



سند بر نامه ۵ ساله مجمع ایران نوشت

نسخه ۱۳۹۹

ماده ۱

چشم انداز

تحقق بازار نوشت افزار ایران با ویژگی‌های:

- عاری از کالاهای نامطلوب فرهنگی، سرشار از محصولاتی با محتوای ایرانی اسلامی
- بیشینه بودن سهم نوشت افزار ایران ساخت از کل بازار و همچنین به عنوان قطب تولیدی در منطقه غرب آسیا

ماده ۲

ماموریت

- ترویج زندگی سالم در پرتو سبک زندگی اسلامی ایرانی از طریق خلق محصولات نوشت افزار و ترویج آن بطوریکه این محصولات برای تمامی اقشار جامعه دارای جذابیت باشد. همزمان با پیگیری اقدامات سلبی جهت جلوگیری از تولید و نشر محتوای معارض
- حمایت از تولید داخلی و تسهیل آن همزمان با پیگیری اقدامات سلبی جهت هزینه برکردن و یا ناممکن کردن واردات

ماده ۳

ارزش ها

۱. مردمی بودن: در همه مراحل این چرخه و زنجیره عناصر مردمی دارای اصالت و اولویت هستند از تامین منابع مالی تا تولید، توزیع، عرضه و مصرف.
۲. حفظ کیفیت فنی و محتوایی در محصول: تلاش برای عرضه و مصرف هرچه بیشتر محصولات باید با حفظ شاخص‌های محتوای تراز جبهه حق صورت گیرد.
۳. استفاده از اصول و سازوکارهای اقتصاد و تجارت بومی و اسلامی: با توجه به بعد اقتصادی و کسب و کاری این فعالیت‌ها استفاده از مدل‌های بومی و اسلامی باید مدنظر باشد.
۴. کارآفرینی، تولید ملی و اشتغال: توجه به جنبه ایجاد اشتغال و کارآفرینی و تولید ملی بودن محصولات از ارزش‌های اصلی این فرآیند محسوب می‌گردد.
۵. مسئولیت اجتماعی در قبال کودکان نیازمند و کم‌برخوردار خصوصا در مناطق محروم کشور و همچنین حفظ محیط زیست

ماده ۴

اهداف

۱. ذائقه سازی عناصر چرخه مصرف شامل تولید کنندگان، توزیع کنندگان و مصرف کنندگان
۲. پیگیری ایجاد چرخه مستمر تولید کاراکتر و محتوا و زنجیره تجاری سازی
۳. توانمندسازی کسب و کارهای نوپا و دغدغه‌مند تولیدی و توزیعی
۴. پیگیری ایجاد سازوکارهای ساماندهی نظارتی در بازار نوشت افزار کشور
۵. پیگیری ایجاد چرخه پایدار تولید محصولات نوشت افزار که مشابه ایرانی ندارند.

راهبرد کلی	راهبرد جزئی	شاخص سنجش	فرمول سنجش	شاخص های عملیاتی
۱. ذائقه سازی عناصر چرخه مصرف شامل تولید کنندگان، توزیع کنندگان و مصرف کنندگان	۱/۱ تلاش جهت ارتقای ذائقه خانواده های ایرانی جهت مصرف نوشت افزار ایرانی با محتوای بومی	نظر مثبت مردم به نوشت افزار ایرانی	نظرسنجی سراسری	۱/۱/۱ برگزاری نمایشگاه و جشنواره، مسابقات و برنامه های فرهنگی و هنری
		مجموع مخاطبین جشنواره و رویدادهای عمومی ایران نوشت	کنترل ورودی ها	۱/۱/۲ تولید و توزیع انواع محصولات ترویجی چند رسانه ای (تیزر، کلیپ، موسیقی، پوستر و کاریکاتور، مستند)
		مجموع دقایق حضور و یا پخش محصولات رسانه ای در رسانه ملی	تجمع دقایق آرشیو	۱/۱/۳ حضور مؤثر در رسانه ملی با تولید و پخش و همکاری با برنامه های تلویزیونی و رادیویی
		مجموع فالورها، اعضا و بازدید کنندگان در فضای مجازی	تجمع آمار	۱/۱/۴ افزایش و ارتقای تولید محتوا در رسانه های خبری و نشریات
		رشد نوشت افزار ایرانی با محتوای بومی	پیمایش	۱/۱/۵ حضور مؤثر در فضای مجازی
		تعداد اخبار منتشر شده در رسانه های آنلاین و مکتوب	تجمع تعداد اخبار	۱/۱/۶ حضور مؤثر در تبلیغات محیطی شهری در سراسر کشور
		نظر مثبت خرده فروشان نوشت افزار به نوشت افزار ایرانی	نظرسنجی تلفنی	۱/۱/۷ حضور در جشنواره های مرتبط از نظر محتوایی یا فنی
۱/۲ فعالیت های فرهنگی و تبلیغی جهت اعتلای فرهنگی تولید کنندگان، توزیع کنندگان و نخبگان	نظر مثبت بازاریان به نوشت افزار ایرانی	نظر مثبت بازاریان به نوشت افزار ایرانی	نظرسنجی میدانی	۱/۲/۱ تولید یا حمایت از محصولات تخصصی ترویجی (مانند نشریه، جزوه، بروشور کتاب و...)
		نفرات یا مؤسسات مؤثر فرهنگی جذب شده	اظهارات / فعالیت ها	۱/۲/۲ برگزاری نشست ها، جلسات و همایش های گفتمانی و ترویجی
				۱/۲/۳ ارتباط مؤثر چهره به چهره با عناصر فعال این حوزه (اصناف، انجمن ها و ...)

راهبرد کلی	راهبرد جزئی	شاخص سنجش	فرمول سنجش	شاخص های عملیاتی
۲. پیگیری چرخه مستمر تولید کاراکتر، محتوا و زنجیره تجاری سازی	۲/۱ پیگیری تکمیل و تقویت عناصر زنجیره تولید و تجاری سازی کاراکتر در حوزه نوشت افزار	سهم کاراکترهای ایرانی از میان ۱۰ کاراکتر پرتعداد نوشت افزار	پیمایش میدانی	۲/۱/۱ تسهیل گری عقد قرارداد فی مابین تولیدکنندگان نوشت افزار
		مجموعه های متصل شده به تولیدکنندگان	تجمع آمار	۲/۱/۲ مشارکت در رویدادهای تخصصی کاراکتر سازی
		مجموع کاراکترهای به کاررفته	تجمع کاراکترهای تجاری شده سالانه	۲/۱/۳ حمایت از منافع تجاری سازی کاراکتر داران در قالب ارائه یارانه، تبلیغات و کمک در توزیع و طراحی محصول
		سهم محصولات کاراکتر محور به نسبت کل بازار نوشت افزار	پیمایش میدانی (تبدیل محصول خنثی به کاراکتر دار)	
	۲/۲ گفتمان سازی در بین مسئولین، نهادها و فعالین فرهنگی و نخبگان مبنی بر اهمیت شخصیت سازی و کاراکتر در همه زمینه ها	افزایش نفوذ مفهوم کاراکتر سازی در حاکمیت و نخبگان مرتبط	پیمایش میدانی	۲/۲/۱ برگزاری جلسات، نشست ها و نمایشگاه های تخصصی
				۲/۲/۲ تولید محتوای تخصصی و ارائه به عناصر مرتبط
				۲/۲/۳ مطالبه از مسئولین در قالب ایجاد موج رسانه ای
	۲/۳ تقویت جریان طراحی طرح های ایرانی اسلامی و بومی جهت استفاده تولیدکنندگان	سهم محصولات با محتوای بومی از کل بازار	پیمایش میدانی (محتوای بومی: غیر معارض)	۲/۳/۱ رشد و ارتقای منابع انسانی طراحی از طریق فعالیتهای آموزشی بر مبنای اقتضائات بومی
				۲/۳/۲ حمایت از شکل گیری مؤسسات تخصصی طراحی
		مؤسسات یا پروژه های حمایت شده	تجمع پروژه ها	۲/۳/۳ تلاش جهت ورود مؤسسات موجود به عرصه طراحی محتوای ایرانی
				۲/۳/۴ تسهیل گری ایجاد ارتباط بین فعالان حوزه محتوا و تولیدکنندگان جهت نمونه سازی و کمک به شکل گیری چرخه مستمر این فرایند
				۲/۳/۵ حمایت از طرح های فناورانه یا خلاقانه با تمرکز بر توسعه محتوا در عرصه نوشت افزار

راهبرد کلی	راهبرد جزئی	شاخص سنجش	فرمول سنجش	شاخص های عملیاتی
۳. توانمندسازی کسب و کارهای نوپا و دغدغه مند	۳۶۱ توسعه توان و زیرساخت های توزیع محصولات نوشت افزار ایرانی اسلامی	میزان فروش نوشت افزار ایرانی اسلامی	تجمع آمار رویدادها، تولیدکنندگان و توزیع کنندگان	۳۱/۱. توسعه سیستم توزیع مویرگی و پخش (فروشگاه های محلی و تخصصی زنجیره ای، اینترنتی ها و تعاونی ها)
		سهم ایران نوشت از کل بازار داخل	ایران نوشت + محصولات ایرانی به نسبت کل	
		سهم ایران نوشت از نوشت افزار ایرانی	پیمایش میدانی	
		تعداد مجموعه های پخش و توزیع	تجمع آمار	۳۱/۲. توسعه سیستم فروش مجازی
		تعداد فروشگاه های محلی فعال	آمار توزیع کنندگان و تولیدکنندگان	
		تعداد شعب فروشگاه های زنجیره ای فعال	تجمع آمار	
		تعداد شهرهای بالای ۲۰ هزار نفر دارای نقطه فروش از کل شهرهای کشور	محاسبه ریاضی	۳۱/۳. توسعه سیستم فروشگاه های اختصاصی و به هم پیوسته
		تعداد شعب اختصاصی ایران نوشت	محاسبه ریاضی	
		سهم میزان فروش اینترنتی از کل فروش	محاسبه ریاضی	

راهبرد کلی	راهبرد جزئی	شاخص سنجش	فرمول سنجش	شاخص های عملیاتی
۳. توانمندسازی کسب و کارهای نوپا و دغدغه مند	۳/۱ توسعه توان و زیرساخت های توزیع محصولات نوشت افزار ایرانی اسلامی	تعداد نهادها و سازمان های مشتری	تجمع آمار توزیع کنندگان و تولید کنندگان	۳/۱/۴. توسعه سیستم فروش شبکه ای نهادی و سازمانی
		میزان فروش نهادی از کل فروش	تجمع آمار	۳/۱/۵. توسعه سیستم های مدیریت مشتری و ایجاد مشتری پایدار
		سهم صادرات از تولید نوشت افزار کشور	آمار گمرک	۳/۱/۶. توسعه سیستم فروش بین المللی و صادرات
		مجموع تعداد کشورهای بازار هدف صادراتی	تجمع آمار	
	۳/۲ ارتقای توان تولیدی، مهارتی و افزایش کیفیت محصولات تولیدی	مجموع مجموعه های ثبت شده حقوقی	تجمع آمار	۳/۲/۱ پیگیری تثبیت حقوقی و شکل گیری مؤسسات، شرکت ها و نام نماهای باثبات فعال
		مجموع نفر- ساعت آموزش	تجمع آمار	۳/۲/۲. ارتقای دانش و مهارت از طریق انواع فعالیتهای آموزشی و تجربه نگاری
		میزان خرید تعاونی تأمین نیاز	تجمع آمار	۳/۲/۳. تلاش برای انجام اقدام های هم افزایی تولیدی و تعاون جمعی جهت افزایش توان تولیدی و کاهش قیمت تمام شده و شکل گیری مجموعه های توانمند
		کاهش اختلاف قیمت اعضا با بازار	پیمایش میدانی	
		نسبت مواد اولیه تأمین شده از طریق تعاونی به کل خرید ایران نوشت	محاسبه ریاضی	۳/۲/۴ حمایت از فعالیتهای بازاریابی اختصاصی جهت ارتقا و توسعه بنام نماهای کسب و کارهای نوپا
		مجموع اعضای تعاونی	تجمع آمار	

راهبرد کلی	راهبرد جزئی	شاخص سنجش	فرمول سنجش	شاخص های عملیاتی
۳. توانمندسازی کسب و کارهای نوپا و دغدغه مند	۳٫۲ ارتقای توان تولیدی، مهارتی و افزایش کیفیت محصولات تولیدی	ارزش حمایت های تسهیلاتی مستقیم و غیرمستقیم	تجمع آمار	۳٫۲٫۵ حمایت از انجام مطالعات بازار و مشاوره در حوزه طراحی و استراتژی های کسب و کار
		معرفی به مجموعه های متخصص مانند گروه پژوهشی اقتصاد فرهنگ	تجمع آمار	
		مجموع شاخه ها و اقلام تولیدی ایران نوشت	تجمع آمار	۳٫۲٫۶ رتبه بندی اعضای مجمع
		مجموع کسب و کارهای با بیش از یک میلیارد تومان فروش	تجمع آمار (با لحاظ تورم سالانه)	
	۳٫۳ ایجاد و تقویت اکوسیستم سرمایه گذاری جهت رشد فعالیت کسب و کارهای نوپا در عرصه نوشت افزار ایرانی اسلامی	مجموع مراکز، اعضا و یا پروژه های حمایت شده	تجمع آمار	۳٫۳٫۱ حمایت از ایجاد مراکز نوآوری و شتاب دهنده های تخصصی
		مجموع تأمین مالی مستقیم و غیرمستقیم	تجمع آمار	۳٫۳٫۲ پیگیری ایجاد صندوق های سرمایه گذاری جهت ایجاد زیرساخت های تولیدی
		نهادهای فعال سرمایه گذاری / حمایت	تجمع آمار	۳٫۳٫۳ پیگیری ورود نهادهای مالی و اقتصادی جهت سرمایه گذاری
		مجموع طرح های بررسی شده و تحت پوشش شتابدهی	تجمع آمار	۳٫۳٫۴ پیگیری تأمین اعتبار و ارائه تسهیلات به کسب و کارهای نوپا

شخص های عملیاتی	فرمول سنجش	شاخص سنجش	راهبرد جزئی	راهبرد کلی
۳/۴/۱ برگزاری برنامه های فرهنگی و خانوادگی	تجمع آمار	میزان مشارکت اعضا در رویدادهای برگزار شده	۳/۴ افزایش همدلی، همکاری، انسجام اقدامات مشترک کسب و کارهای نوپا جهت تقویت هویت جمعی	۳. توانمندسازی کسب و کارهای نوپا و دغدغه مند
۳/۴/۲ ارائه پیشنهاد و حمایت از برنامه های اعضا در مسیر انجام مسئولیت های اجتماعی	پیمایش میدانی	نظر مثبت خانواده های اعضا، به ایران نوشت		
۳/۴/۳ حمایت و هدایت محتوایی در جهت موضوعات روز و اولویت دار	پیمایش میدانی	میزان بودجه صرف شده اعضا در مسیر مسئولیت اجتماعی		
۳/۴/۴ برگزاری نشست های سراسری و جمعی	پیمایش میدانی	رضایت اعضا از عملکرد و مدیریت مجمع		
۳/۴/۵ ارتباط مؤثر یک یا چند سویه مجمع با اعضا	پیمایش میدانی	سهم مجمع از شهرت برندهای اعضا		
۳/۴/۶ ارتقا تشکیلاتی ستاد مجمع (خودکفایی، تدوین اسناد، تقویت نیروی انسانی و...)	تجمع آمار	تعداد اعضای رسمی فعال مجمع		

راهبرد کلی	راهبرد جزئی	شاخص سنجش	فرمول سنجش	شاخص های عملیاتی
۴. تلاش جهت سازمان دهی بازار و ایجاد سامانه نظارتی بازار نوشت افزار	۴۶۱ تلاش جهت سازمان دهی و نظام مند شدن و ارتقای عناصر بازار	میزان هماهنگی با انجمن ها و اتحادیه های بازار	پیمایش میدانی	۴۶۱/۱ شکل گیری اتحادیه تولیدکنندگان و سازمان دهی تولیدکنندگان داخلی و ایجاد سامانه خودکنترلی و اخذ مجوز جهت برند و واحد تولیدی
		میزان اجناس ایران نوشت (اعضای رسمی) توزیع شده توسط بازار	تجمع آمار	۴۶۱/۲ افزایش جدی نقش علامت استاندارد و حضور اجباری و مؤثر در حوزه نوشت افزار
		تعداد اعضای غیر عضو دارای محصول ایرانی اسلامی	پیمایش میدانی	۴۶۱/۳ ارتقای تشکلهای موجود این عرصه جهت ایفای نقش مؤثر در بازار
		تعداد اعضای وابسته مجمع	تجمع آمار	
	۴۶۲ ایجاد سامانه نظارتی بر بازار نوشت افزار	ریسک عرضه محصولات با کاراکتر معارض در بازار	پیمایش میدانی	۴۶۲/۱ پیگیری بروز رسانی و فعال سازی قانون شورای نظارت بر علائم، نشانه ها و تصاویر روز البسه و لوازم التحریر
		سهم نوشت افزار معارض از کل بازار	پیمایش میدانی	۴۶۲/۲ حمایت از ایجاد سامانه اخذ عوارض از کاراکترهای خارجی و حمایت از کاراکترهای داخلی
		میزان اثر فعالیت نهادهای نظارتی شامل ارشاد و آموزش و... در کاهش نوشت افزار معارض	پیمایش میدانی	۴۶۲/۳ تقویت چرخه نظارتی در آموزش و پرورش مدارس ، مهدکودک ها
				۴۶۲/۴ تقویت چرخه نظارتی بر سیستم توزیع و عرضه نوشت افزار

شخص کلی	راهبرد جزئی	شاخص سنجش	فرمول سنجش	شاخص های عملیاتی
۵. پیگیری ایجاد چرخه تولید نوشت افزار ایرانی بدون مشابه داخلی	۵/۱ درصد بازار	گزارش های منتشر شده	تجمع آمار	۵/۱/۱ رصد و تحلیل بازار و تحلیل اولویت های تولیدی از جانب تقاضا
		مجموع محصولات بررسی شده	تجمع آمار	۵/۱/۲ تحلیل و بررسی های فنی از مراحل و پیچیدگی های تولید تا تحلیل صنایع بالادستی تولید محصول مورد نظر
		سهم تعداد اقلام نوشت افزار ایرانی از کل بازار کشور	پیمایش میدانی	
	۵/۲ احیا و یا ارتقای خطوط تعطیل	مجموع تعداد خطوط راه اندازی شده و یا احیا شده	پیمایش میدانی	۵/۲/۱ پیگیری از مالکان و یا مسئولان خط مورد نظر و تلاش برای رفع موانع فعالیت مجدد
	۵/۳ حمایت قانونی از خطوط تولید	میزان شکایت از تعویق گمرک در ترخیص مواد اولیه به نسبت کل ترخیص ها	پیمایش میدانی	۵/۳/۱ تسهیل واردات خط تولید و مواد اولیه از نظر گمرکی
		مجموع محصولات نوشت افزاری با ممنوعیت واردات و یا تعرفه واردات بالا	پیمایش میدانی	۵/۳/۲ ممنوعیت واردات کالای با توان پاسخگویی به نیاز داخل
		میزان تحقق قانون بهبود محیط های کار		
	۵/۴ تسهیل گری و حمایت از راه اندازی خطوط	مجموع سرمایه جذب شده	محاسبه ریاضی	۵/۴/۱ جذب سرمایه گذار
		تعداد پروژه های موفق جذب تسهیلات	تجمع آمار	۵/۴/۲ جذب سرمایه گذار ۵/۴/۲ پیگیری استفاده از ظرفیت های حاکمیتی و مردمی جهت حمایت از تولید
				۵/۴/۳ تلاش جهت ورودی دانش و تکنولوژی های جدید

نکات:

۱. این جدول طبق مدل استراتژی غلطان تدوین شده است. در این مدل استراتژی‌های ۵ ساله مجموعه تدوین و به صورت سالانه برای ۵ سال آینده آن به روزرسانی می‌شود. همچنین هر سال بعد از به روزرسانی جدول، یک برنامه عملیاتی قطعی برای سال پیش رو طراحی می‌شود.
۲. به روزرسانی این جدول به صورت سالانه و توسط هیئت مدیره تصویب می‌شود.
۳. در قسمت شاخص‌های سنجش، منظور از کلمه «مجموع» جمع آمار سال‌های گذشته از سال مبدأ تا سال هدف است.

