

عنوان گزارش: حمایت از کالای ایرانی تهیه کننده: دکتر محسن مخملی

« مندرجات این گزارش لزوماً بازگو کننده نظرات سازمان ملی بهره‌وری ایران نیست.»

www.nipo.gov.ir

“حمایت از کالای ایرانی”

دکتر حسن مخملی

اردیبهشت ۹۷

چیستی و چرایی “حمایت”

- حمایت در لغت به معنای؛
نگاهبانی . پناه . پستی . برنایشتی . هویه . دستگیری . حفاظت . یاری . نصرت .
اعانت . تقویت .
(ناظم الاطباء).

- هواداری . طرفداری . نگاهداشت . نگاهداری . پستی (یادداشت مرحوم دهخدا)
- حمایت از کالای ایرانی در اصطلاح یعنی؛ نگاهبانی و دستگیری و تقویت و طرفداری از کالای ساخت ایران، توسط دولت و ملت ایران و دیگر نهادها و کشورهای همسو و مشترک المنافع، به منظور رسیدن به اهداف و شاخص های مطلوب اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی و دینی، مبتنی بر؛ مطالبات حکیمانه مقام معظم رهبری و اسناد و چشم اندازهای بالا دستی و قانون اساسی برای حفظ و تعالی شان و کرامت ملت شریف ایران و مستضعفین و آزادگان جهان.

حوزه شناختی و اقماعی واژه "حمایت"

۱. حوزه دین و علوم و حیان‌ی در قالب ماهیت شناسی وجوه فقهی و شرعی "حمایت از کالای اسلامی - ایرانی" در منویات حکیمان‌ه مقام رهبری بعنوان ولی مطلق فقیه ملت ایران

۲. حوزه عقلانی "حمایت اعم از؛ عقل نظری و عقل عملی

○ عقل معاد اندیش

○ عقل معاش اندیش

۳. حوزه علم و دانش متعارف

۴. حوزه تجربی

کلیات اساسی چگونگی حمایت از کالای ایرانی

- دغدغه‌ها
- الزامات
- راهبردها اعم از:
 - دینی و فرهنگی (حلیت و حرمت و تقویت حس تعلق و ملیت)
 - اقتصادی (خرد و کلان و اقتصاد بخش عمومی و برنامه ریزی اقتصادی)
 - مدیریتی (صنعتی و بازرگانی و مالی و تکنیکی و تاکتیکی و برنامه ریزی راهبردی)
 - سیاسی (داخلی و خارجی در قالب دیپلماسی رسمی و غیر رسمی)
 - قضایی (پیگردهای فعالیتهای غیر قانونی اعم از: قاچاق، پولشویی، زیرزمینی، احتکار، گرانفروشی، کپی برداری و کلاه برداری و ...)

حمایت از چه کسانی؟

- نخبگان، کارآفرینان و صاحبان تخصص و مهارت و صاحبان شرکت‌های دانش بنیان
- تولیدکنندگان فعال برای بقاء و توسعه فعالیت‌ها
- صاحبان پروژه‌های نیمه کاره و کارگاه‌های نیمه تعطیل
- حمایت از صاحبان تعاونی‌ها و بنگاه‌های کوچک و متوسط
- حمایت از خریداران و صادرکنندگان در صنوف مختلف

حمایت با چه کسانی یا نهادهایی؟

- تشکیل اتاق مشترک استاندار با فرمانداران و شهرداران و روسای شرکتهای آب، برق، گاز و مخابرات و صدا و سیما و روسای دانشگاهها و حوزه های علمیه و بانکها و بیمه ها
- حمایت از حقوق مصرف کنندگان با شورای رقابت و وزارت بهداشت
- نهادهای پولی و مالی و شرکتهای ریسک پذیر و یا خریدار ریسک (بانک، بورس و بیمه)
- صندوق توسعه ملی و توسعه صادرات
- سازمان نظام مهندسی، استاندارد و محیط زیست
- اتاق بازرگانی
- وزارت امور خارجه
- وزارت کار و امور اجتماعی

تحلیل محتوای منویات مقام معظم رهبری در ارتباط با وظایف حمایتی اقشار و طبقات مختلف از کالای ایرانی

1. وظایف مردم
2. وظایف مسئولین
3. وظایف فعالان اقتصادی

وظایف مردم طی سالهای ۸۱ تا کنون

- فریضه دانستن استفاده از تولیدات داخلی
- تبدیل «استفاده از تولیدات داخلی» به یک فرهنگ
- پرهیز از فرهنگ غلط مصرف مصنوعات خارجی
- پرهیز از تفاخر غلط در قالب ترجیح دادن مارکهای خارجی به ایرانی
- پرهیز از اسراف

وظایف مسئولین طی سال‌های ۸۱ تا کنون

- حمایت از بنگاه‌های تولیدی متوسط و کوچک
- تقویت فعالیتهای بنگاه‌های دانش‌بنیان
- نهضت کاهش خام‌فروشی
- تسهیل سرمایه‌گذاری
- کنترل و کاهش واردات کالاهای مصرفی و محصولات مشابه داخلی
- مبارزه با قاچاق

ادامه وظایف مسئولین

- ایجاد بازار برای محصولات داخلی
- کمک به مجموعه‌های داخلی در قراردادهای خارجی
- کمک به مجموعه‌های داخلی برای حضور در بازارهای جهانی
- حمایت قانونی، قضائی و اجرایی از تولید ملی
- ایجاد احساس امنیت برای کارگر و سرمایه‌گذار
- مواجهه درست با مفاسد اقتصادی
- ایجاد مزیت‌های رقابتی
- قابل رقابت و ارزان بودن قیمت تمام شده

ادامه وظایف مسئولین

- سیاستگذاری تولیدمحور
- فرهنگسازی برای مصرف تولید داخلی
- ارتقاء کیفیت تولیدات داخلی
- مرغوب، باکیفیت و بادوام بودن تولید محصول داخلی
- نوسازی و ابتکار در ماشینها، محصولات، مدیریت و ساخت
- در اختیار تولید ملی قرار گرفتن «صندوق توسعه اقتصادی»
- جزم و عزم دستگاههای دولتی بر مصرف محصولات داخلی
- مقابله دولت با حمایت ضعیف دستگاهها و بانکها از تولیدات داخلی

وظایف فعالان اقتصادی (سرمایه‌گذار، تولیدکننده و کارگر)

- افزایش بهره‌وری (حداکثر استفاده بهینه از امکانات موجود)
- کاهش هزینه‌های تولید (حداکثر استفاده از سرمایه)
- ترجیح فعالیت تولیدی بر فعالیت‌های دیگر در کشور
- تقویت چرخه‌ی تولید
- صحت عمل در تجارت خارجی برای حفظ آبروی ملت ایران

وظایف فعالان اقتصادی

- نوآوری، ابتکار و زیبایی و افزایش کیفیت در تولیدات
- ایجاد احساس بهتر یا همسطح بودن کیفیت کالای ایرانی با خارجی در مصرف کننده
- تقویت مهارتها در محیط کار
- توانمندسازی نیروی کار
- صرفه‌جویی در مصرف انرژی
- ملاحظه تولید داخلی در واردات
- اتقان کاری (با دقت انجام دادن کار)

راهبردهای اساسی برای مدیران میانی

❖ تشکیل اتاق یا میز یا ساعتی برای "حمایت از کالای ایرانی" با شرکت؛ مسئولین دولتی و رؤسای صنوف، نخبگان، خبرگان، کارآفرینان، صاحبان سرمایه، دانشگاهیان و حوزویان و خیرین

❖ شناخت وضع موجود شامل؛

➤ احصاءِ مهمترین مزیتها و ظرفیتها و قوتها و فرصتهای منطقه اعم از؛ انسانی، طبیعی، استراتژیک و مالی

➤ برآورد آبر چالشها و بحرانها و ضعفهای منطقه ای

راهنماهای اساسی برای مدیران میانی

- جمع آوری مهمترین نقد و پیشنهاد و راه حل‌های عملیاتی از ایشان و تجمیع و فهرست بهترین و به اشتراک گذاری آنها
- یافتن و بزرگنمایی و راستی آزمایی گلوگاههای حمایت
- یافتن و معرفی زنجیره های تامین
- تهیه و تدوین اساسی ترین و سودآورترین پروژه ها بر اساس ابر چالشها و مزیتها و امنیت منطقه
- تهیه گزارشهای مدیریتی و نقشه های چابک و زودبازده راه های برون رفت از محاق و افزایش رشد و توسعه و پیشرفت منطقه

۱. وظایف مدیران میانی در حمایت از تولید داخلی

- جمع آوری اطلاعات از میزان واقعی بالقوه و بالفعل منابع و امکانات موجود در هر منطقه و بررسی مزیت های نسبی هر منطقه برای تولید و ارائه خدمت
- ارائه مشاوره در ارتباط با بازاریابی، امکان سنجی، طرح توجیهی اقتصادی و بانک پذیر و ارائه اطلاعات واقعی از میزان تولید جاری و تکنیکهای پیش بینی محصول و خدمت برای آینده
- ایجاد بازارهای منطقه ای، شهری و یا محلی برای عرضه مستقیم و ساماندهی سیستم توزیع و حذف واسطه ها
- جلوگیری از ایجاد انحصار و نابازار در خرید و فروش با حمایت از بنگاههای زود بازده و کوچک و متوسط و جلوگیری از رقابتهای شدید قیمتی بین آنان

۲. وظایف مدیران میانی در حمایت از تولید داخلی

- تمرکز دوباره بر مزیت‌های نسبی اقتصادی هر استان یا منطقه برای توسعه صنایع تبدیلی محصولات منطقه ای و بومی به منظور جلوگیری از خام فروشی و کاهش هزینه های حمل و نقل و اتلاف محصول
- تلاش برای گرفتن تسهیلات ارزان قیمت از بانکها در هر حوزه فعالیت مانند کشاورزی، صنعت و معدن و تجارت
- تلاش برای تشکیل تعاونی های تولیدی
- حمایت در جهت تسهیل در ارائه نهاده های تولید؛ ترجیحاً ملی، بومی و در بخش کشاورزی و بهداشتی و دارویی ترجیحاً؛ سالم، ارگانیک و دارای استاندارد باشد

۳. وظایف مدیران میانی در حمایت از تولید داخلی

- تشکیل اتاق مشترک برای تبادل اطلاعات بین مناطق و استانها و شهرستانها و شهرها بطور حضوری و مجازی برای استفاده از منابع معطل تا مرز رسیدن به اشتغال کامل
- پیشگیری از رفتارهای غیر شرعی و غیر قانونی و غیر علمی با روشهای فرهنگ سازی و امر به معروف و نهی از منکر و تشویق و تنبیه با استفاده از ابزارهای مناسب برای هر منطقه و استان
- امکان دریافت و جریان اطلاعات آزاد و مانیتورینگ و داشبوردهای بروز اطلاعاتی برای تولید کنندگان برای تسهیل مبادلات و معاملات بین یکدیگر به منظور کاهش هزینه های حمل و نقل و بهای تمام شده کالا و خدمات

۴. وظایف مدیران میانی در حمایت از تولید داخلی

- تلاش برای جذب بودجه های خرید تضمینی محصولات هر منطقه و یا استان از دولت
- در صورت مازاد محصول تولیدی؛ تلاش برای تبدیل و یا نگهداری و یا صادرات آن در اسرع وقت برای حفظ انگیزه تولید دوباره
- بیمه محصولات بویژه محصولات کشاورزی و فسادپذیر
- ترویج فرهنگ ایثار و مشارکت در امور عام المنفعه و غیر انتفاعی در تولید و ارائه خدمت به یکدیگر در مقابل تفکرات مبتنی بر اصالت فرد، لذت و منفعت محض، اعم از؛ انفاق، نذر، وقف، قرض الحسنه و صدقه و تعاون و گل ریزان