

سر شناسه: میر مرشدی، سید احمد محی الدین، ۱۳۴۰-
 عنوان و نام پدید آور: به سوی ۱۴۰۴ تولید ملی، عزت جهانی / سید احمد محیی الدین میر مرشدی.
 مشخصات نشر: اصفهان: حوزه علمیه اصفهان، مرکز مدیریت، ۱۳۹۱.
 مشخصات ظاهری: ۱۹۲ ص.
 شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۳۰۵۹-۹-۵
 وضعیت فهرست نویسی: فیپا
 عنوان دیگر: تولید ملی، عزت جهانی.
 موضوع: رشد اقتصادی—ایران—برنامه ریزی
 موضوع: تولید صنعتی—ایران—سیاست دولت
 موضوع: تولید—برنامه ریزی
 موضوع: اسلام و کار
 موضوع: مصروف—سیدهای مذهبی—اسلام
 موضوع: ایران—سیاست اقتصادی—۱۳۹۱
 رده بندی کنگره: ۱۳۹۱/۹۱۶/م ۴۷۳/HC
 رده بندی دیویی: ۳۴۰/۹۵۵
 شماره کتابشناسی ملی: ۲۹۶/۴۳۹



انتشارات مرکز مدیریت
حوزه علمیه اصفهان

■ به سوی ۱۴۰۴ تولید ملی، عزت جهانی

مؤلف: سید احمد محیی الدین میر مرشدی

ناشر: انتشارات مرکز مدیریت حوزه علمیه اصفهان

ویراستار: آزاده ربیعی

صفحه آرای: کانون آگهی و تبلیغاتی ایلیا

نوبت چاپ: اول

تیراز: ۲۰۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۳۰۵۹-۹-۵

کلیه حقوق برای مؤلف محفوظ می باشد.

انتشارات مرکز مدیریت حوزه علمیه اصفهان ۹-۲۲۰۳۲۲۸-۳۱۱

En.farhangi@gmail.com

www.albayan.ir

فهرست کتاب

صفحه	موضوع
۱۴	بهانه ای برای آغاز
۱۵	نامگذاری ۵ ساله با رویکرد اقتصادی
۱۸	مقدمه
۲۵	بخش اول: مفهوم شناسی
۲۶	مفهوم تولید در بیان اهل کلام
۳۲	تولید از دیدگاه اسلام
۳۴	قاعده ی نفی ضرر
۳۴	ایجاد امنیت اقتصادی
۳۵	قاعده ی نفی سبیل
۳۸	وضع مقررات زمینه ی کار و تولید
۴۰	اهمیت کار از منظر اسلام
۴۰	زمینه سازی کار و تولید در حکومت اسلامی
۴۱	تولید و توانمندی اقتصادی در نگاه شهید صدر
۴۳	خلاصه
۴۹	نقش تولید ملی در تحقق اقتصاد بومی
۵۱	بخش دوم: بررسی انواع تولید
۵۲	تولید دستی
۵۴	تولید انبوه - تولید ناب
۵۵	تولید انبوه
۵۶	تولید ناب
۵۸	کارخانه مونتاژ نهایی
۵۹	زنجیره عرضه در تولید
۶۰	طراحی قطعات در تولید انبوه
۶۱	طراحی قطعات در تولید ناب
۶۱	عرضه ناب محصولات

۶۳	شیوه های طراحی در تولید انبوه و ناب
۶۵	طرز کار کارخانه مونتاژ نهایی
۶۶	سازماندهی ناب در سطح کارخانه
۶۷	رفتار با مشتری در عرضه ناب
۶۹	نتیجه گیری
۷۱	بخش سوم: تولید ملی یا برون رفت از اقتصاد سرمایه داری
۷۴	تولید ملی حریت به سوی تمدن مهدوی
۷۶	تولید ملی مبتنی بر دانش
۷۷	تعاون حقیقت تولید ملی
۸۱	بخش چهارم: مولفه های تأثیرگذار در تولید ملی
۸۲	تولید ناخالص ملی (GNP)
۸۳	تولید ناخالص داخلی
۸۴	مفهوم حمایت از تولید ملی
۸۵	سیر رشد اقتصادی
۸۹	بخش پنجم: بخش های مختلف در تولید ملی
۹۰	الف) سهم دولت در حمایت از تولید ملی
۹۰	دادن حقوق مناسب
۹۱	مبارزه با قاچاق کالا
۹۱	برخورد با متخلفان
۹۱	برخورد با دلال ها
۹۲	اصلاح قانون کار
۹۲	کنترل و ثبات بازار ارز و طلا
۹۳	صندوق توسعه ملی
۹۳	ب) نقش پیمانکاران
۹۴	ج) سهم مجلس شورای اسلامی در حمایت تولید ملی
۹۵	د) سهم تولید کننده در حمایت از تولید ملی
۹۵	استفاده از نیروی کار ایرانی
۹۶	حمایت از کارگران

- ۹۶ اصلاح صنعت خودرو
- ۹۹ ارتباط بیشتر صنایع با دانشگاه ها
- ۹۹ آرایه ی خدمات پس از فروش
- ۱۰۰ کشاورزی مکانیزه و به روز
- ۱۰۰ تاثیر مصرف داخلی در رونق تولید ملی
- ۱۰۱ ه) سهم مردم در حمایت تولید ملی
- ۱۰۱ حمایت از کارگر ایرانی
- ۱۰۱ سرمایه گذاری در جهت حمایت از تولیدات ملی
- ۱۰۲ حمایت از تولید ملی و خرید کالاهای ایرانی
- ۱۰۴ تاکید بر خرید همگانی از تولیدات ملی
- ۱۰۴ ممنوعیت خرید از کالاهای خارجی بدون معادل داخلی
- ۱۰۴ ممنوع کردن تبلیغات کالاهای خارجی از صدا و سیما
- ۱۰۵ رفع ممنوعیت استفاده از سایت های تحقیقاتی علمی
- ۱۰۵ تفکیک تولید واقعی از مونتاژ
- ۱۰۶ اصلاح روند موسسات تولیدی
- ۱۰۶ تشکیل انجمن های حمایت از مصرف کنندگان
- ۱۰۷ بخش ششم: نقش بهره وری در تولید ملی
- ۱۱۲ راهکارهای رسیدن به تولید ملی
- ۱۱۴ عملیات بانکی
- ۱۱۵ ده گام موثر برای تقویت بخش تولید
- ۱۲۰ اهم فعالیت ها برای تقویت تولید ملی
- ۱۲۱ موانع تقویت تولید ملی
- ۱۲۴ رابطه دولت و بخش خصوصی در تولید ملی
- ۱۲۷ بخش هفتم: مفسد اقتصادی
- ۱۳۱ تعطیلات و کم کاری
- ۱۳۱ بهره وری پایین در نظام کارمندی
- ۱۳۱ انباشت کالاهای سرمایه ایی
- ۱۳۲ به روز نبودن آمارهای مراکز صنعتی

۱۳۳	مشکل بازار ارز
۱۳۵	بخش هشتم: مشکلات و موانع تولید
۱۳۶	الف - موانع ناشی از قوانین و مقررات موجود
۱۳۶	ب - موانع ناشی از نا هماهنگی نهاد های مالی و اعتباری
۱۳۶	ج - موانع ناشی از نبود اطمینان نسبت به سرمایه گذاری
۱۳۷	د - موانع ناشی از شرایط خارجی
۱۳۷	ه - موانع ناشی از قاچاق و واردات بی رویه
۱۳۷	و - موانع صادرات تولیدات داخلی
۱۳۸	۱- عدم کارآمدی و شفافیت قوانین و فرایندهای حاکم کسب و کار
۱۳۸	۲- بهره وری پایین در ابزار تولید
۱۳۹	۳- عدم وجود یک نقشه راه مدون در عرضه تولید
۱۳۹	۴- دانش محور نبودن بخشی از صنعت
۱۴۰	۵- اهمیت دادن به دلالتی
۱۴۱	بخش نهم: نگاهی گذرا به کشورهای موفق در تولید ملی
۱۴۲	چین در یک نگاه
۱۴۵	مالزی و رشد اقتصادی
۱۴۶	آشنایی با سنگاپور
۱۴۷	کره جنوبی
۱۴۷	اقتصاد تایلند
۱۴۸	رشد اقتصادی ویتنام
۱۵۰	اقتصاد تایوان
۱۵۱	توضیحات رقابتی برای موفقیت
۱۵۳	نتیجه گیری
۱۵۵	بخش دهم: مبانی مصرف در جامعه اسلامی
۱۵۹	مبانی نظری
۱۵۹	الف - مطلوبیت استفاده از نعمتها
۱۶۱	ب- میزان ارزش گذاری بر مصرف

۱۶۲	ج- لزوم کنترل مصرف
۱۶۳	مبانی عملی
۱۶۳	الف- رعایت محدودیت‌های مصرف
۱۶۴	ب- عدم تضییع منابع یا اسراف
۱۶۵	ج- رعایت حد کفاف
۱۶۵	د- دیگرگرایی
۱۶۶	ه- هماهنگی مصرف با وضع عمومی اقتصاد
۱۶۷	و- رعایت منافع و مصالح ملی
۱۶۸	تغییر فرهنگ مصرف
۱۶۹	بخش یازدهم: مهندسی فرهنگی مصرف
۱۷۰	بسیج عمومی برای مصرف تولیدات داخلی
۱۷۰	آگاهی بخشی نسبت به مصرف
۱۷۱	تعمیق نگاه قرآنی دوری از اسراف
۱۷۱	ممنوعیت رسانه ای تبلیغات کالاهای خارجی
۱۷۲	باز تعریف سبک زندگی ایرانی
۱۷۳	بخش دوازدهم: جدی گرفتن مقوله جنگ نرم
۱۷۴	نگاهی به مصرف در ایران با توجه به معیارهای اسلامی
۱۷۷	راهکارهای عملی اصلاح مصرف در جامعه اسلامی
۱۷۷	الف- ارتقای آموزش عمومی و جهت‌دهی رسانه‌ها
۱۷۸	ب- معرفی الگوهای برتر
۱۸۰	ج- اصلاح نظام قیمت‌ها
۱۸۰	د- داشتن الگو و برنامه مناسب
۱۸۱	نتیجه‌گیری
۱۸۴	منابع