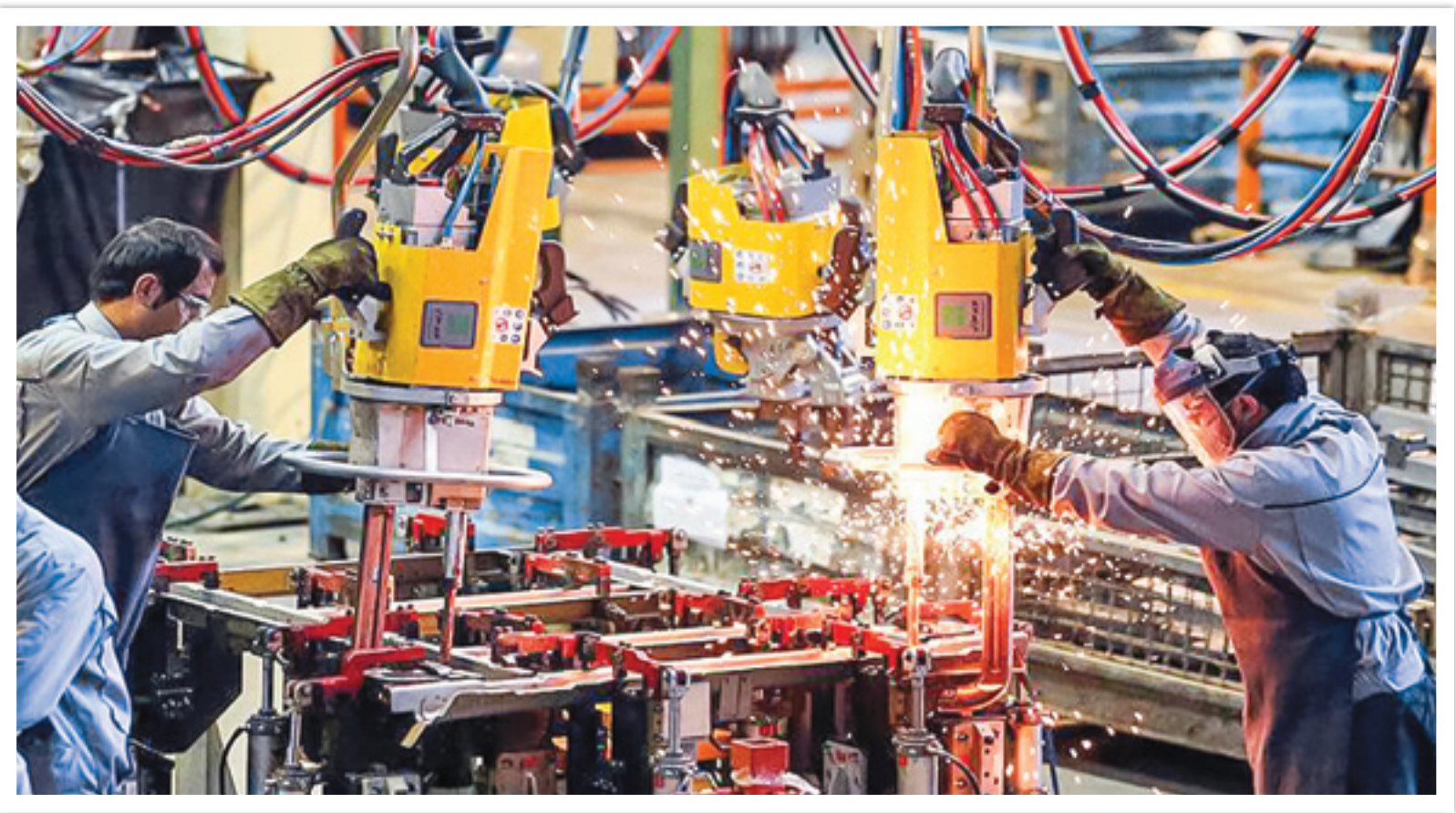




گفت‌وگوی «جوان» با سیدمحمد موسوی، رهبر کسب‌وکار و سیدمحمد امامی‌نژاد، کارآفرین حوزه دیجیتال

چگونه تاب‌آوری تولید را در توفان بالا ببریم

حسن فرامرزی

بخشی از اتمسفری که این روزها همه ما را دربر گرفته یادست کم بسته به نقش و مسئولیتی که در جامعه داریم به آن می‌اندیشیم، این است که حفظ و بقای جامعه ایرانی مثل هر جامعه دیگری به حفظ تولید گره خورده است. تولید علاوه بر اینکه به بودن ما روح، معنا و جهت می‌دهد، کشور را به سلامت از دل بحران عبور می‌دهد. حال این روزها چه کنیم که تولید ضربه نخورد؟ وظیفه دولت، کارآفرین‌ها، مصرف‌کنندگان، فعالان اقتصادی، نهادهای مالی و رسانه‌ها در این باره چیست؟ گفت‌وگوی ما با سیدمحمد موسوی و سیدمحمد امامی‌نژاد دو کارآفرین از دؤنسل مختلف تلاشی برای واکاوی این موضوع است.

وقتی آچار «اسلحه» می‌شود

سیدمحمد امامی‌نژاد، کارآفرین حوزه دیجیتال و مشاور کسب‌وکار در ابتدای سخنان خود می‌گوید: تمام کارآفرینان، مدیران صنایع، کارگران زحمتکش و کارکنان پرتلاشی که در طول جنگ ۱۲ روزه، بی‌هیچ ادعا و هیاپوهیی ایستادگی کردند، آنان که در دل تهدید موشک‌ها و قطع ارتباطات، در بحبوحه بی‌ثباتی بازار و کمبود منابع، از نفس نینفادند و همچون نگهبان بی‌پرچم، از سنگرهای اقتصادی این سرزمین دفاع کردند، درود و خداقت دارند. از یاد نبریم در روزهایی که برخی خطوط توزیع مختل شد، برخی راه‌های ترانزیتی ناامن بودند و اضطراب اجتماعی به‌اوج رسید، چراغ تولید در بسیاری از کارخانه‌ها، واحدهای کوچک، نانوائی‌ها، داروخانه‌ها، بیمارستان‌ها، نبرگاه‌ها، جایگاه‌های سوخت و زنجیره‌های تأمین غذایی همچنان روشن ماند. در میدان نبرد اقتصادی، اینان همان رزمندگانی بودند که اسلحه‌شان، آچار، دانش، عرق پیشانی و انگیزه ملی بود. امیدوارم در روزهای آینده این تکتک راز یاد نبریم کار آنان فقط تولید کالا نبود، بلکه تولید امید، پایداری و اعتماد عمومی بود. آنان به مردم نشان دادند پشت این کشور هنوز گرم است که در روزهای سخت، نه تنها امنیت، بلکه نان، درمان و نیازهای اولیه نیز برقرار می‌ماند. به‌ویژه صنایع حیاتی کشور در حوزه‌های غذا، انرژی، درمان و حمل‌ونقل با تمام ظرفیت خود به کار ادامه دادند. اگر پمپ بنزینی کار کرد، اگر نانی در سفره ماند، اگر دارویی به بیمار رسید، اگر برق و گاز در خانه‌ها جاری بود، بی‌تردید حاصل تلاش این گروه از دلاوران بی‌نشان بود که در سکوت ادامه دادند.

مؤین یون به سرنوشت مشترک ملی

این کارآفرین با اشاره به اینکه به جزئیات هر رویدادی باید بهاد داد و اجازه نداد آن نکته‌ها به مرور در غبار زمان به فراموشی سپرده شود، می‌گوید: همه کسانی که خیرخواه این کشور هستند نباید از یاد ببرند که فعالان کسب‌وکار در آن روزها در شرایطی کار کردند که هزینه تولید بالا رفته بود، امنیت روانی کارکنان متزلزل بود، بیم از آینده سایه افکنده بود، اما آنچه آنها را سراپا نگه‌داشت، ایمان به سرنوشت مشترک ملی، تعهد حرفه‌ای و عشق به وطن بود. از این زاویه می‌توان گفت اینجا، سنگر تولید حتی از سنگر نظامی هم مهم‌تر بود، کارآفرین ایرانی ایستاد، خم نشد، خط تولید را خاموش نکرد، کارگش را رها نکرد و مشتری‌اش را بی‌پاسخ نگذاشت. اکنون، پس از پایان آتش جنگ، باید قدردان آنانی باشیم که بدون پاداشی خاص، تنها به وظیفه انسانی و ملی خود عمل کردند. باید از این تجربه بی‌قیمت، الگویی برای دوران بازسازی و ثبات بسازیم. آنها ثابت کردند در دل بحران، فقط «راده ملی» و «همت کارآفرین ایرانی» می‌تواند ستون‌های کشور را نگه دارد.

ما نیازمند پیمان اجتماعی- اقتصادی جامع هستیم

سیدمحمد امامی‌نژاد در تحلیل و آسیب‌شناسی خود از آنچه در دوره جنگ تحمیلی ۱۲ روزه شکل گرفت می‌گوید: جنگ‌های قرن بیست‌ویکم فقط بر میدان‌های نبرد تمرکز ندارند، آنها زیرساخت‌های اقتصادی، روان، جمعی و بنیان‌های تولید ملی را نیز هدف می‌گیرند.

جنگ ۱۲ روزه اخیر نیز در کنار آثار استراتژیک خود،

زنگ خطر جدیدی برای اقتصاد ملی به صدا درآورد، در کنار رشادتهای دفاعی و امنیتی، حال نوبت به مرحله‌ای رسیده است که شاید دشوارتر از نبرد فیزیکی باشد؛ بازسازی اقتصادی و حفاظت از تولید ملی. این مرحله، تنها با نسخه‌های کلان‌نگر اقتصادی ممکن نیست، بلکه نیازمند یک پیمان اجتماعی- اقتصادی جامع است که در آن، دولت، کارآفرینان، مصرف‌کنندگان، نهادهای مالی و ساختارهای فناوریانه، هر یک سهم خود را در تقویت تولید ایفا کنند.

دولت از سیاستگذار صرف تا معمار بازسازی اقتصادی

اما وظایف و مسئولیت‌های دولت به عنوان حلقه‌ای از حلقه‌های موجود در این بازسازی اقتصادی و حفاظت از تولید ملی چیست؟ این کارآفرین می‌گوید: اکنون بیش از هر زمان دیگری، دولت باید سیاستگذاری جسورانه اما منطقی داشته باشد، بسته‌های حمایتی از صنایع آسیب‌دیده، تسهیلات مالیاتی برای کارگاه‌های متوسط و کوچک و حتی خرید دولتی از تولیدات داخلی برای حفظ تقاضا باید در اولویت باشد. از سویی بازآفرینی زیرساخت‌ها را با نگاه فناوریانه انجام دهد، از انرژی و حمل‌ونقل گرفته تا دیجیتالسرها و شبکه توزیع هوشمند و در نهایت سرعت دیجیتال‌سازی دولت و حذف موانع اداری را در نهایت سرعت در این راستا پلتفرم‌های ارائه خدمات مجوزدهی و مالیاتی باید بهینه‌سازی و یکپارچه شوند.

کارآفرین‌ها «محافظان عزت ملی در میدان جنگ اقتصادی

اما در این میان کارآفرین‌های کشور در راستای گشودن چتری پایدار بر سسر تولید حتی در شرایط بحرانی چه قابلیت‌هایی را می‌توانند فعال کنند. امامی‌نژاد می‌گوید: کارآفرینان امروز، دیگر صرفاً خالقان ارزش اقتصادی نیستند، آنهامحافظان عزت ملی در میدان جنگ اقتصادی هستند، حتی در روزهای بحران همچون دوران کرونا، فناوری می‌تواند جریان تولید و اشتغال را زنده نگه دارد، بنابراین کارآفرینان باید استراتژی‌های انعطاف‌پذیر اتخاذ کنند، شاید بازار صادراتی موقتاً تغییر یابد، شاید نوع خدمات تغییر کند، اما اصل «ماندن در میدان» نباید ترک شود. از سویی دیگر در برهه کنونی مهم است که کارآفرین‌ها به نوآوری‌های مقاومتی تکیه کنند، به‌جای ورود به حوزه‌های پرریسک، تولید را بر پایه فناوری‌های بومی و نیاز بازار داخلی طراحی کنند. نکته دیگر در این باره که می‌تواند ما را از این مرحله عبور دهد، بهره گرفتن از مدل‌های تولید اشتراکی است. همکاری میان استارت‌آپ‌ها، شرکت‌های متوسط و دانشگاه‌ها در قالب پلتفرم‌های توزیع شده تولید، کارآمدتر از توسعه عمودی تک‌شرکتی خواهد بود.

مصرف کنندگان، هر انتخاب، یک رأی اقتصادی

اسما حلقه دیگری که در این باره نقش ایفا می‌کند مصرف‌کنندگان هستند. رفتار مصرف‌کننده‌های ایرانی در جنگ ۱۲ روزه تحسین‌برانگیز بود. آنها کمتر آلوده به خریدهای هیجانی و از سر ترس شدند، بنابراین این فرصت را به بازار دادند که خود را تعدیل و بازسازی کند. این مشاور کسب‌وکار در این باره نیز می‌گوید: اقتصاد مقاومتی فقط در سطح دولت و تولیدکننده معنا ندارد. مصرف‌کننده ایرانی نیز در این جبهه نقش آفرینی

تعیین‌کننده دارد. زمانی که یک خانوار تصمیم می‌گیرد از یک برند ایرانی حمایت کند، در واقع، یک خط تولید را زنده نگه داشته است، بنابراین اگر می‌خواهیم در این باره کاری مؤثر انجام دهیم، باید در درجه اول فرهنگ مصرف مسئولانه را از نو طراحی کنیم، برندهای ایرانی باید نماد افتخار باشند، نه گزینۀ دوم. ما باید به تدریج این فرهنگ را در میان مصرف‌کنندگان ایرانی جا بیندازیم که به تولید ملی ببالند، چون این موضوع اثر مستقیمی روی کیفیت و سرنوشت تولید خواهد گذاشت.

اولویت بعدی که می‌توان در این باره انجام داد، این است که مردم را در جریان فرایند تولید قرار دهیم، تولیدکننده باید داستان محصول خود را روایت کند. این شفاف‌سازی، اعتماد ایجاد می‌کند. تولیدکننده وقتی داستان محصول خود را روایت می‌کند، در واقع زمینه‌های انسانی و عاطفی را در میان خود و مصرف‌کننده شکل می‌دهد؛ کاری که غربی‌ها در این باره استادانه عمل کرده‌اند.

نکته دیگر اینکه کمپین‌های اجتماعی مشترک راهاندازی شود، رسانه‌ها، سلبریتی‌ها، نهادهای مردمی و خود کارآفرینان باید با یکدیگر در راستای تغییر فرهنگ مصرف همکاری کنند.

آیا بانک‌ها مدل‌های کهنه را پوست‌اندازی خواهند کرد؟

نهادهای مالی حلقه دیگر در فرایند حفظ تولید ملی در شرایط بحرانی است، اما با این همه بانک‌ها آن طور که انتظار می‌رود در این سال‌ها نتوانسته‌اند توقعات را در این باره برآورد کنند. سیدمحمد امامی‌نژاد در این باره می‌گوید: یکی از نقاط ضعف تاریخی اقتصاد ایران، نقش کم‌کارانه بانک‌ها و مؤسسات مالی بوده است. در تجربه من با سیستم‌های مالی دیجیتال و همکاری بافین‌تک‌های داخلی، بارها دیده‌ام که حتی ایده‌های کوچک، اگر با مدل اعتبارسنجی نوین حمایت شوند، به شرکت‌های فضایی تبدیل می‌شوند. حال اگر ما به دنبال پوست‌اندازی فضای کسب‌وکار و حفظ شرایط پایدار و تاب‌آوری بالای کسب‌وکارهای ایرانی به‌ویژه در شرایط بحرانی هستیم، بانک‌ها باید عهده‌دار بخشی از وظایفی باشند که چنین چشم‌انداز و هدف‌گذاری را محقق و ممکن می‌کند. در این راستا بانک‌ها باید خطوط اعتباری سریع و بدون بوروکراسی برای تولیدکنندگان طراحی کنند، همکاری جدی بافین‌تک‌ها و نوبانک‌ها داشته باشند، به خاطر اینکه مدل‌های سنتی دیگر پاسخگوی تولیدکننده در دوران سانجگ نیست؛ از طرفی آنها باید سرمایه‌گذاری در مشترک با دولت با نهادهای توسعه‌ای.

فعالان اقتصادی، بازگیران پنهان، تأثیرگذار بلندمدت

اما حلقه دیگری که در این میان نقش و مسئولیت آن می‌تواند سرنوشت کسب‌وکارهای ایرانی را در شرایط حساس کنونی تعیین کند، نقش نهادهای اقتصادی است. این کارآفرین در این باره می‌گوید: واقعیت این است که اتاق‌های بازگانی، تشکلهای صنعتی و سازمان‌های مردم‌نهاد اقتصادی، هر یک می‌توانند به‌اندازه یک وزارتخانه اثرگذار باشند، به شرط اینکه هماهنگ و منسجم با همدیگر عمل کنند، اما در آیین‌باره می‌توان دست به اقداماتی زد که این هماهنگی بیش از گذشته در آس و بدنه نهادهای اقتصادی ما ظاهر شود و به کارایی آن بیفزاید.

این پیشنهادهای می‌توانند چنین هدف‌گذاری و چشم‌اندازی را محقق کنند: ایجاد کنسر سیوم‌های هم‌افزا میان زنجیره‌های تأمین یک صنعت- مثلاً

کشاورزی تا بسته‌بندی یا قطعه‌سازی تا مونتاژ- برای کاهش هزینه‌ها. راه‌اندازی «شان ملی تولید مقاوم» برای تشویق برندهایی که در شرایط بحرانی پایدار مانده‌اند و بهره‌گیری از مسئولیت اجتماعی شرکتی (CSR) در راستای حمایت از کارگران آسیب‌دیده، مناطق جنگ‌زده و توسعه آموزش مهارت‌محور.

آینده اقتصاد ایران دیجیتال است

این کارآفرین حوزه دیجیتال در بخش دیگر گفت‌وگوی‌مان به این نکته می‌پردازد که ایران با وجود برخور‌داری از ذخیره گاه و معدن بی‌ظنیری از استعدادها و نیروی انسانی تحصیلکرده و خلاق، ظرفیتی بی‌ظنیری برای خلق ارزش از دل بحران دارد، اما چگونه می‌توان به چنین هدفی دست یافت یا به عبارت دیگر مسیر تحقق چنین ارزشی کجاست. در این راستا لازم است شتاب‌دهنده‌ها و مراکز نوآوری منطقه‌ای ایجاد شوند تا در مناطق آسیب‌دیده، امید اقتصادی خلق شود. آموزش مهارت‌های دیجیتال به نسل جوان در اولویت قرار گیرد، آینده اقتصاد ایران دیجیتال است، نه سنتی و آخر اینکه در چنین فضایی لازم است متخصصان ایرانی خارج از کشور را به سرمایه‌گذاران تولید متصل کنیم، هزاران ایرانی متخصص در کانادا، اروپا، امریکا و آسیا آماده‌اند، اگر ساختار جذب وجود داشته باشد.

رسانه‌ها داستان موفقیت بنگاه‌ها را روایت کنند

اما آخرین حلقه از زنجیره حمایت و گشودن چتر بر سسر تولید ملی در شرایط خطیر به رسانه‌ها و نقش آنها در روایتگری برمی‌گردد. سیدمحمد امامی‌نژاد در این باره می‌گوید: نباید فراموش کرد که در نبرد روایت‌ها،

رسانه‌ها خط مقدم هستند. در تجربه‌ام از همکاری با رسانه‌های داخلی و بین‌المللی، همیشه دیدام که قدرت روایت، دست‌کم از منبع مالی نیست. در این راستا رسانه‌ها

باید داستان موفقیت بنگاه‌های کوچک را روایت کنند و همچنان چراغ امید را زنده نگه دارند. وقتی رسانه به این موضوع اهمیت می‌دهد یک نمونه عینی و واقعی را در دل بحران نشان می‌دهد که با وجود زخم‌ها چگونه یک واحد تولیدی در کشور سرپا مانده است، مثل چراغی نور امید را به لایه‌های مختلف اجتماعی تعمیم می‌دهد، چون آنچه به وقوع پیوسته صرفاً یک ایده یا نظریه نیست بلکه واقعیت عینی و پیرامونی دارد.

نکته دیگر اینکه رسانه‌ها گفتمان تولید ملی را با زبان جدید و نسل‌محور مطرح کنند، جوانان امروز نیازمند پیام‌های اصیل و حرفه‌ای هستند، از طرف دیگر با تحلیلگران و متخصصان اقتصادی تعامل مداوم داشته باشند تا از ساده‌سازی مسائل اقتصادی اجتناب شود. فرصتی برای نوسازی ساختارهای اقتصادی

اما این کارآفرین در پایان، سخنان خود را این گونه جمع‌بندی می‌کند: تولید، فقط ماشین‌آلات و خطوط مونتاژ نیست، تولید، نصاداقتدار ملی، ضمانت آینده اقتصادی و تبلور شرافت کاری یک ملت است. جنگ اخیر، چالشی جدی اما در عین فرصتی تاریخی برای نوسازی ساختارهای اقتصادی ایران است. این فرصت را باید با اجماع، تدبیر، مشارکت مردمی و تجارب انباشته استفاده کرد. در راستای تحقق چنین مأموریتی ما به یک پیمان اقتصادی نوین ملی نیاز داریم؛ پیمانی که در آن دولت ناظر و تسهیلگر هوشمند باشد، کارآفرینان خلاق و جسور باقی بماند، مصرف‌کنندگان هوشیار و همراه عمل کنند و همه بازیگران اقتصادی، هر یک در میدان بمانند. در نهایت اینکه ما زنده به آئیم که آرام نگیریم/موجیم که آرامش ما

عدم ماست.

سرمایه‌داری الهی در یک واحد تولیدی

سیدمحمد موسوی، کارآفرین و مدیر یک واحد تولیدی است. آوازه او در این است که چون از کودکی معلولیت و نشستن روی ویلچر، طعم تلخ مشکلات زیستن با معلولیت را به او چشاند، اکنون به عنوان مدیر یک مجموعه صنعتی دست به کاری زده که در حد یک شاهکار است، اگر چه در

منطق اقتصادی، توجیهی برای آن نمی‌توان یافت، با این حال او به خاطر حفاظت از ارزش‌های اخلاقی و انسانی از اشتغال ۷۰۰ نفر معلول جسمی- حرکتی، نابینا، کم‌بینا، ذخیره گاه و معدن بی‌ظنیری از استعدادها و نیروی انسانی معروف، جگر بزرگی می‌خواهد. بسیاری در این سال‌ها بر او خرده گرفته‌اند که وقتی با نصب چند دستگاه می‌توان به صورت مکانیزه و با صرف هزینه بسیار کمتر محصول را تولید کرد، چرا او کارگران معلول را در این حجم و تعداد بالا به کار گرفته و هزینه بالایی را عهده‌دار شده، اما او در برابر منطق سرمایه‌داری غربی که تنها الهه آن سود، سود و سود است، واضح نظریه سرمایه‌داری الهی است. او پیش‌تر در این باره نوشته است: «سرمایه‌داری الهی، نوعی نگاه متفاوت به ثروت است که در آن ثروتمند بودن با تمامیت‌خواهی و زیاده‌خواهی در تناقض است.

باشد خلی در کار تولید پیش نخواهد آمد، اگر از سال‌های گذشته برنامه‌ریزی روی حفاظت و مدیریت منابع آب با دقت لازم صورت می‌گرفت، اگر ما سیاست‌های تخصیص آب به بخش‌های مختلف را با واقعیت‌های سرزمین خودمان انجام می‌دادیم، من امروز در چنین نقطه‌ای نبودم که بروم برای مجموعه‌مان آب‌انبار بسازم.

چندربه لایه‌های زیرین تصمیم‌گیری حساس هستیم؟

مدیر این مجموعه تولیدی- صنعتی می‌گوید: مدیریت‌های کلان کشور در هدایت و برنامه‌ریزی واحدهای تولیدی جلسه زده شده و حساسیت خود را به رفع واقعی مسائل از چالش‌های مجموعه‌های تولیدی داشته باشند و در گام بعدی آن را مرتفع کنند اما در عمل جلسه برگزار می‌شود تا جلسه برگزار شود، مدیرانی که از این جلسه وارد آن جلسه می‌شوند و گاهی هم الفاطلی مثل ناترازی را بر زبان می‌آورند و رد و بدل می‌کنند اما حس گرم و اقدام راهگشایی نسبت به برطرف کردن چالش‌ها ندارند.

وقتی از آقای موسوی می‌پرسم راهکار برون‌رفت از وضعیت موجود را در چه می‌دانید، می‌گوید: آنچه من می‌توانم



سیدمحمد موسوی، رهبر کسب‌وکار: سیاستگذاران، برنامه‌ریزان و مدیران بخش صنعت و تولید در این سال‌ها چشم خود را به روی اهمیت زیرساخت‌ها و بستر تولید داخلی بسته‌اند. مگر یک تولیدکننده چه می‌خواهد؟ انتظارات عجیب و غریبی نداریم. جایزه، تجلیل و عنوان نمی‌خواهیم. انتظا ما این است که آب، برق، گاز، مواد اولیه و زنجیره تأمین بدون اختلال در اختیارمان قرار گیرد

بگویم این است که اگر می‌خواهیم این وضعیت تغییر کند، باید نسبت به لایه‌های زیرین برنامه‌ریزی در کشور حساس باشیم. منظورم از حساسیت نسبت به لایه‌های زیرین تصمیم‌گیری این است که همچنان که احتمال خرابکاری اسرائیل در مسائل نظامی و امنیتی را می‌دهیم، همین حساسیت را در قبال سطوح مختلف برنامه‌ریزی کشور هم داشته باشیم، گرچه چطور می‌شود که یک نفر روزی مفسد اقتصادی باشد و روز دیگر آن فرد به دستگاه‌های کشور دستورالعمل تجویز کند.

آیا آهن گداخته جلوی صورت زیاده‌خواهان هست؟

موسوی می‌افزاید: امنیت اقتصادی به اندازه امنیت نظامی برای کشور مهم است، بنابراین ما نباید این حس و دریافت را داشته باشیم که انگار حساسیت به فساد و حرکت به سمت فساد زایی در کشور کش شده است. من ابتدای انقلاب به عشق تحقق همان رفتار موعلاعی (ع) که آهن گداخته را به صورت برادرش عقیل نزدیک کرد و اجازه نداد کوچک‌ترین امتیاز و رانتی در اختیار او قرار بگیرد و بساط فامیل‌بازی پهن شود، تحصیل خود را در امریکا رها کردم و سر از بیست‌ون‌ویلوچستن را آوردم. اگر امروز می‌خواهیم مردم در انواع جبهه‌های دفاع از جمله تولید به عنوان یک صف متحد قرار گیرند و گره‌گشایی کنند، ما باید این پالس را به گروه‌های مختلف جامعه فرستیم که آن آهن گداخته و حاشیه‌های تلخ بها ندادن به تولید داخلی را می‌چسند. به عنوانی مختلف به سهم و رانت و امتیاز نامشروعی از امکانات کشور برسند. ما اگر معتقد به برکت نبودیم، هیچ وقت از قواعد، منطق و منش سرمایه‌داری معمول عدول نمی‌کردیم. به سرمایه‌داری معمول ارزش انسان نادیده گرفته می‌شود اما من امثال من معتقد بودیم، و هستیم که سرمایه‌داری می‌تواند طوری باشد که انسان را نادیده نگیرد، می‌توان معلول‌ها را هم به کار گرفت، حتی اگر سرمایه‌داری به ما بگوید که این کار منطق اقتصادی ندارد.

سرمایه‌داری به سبک الهی نگاهی منطق با فطرت درونی و برخاسته از نوع‌دوستی انسان‌ها در عالم اقتصاد است که

نشان زیرساخت‌ها را جدی نگر فتنیم

وقتی با او تماس می‌گیرم و این پرسش را طرح می‌کنم که چه کنیم تولید در شرایط فعلی ضربه نخورد و مسئولیت‌های دولت و نهادهای بالادستی در این باره چیست، می‌گوید: من خیلی خلاصه بگویم که ما نقش زیرساخت‌ها را جدی نگرفته‌ایم. بحث امروز و دیروز هم نیست اما امروز تبعات آن از هر زمان دیگری بیشتر به چشم می‌آید. سیاستگذاران، برنامه‌ریزان و مدیران بخش صنعت و تولید در این سال‌ها چشم خود را به روی اهمیت زیرساخت‌ها و بستر تولید داخلی بسته‌اند و امروز تولیدکنندگان کشور با تمام وجود، طعم تبعات و حاشیه‌های تلخ بها ندادن به تولید داخلی را می‌چسند. مگر یک تولیدکننده چه می‌خواهد؟ انتظارات عجیب و غریبی نداریم. جایزه، تجلیل و عنوان نمی‌خواهیم. انتظار ما این است که آب، برق، گاز، مواد اولیه و زنجیره تأمین بدون اختلال در اختیارمان قرار گیرد اما متأسفانه همین خواسته هم برآورده نمی‌شود.

موسوی می‌افزاید: اگر می‌خواهیم کشور روی پای خود بماند، واحدهای تولیدی باید بتوانند روی پای خود بایستند اما این اتفاق نمی‌افتد، مگر اینکه مدیران کشور با حساسیت و پیگیری، مشکلات واحدهای تولیدی را رصد کنند و اجازه ندهند خط مقدم اشتغال و تولید کشور تنها و بی‌باور بماند. من از شما می‌پرسم در این شرایط که واحدهای تولیدی با کمبود منابع مالی مواجه هستند، چرا ما باید ۸ میلیارد تومان برای ساخت آب‌انبار اختصاص دهیم، انگار که به ۱۰۰ سال پیش برگشته‌ایم، چرا ما این کار را می‌کنیم؟ به خاطر اینکه منابع مورد نیاز از جمله آب به گونه‌ای اختصاص نمی‌یابد که مدیر یک مجموعه مطمئن