوری شده ذیل عنوان فرهنگ جهش تولید، جنبه‌های مختلف فرهنگ را نشان می‌دهد و در حقیقت ابعاد پنهان راهبرد گفتمان‌سازی، فرهنگ‌سازی و جهت‌دهی شناختی نشان می‌دهد.

راهبردهای افزایش سرمایه‌گذاری

- (S1): آمایش، انتخاب پیشران‌ها و نقشه راه توسعه تولید
 (S2): شفافیت، رقابت‌پذیری و پاسخ‌گویی
 (S3): رفع موانع تولید و تسهیل ورود به کسب‌وکارها و اداره بنگاه‌ها
 (S4): امنیت سرمایه‌گذاری
 (S5): توسعه و ارتقای تأمین مالی تولید
 (S6): ثبات و پیش‌بینی‌پذیری بازار ارز
 (S7): دستیابی به فناوری‌های برتر و تجاری‌سازی آنها
 (S8): رسمی‌شدن کسب‌وکارها و کاهش بخش غیررسمی در اقتصاد
 (S9): هزینه‌دارکردن فعالیت‌های نامولد رقیب تولید
 (S10): عدالت‌گرایی و مقابله با ساختارهای شکل‌دهنده فساد، تبعیض و ویژه‌خواری
 (S11): حمایت از تولیدکننده و حمایت از مصرف‌کننده
 (S12): جذب سرمایه‌گذاری خارجی جهت کسب نقش رهبری در زنجیره‌های ارزش
 (S13): شناسایی و تقویت خوشه‌ها و شهرک‌های صنعتی
 (S14): شناسایی و تقویت زنجیره‌های ارزش و تأمین
 (S15): نظارت مستمر بر حسن اجرای برنامه‌ها و قوانین مرتبط

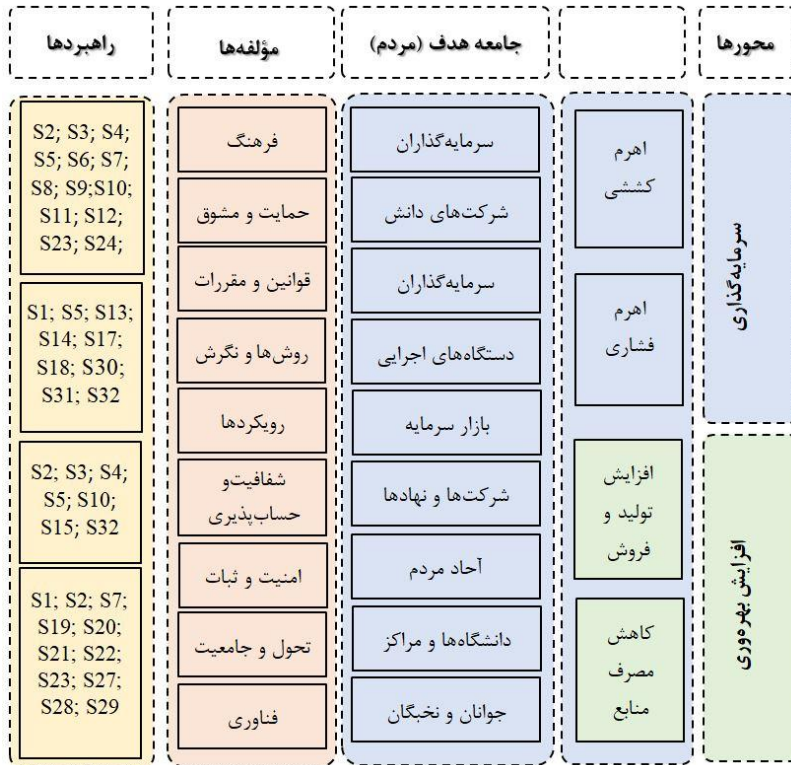
راهبردهای افزایش مشارکت مردم

- (S17): شبکه‌سازی، مردمی‌سازی حکمرانی و خصوصی‌سازی
 (S18): تقویت قدرت و تخصیص اختیار به ساختارهای حکمرانی محلی معطوف به امر تولید
 (S19): اصلاح ساختارها و فرایندهای عملیاتی‌سازی قوانین بودجه مبتنی بر فعال‌سازی ظرفیت‌های مشارکتی و مردمی
 (S20): بازنگری قوانین جدید و پیگیری و نظارت بر تحقق قوانین مؤثر مرتبط با مشارکتی‌شدن تولید
 (S21): تحول در نظام تأمین مالی جمعی
 (S22): تحول‌بخشی ساختاری به ظرفیت‌های نهادی علم، فناوری و نوآوری در کشور به‌سوی جهش تولید مشارکتی
 (S23): گفتمان‌سازی، فرهنگ‌سازی و جهت‌دهی شناختی
 (S24): حمایت از بنگاه‌های کوچک و خانواده‌محور
 (S25): تقویت تعاونی‌ها، تشکل‌های اجتماعی و مردم‌نهاد
 (S26): تسهیل در تعاملات بین‌المللی

راهبردهای ارتقاء بهره‌وری

- (S27): نظام مدیریت کیفیت و بهره‌وری
 (S28): ترویج فرهنگ بهره‌وری
 (S29): توسعه سازوکارهای زیرساختی دولت الکترونیک و فناوری‌های دیجیتال
 (S30): توسعه سازوکارهای زیرساختی دولت الکترونیک و فناوری‌های دیجیتال
 (S31): ساماندهی و اصلاح ساختارها و فرایندها
 (S32): اندازه‌گیری و تحلیل بهره‌وری

شکل (۳): دسته‌بندی راهبردهای گردآوری‌شده برای تحقق شعار سال



شکل (۴): مدل پیشنهادی راهبردهای تحقق شعار سال

سؤال سوم پژوهش: راهبردهای جمع‌آوری شده چگونه در یک چهارچوب قرار می‌گیرند و ارتباط بین ابعاد و راهبردها چگونه است؟

در شکل ۴، مدلی متشکل از راهبردهای تحقق شعار سال پیشنهاد شده است. این چهارچوب (مدل) بر اساس راهبردهای گردآوری شده در ادبیات شکل گرفته است. رونق اقتصادی و جهش تولید از دو مسیر که تعبیر به محور کرده‌ایم، قابل تحقق است: افزایش سرمایه‌گذاری و افزایش بهره‌وری. برای تولید بیشتر یا باید سرمایه‌گذاری‌های جدید در عرصه تولید محصولات و خدمات در بخش‌های مختلف اقتصادی کشور انجام شود و یا اینکه از منابع موجود برای افزایش خروجی‌های بیشتر، بهتر استفاده شود که تعبیر به بهره‌وری می‌شود؛ البته وجود هر دو محور برای تحقق شعار سال ضروری است. اهرم‌های تقویتی برای افزایش دو محور

سرمایه‌گذاری و بهره‌وری شامل اهرم‌های فشاری، کششی، تولید خروجی‌ها و کاهش ورودی‌ها در چهارچوب پیشنهادی ارائه شده است. اهرم‌ها در مدل پیشنهادی، به‌عنوان بازوها و محرک‌های محورهای تحقق شعار سال شناخته می‌شوند. منظور از اهرم فشاری، راهبردها، رویه‌ها و اقداماتی است که زیربخش‌های اقتصادی مؤثر بر جهش تولید را مجبور به سرمایه‌گذاری‌های جدید و یا افزایش بهره‌وری می‌کند. تصویب و اجرای قوانین و مقررات لازم‌الاجرا از جمله اقدامات اهرم فشاری است. درمقابل، اهرم‌های کششی زمینه را برای جذب سرمایه‌گذاری و افزایش بهره‌وری از طریق تشویق ذی‌نفعان فراهم می‌کنند. علاوه بر اهرم‌های کششی و فشاری که بر ارتقاء بهره‌وری مؤثر هستند، مواردی مانند ارتقا فناوری و یا اصلاح رویه‌ها و روش‌های انجام کار به کمک اهرم‌های افزایش خروجی‌ها و یا کاهش منابع مصرفی به بهبود بهره‌وری کمک می‌کند.

بر اساس مطالعه انجام‌شده، گروهی از مهم‌ترین بازیگران عرصه اقتصادی که می‌توانند نقش اصلی در تحقق شعار سال بازی کنند در شکل ۴ نشان داده شده‌اند. یکی از مؤلفه‌های مؤثر در تدوین و دسته‌بندی راهبردهای تحقق شعار «جهش تولید با مشارکت مردم» گروه‌هایی از مردم هستند که بخش محوری شعار سال است؛ بنابراین با تمرکز بر هریک از اعضای جامعه هدف و با لحاظ کردن اهرم‌ها و محورهای مشخص‌شده در شکل ۴ این امکان فراهم می‌شود تا راهبردهایی مختص مشارکت هر بخش از جامعه مردم ارائه شود. مؤلفه‌ها جنبه دیگری از چهارچوب پیشنهادی است که در شکل ۴ نشان داده شده است. هریک از راهبردها به یک یا چند مؤلفه نشان داده‌شده در این شکل اشاره دارد. مؤلفه‌ها نیز مانند محورها، اهرم‌ها، جامعه به تدوین راهبردهای تحقق شعار کمک می‌کنند. تحلیل راهبردهای گردآوری‌شده بیانگر آن است که یکی از مؤلفه‌های مورد توجه، موضوع فرهنگ است. به‌عنوان مثال، تقویت فرهنگ بهره‌وری در جامعه تولیدکنندگان و سازمان‌ها راهبردی است که به مؤلفه فرهنگ، جامعه هدف تولیدکنندگان و دستگاه‌های اجرایی و محور افزایش بهره‌وری اشاره دارد. «حمایت و تشویق»، «توجه به قوانین و مقررات»، «توجه به رویه‌ها، روش‌ها و نگرش‌ها»، «نگاه تحولی، جامعیت و یکپارچگی» و «شفافیت، امنیت و حساب‌پذیری» از دیگر مؤلفه‌های قابل تأمل در تدوین راهبردها است. «گسترش و استفاده از انواع فناوری‌ها» و «توسعه رویکردها» نیز از وجوهی است که توجه به آن، راهبردهای مناسب را نتیجه می‌دهد.

چهارچوب پیشنهادی به محققان و مدیران بخش دولتی و خصوصی کشور کمک می‌کند تا علاوه بر استفاده از راهبردهای گردآوری‌شده برای تحقق شعار، بتوانند راهبردهای جدیدی نیز تدوین کنند و برای اجرای آنها برنامه‌ریزی و سازمان‌دهی لازم را انجام دهند. اضافه کردن راهبردهای مناسب به چهارچوب به کمک روش‌های مبتنی بر پرسش‌نامه و مصاحبه و تدوین برنامه‌های عملیاتی در بخش‌های مختلف از جمله زمینه‌های پیشنهادی برای توسعه پژوهش حاضر می‌باشد.

فهرست منابع

- اکبریان، مهدی و فتحی، لیلا (۱۳۹۱). مشارکت مردم اساس توسعه اجتماعی. مجله تخصصی پژوهش و سلامت، ۱۲(۱)، ۸۹-۹۰.
- برادران، وحید (۱۳۹۷). بهره‌وری سبز (بزارها و رویکردها). دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال.
- بهروزبیاتی، فاطمه؛ سلطان‌محمدی، فاطیمان و زارع‌کار، ح. (۱۴۰۱). جایگاه مشارکت مردم در تداوم انقلاب اسلامی با تأکید بر بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی. فصلنامه علمی - پژوهشی حکومت اسلامی، ۲۷(۲)، ۱۳۷-۱۶۰.
- حسینی، سیدحسین و سلیمانی، محمد (۱۳۹۸). الگوی مشارکت مردم در اقتصاد، با تأکید بر اندیشه امام خمینی (رحمت‌الله‌علیه). معرفت اقتصاد اسلامی، ۲۱(۱)، ۱۳۱-۱۵۰.
- خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۶۸/۰۱/۰۱). بیانات در اجتماع زائران و مجاوران حرم مطهر رضوی.
- خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۸۴/۰۲/۱۷). بیانات در دیدار مردم شهرستان جیرفت.
- خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۸۴/۰۳/۰۵). بیانات در دیدار جمعی از دانشجویان بسیجی.
- خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۸۸/۰۱/۰۱). بیانات در اجتماع زائران و مجاوران حرم مطهر رضوی.
- خامنه‌ای، سیدعلی (۱۴۰۳/۰۴/۰۸). بیانات پس از انداختن رای به صندوق چهاردهمین انتخابات ریاست جمهوری.
- خامنه‌ای، سیدعلی (۱۴۰۳/۰۵/۰۷). مقام معظم رهبری، بیانات در مراسم تنفیذ حکم چهاردهمین دوره ریاست جمهوری اسلامی ایران مشارکت مردم
- راعی، بهروز و برادران، وحید (۱۴۰۲). مدل بلوغ مرحله‌ای حکمرانی الکترونیک بر مبنای دسته‌بندی زیرمؤلفه‌های ارزیابی. فصلنامه چشم‌انداز مدیریت دولتی،

۱۴(۲)، ۱۳۵-۱۵۰.

رجب پور، حسین (۴۰۳). *الزامات تحقق مشارکت مردم در جهش تولید*. مرکز پژوهش‌های اتاق ایران.

رستمی، ولی (۱۳۸۷). *مشارکت مردم در قانون‌گذاری جمهوری اسلامی ایران*. فصلنامه تخصصی حقوق خصوصی، ۳۸(۱)، ۱۷۹-۲۰۴.

سپهوند، رضا؛ تقی‌پور، صابر و مؤمنی‌مفرد، معصومه (۱۳۹۹). *شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر در شکل‌گیری فرهنگ جهش تولید با روش دلفی فازی*. *راهبرد اجتماعی - فرهنگی*، ۳۶(۳)، ۷۱-۱۰۱.

سیاح، س. و شهبازی غیائی، م. (۱۳۹۹). *درباره جهش تولید: ۱. الگوی راهبردی حمایت از تولید*. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی. بازیابی از <https://rc.majlis.ir/fa/report/show/1522490>

شریف‌زادگان، محمدحسین و نورائی، همایون (۱۳۹۵). *واکاوی اثرات خوشه‌های صنعتی بر توسعه منطقه‌ای مورد پژوهی: خوشه‌های صنعتی سنگ منطقه کلانشهر اصفهان*. *برنامه‌ریزی منطقه‌ای*، ۲۴(۲)، ۲۷-۴۴.

غفاری، مجتبی، سعیدی، علی و معلی، حمزه (۱۴۰۲). *تحلیل مضمون راهبرد جهش تولید در بیانات حضرت آیت‌الله خامنه‌ای*. *مطالعات راهبردی انقلاب اسلامی*، ۱(۱)، ۱۶۹-۱۹۰.

فلاح‌نفتی، حامد؛ زحمت‌کش سردوراهی، مهدیه و گورنگی، بهاره (۱۳۹۹). *عوامل کلیدی موفقیت جمع‌سپاری در توسعه توانمندی‌های مقصد‌گردشگری*. *مطالعات اجتماعی گردشگری*، ۱۵(۱)، ۱۴۵-۱۷۰.

قادری، ستاره؛ قادری، نسرین و حجازی، حسن (۱۳۹۴). *نقش و مشارکت مردم در اقتصاد مقاومتی (اهداف و سیاست‌ها)*. *همایش ملی اقتصاد مقاومتی، چابش‌ها، واقعیت‌ها و راهکارها*. دانشگاه رازی. بازیابی از: <https://www.sid.ir/paper/867187/fa>

محمودی فریدون، فرهاد (۱۴۰۳). *جهش تولید چیست؟*. بازیابی از مجله بین‌المللی نساجی موفق: <https://nasajimovafagh.com>

محمودی، پیمان و رستگارخالد، امیر (۱۳۹۴). *تعمیق مردم‌سالاری دینی و مشارکت مردمی*. *کنگره ملی پیشگامان پیشرفت*.

میرباقری، سیدمحسن (۱۴۰۲). *حکمرانی مشارکتی: روش‌ها و ابزارهای سیاسی آن در ایران*. راهبرد، ۱۰۷(۱)، ۱۷۵-۲۰۴.

نجفی رستاقی، حیدر؛ رجب پور، حسین و شجاعی، سعید (۱۴۰۳). گزارش درآمدی بر منشور حکمرانی مردمی در جهش تولید. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی. بازیابی از: <https://rc.majlis.ir/fa/report/show/1803174>

Moghimi, F.; Baradaran, V. & Hosseinian, A. (2023). Identifying the influential factors on the effectiveness of industrial parks and using an MCDM method to rank them: case study of Iran. *Journal of Facilities Management*, 21(5), 816-844.

References

- Akbarian, Mehdi and Fathi, Leila (2012). People's participation, the basis of social development. *Specialized Journal of Research and Health*, 2(1), 89-90. (In Persian)
- Baradaran, Vahid (2018). *Green Productivity (Tools and Approaches)*. Islamic Azad University, North Tehran Branch. (In Persian)
- Behrouz Bayati, Fatemeh, Soltan Mohammadi, Fatemeh and Zarekar, Hossein (2022). The position of people's participation in the continuation of the Islamic Revolution with emphasis on the statement of the second step of the Islamic Revolution. *Islamic Government Scientific Research Quarterly*, 27 (2), 137-160. (In Persian)
- Fallah Tafti, Hamed, Zahmatkesh Sardorahi, Mahdieh and Gourangi, Bahareh (2019). Key factors for the success of crowdsourcing in developing tourism destination capabilities (case study: Yazd city). *Social Studies of Tourism*, 8 (15), 145-170. (In Persian)
- Ghaderi, Setareh, Ghaderi, Nasrin and Hejazi, Hassan (2015). The role and participation of people in the resistance economy (goals and policies). *National Conference on Resistance Economy, Challenges, Realities and Solutions*. Razi University. (In Persian)
- Ghaffari, Mojtaba, Saeedi, Ali and Moali, Hamzeh (2023). Content analysis of the strategy of production leap in the statements of Ayatollah Khamenei (Allah protect him). *Strategic Studies of the Islamic Revolution*, 1, 169-190. (In Persian)
- Hosseini, Seyyed Hossein and Soleimani, Mohammad (2019). The model of people's participation in the economy, with emphasis on the thought of Imam Khomeini (Allah have mercy on him). *Knowledge of Islamic Economics*, 21(1), 131-150. (In Persian)
- Mahmoudi Fereydoun, Farhad (2024). What is a production leap?. Retrieved from the *International Journal of Successful Textiles*: <https://nasajimovafagh.com/> (In Persian)
- Mahmoudi, Peyman and Rastegar Khaled, Amir (2015). Deepening Religious Democracy and Popular Participation. *National Congress of Pioneers of Progress*. (In Persian)
- Mirbagheri, Seyyed Mohsen (1402). *Participatory Governance: Its Political*

- Methods and Tools in Iran. *Strategy*, 32 (2), 175-204. (In Persian)
- Moghimi, F., Baradaran, V. & Hosseinian, A. (2023). Identifying the influential factors on the effectiveness of industrial parks and using an MCDM method to rank them: case study of Iran. *Journal of Facilities Management*, 21(5), 816-844.
- Najafi Rastaghi, Heidar, Rajabpour, Hossein and Shojaei, Saeed (2014). Introductory report on the charter of popular governance in the production leap. Research Center of the Islamic Consultative Assembly. Retrieved from <https://rc.majlis.ir/fa/report/show/1803174> (In Persian)
- Raei, Behrouz and Baradaran, Vahid (2014). A Staged Maturity Model of Electronic Governance Based on the Classification of Evaluation Subcomponents. *Quarterly Journal of Public Administration Perspectives*, 14(2), 135-150. (In Persian)
- Rajabpour, Hossein (2024). Requirements for realizing people's participation in the production leap. Iranian Chamber of Commerce Research Center. (In Persian)
- Rostami, Vali (2008). People's Participation in Legislation of the Islamic Republic of Iran. *Specialized Quarterly Journal of Private Law*, 38(1), 179-204. (In Persian)
- Sayah, Seyyed Amir and Shahbazi Ghiyasi, Musa (2019). About the Production Leap: 1. Strategic Model for Supporting Production. Research Center of the Islamic Consultative Assembly. Retrieved from <https://rc.majlis.ir/fa/report/show/1522490> (In Persian)
- Sepahvand, Reza, Taghipour, Saber and Momeni Mofrad, Masoumeh (2019). Identifying and prioritizing effective factors in the formation of a production leap culture using the fuzzy Delphi method. *Socio-Cultural Strategy*, 9 (3), 71-101. (In Persian)
- Sharifzadegan, Mohammad Hossein and Nouraei, Homayoun (2016). Analyzing the effects of industrial clusters on regional development. Case study: Stone industrial clusters in Isfahan metropolitan area. *Regional Planning*, 6 (24), 44-27. (In Persian)
- Supreme Leader (July 28, 2024). Statements at the ceremony of the ratification of the decree of the 14th term of the presidency of the Islamic Republic of Iran. (In Persian)
- Supreme Leader (June 28, 2024). Statements after casting votes in the 14th presidential election. (In Persian)
- Supreme Leader (March 21, 1989). Statements in the gathering of pilgrims and residents of the Razavi Holy Shrine. (In Persian)
- Supreme Leader (March 21, 2009). Statements in the gathering of pilgrims and residents of the Razavi Holy Shrine. (In Persian)
- Supreme Leader (May 26, 2005). Statements at a meeting with a group of Basij students. (In Persian)
- Supreme Leader (May 7, 2005). Statements in a meeting with the people of Jiroft city. (In Persian)