

کتاب اسناد مجمع فعالین نوشت افزار ایرانی اسلامی



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

کتاب اسناد مجمع فعالین نوشت افزار ایرانی اسلامی

عنوان: کتاب اسناد مجمع فعالین نوشت افزار ایرانی اسلامی
گردآوری و تالیف: موسسه فرهنگی هنری نوشت افزار ایرانی اسلامی
مدیر طرح: محمد یقینی
مدیریت هنری و طرح جلد: استودیو دیزاین سیمی
نوبت چاپ: چاپ اول - ۱۴۰۰



نشانی: تهران - خیابان لبافی‌نژاد - بین خیابان کارگر و جمالزاده جنوبی - بن بست سیمین - پلاک ۱ - واحد ۳

نشانی اینترنتی: www.irannevesht.ir

شماره تماس: ۰۲۱ - ۶۶۹۰۲۲۰۶

سرتاپا شوقیم...

چند جوان با همت پیدا شده اند و نوشت افزار داخلی دارند تولید می کنند. خب اینها احتیاج به کمک دارند، باید به اینها کمک بشود، چند وقت قبل یک تعدادی از همین جوان ها آمدند پیش من، خب آدم می بیند اینها سرتاپا شوقند، سرتاپا آمادگی و قوه و توان دارند، ابتکار هم دارند... باید کمک بشوند.. با یک مختصر کمکی، با دست گذاشتن پشت اینها و حرکت دادن به جلوبه اینها کمک می شود.

رهبر معظم انقلاب اسلامی

در دیدار با رئیس جمهور و
اعضای هیئت دولت
۱۳۹۷/۰۶/۰۷

فهرست

مقدمه..... ۱۳

فصل اول: کلیات..... ۱۵

تعریف صنعت نوشت افزار..... ۱۶

زیست بوم ایران نوشت..... ۱۶

مجمع عمومی فعالان نوشت افزار ایرانی اسلامی (ایران نوشت)..... ۱۶

ضرورت..... ۱۶

تعریف..... ۱۶

روابط نهادی..... ۱۷

چشم انداز..... ۱۷

مأموریت..... ۱۷

ارزش ها..... ۱۷

اهداف (راهبردها)..... ۱۸

اساسنامه ی مجمع عمومی..... ۲۰

فصل اول: کلیات، تعاریف، اهداف و موضوع فعالیت..... ۲۰

فصل دوم: ارکان اصلی مجمع..... ۲۳

فصل سوم: امور عمومی، مالی، محاسباتی؛ انحلال و تسویه..... ۲۸

الگوی هویت برند ایران نوشت..... ۲۹

۲۹.....ضرورت

۲۹.....منشور هویت برند ایران نوشت

فصل دوم: عضویت ۳۱

۳۲.....انواع رابطه‌ی فعالان صنعت نوشت افزار با زیست بوم ایران نوشت

۳۲.....عضو رسمی

۳۲.....عضو وابسته

۳۲.....همراهان

۳۲.....غیرعضو

۳۲.....شرایط عضویت در مجمع عمومی

۳۳.....شرایط عمومی

۳۳.....شرایط اختصاصی

۳۵.....مراحل عضویت رسمی

۳۵.....شرایط تبدیل عضویت

۳۵.....شرایط تعلیق عضویت

۳۶.....مرام‌نامه‌ی عضویت در مجمع عمومی

۳۹.....خدمات و کارکردها

فصل سوم: نهادسازی ۴۱

۴۲.....تعریف مسئله

۴۳.....ساختار مجمع

۴۴.....ستاد مجمع

۴۴.....ضرورت

۴۴.....تعریف

۴۴.....	راهبردهای نهادی
۴۵.....	نمودار ساختار ستاد
۴۶.....	شرح کارگروه‌های موضوعی.....
۴۷.....	شرح وظایف معاونت‌ها
۴۸.....	نهاد توسعه‌گر
۴۹.....	اهداف
۴۹.....	ضرورت.....
۴۹.....	راهبردهای نهادی
۵۰.....	راهبردهای عملیاتی
۵۱.....	نهاد اقدام مشترک و جمعی (تعاونی)
۵۱.....	ضرورت
۵۱.....	راهبردهای نهادی
۵۲.....	راهبردهای عملیاتی.....
۵۲.....	نهاد فرهنگی اجتماعی (هیئت).....
۵۲.....	ضرورت.....
۵۳.....	تعریف
۵۳.....	راهبردهای نهادی
۵۳.....	راهبردهای عملیاتی
۵۴.....	نهاد داوری
۵۴.....	ضرورت
۵۴.....	راهبردهای نهادی.....
۵۵.....	سایر نهادها.....

فصل چهارم: آیین نامه ها و برنامه ها ۵۷

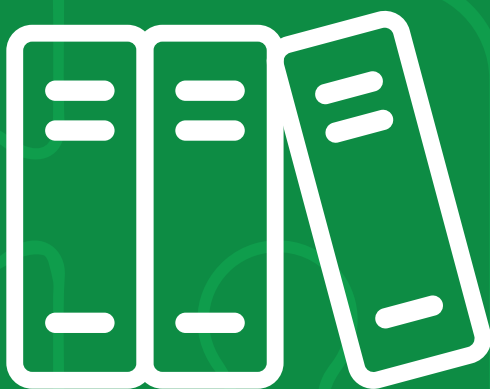
طرح آموزش.....	۵۸
مقدمه	۵۸
چشم انداز.....	۵۸
مأموریت.....	۵۹
اهداف بلندمدت.....	۵۹
فهرست مراحل تدوین و اجرای طرح آموزش.....	۵۹
شرح مراحل تدوین و اجرای طرح آموزش	۶۰
نظام رتبه بندی اعضای مجمع ایران نوشت	۷۲
ضرورت	۷۲
اهداف	۷۲
شاخص های ارزیابی.....	۷۲
سازوکار اجرا	۷۵
ساختار آرشیو اطلاعات	۷۷
تعریف آرشیو	۷۸
ساختار آرشیو	۷۸
مسئول آرشیو	۸۲
نظارت و سازمان دهی صحیح آرشیو	۸۲
نگهداری و پشتیبان گیری از زیرساخت آرشیو	۸۳
سند ارتباطات	۸۴
مقدمه	۸۴
مأموریت های ارتباطی مجمع ایران نوشت	۸۴

۸۴.....	ارزش ارتباطات مجمع ایران نوشت
۸۵.....	اهداف کیفی ارتباطات مجمع
۸۵.....	راهبردهای ارتباطی مجمع
۸۵.....	مخاطب
۸۶.....	استراتژی ارتباطات
۸۷.....	ابزارهای ارتباطی
۸۸.....	تشکیل بانک‌های اطلاعاتی
۸۹.....	تحلیل موقعیت کنونی ارتباطات مجمع
۹۰.....	فرصت و تهدیدهای ارتباطی
۹۱.....	اولویت‌ها
۹۲.....	آیین نامه ی گزارش ها
۹۲.....	مقدمه
۹۹.....	آیین نامه ی مالی و معاملاتی
۹۹.....	مقدمه
۹۹.....	فصل اول: تعاریف
۱۰۳.....	فصل دوم: شرح وظایف
۱۰۵.....	فصل سوم: برنامه ی عملیاتی
۱۰۶.....	فصل چهارم: معاملات
۱۱۲.....	فصل پنجم: فرایند مالی
۱۱۳.....	فصل ششم: اموال
۱۱۵.....	فصل هفتم: اداری و پرسنلی
۱۱۹.....	پیوست یک: تنخواه

شیوه نامه ی داوری	۱۲۱
فصل اول: کلیات	۱۲۱
فصل دوم: شرایط درخواست داوری	۱۲۲
فصل سوم: ابلاغ	۱۲۴
فصل چهارم: نحوه ی رسیدگی	۱۲۴
فصل پنجم: تشکیل جلسه و صدور رأی	۱۲۵
فصل ششم: ابلاغ، اصلاح و تفسیر رأی	۱۲۷
فصل هفتم: هزینه های داوری	۱۲۷

هم‌زمان با افزایش آگاهی فعالان صنعت نوش‌افزار درخصوص پتانسیل نوش‌افزار با محتوای بومی، ملی و اسلامی، دریچه‌های جدیدی برای فعالان و دغدغه‌مندان این صنعت ایجاد شد. نقطه‌عطف این حرکت آگاهی‌بخش را می‌توان در سال ۱۳۹۲ دانست. در این سال، جمعی از فعالان صنعت نوش‌افزار، با نگاهی بومی، ملی و اسلامی به نوش‌افزار و محتوای آن، اقدام به ایجاد فضای گفتمانی در صنعت نوش‌افزار کردند و به‌مرور، با استقبال فعالان و مردم روبه‌رو شدند. این حرکت به ایجاد «نهادهی مردمی» با عنوان «مجمع نوش‌افزار ایرانی‌اسلامی ایران‌نوش» در صنعت نوش‌افزار منجر شد. بعد از چند سال فعالیت این مجموعه که متشکل از فعالان حوزه‌ی نوش‌افزار است، می‌توان برای آن هویتی زیست‌بومی قائل شد و ظرفیت‌های بالقوه و عملیاتی قابل‌تأملی را بررسی کرد.

طی سال‌های فعالیت مجمع تا به امروز، بنا بر ضرورت و نیازهای احساس‌شده، آیین‌نامه‌ها و تعاریف و اسناد بالادستی متعددی ناظر به شفاف‌سازی شیوه‌ی فعالیت در زیست‌بوم ایران‌نوش و هم‌زمان با سیر رشد و تکامل جریان ایران‌نوش تدوین شده است؛ اما از زمستان ۱۳۹۹، برای تجمیع تمام اسناد و تعاریف و مکتوبات و به‌روزرسانی آن‌ها در قالب کتاب اسناد به‌عنوان نسخه‌ی اول اقدام شد تا به درک هرچه بیشتر مخاطبان از روند حرکتی زیست‌بوم ایران‌نوش کمک کند.



فصل اول: کلیات

تعریف صنعت نوشت افزار

زمانی که ابزارهای نوشتاری به تولید اقتصادی می‌رسند، به مجموعه عواملی که این ابزارها را تولید می‌کنند و در راستای زنجیره‌ی ارزش آن، به فعالیت و ارائه‌ی خدمات می‌پردازند، صنعت نوشت افزار می‌گوییم.

زیست بوم ایران نوشت

مجموعه‌ای از فعالان حوزه‌ی نوشت افزار را که بر پایه‌ی دو اصل زیر گرد هم آمده‌اند، «زیست بوم ایران نوشت» می‌نامیم:

۱. التزام و اعتقاد به تولید ملی و استفاده از مواد اولیه‌ی ایرانی داخلی سازی و فرایندهای تولیدی در صنعت نوشت افزار؛
۲. اعتقاد به نوشت افزار به عنوان محصولی فرهنگی و ضروری دانستن تناسب محتوای آن با فرهنگ بومی و ملی و اسلامی.

مجمع عمومی فعالان نوشت افزار ایرانی اسلامی (ایران نوشت)

ضرورت

بنا بر ضرورت و دغدغه‌ای که در صنعت نوشت افزار کشور احساس می‌شد، سال ۱۳۹۲ جمعی از افراد حقیقی و حقوقی که در خصوص این صنعت دغدغه‌هایی مشترک داشتند، اقدام به تأسیس مجمع عمومی نوشت افزار کردند تا فضای گفتمان را در این صنعت شکل دهند و برابند این گفتمان‌ها، خلأها و نقاطی را که در این صنعت مغفول مانده است، شناسایی و رفع کنند و روند رشد و پیشرفت صنعت نوشت افزار داخلی را شتاب بخشند.

تعریف

به مجموعه‌ای از افراد حقیقی و حقوقی که در زمینه‌ی تولید و خدمات و توزیع در صنعت نوشت افزار فعالیت می‌کنند و بر مبنای مأموریت و چشم‌انداز و ارزشی که

مورد موافقت همه‌ی آن‌ها بوده است، قائل به ایجاد گفتمان در این صنعت هستند، به‌اختصار «مجمع عمومی ایران نوشت» یا «مجمع عمومی نوشت‌افزار ایرانی اسلامی» گفته می‌شود.

« روابط نهادی

افراد حقیقی و حقوقی که در صنعت نوشت‌افزار فعال هستند و شرایط عضویت در مجمع را دارند، با تأیید هیئت‌مدیره به مجمع عمومی معرفی می‌شوند و طی فرایند انتخابات به عضویت مجمع درمی‌آیند.

« چشم‌انداز

تحقق ویژگی‌های مطلوب زیر در بازار نوشت‌افزار ایران:

- عاری بودن از کالاهای نامطلوب فرهنگی و سرشار بودن از محصولات با محتوای ایرانی اسلامی؛
- پیشینه بودن سهم نوشت‌افزار ایران ساخت از کل بازار؛
- شناخته شدن به عنوان قطب تولیدی در منطقه‌ی غرب آسیا.

« مأموریت

- ترویج زندگی سالم در پرتو سبک زندگی اسلامی ایرانی، از طریق تولید محصولات نوشت‌افزار و ترویج آن به‌طوری که برای همه‌ی اقشار جامعه جذابیت داشته باشد؛
- پیگیری اقدامات سلبی، جهت جلوگیری از تولید و نشر محتوای معارض؛
- حمایت از تولید داخلی و تسهیل آن، هم‌زمان با پیگیری اقدامات سلبی جهت هزینه‌برکردن یا ناممکن کردن واردات.

« ارزش‌ها

- **مردمی بودن:** در همه‌ی مراحل این چرخه و زنجیره، عناصر مردمی دارای اصالت و اولویت هستند، از تأمین منابع مالی گرفته تا تولید و توزیع و عرضه و مصرف؛

- **حفظ کیفیت فنی و محتوایی در محصول:** تلاش برای عرضه و مصرف هرچه بیشتر محصولات باید با حفظ شاخص‌های محتوای تراز جبهه‌ی حق صورت گیرد.
- **استفاده از اصول و سازوکارهای اقتصاد و تجارت بومی و اسلامی:** با توجه به بُعد اقتصادی و کسب‌وکاری این فعالیت‌ها، استفاده از الگوهای بومی و اسلامی باید مدنظر قرار گیرد.
- **کارآفرینی، تولید ملی و اشتغال:** توجه به جنبه‌ی ایجاد اشتغال و کارآفرینی و نیز تولید ملی بودن محصولات، از ارزش‌های اصلی این فرایند محسوب می‌شود.
- **مسئولیت اجتماعی:** احساس وظیفه در قبال کودکان نیازمند و کم‌برخوردار، به‌خصوص در مناطق محروم کشور و همچنین حفظ محیط‌زیست از دیگر ارزش‌های پیش‌روست.

« اهداف (راهبردها)

- **دائمه‌سازی عناصر چرخه‌ی مصرف شامل تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان و مصرف‌کنندگان**
 - تلاش جهت ارتقای دائقه‌ی خانواده‌های ایرانی برای مصرف نوشت‌افزار ایرانی با محتوای بومی؛
 - فعالیت‌های فرهنگی و تبلیغی به‌منظور اعتلای فرهنگی تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان و نخبگان.
- **پیگیری ایجاد چرخه‌ی مستمر تولید کاراکتر و محتوا و زنجیره‌ی تجاری‌سازی**
 - پیگیری تقویت و تکمیل عناصر زنجیره‌ی تولید و تجاری‌سازی کاراکتر در حوزه‌ی نوشت‌افزار؛
 - گفتمان‌سازی در بین مسئولان، نهادها، فعالان حوزه‌ی فرهنگ و نخبگان، مبنی بر اهمیت شخصیت‌سازی و کاراکتر در همه‌ی زمینه‌ها؛
 - پشتیبانی از طراحان ایرانی با هدف ارتقای طرح‌های ایرانی اسلامی و بومی جهت استفاده‌ی تولیدکنندگان.

- توانمندسازی کسب‌وکارهای نوپا و دغدغه‌مند و تولیدی و توزیعی
 - توسعه‌ی توان و زیرساخت‌های توزیع محصولات نوشت‌افزار ایرانی‌اسلامی؛
 - ارتقای توان تولیدی و مهارتی و افزایش کیفیت محصولات؛
 - ایجاد و تقویت زیست‌بوم از طریق سرمایه‌گذاری با هدف رشد فعالیت کسب‌وکارهای نوپا در عرصه‌ی نوشت‌افزار ایرانی‌اسلامی؛
 - افزایش همدلی و همکاری و انسجام اقدامات مشترک کسب‌وکارهای نوپا جهت تقویت هویت جمعی.

- تلاش برای سازمان‌دهی بازار و ایجاد سامانه‌ی نظارتی بازار نوشت‌افزار
 - تلاش برای سازمان‌دهی و نظام‌مندشدن و ارتقای عناصر بازار؛
 - ایجاد سامانه‌ی نظارتی بر بازار نوشت‌افزار؛
 - پیگیری ایجاد سازوکارهای سامان‌دهی نظارتی در بازار نوشت‌افزار.

- پیگیری ایجاد چرخه‌ی پایدار تولید محصولات نوشت‌افزار فاقد مشابه ایرانی
 - رصد بازار؛
 - احیا و ارتقای خطوط تعطیل؛
 - حمایت قانونی از خطوط تولید؛
 - تسهیلگری و حمایت از راه‌اندازی خطوط جدید.

اساسنامه‌ی مجمع عمومی^۱

با نام خدا و با انگیزه‌ی ارتقای سطح دانش و بینش عمومی و اعتلای فرهنگ و هنر کشور و ترویج و اشاعه‌ی فرهنگ و هنر اصیل ایرانی و اسلامی و بر اساس اهداف فرهنگی مصرّح در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و با التزام به رعایت مقررات موضوعه‌ی کشوری و ضوابط حاکم بر تأسیس مؤسسات و مراکز فرهنگی و بر طبق مشخصات و شرایط پیش‌بینی‌شده در این اساسنامه، «مجمع فرهنگی نوشت افزار ایرانی اسلامی» تشکیل می‌گردد.

« فصل اول: کلیات، تعاریف، اهداف و موضوع فعالیت

ماده‌ی ۱. نام مجمع: مجمع فرهنگی نوشت افزار ایرانی اسلامی می‌باشد که برای اختصار ذیلًا مجمع نامیده می‌شود.

ماده‌ی ۲. نوع مجمع که با اهداف فرهنگی و مقاصد غیرتجاری، غیرسیاسی و غیرصنّعی تأسیس شده، غیرانتفاعی است.

ماده‌ی ۳. سرمایه‌ی مجمع و تابعیت آن ایرانی است. (غیرقابل تغییر)

ماده‌ی ۴. مدت فعالیت مجمع از تاریخ صدور مجوز و ثبت رسمی تا زمانی خواهد بود که مجوز مجمع مورد تأیید وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی باشد. لغو، عدم تمدید یا عدم تأیید مجوز مربوطه از سوی وزارتخانه‌ی مذکور، باعث پایان مدت فعالیت مؤسسه خواهد شد. اداره‌ی ثبت شرکت‌ها پس از اعلام وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، رأساً نسبت به «کان لم یکن» کردن ثبت و اعلام آن به طرق مقتضی اقدام خواهد کرد. (غیرقابل تغییر)

۱. اساسنامه مصوب ۱۳۹۷/۱۲/۲۰ است که متمم تغییرات صورت گرفته در آن، در قالب کتاب اسناد ارائه می‌شود.

ماده‌ی ۵. نشانی مجمع: تهران، بلوار کشاورز، نرسیده به خیابان جمال‌زاده، پلاک ۱۱۵، واحد ۱، تلفن: ۰۲۱-۶۶۵۹۶۸۲۷

ماده‌ی ۶. هرگونه اصلاح مفاد اساسنامه از قبیل تغییر مکان مجمع در استان، پس از ارائه‌ی صورت‌جلسه‌ی مجمع عمومی و با اطلاع قبلی و تأیید اداره‌ی کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان تهران امکان‌پذیر خواهد بود. (غیرقابل تغییر)

تبصره: امکان جابه‌جایی مکان فعالیت مجمع از یک استان به استان دیگر وجود ندارد.

ماده‌ی ۷. سرمایه‌ی اولیه و دارایی و منابع درآمد مجمع به شرح زیر است: (غیرقابل تغییر)

الف. مبلغ ۱,۰۰۰,۰۰۰ ریال که در بدو تأسیس مجمع از سوی مؤسسين به‌قرار مبلغ ۳۴۰,۰۰۰ ریال توسط سعید حسینی، مبلغ ۳۳۰,۰۰۰ ریال توسط حسن وزیری و مبلغ ۳۳۰,۰۰۰ ریال توسط مهدی کلانتری تأمین و تسلیم شد.

ب. منابع درآمد مجمع

- ۱- دریافت بودجه، هزینه و هدایا از افراد حقیقی و حقوقی از نهادها و سازمان‌ها؛
- ۲- سرمایه‌گذاری و مشارکت با اشخاص حقیقی و حقوقی به‌منظور بالابردن سطح کارایی و توانایی‌های مجمع؛
- ۳- انعقاد قرارداد و انجام معادلات مجاز در محدوده‌ی اهداف و موضوع اساسنامه؛
- ۴- تحصیل وام یا اعتبار از اشخاص، بانک‌ها و مؤسسات اعتباری؛
- ۵- دریافت حق عضویت از اعضا

ماده‌ی ۸. اهداف و موضوع فعالیت مجمع به شرح زیر:

الف. اهداف

- ۱- هم‌افزایی و افزایش ظرفیت‌ها؛
- ۲- شناسایی و تلاش جهت رفع موانع قانونی توسعه‌ی فعالیت‌های این حوزه؛

۳- تلاش برای افزایش فعالین و همچنین افزایش کمی و کیفی تولیدات.

ب. موضوع فعالیت

- سامان دهی مراکز تولید و توزیع و فروشگاه‌ها؛
- تعامل با سازمان‌ها، نهادها و... به منظور شناساندن ظرفیت‌های بالقوه و بالفعل این حوزه؛
- شناسایی و تلاش جهت رفع موانع قانونی توسعه‌ی فعالیت‌های این حوزه؛
- شناسایی نقاط قوت و ضعف مراکز و تلاش در تقویت قوت‌ها و اصلاح ضعف‌ها؛
- مشارکت در برگزاری همایش و سمینار و همکاری در برپایی نمایشگاه و جشنواره‌های فرهنگی و هنری؛
- فراهم کردن امکانات و تسهیل در زمینه‌ی تولید و توزیع این محصولات؛
- فعالیت‌های رسانه‌ای تبلیغی و ترویجی مانند راه اندازی سایت و نشریه و...؛
- انجام فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی در راستای اهداف و مأموریت‌ها؛
- تدوین شاخص‌های استاندارد محصولات.

تبصره‌ی ۱: مجمع پس از اخذ مجوز فعالیت خاص مصوب از مراجع ذی ربط و با رعایت ضوابط هیئت رسیدگی، مجاز به انجام فعالیت فوق می‌باشد.

تبصره‌ی ۲: موضوع فعالیت مصوب در صورت تأیید مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان و در صورت نیاز اخذ نظر هیئت رسیدگی امکان پذیر می‌باشد.

ماده‌ی ۹. هرگاه انجام و اجرای برنامه‌ها و فعالیت مجمع با وظایف و اختیارات برخی از سازمان‌ها و مؤسسات دولتی و نهادهای انقلابی و وزارتخانه‌ها ارتباط داشته باشد، قبل از انجام و اجرای آن نسبت به کسب مجوز از مراکز ذکرشده‌ی ذی ربط اقدام خواهد شد. (غیرقابل تغییر)

ماده‌ی ۱۰. کلیه‌ی فعالیت‌ها و اقدامات مجمع باید در چهارچوب قوانین و مقررات

موضوعه‌ی کشوری و سیاست‌های فرهنگی مصوب شورای عالی انقلاب فرهنگی و هماهنگ با برنامه‌های فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی انجام پذیرد. (غیرقابل تغییر)

ماده‌ی ۱۱. به منظور نیل به اهداف و موضوع فعالیت‌های فرهنگی هنری پیش‌بینی‌شده در اساسنامه، مجمع می‌تواند با رعایت مقررات مربوطه، به عملیات زیر مبادرت نماید:

- تهیه و تأمین مواد و کالاهای موردنیاز و تدارک وسایل و ابزار و کار و تلاش به منظور تأمین هزینه‌های مجمع؛
- سرمایه‌گذاری و مشارکت با اشخاص حقیقی و حقوقی به منظور بالابردن سطح کارایی و توانایی‌های مجمع؛
- انعقاد قرارداد و انجام معاملات مجاز در محدوده‌ی اهداف و موضوع اساسنامه؛
- تحصیل وام یا اعتبار از اشخاص، بانک‌ها و مؤسسات اعتباری و قبول هدایا و اعطای جوایز به اشخاص.

« فصل دوم: ارکان اصلی مجمع

ماده‌ی ۱۲. ارکان اصلی و تشکیلات اساسی مجمع به شرح زیر است:

- الف. هیئت مؤسس؛
- ب. مجمع عمومی؛
- ج. هیئت‌مدیره؛
- د. مدیرعامل؛
- ه. بازرس.

ماده‌ی ۱۳. هیئت مؤسس

متشکل از اشخاصی می‌باشند که نسبت به تأسیس اولیه‌ی مجمع همت گمارده و سرمایه‌ی اولیه را تأدیه نموده‌اند و دارای اختیارات ذیل‌الذکر می‌باشند.

ماده‌ی ۱۴. اختیارات هیئت مؤسس

- اصلاح یا تغییر مواد اساسنامه و مرام‌نامه‌ی مجمع با پیشنهاد هیئت‌مدیره و تصویب مجمع عمومی و رعایت ضوابط قانونی و با تأیید قبلی هیئت، رسیدگی به امور مراکز فرهنگی (غیرقابل تغییر)؛
- اعلام تعطیل یا انحلال مجمع پس از تصویب در مجمع عمومی؛
- تعیین روزنامه‌ی کثیرالانتشار جهت درج آگهی‌ها و دعوت‌نامه و انتشار تصمیمات قانونی؛
- تدوین سیاست‌های کلی، خط‌مشی‌ها و اولویت‌های فعالیت‌های مجمع؛
- نظارت کلی بر فعالیت‌های مجمع.

ماده‌ی ۱۵. مجمع عمومی

شامل کلیه‌ی عضوهای دائم و غیردائم و یا نماینده‌ی رسمی آن‌ها در مجمع هستند که در بخش تولید، توزیع باید دارای شرایط عضویت مقرر باشند.

ماده‌ی ۱۶. وظایف و اختیارات مجمع عمومی به شرح زیر است:

- انتخاب اعضای هیئت‌مدیره؛
- استماع گزارش سالیانه‌ی هیئت‌مدیره و مدیرعامل و نظارت بر هیئت‌مدیره؛
- پذیرش و لغو عضویت اعضا با پیشنهاد هیئت‌مدیره و با رأی حداقل دوسوم اعضا اصالتاً یا وکالتاً؛
- استیضاح هیئت‌مدیره با رأی حداقل دوسوم اعضای حاضر؛
- انحلال هیئت‌مدیره بر اساس ضوابط اساسنامه با رأی حداقل دوسوم اعضای حاضر و انتخاب مجدد آن‌ها بر اساس رأی اکثریت اعضای حاضر؛
- انحلال مجمع با تصویب چهارپنجم اعضا اصالتاً و وکالتاً؛
- نصب و عزل بازرس.

ماده‌ی ۱۷. جلسات مجمع عمومی

سالی یک بار در محل اعلامی در دعوت‌نامه و با حضور اکثریت اعضا (نصف به‌علاوه‌ی یک) تشکیل خواهد شد و تصمیمات با دوسوم کل اعضا اصالتاً یا وکالتاً اتخاذ خواهد شد. تشکیل جلسات عادی مجمع‌عمومی به‌طور فوق‌العاده در هر زمان بلامانع است. جلسات مجمع‌عمومی به درخواست اعضای مجمع یا تصویب اعضای هیئت‌مدیره یا مدیرعامل تشکیل می‌گردد و در دعوت‌نامه که به‌صورت کتبی و دو هفته قبل از تشکیل جلسه ارسال خواهد شد، باید دستور جلسه و ساعت حضور و محل جلسه قید شده باشد.

ماده‌ی ۱۸. هیئت‌مدیره

امور اجرایی مجمع توسط هیئت‌مدیره‌ای متشکل از ۵ نفر که برای مدت ۲ سال توسط اکثریت مجمع‌عمومی انتخاب می‌شوند، اداره خواهد شد. تغییر هیئت‌مدیره بر اساس اساسنامه و طبق صورت‌جلسه‌ی تنظیمی توسط مجمع‌عمومی خواهد بود. تجدید انتخاب هیئت‌مدیره برای دوره‌های بعدی بلامانع است.

ماده‌ی ۱۹. وظایف هیئت‌مدیره

- ۱- تصویب بودجه و تراز مالی؛
 - ۲- تعیین و تصویب برنامه‌های سالیانه و تصویب آیین‌نامه و دستورالعمل‌های اجرایی مجمع؛
 - ۳- تعیین مدیرعامل؛
 - ۴- تعیین ساختار اجرایی سازمان مجمع؛
 - ۵- بررسی عملکرد و نظارت بر مدیرعامل و سازمان مجمع؛
- تبصره:** جلسات هیئت‌مدیره هر یک ماه یک جلسه و با حضور چهار نفر از اعضا رسمیت یافته و تصمیمات اتخاذشده با اکثریت آرای موافق معتبر خواهد بود.

ماده‌ی ۲۰. مدیرعامل

مدیرعامل فردی است که به‌عنوان مسئول ساختار اجرایی مجمع، پیگیری امور اجرایی مجمع را بر عهده دارد. مدیرعامل از سوی هیئت‌مدیره به‌مدت ۲ سال انتخاب می‌شود

و انتخاب مجدد آن منعی ندارد.
تبصره: مدیرعامل را می‌توان از اعضای هیئت‌مدیره انتخاب نمود.

ماده‌ی ۲۱. اهم وظایف مدیرعامل

- ۱- فعال‌سازی ساختار و جذب و انتصاب مسئولین سازمان اجرایی جهت انجام فعالیت‌های اجرایی مصوب هیئت‌مدیره در راستای اهداف مجمع؛
- ۲- ارائه‌ی پیش‌نویس برنامه‌های سالیانه‌ی دستورالعمل‌های اجرایی، تفاهم‌نامه‌ها، بودجه و سایر اسناد جهت تصویب در هیئت‌مدیره؛
- ۳- پیگیری و انجام کلیه‌ی برنامه‌های اجرایی مجمع جهت نیل به اهداف؛
- ۴- حفظ و حراست از اموال مجمع، تهیه‌ی صورت دارایی از اموال آن؛
- ۵- رسیدگی به حساب‌های مجمع، پرداخت بدهی‌ها و وصول مطالبات؛
- ۶- اجرای مصوبات هیئت‌مدیره؛
- ۷- افتتاح حساب در بانک‌ها و خرید و فروش و اجاره و عقد قراردادهای لازم با اشخاص (با رعایت مفاد ماده‌ی ۳۰)؛
- ۸- طرح و تعقیب دعاوی اعم از حقوقی و جزایی در مراحل مختلف دادرسی و ارجاع دعوی به داوری و تعیین داور، انتخاب وکیل با حق توکیل به غیر و اعطای اختیارات لازم به وکلا و عزل آنان، قطع و فصل دعاوی از طریق صلح و سازش، پیگیری و انجام تمامی امور و مسائل قضایی، مالیاتی، ثبتی و انجام تمامی اقدامات و تشریفات قانونی و اقدام به ثبت و انتشار آن‌ها و انجام امور مجمع در حدود ضوابط اساسنامه و اقدامات اجرایی.

ماده‌ی ۲۲. با توجه به اینکه مدیرعامل مجمع به‌عنوان مجری تصمیمات هیئت‌مدیره، مسئولیت‌های اداری و اجرایی مجمع را عهده‌دار است، می‌تواند با داشتن حق عزل و نصب کارکنان و اداره و تمشیت امور و ایجاد ارتباط و همکاری با مسئولان و اشخاص حقیقی و حقوقی و جلب مشارکت آن‌ها در انجام فعالیت‌های مجمع، اقدامات لازم را انجام دهد و در قبال مجمع و هیئت‌مدیره مسئول است.

ماده‌ی ۲۳. مجمع عمومی می‌توانند به منظور بررسی اسناد و امور مالی و تهیه‌ی گزارش از وضعیت حساب‌های سالانه و اعلام نظر درباره‌ی گزارش مدیرعامل و هیئت‌مدیره، یک نفر را به عنوان بازرس اصلی برای دو سال از بین خود یا خارج انتخاب نمایند. بازرس نباید از اعضای هیئت‌مدیره باشد.

ماده‌ی ۲۴. بازرس بدون اینکه حق دخالت مستقیم در امور اجرایی مجمع را داشته باشد، در هر زمان می‌تواند به اسناد و مدارک و پرونده‌ها مراجعه و اطلاعات لازم را کسب و عنداللزوم تذکرات ضروری را به مسئولان و متصدیان امر بدهد و در صورت برخورد با نارسایی یا تخلف در حین رسیدگی خود، مراتب را به مجمع عمومی اطلاع دهد.

تبصره: بازرس می‌تواند در جلسات هیئت‌مدیره حضور پیدا نماید.

ماده‌ی ۲۵. شرایط عضویت

- پذیرش کلیات ساختاری (اساسنامه و مرام‌نامه)؛
- فعالیت مستمر یک‌ساله در حوزه‌ی تولید نوشت‌افزار ایرانی اسلامی و تولید تکثیر حداقل ۱۰ محصول و عدم تولید نوشت‌افزار با محتوای غیر ایرانی اسلامی با تأیید و تصویب هیئت‌مدیره؛
- فعالیت یک‌ساله‌ی مستمر در زمینه‌ی توزیع نوشت‌افزار و توان توزیع استانی محصولات و عدم توزیع نوشت‌افزار با محتوای غیر ایرانی اسلامی با تصویب و تأیید هیئت‌مدیره.
- پرداخت مستمر حق عضویت مصوب در مجمع عمومی.

ماده‌ی ۲۶. هیئت‌مدیره می‌تواند تمام یا قسمتی از اختیارات خود را به مدیرعامل تفویض نماید و مدیرعامل نیز می‌تواند یک نفر را به سمت قائم‌مقام خود انتخاب و قسمتی از اختیارات محوله را به وی واگذار کند.

« فصل سوم: امور عمومی، مالی، محاسباتی؛ انحلال و تسویه

ماده‌ی ۲۷. سال مالی از اول فروردین ماه هر سال آغاز و به پایان اسفندماه همان سال ختم می‌شود؛ مگر سال اول که از تاریخ تأسیس شروع و به پایان سال ختم می‌گردد.

ماده‌ی ۲۸. تمامی اسناد مالی تعهدآور و قراردادهای اسناد و اوراق بانکی از قبیل چک، سفته، برات با امضای مدیرعامل و رئیس یا یکی از اعضای منتخب هیئت‌مدیره و مهر مجمع اعتبار خواهد داشت.

تبصره: مدیرعامل می‌تواند بدون رعایت مفاد ماده‌ی ۳۰ شخصاً نسبت به امضای اسناد مالی تعهدآور تا سقف ۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال اقدام نماید.

ماده‌ی ۲۹. مدیرعامل می‌تواند امضای تمام یا قسمتی از اسناد یادشده و مکاتبات مجمع را به یکی از اعضای هیئت‌مدیره تفویض نماید.

ماده‌ی ۳۰. تمامی اموال و دارایی‌هایی که به مجمع تعلق گرفته یا بعداً به دارایی آن افزوده شود، در دفاتر مربوطه ثبت خواهد شد.

ماده‌ی ۳۱. فوت، حجر، استعفا، خروج یا اخراج یک یا چند نفر از مجمع عمومی یا هیئت‌مدیره و مدیرعامل موجب انحلال مجمع نخواهد بود و عضو جانشین یا سایر اعضا وظیفه‌ی محوله را تا معرفی عضو جدید توسط اعضای مجمع انجام خواهند داد.

ماده‌ی ۳۲. در صورت انحلال مجمع، کلیه‌ی اموال مجمع در اختیار ولی فقیه قرار می‌گیرد. این اساسنامه در سه فصل مشتمل بر ۳۲ ماده در جلسه‌ی مورخ ۹۵/۹/۲۴ توسط اعضای هیئت مؤسس («مجمع فرهنگی نوشت افزار ایرانی اسلامی») با حضور اعضا قرائت و به اتفاق آرا تصویب شد.

الگوی هویت برند ایران نوشت

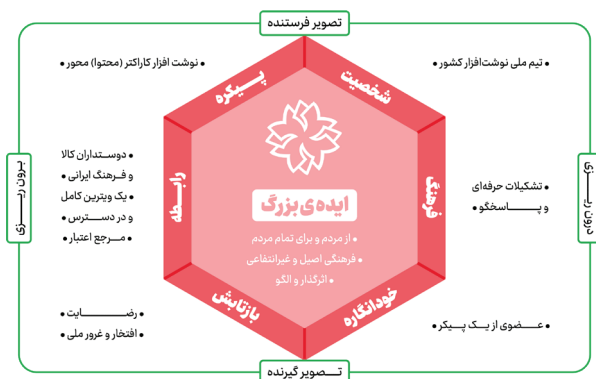
ضرورت

با رشد رقابت جهانی، ایجاد و بقای رابطه‌ی طولانی‌مدت با مشتریان، نگرانی اصلی شرکت‌هاست. «برندسازی» یک استراتژی کاربردی برای متمایز شدن و به‌دست‌آوردن بازار کالا و خدمات است. امروزه، جایگاه برند و محصول در حال تغییر است و برند فراتر از محصول اثر می‌گذارد. در عصر حاضر که عصر «بازاریابی تشابه» نامیده می‌شود، دلایل بسیاری موجب شده است تا برندها به‌لحاظ نوع محصول یا خدماتی که ارائه می‌دهند، مشابه هم عمل کنند و در چنین شرایطی، فقط بنگاه‌هایی می‌توانند خود را متمایز جلوه دهند که هویتی ویژه، بی‌همتا، مشخص، ازپیش‌تعریف‌شده و یکتا داشته باشند.

هر برند قدرتمند برای ماندگاری طولانی‌مدت در ذهن‌ها، نیازمند ریشه‌ای استوار است که این ریشه، همان «هویت برند» است. ازاین‌رو، الگوی هویت برند ایران‌نوشت اقتضائات صنعت نوشت‌افزار را موردتوجه قرار می‌دهد و متناسب با فرهنگ بومی ایرانی و اسلامی طراحی می‌شود.

منشور هویت برند ایران‌نوشت

منشور هویت برند ایران‌نوشت (برگرفته از منشور هویت برند کاپرر) شامل شش وجه شخصیت، پیکره، رابطه، بازتاب، خودانگاره و تصویر فرستنده است.



با نگاه به مضامین فراگیر احصاشده در هویت برند ایران نوشت، می توان الگوی هویت برند ایران نوشت را به بیان ذیل تبیین کرد:

■ **شخصیت:** شخصیت انسانی هویت برند ایران نوشت را می توان به شخصیت

جمعی یک تیم ملی در داخل کشور تشبیه کرد. این تیم مردمی و اجتماعی، دارای ظاهر و باطن ایرانی، محبوب و الگو، امیدوار، صبور، پویا و بانشاط است.

■ **پیکره:** پیکره ی هویت برند ایران نوشت، نوشت افزار کاراکترمحور (محتوامحور) است. نوشت افزاری که علاوه بر کارکردی که دارد، حاوی و ناقل ارزش های فرهنگی و محتوایی است.

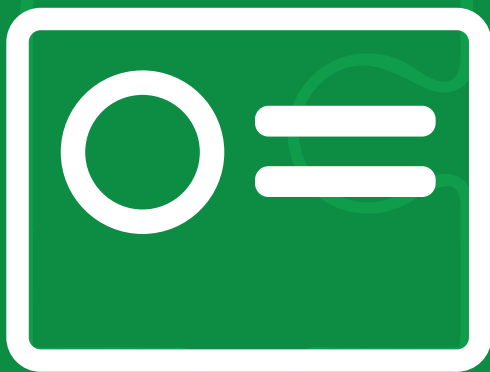
■ **رابطه:** ایران نوشت سعی می کند با مفاهیم «دوستدار کالا و فرهنگ ایرانی»، «یک ویت رین کامل و در دسترس» و ایجاد یک «مرجع اعتبار»، با مخاطبان خود در ارتباط باشد.

■ **بازتاب:** بازتابش هویت برند ایران نوشت برای مخاطبانش در دو مفهوم کلیدی «رضایت» و «افتخار ملی» متبلور است.

■ **خودانگاره:** خودانگاره ی ایران نوشت در مفهوم «عضوی از یک پیکر» تجلی دارد؛ به طوری که همه ی اعضای آن خود را عضوی از یک خانواده می دانند.

■ **فرهنگ:** فرهنگ ایران نوشت ناظر به محصولات آن، تمرکز بر عملکرد حرفه ای و پاسخ گو بودن است؛ جایی که هم کار جمعی اصالت دارد و هم اصول کسب و کار و تعهدات رعایت می شود.

منشور هویت برند نشان می دهد که این شش بُعد، یک کلّ ساختاریافته را شکل می دهند. ساختار منشور برگرفته از مفهومی پایه ای است که «ایده ی بزرگ» نام دارد و منبع و منشأ تمامی ابعاد و مؤلفه های هویت برند ایران نوشت است. ایده ی بزرگ ایران نوشت را می توان با سه مفهوم کلیدی زیر برشمرد: «از مردم و برای تمامی مردم»، «فرهنگی اصیل و غیرانتفاعی» و «اثرگذار و الگو».



فصل دوم: عضویت

انواع رابطه‌ی فعالان صنعت نوشت افزار با زیست بوم ایران نوشت

« عضو رسمی

افراد حقیقی یا حقوقی فعال در صنعت نوشت افزار، بعد از احراز تمامی شرایط به تأیید هیئت مدیره و با رأی حداکثری مجمع عمومی، به عضویت رسمی مجمع ایران نوشت درمی آیند.

« عضو وابسته

افراد حقیقی یا حقوقی فعال در صنعت نوشت افزار که کاملاً طبق ارزش های ایران نوشت در همکاری و تعامل با بازیگران زیست بوم هستند و درخواست عضویت داده اند، اما تمامی شرایط عضویت در مجمع عمومی را احراز نکرده اند، عضو وابسته نامیده می شوند.

« همراهان

افراد حقیقی یا حقوقی فعال در صنعت نوشت افزار که کاملاً طبق ارزش های ایران نوشت در حال فعالیت هستند، اما در مسیر تعامل رسمی با مجمع عمومی حرکت نکرده اند، همراهان ایران نوشت محسوب می شوند.

« غیر عضو

افراد حقیقی یا حقوقی فعال در صنعت نوشت افزار که علی رغم وجود محصولات معارض در سبد خود، بر فعالیت بر روی محصولاتی با محتوای بومی، ملی و اسلامی نیز اهتمام دارند، غیر عضو به حساب می آیند.

شرایط عضویت در مجمع عمومی

فعالانی که درخواست عضویت در مجمع عمومی را دارند، باید علاوه بر شرایط عمومی، بسته به نوع فعالیت، شرایط اختصاصی را نیز احراز کنند؛ همچنین طبق رتبه بندی سالانه،

شرایط عضویت فعالان بررسی و با اعلام هیئت مدیره، به روزرسانی خواهد شد.

« شرایط عمومی

- داشتن فعالیتی در راستای تولید یا توزیع یا خدمت‌دهی به سایر فعالان زیست‌بوم ایران‌نوشت؛
- داشتن حداقل یک سال سابقه‌ی فعالیت مستمر در زمینه‌ی تولید یا توزیع یا خدمت‌دهی در حوزه‌ی نوشت‌افزار ایرانی‌اسلامی؛
- تقید به تولید یا توزیع محصولات با محتوای بومی و ایرانی و اسلامی (محصولاتی که ذاتاً محتوا محور نیست؛ ولی برند و بسته‌بندی آن، هویتی کاملاً ایرانی دارد نیز مورد پذیرش است)؛
- تولید و توزیع نکردن محصول با کاراکتر و محتوای معارض؛
- برخورداری از حسن اعتبار مالی و شهرت اقتصادی؛
- دارا بودن یک مجوز رسمی (مانند جواز کسب و یا شرکت) مرتبط با نوشت‌افزار؛
- داشتن برند ثبت شده در حوزه‌ی نوشت‌افزار؛
- داشتن برند با نام و نگارش ایرانی؛
- استقلال کسب‌وکار از سایر مجموعه‌های عضو؛
- استقلال حقوقی شامل مجوز فعالیت، سهام ۱+۵، صورت‌های مالی و...
- استقلال حقیقی شامل مدیریت عامل، مالکیت، سیستم مالی، مکان و...
- مجموعه‌هایی که ۱+۵ مالکیت آن‌ها به یکی از نهادهای چهارگانه‌ی اصلی مجمع مرتبط است، عضویت رسمی ایشان بلامحل است.
- شرکت کردن در رتبه‌بندی اولیه؛
- پرداختن حق عضویت ورودی و حق عضویت سالانه؛
- موافقت با اساسنامه و مرام‌نامه‌ی ایران‌نوشت.

« شرایط اختصاصی

- مجموعه‌های تولیدی - گروه محصولات کاغذی
- تولید حداقل ۱۰ کد محصولی متنوع از نظر طرح و مشخصات فنی؛

○ تولید و فروش حداقل ۱۰۰,۰۰۰ جلد دفتر (یا ۲۵۰ بند کاغذ در ابعاد متفاوت).

■ مجموعه‌های تولیدی - گروه محصولات کیف و جامدادی

○ تولید و فروش حداقل ۳۰,۰۰۰ عدد جامدادی یا ۱۰,۰۰۰ عدد کیف؛

○ دارای حداقل ۵ کد محصولی متفاوت از نظر محتوا و مشخصات فنی.

■ مجموعه‌های تولیدی - گروه محصولات پلیمری و...

○ تولید حداقل ۳ محصول با قالب‌های متنوع.

نکته: میزان ریالی تولید در هر دسته به صورت حداقلی ۵ میلیارد ریال در سال مدنظر است.

■ مجموعه‌های توزیعی

○ انتخاب حداقل یکی از گروه‌های مشتریان به عنوان تمرکز توزیع؛

○ توان توزیع ترجیحاً کشوری یا حداقل استانی محصولات ایران‌نوشت؛

○ تعهد به تمرکز تأمین از اعضای تولیدی مجمع ایران‌نوشت؛

○ عدم توزیع محصولات خارجی در صورت وجود مشابه داخلی؛

○ توزیع حداقل ۵ برند و یا ۱۰۰ عنوان محصول.

■ مجموعه‌های خدماتی

○ وجود حداقل یک خدمت عملیاتی تأثیرگذار و قابل رقابت در بازار در زمینه‌ی

کاری خود با محوریت بومی، ایرانی و اسلامی؛

○ تعهد به تمرکز خدمت‌دهی به زیست‌بوم ایران‌نوشت؛

○ قدرت تعامل و گفت‌وگو سازی در زمینه‌ی کاری خود با اعضای ایران‌نوشت.

مراحل عضویت رسمی

- ۱- مراجعه به سایت ایران نوشت و مطالعه‌ی اساسنامه، مرام‌نامه، آیین‌نامه و روال عضویت؛
- ۲- تکمیل فرم آنلاین درخواست عضویت؛
- ۳- انجام رتبه‌بندی اولیه؛
- ۴- ارزیابی اطلاعات درخواست‌دهنده برای عضویت توسط هیئت‌مدیره‌ی ستاد مجمع؛
- ۵- تأیید اولیه و تعیین نوع عضویت درخواست‌دهنده توسط هیئت‌مدیره؛
- ۶- پرداخت هزینه‌ی حق ورودی عضویت در صورت تأیید اولیه؛
- ۷- رأی‌گیری در نشست مجمع عمومی جهت تأیید یا رد نهایی.

شرایط تبدیل عضویت

- به وجود آمدن هریک از موارد زیر باعث می‌شود عضو رسمی به عضو وابسته تبدیل شود:
- ۱- عدم تولید در حداقل میزان ذکرشده در دو سال پیاپی؛
 - ۲- ابطال مجوز رسمی فعالیت یا برند؛
 - ۳- عدم شرکت در رتبه‌بندی سالانه؛
 - ۴- عدم پرداخت حق عضویت بیش از دو سال متوالی؛
 - ۵- عدم پاسخ‌گویی به تماس‌ها و نامه‌ها بیش از شش ماه؛
 - ۶- عدم شرکت در نشست‌ها (دو نشست پیاپی) بدون عذر موجه.

شرایط تعلیق عضویت

- به وجود آمدن هریک از موارد زیر باعث تعلیق عضویت خواهد شد:
- ۱- عدم فعالیت یا خروج کامل از صنعت نوشت‌افزار؛
 - ۲- عدم تولید محصولات با محتوای بومی و ایرانی و اسلامی در دو سال پیاپی (محصولات محتوا محور)؛
 - ۳- تولید یا توزیع محصول یا کاراکتر معارض؛

۴- ورشکستگی یا بدنامی مالی در بازار؛

۵- ادغام یا فروش ۵۰ درصد سهام به یک مجموعه‌ی دیگر عضو؛

نکته: تبدیل یا تعلیق عضویت هریک از اعضا بعد از تأیید هیئت مدیره، با رأی مجمع عمومی انجام می‌شود.

مرام‌نامه‌ی عضویت در مجمع عمومی

امروزه، فرهنگ عمومی و سبک زندگی به‌عنوان مهم‌ترین و راهبردی‌ترین عرصه‌ی فعالیت‌های فرهنگی محسوب می‌شود که مهم‌ترین دلیل آن، گستردگی این حوزه در سراسر زندگی آحاد مردم یک جامعه، اعم از نخبگان و عادی‌ترین افراد در همه‌ی سنین است. این گستردگی تا حدی است که شاید بتوان برای هرکدام از حوزه‌ی فعالیت‌های فرهنگی هنری مانند سینما، رسانه و... مخاطبان خاص تعریف کرد؛ اما این حوزه تمامی افراد یک جامعه را در بر می‌گیرد. از سوی دیگر، تأثیرگذاری مستقیم بر تمامی ساحت‌های یک جامعه از قبیل اقتصاد، اجتماع، سیاست و فرهنگ، از دیگر دلایل راهبردی بودن این حوزه‌ی فرهنگی است.

در این میان، انقلاب اسلامی به‌عنوان پرچم‌دار تمدن نوین، علی‌القاعده در حوزه‌ی فرهنگ عمومی نیز باید دارای گفتمان ویژه‌ی خود باشد. بی‌شک آینده‌ی ایران اسلامی در گرو رشد و بالندگی کودکان و نوجوانان این سرزمین است که آینده‌سازان انقلاب اسلامی هستند. ازاین‌رو، تولید محصولاتی که مروج فرهنگ اصیل ایرانی و اسلامی باشند، از ضروریات این حوزه است و یکی از مهم‌ترین این محصولات، نوشت‌افزار دانش‌آموزان است. از همین رو، گروهی از جوانان فعال و دغدغه‌مند ایران اسلامی وارد این عرصه شدند و با توجه به دغدغه‌های مشترک فرهنگی در این زمینه، اقدام به راه‌اندازی «مجمع نوشت‌افزار ایرانی اسلامی» نموده و قصد دارند ان‌شاءالله با برنامه‌ریزی منسجم و حرکت مشترک، حضور نوشت‌افزار ایرانی اسلامی را در سطح جامعه، به میزان قابل‌توجهی افزایش دهند.

اعضای مجمع نوشت‌افزار ایرانی اسلامی به‌عنوان مجموعه‌ای گفتمان‌محور برای سهیم‌شدن در تحقق این هدف متعالی و با اتکا به «اصول هفت‌گانه‌ی» این مرام‌نامه تلاش می‌کنند به وظیفه‌ی الهی خویش عمل کنند.

۱- باورمندی به اسلام ناب محمدی(ص) و انقلاب اسلامی

مجمع نوشت افزار ایرانی اسلامی دستیابی به تمدن اسلامی را فقط با تکیه بر آموزه‌های اسلام ناب محمدی(ص) که آمیخته با نور ولایت ائمه‌ی اطهار(ع) است و پیروی از روحانیت اصیل و باورمند به این آموزه‌ها که آن‌ها را تبیین کرده‌اند، ممکن می‌داند. مجمع نوشت افزار ایرانی اسلامی محصول انقلاب اسلامی است و این انقلاب را نتیجه‌ی بازگشت به اسلام اصیل و ناب می‌داند؛ از این رو، پاسداری از انقلاب اسلامی و تلاش مجدانه برای نشر ارزش‌ها و اصول این انقلاب را از وظایف اصلی خود می‌داند و با هرآنچه این ارزش‌ها و اصول را تهدید یا به آن‌ها خدشه‌ای وارد کند، مقابله‌ی هوشمندانه خواهد کرد.

حضرت امام خمینی(ره)، بنیان‌گذار جمهوری اسلامی ایران، تاریخ‌سازترین شخصیت دوران غیبت، همچون مرجعی بزرگ، محک‌ات انقلاب اسلامی را تبیین فرموده و خلف صالح او، حضرت آیت‌الله‌العظمی خامنه‌ای، مدظله‌العالی، با صلابت و تدبیر و هوشمندی، راه و اندیشه‌ی امام(ره) را دنبال می‌فرمایند. مجمع، تداوم انقلاب را صرفاً در پیمودن راه امام خمینی(ره) و پیروی از ولی‌فقیه زمان می‌داند و نتیجه‌ی هرگونه انحراف از این معیار را فاصله‌گرفتن از اصول انقلاب ارزیابی می‌کند.

۲- اعتقاد و التزام عملی به قانون اساسی

قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران میثاق محکم انقلاب اسلامی و ملت مسلمان ایران است. مجمع نوشت‌افزار ایرانی اسلامی، اعتقاد و التزام عملی به قانون اساسی، به‌خصوص اصول تغییرناپذیر آن، یعنی اصول مربوط به اسلامی‌بودن و ابتدای کلیه‌ی قوانین و مقررات بر اساس موازین اسلامی و پایه‌های ایمانی و اهداف جمهوری اسلامی ایران و جمهوری‌بودن حکومت و ولایت امر و امامت امت و نیز اداره‌ی امور کشور با اتکا به آرای عمومی و دین اسلام را ضروری و انکارناپذیر می‌داند.

۳- سامان‌دهی جبهه‌ی فرهنگی برای تبلیغ ارزش‌ها و مبانی انقلاب اسلامی

از آن جا که نظام‌های سلطه‌ی جهانی در تعارض ذاتی با انقلاب اسلامی مبتنی بر آموزه‌های اسلام ناب محمدی(ص) هستند و علاوه بر مقابله‌ها و تهدیدات نظامی و سیاسی و اقتصادی، در ساحت فرهنگ نیز جبهه‌ای گسترده علیه این انقلاب طراحی

کرده و تهاجم فرهنگی سهمگین و بی رحمانه‌ای را به اجرا گذاشته‌اند، مجمع نوشت افزار ایرانی اسلامی، ضمن احترام و پذیرش سلايق گوناگون در جبهه‌ی فرهنگی انقلاب، بر این باور است که باید جبهه‌ی فرهنگی در مقابل این تهاجم سامان‌دهی شود تا علاوه بر دفاع از آرمان‌ها و اصول انقلاب، بتواند ارزش‌ها و مبانی اصیل و جهان‌شمول این انقلاب را به شیوه‌ای هنرمندانه و جذاب و با ابزارهای فرهنگی، به خصوص محصولات فرهنگی حوزه‌ی کودک و نوجوان و نوشت افزار، در دنیا ترویج و تبلیغ کند.

۴- استفاده از نشان‌ها، علائم، تصاویر و تصویرسازی‌های ایرانی اسلامی

مجمع نوشت افزار ایرانی اسلامی با توجه به اهداف خود در راستای ترویج فرهنگ اصیل اسلامی و فرهنگ‌سازی استفاده از نشان‌ها و تصاویر ایرانی اسلامی، با تأکید بر الگوسازی برای کودکان و نوجوانان از طریق شخصیت‌سازی‌های جدید، **پرداختن به شخصیت‌های الگوی دینی و ملی** را برای نوشت افزار لازم و ضروری دانسته و اعضای مجمع پایبند خواهند بود که در خدمات خود، اعم از تولید و توزیع، فقط محصولاتی را ارائه کنند که مروج این فرهنگ باشد و از تولید و توزیع محتوای معارض خودداری کنند؛ نمونه‌هایی از مصادیق محتوای معارض عبارت‌اند از: ورزشکاران اروپایی و آمریکایی، پرنسس‌های دیزنی، مرد عنکبوتی، بت‌من، فروزن، مینیون، کیتی، باب اسفنجی، گیسو کمند، بن‌تن، فرشتگان وینکس، برتز، باربی، هری پاتر، خوانندگان و بازیگران و مدل‌های آمریکایی، انگری برد، میکی موس، پاندای کونگ‌فوکار و... .

۵- نگاه حرفه‌ای و تخصصی در ارائه‌ی محصولات

نگاه حرفه‌ای و تخصصی برای تولید و توزیع نوشت افزار برای همه‌ی اعضای مجمع ضروری است و به هیچ وجه نباید حاشیه تلقی شود. به کارگیری نهایت هنرمندی و خلاقیت در ارائه‌ی محصولات و پرهیز از کارهای سطحی و کلیشه‌ای در مراحل مختلف کار، اعم از طراحی شخصیت و نگارگری و گرافیک، مواد اولیه، چاپ و صحافی، توزیع و... ضروری است.

۶- پایبندی به تمامی اهداف و سیاست‌ها و نظم و انضباط تشکیلاتی مجمع

اعضای مجمع ضمن پایبندی به اهداف مصرّح مجمع در اساسنامه‌ی مصوب

مجمع عمومی، باید نظم و انضباط تشکیلاتی و مالی و اداری مجمع را رعایت کنند و از پراکندگی و گسیختگی امور جلوگیری کنند. در همین راستا بر همگی واجب است تا برای همدلی و محبت و وحدت هرچه بیشتر با فعالان زیست‌بوم ایران‌نوشت، از هیچ تلاشی دریغ نکنند.

۷- پایبندی به اخلاق اسلامی کسب‌وکار، اقتصاد مقاومتی و تولید ملی

با توجه به اهداف فرهنگی تولید و توزیع نوشت‌افزار ایرانی‌اسلامی، اعضای این مجمع خود را متعهد می‌دانند تا در زمینه‌های اعتقادی فعالیت‌های اقتصادی نیز مانند اخلاق اسلامی کسب‌وکار ملزم بوده و در حوزه‌ی فعالیت‌های اقتصادی با رویکرد اقتصاد مقاومتی و اولویت تولید و مصرف تولیدات داخلی در راستای اشتغال حداکثری فعالیت کنند. در همین راستا، اولویت استفاده از مواد اولیه‌ی داخلی را در دستور کار قرار دهند و در جهت تولید اقلامی که مشابه داخلی ندارند، همت مضاعف گمارند تا سهم نوشت‌افزار ایرانی از بازار نوشت‌افزار به‌صورت مستمر، افزون و حداکثری گردد.

خدمات و کارکردها

خدمات قابل‌عرضه‌ی مجمع ایران‌نوشت، مشخص می‌کند که هریک از خدمات به کدام‌یک از انواع اعضا اختصاص می‌یابد؛ اما در مورد کیفیت اختصاص، «رتبه‌ی هریک از اعضا» تعیین‌کننده‌ی میزان دریافت خدمات در مواردی است که «محدودیت عرضه» وجود دارد.

جدول خدمات و کارکردها را می‌توانید در صفحه بعد مشاهده کنید.

محدودیت عرضه

همراهان و غیر عضو

عضو وابسته

عضو رسمی

شرح خدمت / مزیت

✗	✗	حضور بدون رای	✓	شرکت در جلسات مجمع عمومی و حق رای
✓	✓	✓	✓	خدمات و برنامه های آموزشی
✓	✓	✓	✓	خدمات بسته های رسانه ای
✗	✗	✓	✓	ترویج تخصصی در کانالوگ مجمع
✓	✗	در صورت وجود ظرفیت خالی	✓	خدمات تامین مالی
✓	✓	✓	✓	حضور در نمایشگاه ایران نوشت
✗	در صورت وجود ظرفیت خالی	در صورت وجود ظرفیت خالی	✓	خدمات توزیع
✗	✗	✗	✓	خدمات مشاوره و توانمندسازی استراتژی بازاریابی
✓	در صورت وجود ظرفیت خالی	در صورت وجود ظرفیت خالی	✓	معرفی جهت خرید در پروژه های خاص
✓	امکان خرید بدون عضویت	امکان خرید بدون عضویت	✓	حضور در تعاونی تامین نیاز و امکان خرید از تعاونی
✓	✓	✓	✓	حمایت از خطوط تولید کالای ایرانی جدید و یا استراتژیک (با محتوای ایرانی - اسلامی و با برند ایرانی)
✓	✓	✓	✓	ارائه کاراکتر و محتوا
✓	✗	✓	✓	معرفی به زیست بوم خلاق و مرکز نوآوری
✓	✗	✓	✓	خدمات ثبت حقوقی



فصل سوم: نهادسازی

تعریف مسئله

در محیط اقتصادی پویای امروز، دوران الگوهای سنتی کسب و کار به سر آمده و شرکت های بزرگ عامل رشد اقتصادی به شمار نمی آیند. امروزه، اقتصاد کشورهای توسعه یافته بر محور بنگاه های کوچک و متوسط استوار است. عامل اساسی توسعه ی شرکت های نوپا، نوآوری و توان فناوری های این شرکت ها است؛ در حالی که عامل موفقیت شرکت های بزرگ مبتنی بر سرمایه های فیزیکی و صرفه جویی های مقیاس است که امروزه کمتر به عنوان مزیت رقابتی مورد توجه قرار می گیرد.

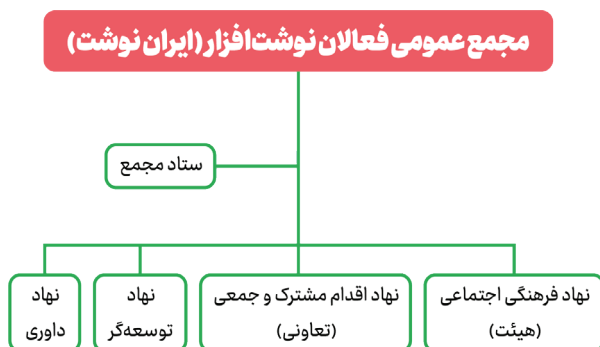
محیط اقتصادی جدید مدیریت جدیدی می طلبد؛ به طوری که این مدیریت باید چالاک، منعطف، دارای ارتباط و حتی دارای شبکه ای از روابط استراتژیک باشد؛ مجمع ایران نوشت با توجه به اثربخشی در صنعت نوشت افزار و در راستای تحقق مأموریت خود، از این قاعده مستثنا نیست. مأموریت چندگانه ی مجمع که توأمان ترکیبی از وظایف اقتصادی و فرهنگی است، نیازمند بازیگران و همکارانی است که مستقیم یا غیرمستقیم، در تحقق آن همکاری و همیاری نمایند.

مجمع ایران نوشت برای دوری از تبدیل شدن به یک مجموعه ی بزرگ و غیرمنعطف، باید بتواند فعالیت های خود را در زیست بوم نوشت افزار، بر اساس منطق هرکدام، به چند زمینه تبدیل و اصطلاحاً «نهادسازی» نماید؛ نهادهایی مستقل که هرکدام مأموریتی دارند که تحقق آن، زمینه ی تحقق مأموریت مجمع را ایجاد خواهد کرد و سبب تکمیل زنجیره ی ارزش زیست بوم می شود.

این نهادها لزوماً توسط مجمع ایجاد نمی شوند؛ ممکن است مجمع در ایجاد آنها مشارکت داشته باشد و یا ممکن است یک مجموعه ی فعال را به کارگیری نماید؛ اما طبیعتاً برای هدایت هریک از ایشان در راستای اهداف خود، باید برنامه و سیاست های مناسبی را جهت مدیریت و تقویت تک تکشان اتخاذ نماید؛ بنابراین می توان این فصل را با عنوان نهادسازی مجمع ایران نوشت و ساختار متناسب با آن نامید.

ساختار مجمع

مجمع نوشت افزار ایرانی اسلامی به عنوان نهاد اصلی این زیست بوم و پرچم‌داری بومی‌سازی این صنعت در کشور برای تحقق اهداف و مأموریت‌ها و برنامه‌های خود، نیاز به طراحی ساختار متناسب دارد. راهبرد اصلی در طراحی ساختار مجمع، عدم ورود به حوزه‌های عملیاتی و تصدیگری و بنگاهداری است. با همین نگاه، سیاست مجمع بر این بوده است که فعالیت‌های عملیاتی توسط کسب‌وکارهای تولیدی و توزیعی و خدماتی انجام گیرد و مجمع در قالب نهادی قرارگاهی و ستادی عمل کند و نقش رهبری صنعت را بر عهده داشته باشد. بر این اساس، ساختار مجمع مطابق شکل زیر طراحی شده است:



در ذیل و کنار ستاد مجمع با توجه به برنامه‌ی کلان و همچنین توجه به راهبرد «عدم تصدیگری»، چهار نهاد مستقل طراحی شده است تا در چهارچوب سیاست‌های مجمع، هرکدام به عنوان بازوهای تخصصی، بخشی از وظایف حکمرانی مجمع را دنبال کنند که در ادامه به تفصیل تبیین خواهد شد.

ستاد مجمع

ستاد مجمع که رکن اصلی اجرایی فعالیت های مجمع است، ذیل هیئت مدیره و مدیرعامل مجمع با ساختار منسجم، اقدام به طراحی و برنامه ریزی و اجرای تمامی فعالیت های مجمع می نماید.

« ضرورت

سازمان ها برای انتقال و عملیاتی کردن سیاست های مدیریتی، به مبدلی برای تبدیل سیاست ها و افکار به راهبردهای اجرایی نیازمندند که این مبدل بسته به سطح آن، به نام های مختلفی از جمله مدیریت اجرایی یا ستاد مشهور است. در همین راستا، مجمع عمومی به تشکیل ستاد مجمع با انتخاب هیئت مدیره اقدام می کند.

« تعریف

مجموعه ای از منابع انسانی و مهارتی و تجهیزاتی که در جهت اجرایی کردن آرمان های کلان ایران نوشت حرکت می کنند، ستاد مجمع نامیده می شود.

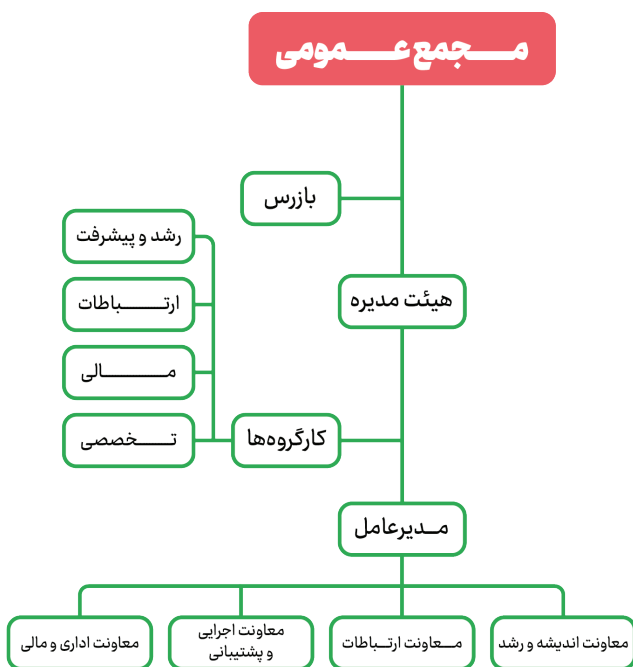
« راهبردهای نهادی

- اعضای رسمی مجمع عمومی می توانند با توجه به آیین نامه ی انتخابات هیئت مدیره، نامزد عضویت در هیئت مدیره شوند و بعد، در صورت رأی آوردن وارد این هیئت شوند.
- اعضای هیئت مدیره طی فرایندی فردی را به عنوان مدیرعامل مجمع انتخاب می کنند.
- نیروهای دپارتمانی ستاد به صورت استخدامی، با مدت قرارداد معین، تأمین خواهند شد.
- در ستاد مجمع، کارگروه های موضوعی تشکیل می شود و اعضای این کارگروه ها متشکل از مدیرعامل، یک نفر از اعضای هیئت مدیره و مسئول معاونت مربوط

است.

■ مجمع یک مجموعه‌ی مردم‌نهاد و کاملاً خودکفاست و بر اساس برخی حمایت‌های مأموریتی و حق عضویت و درآمد خدمات اداره می‌شود.

« نمودار ساختار ستاد



« شرح کارگروه‌های موضوعی

■ کارگروه ارتباطات

- متشکل از یک عضو هیئت‌مدیره، مدیرعامل و معاون ارتباطات؛
 - مأموریت:
- ۱- ایجاد ارتباط مؤثر و دوسویه با اعضای ایران‌نوشت و فعالان صنعت و اهتمام به برنامه‌ریزی و طراحی در این جهت؛
 - ۲- ارائه‌ی گزارش در هر جلسه‌ی هیئت‌مدیره.

■ کارگروه مالی

- متشکل از یک عضو هیئت‌مدیره، مدیرعامل و مدیر مالی مجمع؛
 - مأموریت:
- ۱- ایجاد نظام مالی شفاف در مجمع؛
 - ۲- نظارت بر تمامی تراکنش‌های سیستم مالی و تأیید آن‌ها؛
 - ۳- تلاش در جهت ایجاد فرصت‌های حمایتی برای مجمع ایران‌نوشت.

■ کارگروه رشد و پیشرفت

- متشکل از یک عضو هیئت‌مدیره، مدیرعامل، یک نماینده از نهاد توسعه‌گر و دیگر شخصیت‌های حقیقی یا حقوقی مؤثر در پیشرفت هریک از عناصر زیست‌بوم که خود ذی‌نفع نیستند؛
 - مأموریت:
- ۱- طراحی و کارشناسی نظام رتبه‌بندی اعضا؛
 - ۲- بررسی تخصصی و پیشنهاد مسیر رشد و توسعه‌ی هریک از عناصر با توجه به اقتضائات تولیدکننده و منبع مالی و اولویت‌های زیست‌بوم؛
 - ۳- سیاست‌گذاری و ارزیابی سیستم آموزشی مجمع.

■ کارگروه‌های تخصصی

- هریک از اعضا و فعالان، خودبه‌خود در یکی از کارگروه‌های سراجی، صحافی، پلیمری و توزیع، عضو خواهند شد؛ البته ممکن است بر اساس اقتضای روز، کارگروه جدید موضوعی نیز ایجاد شود.
- جلسات این کارگروه‌ها با حضور تمامی اعضا یا تعدادی از نمایندگانشان برگزار خواهد شد.
- مأموریت:
 - ۱- ایجاد شبکه‌ی پویا از فعالان آن گروه تخصصی در کل کشور؛
 - ۲- جهت‌دهی محتوایی عناصر غیر ایران‌نوشتی؛
 - ۳- کمک و مشاوره به ستاد به‌منظور شناخت فعالان واقعی و سیاست‌گذاری صحیح در جهت توانمندسازی، برنامه‌ریزی، عارضه‌یابی و...؛
 - ۴- کمک به ستاد در جهت پیشبرد برنامه‌های عملیاتی ناظر به فعالان مرتبط با آن کارگروه.

« شرح وظایف معاونت‌ها

■ معاونت اندیشه و رشد

- تحقیق و اندیشه‌ورزی و طراحی راهبردهای اجرایی و برنامه‌ی عملیاتی آن با نگاهی سیستمی به کل زیست‌بوم؛
- دبیری هیئت‌مدیره‌ی ستاد مجمع؛
- دبیری کارگروه رشد و پیشرفت؛
- تدوین و کارشناسی طرح‌ها و آیین‌نامه‌ها؛
- ایجاد شبکه‌ی بهره‌گیری از نخبگان و خبرگان.

■ معاونت ارتباطات

- ایجاد ارتباط دوسویه و مؤثر و پایدار با تمرکز بر دستگاه‌های حاکمیتی و نهادهای مرتبط و اصحاب رسانه؛

- تلاش جهت تعریف اقدام مشترک و تأمین منابع آن؛
- راهگشایی و بالفعل کردن ظرفیت های فروش سازمانی؛
- حضور دائمی در رسانه های کشور به خصوص رسانه ی ملی؛
- تلاش جهت معرفی مجمع ایران نوشت به عنوان یک بازوی تخصصی و سیاست گذار در کشور.

■ معاونت اجرایی و پشتیبانی

- انجام تمامی امور اجرایی و پشتیبانی مبتنی بر تمامی عملیات های تعریف شده در سطح زیست بوم؛
- برگزاری رویدادها و نشست ها و نمایشگاه ها؛
- ارتباط با اعضای زیست بوم و اطلاع رسانی به ایشان؛
- پشتیبانی اجرایی از تمامی بازوها و نهادهای مجمع؛
- جاری سازی عملیاتی تفاهم ها و عملیات های مشترک بین سازمانی.

■ معاونت مالی و اداری

- ایجاد سیستم اداری و پرسنلی و مالی به طور شفاف و استاندارد و پیاده سازی دقیق فرایندها؛
- حسابداری و تهیه ی صورت های مالی و تهیه ی صورت های مالی؛
- انجام امور حقوق و دستمزد؛
- انجام امور ثبت رسمی و مالیاتی و بیمه ای؛
- مدیریت اموال و دارایی ها.

نهاد توسعه گر

این نهاد با مأموریت استفاده از ظرفیت سرمایه گذاران و نهادهای حاکمیتی، در راستای توسعه ی کسب و کارهای کلیدی و دارای اولویت زیست بوم شکل می گیرد و در قالب مؤسسه با سرمایه گذاری سرمایه گذاران امین در کنار مجمع به عنوان بازوی توسعه گر

فعالیت می‌نماید.

« اهداف

- ۱- تکمیل زیست‌بوم نوشت‌افزار جهت تحقق مأموریت چندگانه‌ی مجمع در قالب ایجاد بازوهای تخصصی؛
- ۲- تقویت اعضای زیست‌بوم تحت یک شبکه‌ی کارآمد و بهره‌ور.

« ضرورت

- آن دسته از مأموریت‌های ضروری که عملیاتی‌شدن آن‌ها در ستاد مجمع ممکن نیست، در این نهاد اجرایی می‌شود. برخی از فعالیت‌های آن عبارت‌اند از:
- ایفای نقش جهت مشارکت‌گیری در حوزه‌ی تأمین منابع مالی سایر نهادها در ساختار موردنظر مجمع و تأمین مالی کسب‌وکارها.
 - ورود عملیاتی به حوزه‌های دارای خلأ نیرو و تلاش جهت جذب نیروی انسانی.
 - مدیریت کسب‌وکارهایی که از منظر حکمرانی زیست‌بوم دارای ضرورت رابطه‌ی مالکانه با مجمع‌اند.

« راهبردهای نهادی

- اعضای هیئت‌مدیره‌ی این نهاد را سهام‌داران انتخاب می‌کنند.
- مجمع در انتخاب سرمایه‌گذاران جوانب امر را کاملاً رعایت خواهد کرد و با انتخاب سرمایه‌گذارانی که در راستای سیاست‌های مجمع قدم برمی‌دارند و در جهت پیش‌بری و رهبری این حوزه به مجمع اعتماد دارند، خواهد توانست مأموریت‌های تکلیفی مجمع را که در راستای اسناد بالادستی خود است، به‌درستی و البته با حفظ منافع سرمایه‌گذاران ایفا نماید؛
- هیئت‌مدیره‌ی مجمع در انتخاب مدیرانی هماهنگ با مجمع تلاش کافی خواهند کرد؛
- این نهاد توجه به مأموریت و اهداف و ارزش‌های مجمع ایران‌نوشت در ایرانی‌کردن اقتصادی و فرهنگی صنعت نوشت‌افزار کشور در تمامی اسناد راهبردی نهادها و

گام برداشتن در این جهت را مدنظر دارد؛

■ خودکفایی اقتصادی نهاد توسعه‌گر از محل درآمد خدمات و سود سهام‌های خود ضروری است؛

■ خدمت‌دهی به زیست‌بوم ایران نوشت اولویت عملیاتی این نهاد است؛

■ ورود به حوزه‌هایی که فعالیت‌های کسب‌وکاری در آن به میزان لازم برقرار است، در دستور کار نیست؛

■ ورود حداقلی و ترجیحاً با مشارکت کسب‌وکاری کمتر از ۵۰ درصد و اولویت خروج در اولین فرصت مدنظر است؛

■ برنامه‌های بلندمدت و اسناد بالادستی نهاد توسعه‌گر در هیئت‌مدیره‌ی مجمع به‌صورت سالانه تصویب می‌شود؛

■ گزارش عملکرد به‌صورت فصلی در هیئت‌مدیره‌ی مجمع ارائه می‌شود؛

نکته: گزارش‌های نهاد توسعه‌گر پس از تأیید هیئت‌مدیره‌ی مجمع و تجمیع با سایر فعالیت‌های ساختار مجمع و سایر نهادها به‌صورت سالانه در اختیار مجمع عمومی قرار می‌گیرد.

« راهبردهای عملیاتی

■ بهره‌گیری از ظرفیت‌های نهادهای حاکمیتی و مردمی جهت افزایش منابع سرمایه‌گذاری از طریق ایجاد سازوکارهای پایدار؛

■ توسعه‌ی کسب‌وکارهای پشتیبانی و خدماتی موردنیاز زیست‌بوم؛

■ ایجاد مسیر ورود نیروی انسانی جدید به کسب‌وکارهای زیست‌بوم؛

■ توسعه‌ی کسب‌وکارهای محتوا محور و فناورانه‌ی موردنیاز زیست‌بوم؛

■ تلاش جهت توسعه‌ی سبد تولید محصولات ایرانی در بازار نوشت‌افزار؛

■ پشتیبانی از توسعه‌ی زیرساخت‌های توزیع و فروش محصولات؛

■ پشتیبانی از توسعه‌ی زیرساخت و ایجاد نوآوری در کسب‌وکارهای تولیدی زیست‌بوم.

نهاد اقدام مشترک و جمعی (تعاونی)

این نهاد با طراحی «عملیات‌های اقتصادی و غیرستادی» که نیاز به مشارکت تمامی فعالان زیست‌بوم دارد، فعالیت‌های خود را انجام می‌دهد و در قالب «تعاونی اعضای ایران‌نوشت» شکل می‌گیرد.

« ضرورت

برای ایجاد مرکز تخصصی عملیاتی در مواردی که نیاز به حضور جمعی و عملیات مشترک بین اعضا و فعالان زیست‌بوم است، این نهاد شکل می‌گیرد و برخی از فعالیت‌های آن عبارت‌اند از:

- تأمین مواد اولیه‌ی تولید به صورت مشترک؛
- سرمایه‌گذاری مشترک در ایجاد زیرساخت‌های تولیدی و توزیعی و خدماتی.

« راهبردهای نهادی

- اعضای تعاونی متشکل از اعضای رسمی مجمع ایران‌نوشت است؛
- هرکدام از اعضای رسمی مجمع عمومی که سهام‌دار هستند، می‌توانند نامزد شده و عضو هیئت‌مدیره‌ی تعاونی شوند؛
- از هر مجموعه‌ی رسمی، فقط یک نفر به عنوان عضو تعاونی می‌تواند سهام‌دار شود؛
- هیچ فرد یا مجموعه‌ی منحصربه‌فرد، اجازه‌ی خرید سهام بیش از ۲۰ درصد از کل را نخواهد داشت؛
- از بین اعضای هیئت‌مدیره، مدیرعامل تعاونی به صورت داخل اعضا یا خارج از اعضا طبق فرایند رأی‌گیری انتخاب می‌شود؛
- تأمین نیروهای دپارتمانی به صورت استخدامی و با مدت قرارداد معین، توسط مدیرعامل انجام می‌شود.

« راهبردهای عملیاتی

- تنظیم راهبردهای عملیاتی متناسب و منطبق بر اسناد راهبردی مجمع صورت می‌گیرد؛
- اولویت تأمین مواد اولیه‌ی داخلی مدنظر است؛
- اولویت کاری در تأمین مواد اولیه یا تولید برای محصولاتی است که برای اولین بار در صنعت راه اندازی می‌شوند؛
- توجه به محتوای بومی علی‌رغم توجه به ابعاد اقتصادی و فنی پروژه‌ها خواهد بود؛
- تمرکز و التزام به فعالیت مثبت و مؤثر در صنعت نوشت افزار و زیست‌بوم ایران نوشت مدنظر است؛
- عملیات با سرمایه‌ی سرمایه‌گذاران خود تعاونی انجام می‌شود و هزینه‌های جاری تعاونی از طریق سود حاصل پوشش می‌یابد؛
- برای تولید مشترک با حضور حداکثر اعضا به‌منظور استفاده از ظرفیت‌های مشترک تحت یک برند مشترک قدرتمند اقدام خواهد شد؛
- همه‌ی اعضا برای ارائه‌ی خدمات مشترک و جمع‌بندی فرایندهای کسب‌وکارها با لحاظ افزایش کیفیت و کاهش قیمت محصولات تلاش خواهند کرد.

نهاد فرهنگی اجتماعی (هیئت)

این نهاد با دو مأموریت کمک به رشد فردی، فرهنگی، معنوی و اجتماعی فعالان زیست‌بوم به‌صورت جمعی و تشکیلاتی و همچنین انجام مسئولیت‌های اجتماعی به‌صورت جمعی فعالیت می‌نماید و در قالب «هیئت» شکل می‌گیرد.

« ضرورت

از اصول و مبانی ایجاد زیست‌بوم پویا و فعال و سرزنده، ایجاد «رابطه‌ی مستحکم و ایدئولوژیک» در میان عناصر آن زیست‌بوم است. با توجه به اینکه نوع رابطه‌ی افراد در زیست‌بوم‌ها با نوع رابطه‌ی افراد در سازمان‌ها متفاوت است، شکل‌گیری هویت جمعی و قلبی و دلی از هرچیز مهم‌تر و استراتژیک‌تر است. «هیئت» یکی از بهترین ابزارها جهت

تقویت هویت جمعی بین افراد است.

« تعریف

به مجموعه افرادی از زیست‌بوم ایران‌نوشت که با هدف انجام فعالیت‌های فرهنگی و تفریحی و ارزشی (به‌خصوص فعالیت‌های مذهبی و اعتقادی) مشترک و به‌دور از کارهای اقتصادی گرد هم می‌آیند، هیئت گفته می‌شود. در همین راستا، هیئت فعالان زیست‌بوم بیرق برافراشت تا از سویی منطبق بر راهبردهای تقویت هویت جمعی مجمع ایران‌نوشت و از سوی دیگر، با هدف ایجاد گفتمان در صنعت نوشت‌افزار عمل کند. فعالیت هیئت در حوزه‌های کلی ذیل است:

- فعالیت‌های فرهنگی‌محتوایی ناظر به افراد زیست‌بوم و خانواده‌های آن‌ها و فعالان صنعت؛
- فعالیت‌های اجتماعی ناظر به محرومان و مستضعفان.

« راهبردهای نهادی

- هیئت‌امنا هیئت سه تا پنج‌نفره است و اعضای مجمع عمومی ایران‌نوشت آن‌ها را انتخاب می‌کنند. نکته اینکه یکی از این افراد الزاماً از اعضای هیئت‌مدیره است؛
- از بین هیئت‌امنا فردی به‌عنوان مسئول هیئت (می‌تواند از بیرون باشد) و یک نفر به‌عنوان رئیس هیئت‌امنا انتخاب می‌شود؛
- اعضای هیئت متشکل از خانواده‌ی همه‌ی فعالان زیست‌بوم ایران‌نوشت است؛
- تأمین تمام هزینه‌های هیئت توسط خیرین فعال در زیست‌بوم و با فعالیت کاملاً مستقل و خودکفا صورت می‌گیرد.

« راهبردهای عملیاتی

- تنظیم تمام کارکردها منطبق با راهبردهای تقویت هویت جمعی مجمع عمومی از یک طرف و ایجاد گفتمان جهادی و دغدغه‌محور در صنعت از طرف دیگر؛
- برپایی مراسمات ذکر و توسل به اهل‌بیت(ع)؛

- ارتباط با خانواده‌ها در جهت هم‌مسیرشدن ایشان با گفتمان و دغدغه‌های ایران‌نوشت؛
- ایجاد صندوق قرض‌الحسنه‌ی داخلی جهت مشکلات فردی فعالان زیست‌بوم؛
- برگزاری سفرها و اردوهای جهادی زیارتی، ورزشی و سیاحتی؛
- فعالیت‌های خیریه، اوراق، اهدای نوشت‌افزار به محرومان؛
- فعالیت‌های اقتصادی بر اساس اتفاقات روز و موردنیاز کشور (مانند حوادث طبیعی و...)
- ارائه‌ی محتوا و محصولات فرهنگی‌تربیتی متناسب با نیاز افراد و خانواده‌ها.

نهاد داوری

این نهاد با مأموریت حل مسائل و مشکلات پیش‌آمده بین فعالان و عناصر زیست‌بوم به‌صورت عادلانه و بی‌طرفانه تشکیل می‌شود و در زمینه‌های فنی و اقتصادی و بازرگانی، ورود کارشناسانه دارد و در قالب «شورای داوری» فعالیت خواهد کرد.

« ضرورت

با توجه به روابط گسترده میان فعالان زیست‌بوم و نهادهای مرتبط و هم‌سو، احتمال بروز اختلافات وجود دارد؛ لذا این نهاد جهت داوری با نگاه تخصصی و صلاح‌دید فعالان و اقتضائات زیست‌بوم شکل می‌گیرد تا بتواند در فضایی دینی و بومی و دوستانه، با فهم دقیق و فنی مسائل را حل کند.

« راهبردهای نهادی

■ این نهاد به‌صورت شورایی اداره می‌شود. شورای پنج‌نفره متشکل از افراد ذیل است:

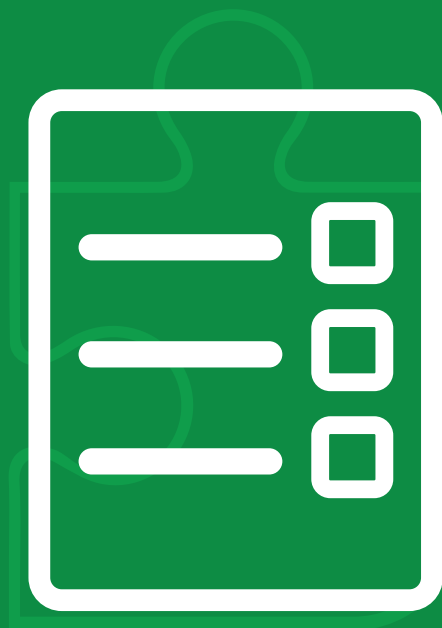
- دو عضو به انتخاب مجمع عمومی (اولویت با ریش‌سفیدان و معتمدان)؛
- یک عضو از هیئت‌مدیره؛

- مدیرعامل مجمع؛
- یک کارشناس بیرونی ناظر به موضوع مورد بحث (به انتخاب هیئت مدیره)؛
- ستاد مجمع با استفاده از ابزارهای نظارتی و ارتباطاتی خود، تصمیمات این نهاد را عملی می‌کند و باعث ایجاد ضمانت اجرایی برای تصمیمات این شورا می‌شود.
- فعالان می‌توانند در قراردادهای خود، شورای داوری مجمع را به عنوان داور مرضی‌الطرفین و فصل‌الخطاب مرقوم کنند.

سایر نهادها

سایر نهادهای فعال در زیست‌بوم ایران نوشت، حکم بازیگرانی را دارند که هریک به‌طور کاملاً مستقل اما هم‌راستا با آرمان‌ها و ارزش‌ها و راهبردهای مجمع نوشت‌افزار فعالیت می‌کنند و ستاد به‌صورت مستقیم در امور مدیریتی هیچ‌کدام از آن‌ها دخالتی ندارد؛ اما ممکن است از طریق یکی از نهادهای چهارگانه در توانمندسازی یا هدایت آن‌ها نقش ایفا کند. در واقع، هدایت بازیگران با استفاده از قدرت نرم، ایجاد گفت‌وگو و روابط استراتژیک مشترک صورت می‌گیرد.

این بازیگران بر اساس نوع محیط و اقتضای کسب‌وکارشان توسعه پیدا می‌کنند. ممکن است به‌صورت «پلتفرم» (که اقتضای یگانگی جهت ایجاد شبکه‌ی بزرگ را دارد) شتاب‌دهی شوند یا در محیط «رقابتی» به‌صورت کمی و کیفی توسعه یابند.



فصل چهارم: آیین نامه ها و برنامه ها

طرح آموزش

« مقدمه

برای دستیابی به پیشرفت و توسعه در هر صنعت و فرهنگی، نیازمند ابزارهای اساسی هستیم و نیروی انسانی کارآزموده از مهم ترین ابزارهای اساسی است.

امروزه اهمیت منابع انسانی کارآزموده باعث شده است بسیاری از شرکت ها و صنایع و زیست بوم ها نیروهای انسانی را بزرگ ترین سرمایه ی خود بدانند و تلاش کنند نیروهای خود را از طریق دانش افزایی آموزشی در مسیر رشد و پیشرفت قرار دهند.

زیست بومی که بتواند آموزش نیروهای انسانی خود را در سه جهت آموزش های «پایه»، «رشد و توسعه» و «پژوهشی برای آینده» هدایت کند، در طول مسیر پیشرفت و تعالی، کمبودی از نظر تأمین نیروی انسانی کارآزموده احساس نخواهد کرد؛ علاوه بر آن، چنین زیست بومی آمادگی لازم برای مواجه شدن با اتفاقات پیش بینی نشده در آینده و توانایی تطبیق پذیری با تغییرات محیطی را برای خود به دست خواهد آورد.

در همین راستا، مجمع ایران نوشت اقدام به اجرایی کردن طرح آموزشی در قالب کارگاه آموزش - مشاوره، برای فعالان زیست بوم ایران نوشت خواهد کرد. نکته اینکه برای ایجاد ارتباط حسی قوی تر و نهادینه تر کردن فرهنگ آموزش در ذهن فعالان، برنامه ی آموزشی در دو فاز، طراحی و پیاده سازی می شود. در مرحله ی اول، تلاش خواهد شد تا حد امکان، اساتید از بین افراد برجسته ی صنعت نوشت افزار انتخاب شوند و در زمینه های کاملاً مشخص و عینی، کلاس های آنلاین کارگاهی برگزار شود و در مرحله ی دوم در راستای علمی تر شدن و ایجاد ترکیب قوی تر علم و عمل، از اساتید برجسته برای هر سرفصل استفاده شود.

« چشم انداز

توانمندسازی منابع انسانی فعالان زیست بوم ایران نوشت

« مأموریت

آموزش همگانی و تخصصی نیروهای انسانی زیست بوم ایران نوشت در جهت تبدیل شدن به نیروهای کارآزموده و اثربخش

« اهداف بلندمدت

- بالابردن سطح فرهنگ آموزشی؛
- توسعه‌ی فردی و صنعتی هدفمند مجموعه‌ها و افراد فعال در زیست بوم و فعالان صنعت نوشت افزار (در سه سطح مقدماتی، متوسط و عالی)؛
- تهیه‌ی سند و مدل آموزشی کارا برای زیست بوم ایران نوشت؛
- افزایش سهم فعالان زیست بوم ایران نوشت از صنعت نوشت افزار (در زمینه‌ی تولید و فروش و توزیع)؛
- شناسایی آموزش‌های مورد نیاز و بروز فعالان؛
- پرورش و توسعه‌ی فرهنگ کار تیمی؛
- کاهش ضایعات انسانی و خسارت‌های مالی؛
- ایجاد بانک اطلاعاتی آنلاین از منابع مطالعاتی آموزشی مورد نیاز فعالان.

« فهرست مراحل تدوین و اجرای طرح آموزش

- ۱- تعیین سرفصل‌های آموزش؛
- ۲- هدفمندسازی سرفصل‌ها (جامعه‌ی هدف، اولویت بندی و...)
- ۳- ایجاد ملزومات زیست بوم ایران نوشت برای آموزش؛
- ۴- تهیه‌ی ابزارهای آموزشی (بستر آموزش، اساتید، محتوا و...)
- ۵- تعیین شیوه‌ی برگزاری دوره‌ها؛
- ۶- نهایی‌سازی تقویم و شیوه‌های پرموشن آموزش؛
- ۷- ثبت نام از فعالان و برگزاری دوره‌ها؛
- ۸- ارزیابی دوره؛
- ۹- اصلاح تقویم و آموزش‌ها بر اساس ارزیابی کلاس‌ها و شناسایی نیازمندی‌های جدید آموزشی.

« شرح مراحل تدوین و اجرای طرح آموزش

۱. تعیین سرفصل‌های آموزش

■ دقت شده است سرفصل‌های انتخابی تا حد امکان قابلیت کارگاهی‌شدن را داشته باشند و همچنین هر سرفصل این قابلیت را داشته باشد که بعد از پایان کلاس به عنوان پروژه‌ای عملی در جهت کسب‌وکار شرکت‌کننده تعریف و نتایج اجرای آن تا کلاس بعدی، توسط شرکت‌کننده به استاد تحویل داده شود.

■ برای تعیین سرفصل‌ها در مرحله اول، با تحقیق و مشورت با فعالان در قالب خوداظهاری بیش از هفتاد سرفصل در سه سطح مقدماتی، متوسط و عالی مشخص شد و در مرحله دوم، سیزده سرفصل مهم‌تر انتخاب شد و در مرحله سوم، با نظرسنجی از فعالان، هفت سرفصل برای اجرایی‌شدن در فاز اول آموزش انتخاب شد که نتایج آن به شرح زیر است:

ردیف	عنوان	شرح مختصر	نمونه‌ای از زیرموضوعات	مخاطب	سطح	فرآوانی پاسخ	درصد فرآوانی
۱	دوره‌ی فروش در شبکه‌های اجتماعی	در این دوره، چگونگی مدیریت پیج و کانال و ابزارهای مرتبط و افزایش فروش از طریق شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها را فرامی‌گیرید.	آشنایی با شبکه‌های اجتماعی، شیوه‌ی ایجاد قالب فروشگاه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام، تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی	مدیران فروش، مسئولان بازاریابی	مقدماتی	۳۱	۸۵٫۸۰
۲	دوره‌ی دیجیتال مارکتینگ	در این دوره، با ابزارهای مقدماتی مانند سئو، نحوه‌ی تعامل و مذاکره با متخصصان و مجری‌های دیجیتال مارکت آشنا می‌شوید.	سئو و ادر، محتوا، سوشال، ابزارهای رصد	مدیران فروش، مسئولان بازاریابی	مقدماتی	۱۸	۶۹٫۲۰
۳	دوره‌ی کارگاه خلاقیت در طراحی نوشت افزار	در این دوره، با فرایندهایی که منجر به طراحی و تولید محصولی خلاقانه در حوزه نوشت افزار می‌شود، آشنا می‌شوید.	آشنایی با خلاقیت و ایده‌سازی، اثربخشی محصول، نمادسازی، مفهوم‌سازی، انتقال مفاهیم در قالب هنر، آشنایی با روان‌شناسی رنگ‌ها	مدیران تولید، کارمندان تولید	مقدماتی	۱۷	۶۵٫۴۰

ردیف	عنوان	شرح مختصر	نمونه‌ای از زیرموضوعات	مخاطب	سطح	فراوانی پاسخ فراوانی	درصد
۴	دوره‌ی برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت و عملیاتی برای بازاریابی	در این دوره، با روش برنامه‌ریزی کوتاه مدت و اثربخش برای بازاریابی محصولات خود آشنا می‌شوید.	تحقیقات بازار، انتخاب بازارهای هدف (زمان، هزینه، نیرو، ابزارها)	مدیران فروش، مسئولان بازاریابی، کارمندان بازاریابی	مقدماتی	۱۵	۵۷٫۷۰
۵	بهترین روش‌های صادرات نوشت افزار	مواردی چون تعامل با بازرگانان، شرکت های ترخیص، کارت بازرگانی، هزینه‌های صادرات، مزایا و معایب صادرات در حوزه نوشت‌افزار در این دوره بررسی می‌شود.	-----	مدیران کسب‌وکار	مقدماتی	۱۴	۵۳٫۸۰
۶	دوره‌ی شبیه‌های مذاکره	در این دوره، انواع مدل‌های مذاکره برای فروش و بازاریابی مانند بازاریابی چهره‌به‌چهره و تلفنی، شیوه قرار گرفتن در هنگام ملاقات و ... بررسی می‌شود.	بازاریابی چهره‌به‌چهره، تلفنی، نوع معرفی محصول، شیوه قرار ملاقات گذاشتن و ...	مدیران کسب‌وکار و مدیران فروش و مدیران تولید، کارمندان فروش و کارمندان تولید	مقدماتی	۱۴	۵۳٫۸۰
۷	دوره‌ی مشتری شناسی	در این دوره، با روش هایی آشنا می‌شوید که منجر به شناسایی مشتری‌ها در جهت افزایش فروش می‌شود؛ همچنین مدل های احترام به مشتری را می‌آموزید.	تفاوت فروشنده‌های معامله‌گرا و تعامل‌گرا، اعتمادسازی، رضایت، چرخه عمر مشتری، وفاداری، برنامه‌ریزی سازمانی برای مشتریان، مدل های ذهنی مشتریان و ...	مدیران کسب‌وکار، مدیران فروش، مدیران تولید، کارمندان فروش و کارمندان تولید	مقدماتی	۱۲	۴۶٫۱۰
۸	دوره‌ی مکاسب در نوشت‌افزار	در این دوره، با شرعیات مربوط به کسب‌وکار حلال از نظر فقهی و شرعی آشنا می‌شوید.	خرید، فروش، حقوق کارگر، بدهی و طلب، تغییر قیمت، وام و درصد سود و ...	مدیران کسب‌وکار و مدیران فروش و مدیران تولید، کارمندان بازاریابی	مقدماتی	۱۱	۴۲٫۳۰
۹	دوره‌ی انواع قراردادهای کاری و مالی	در این دوره، انواع و اقسام قراردادها مانند قراردادهای فروش، قرارداد رهن و اجاره، قرارداد با نیروی دائم و ساعتی و ... بررسی می‌شود.	قرارداد با نیرو، قرارداد نمایندگی، فروش	مدیران کسب‌وکار و مدیران فروش و مدیران تولید، کارمندان بازاریابی	مقدماتی	۹	۳۴٫۶۰

ردیف	عنوان	شرح مختصر	نمونه‌ای از زیرموضوعات	مخاطب	سطح	فراوانی پاسخ	درصد فراوانی
۱۰	راه‌اندازی و توسعه‌ی واحد نمایندگی	در این دوره، شیوه‌های شناسایی و مذاکره با نمایندگی‌های فروش و همچنین نحوه‌ی تعامل با آن‌ها بررسی می‌شود.	تعریف نمایندگی، انواع نمایندگی، ویژگی نیروی نمایندگی و برنامه‌ریزی نمایندگی، قراردادها، ارتباط‌گیری، شیوه‌های جذب نمایندگی	مدیران کسب‌وکار و مدیران فروش، کارمندان فروش	مقدماتی	۹	۳۴٫۶۰
۱۱	دوره‌ی مهارت جذب و استخدام اثربخش نیرو	در این دوره می‌آموزید از چه روش‌هایی اقدام به جذب نیروی کارآمد و اثربخش کنید؛ همچنین شیوه‌ی مصاحبه و تست نیرو در این دوره مطرح می‌شود.	شیوه‌های جذب و مصاحبه و عقد قرارداد با نیروی جدید، مدیریت تعارض نیروها، استعدادیابی و روان‌شناسی	-----	مقدماتی	۸	۳۵٫۸۰
۱۲	آشنایی با فرایند چاپ و تکثیر	در این دوره، با انواع مدل‌های چاپ و نکات مهم در زمینه‌ی چاپ و تکثیر و صحافی آشنا می‌شوید.	-----	مدیران کسب‌وکار و مدیران تولید، کارمندان تولید	-----	۸	۳۵٫۸۰
۱۳	دوره‌ی قوانین مالیاتی برای کسب وکار	در این دوره، با قوانین و مباحث مالیاتی مرتبط با کسب‌وکار خود آشنا می‌شوید.	قوانین مالیاتی و ارزش افزوده، در یک شرکت تازه‌تأسیس	مدیران کسب‌وکار و مدیران فروش	-----	۶	۲۳٫۱۰

■ سایر دوره‌های آتی

- **بازاریابی و تبلیغات:** آشنایی با بازاریابی و تبلیغات، آشنایی با امور نمایشگاه و جشنواره، ایونت مارکتینگ، بازاریابی محتوا، دوره‌ی Point Of Purchase Advertising، سمپلینگ (sampling) و مرچندایزینگ (Merchandising)، بازاریابی ۳۶۰ درجه، بازاریابی بین‌الملل و مکاتبات تجاری، بازاریابی خدمات، بازاریابی سبز، بازاریابی ویروسی، تحقیقات بازار، فرایند STP، طراحی کمپین‌های پشبرد فروش و تبلیغات، کانال‌های بازاریابی و شبکه‌ی ارزش، یکپارچه‌سازی بازاریابی و برند IMC، بازاریابی چریکی.
- **تولید:** آشنایی با تولید، مراحل و تخمین هزینه، نوشتن طرح برای تولید، برنامه‌ریزی تولید، ماشین‌آلات و روش‌های تولید، آشنایی با مدیریت پروژه، کنترل کیفیت و بازرسی، نرم‌افزارهای طراحی و تولید، نرم‌افزارهای طراحی و تولید.
- **فروش:** آشنایی با فروش، آشنایی با امور فروشگاه‌ها، روان‌شناسی فروش، شیوه‌های تخفیفی، پورسانت‌ها، قیمت‌گذاری، شیوه‌های معامله در فروش، زبان بدن، قیمت‌گذاری، اکسل در فروش، سی آر ام، سیستم‌های توزیع و فروش کالا، دکوربندی و چیدمان، برندینگ، چرخه‌ی عمر محصول، کاربرد حرفه‌ای اکسل در فروش.
- **مدیریت:** مدیریت جهادی، مدیریت کسب‌وکار نوشت‌افزار، مدیریت منابع انسانی، فرایند رشد و توسعه، آشنایی با مدیریت ریسک، برنامه‌ریزی استراتژیک، مدیریت زمان، بنچ مارکینگ، تجارت بین‌الملل، تفکر استراتژیک، تفکر سیستمی، دوره‌ی برون‌سپاری، دوره‌ی شاخص‌های کلیدی عملکرد KPI، دوره‌ی MBA، دوره‌ی DBA، مدل ذهنی، مدیریت استراتژیک، مسئولیت اجتماعی، هوش مالی، مدیریت پروژه.
- **مهارت‌افزایی:** ۵s آشنایی با روان‌شناسی رنگ‌ها، آشنایی با کار تیمی، آشنایی با نرم‌افزارهای آفیس، کامپیوتر، شیوه‌های گزارش‌نویسی و گزارش‌گیری.
- **انبار:** آشنایی با انبارداری، زنجیره‌ی تأمین و لجستیک.
- **امور حقوقی:** چک، امور قراردادها.
- **حسابداری:** حسابداری فروش.

۲. هدفمندسازی سرفصل‌های آموزش

منظور از هدفمندسازی سرفصل‌ها، مشخص کردن جامعه‌ی هدف مرتبط با هر سرفصل است که در جدول سرفصل‌های آموزش موجود است.

۳. ملزومات آموزشی فعالان زیست‌بوم ایران‌نوشت

■ بیشتر کسب‌وکارها کوچک و متوسط و با سرمایه‌های محدود برای ریسک بالا هستند.

■ دچار چالش عدم استمرار تولید در طول سال هستند.

■ اکثر فعالان به‌صورت تجربی فعالیت داشته‌اند.

■ روحیه‌ی بیشتر فعالان عملیاتی است.

■ فقط آموزش‌هایی که ترکیبی از تجربه و علم و عمل باشد، مورد استقبال واقع خواهد شد و دوره‌ها به‌صورت مشاوره‌ای و کارگاهی یا موردمحور (کیس‌محور) باشد.

■ فرهنگ آموزش به‌صورت پیش‌فرض، در بین فعالان زیست‌بوم در حد متوسط است و به‌مرور باید نهادینه شود.

■ فعالان زیست‌بوم زمان محدودی برای تخصیص دادن به آموزش دارند. تابستان به‌دلیل پیک کاری بازشدن مدارس و روزهای عادی از ساعت ۹ تا ۱۹ به‌دلیل فعالیت‌های کسب‌وکاری، امکان شرکت در دوره را ندارند.

■ پراکندگی جغرافیایی کسب‌وکارها کشوری است.

■ آموزش‌ها تا حد امکان به‌صورت مجازی و آموزش‌های جاری بیش از دو دوره نیست.

■ نقدهای مطرح‌شده توسط شرکت‌کنندگان در پایان هر کلاس، در بالاترین سطح اهمیت تعیین تکلیف شود.

۴. تهیه‌ی ابزارهای آموزش

■ برای مرحله‌ی اول، سامانه‌ی ال ام اس دانه متعلق به خاتم، بستر برگزاری دوره‌ها

خواهد بود. مهم‌ترین ویژگی‌های سامانه‌ی ال ام اس عبارت‌اند از:

- حداکثر ظرفیت این سامانه به صورت پیش فرض، چهل نفر است و در صورت نیازمندی قابلیت ارتقا دارد.
- ظرفیت روشن بودن هم‌زمان سه وب‌کم وجود دارد.
- فرم ثبت نام به صورت پیش فرض است و قابلیت تغییر در حال حاضر وجود ندارد. (در آینده‌ی نزدیک امکان تغییر وجود دارد).

■ تمام دوره‌ها ضبط می‌شود و به صورت آرشیو در سامانه برای شرکت‌کنندگان قابل دسترسی خواهد بود.

■ گروه مشاوره و پرسش و پاسخ توسط استاد برای هر سرفصل آموزشی در شبکه‌ی اجتماعی ایجاد شود و پشتیبانی علمی از شرکت‌کنندگان در قالب گروه شبکه‌ی اجتماعی تا یک ماه بعد از اتمام دوره برای شرکت‌کنندگان در دوره انجام شود.

■ تا حد امکان برای مرحله‌ی اول، اساتید از بین خود فعالان و صنعت‌کاران منتخب انتخاب شوند.

○ دقت شود افرادی به‌کار گرفته شوند که در زمینه‌ی انتقال اطلاعات امانت‌داری لازم را دارند.

○ کلاس می‌تواند در قالب «کارگاه‌های تجربه‌نوردی» با حضور افراد برجسته‌ی صنعت به همراه «کارشناس مجری» برگزار شود.

■ شرایط و شیوه‌ی برگزاری دوره به صورت کاملاً ملموس و با مثال‌های عینی به استاد منتقل شود و در پایان کلاس، ارزیابی از تدریس استاد صورت گرفته و به استاد منتقل شود.

■ معیارهای فن بیان و شیوه‌ی انتقال مطلب برای انتخاب اساتید لحاظ و به صورت عملی آزموده شود.

■ در کنار استاد، فردی به عنوان «همکار» حضور داشته باشد تا در زمینه‌ی مدیریت

وب، مشکلات فنی احتمالی، قراردادن فایل‌های احتمالی و... و همچنین نظارت روی منسجم‌بودن مطالب استاد در حین آموزش، به استاد و شرکت‌کنندگان در جهت استفاده‌ی هرچه بهتر از کلاس‌ها کمک کند.

۵. تعیین شیوه‌ی برگزاری دوره‌های آموزشی

■ مرحله‌ی اول (هفت سرفصل طی یک سال)

- دوره‌ها به‌صورت کارگاه آنلاین و با حداقل هزینه باشد.
- برای سرفصل‌های انتخابی تا حد امکان تکلیف عملیاتی و متناسب با کسب‌وکار هر شرکت‌کننده توسط استاد داده شود.
- در ابتدا شیوه‌ی تدریس چالشی باشد تا ایجاد نیاز صورت گیرد.
- قبل از شروع کلاس در مورد موضوع از تک‌تک شرکت‌کنندگان نظر خواسته شود تا شرکت‌کنندگان تفکراتشان را از قبل برای ارائه در کلاس آماده کنند و در حین کلاس (بعد از کلاس) امکان ارائه‌ی آن را داشته باشند.
- تا حد امکان دوره‌ها از نظر زمان کوتاه باشد و نظر به استقبال فعالان، زمان بیشتری به آن اختصاص یابد.
- پیشنهاد می‌شود برای شرکت‌کنندگانی که حداقل در ۵۰ درصد عناوین دوره‌ها شرکت کرده‌اند، گواهی‌گذاران «دوره‌ی مقدماتی رشد و تعالی کسب‌وکار» در نظر گرفته شود.

■ مرحله‌ی دوم (همان هفت سرفصل در سطح متوسط یا عالی و یا جایگزینی با نیازهای جدید)

- در این مرحله، با رعایت نکات زیر اقدام به تولید پک‌های آموزشی برای فعالان صنعت نوشت افزار خواهد شد:
- تولید محتوای سفارشی‌سازی‌شده از طریق برون‌سپاری به افراد علمی آشنا به زیست‌بوم؛
- تولید رسانه‌ای محتوای تولیدی مکتوب در قالب فیلم، صوت، اینفو و...

فروش به صورت پک؛

- استفاده از محیط های فعالان زیست بوم برای فضای ضبط آموزش ها؛
- هزینه های پک آموزشی را می توان واقعی تر از مرحله ی اول در نظر گرفت؛
- پیشنهاد می شود در صورت تأمین بودجه ی اولیه، گروه رسانه ای برای آموزش تشکیل شود؛
- پیشنهاد می شود برای شرکت کنندگانی که حداقل در ۵۰ درصد عناوین دوره ها شرکت کرده اند، گواهی گذراندن «دوره ی متوسط رشد و تعالی کسب و کار» در نظر گرفته شود.

۶. نهایی سازی تقویم و شیوه های پروموشن آموزش

■ تقویم آموزشی

- نمونه فیلدهایی که برای هر دوره باید مشخص شود عبارت اند از: دوره ی شماره ی ۱، عنوان دوره، شرح دوره، نام استاد، حداکثر ظرفیت برای دوره، زمان دوره، پیش نیاز شرکت در دوره، شهریه ی دوره و قسمت توضیحات

■ پروموشن (از نظر تخفیف)

- برای تخفیف ها محدودیت زمانی ایجاد شود؛ برای مثال، به اعضای رسمی که تا سه روز آینده ثبت نام کنند، تخفیف ۲۰ درصدی تعلق گیرد.
- میزان تخفیف برای اعضای رسمی ۲۰ درصد است.
- شرکت کننده ای که اقدام به پیش خرید تمام دوره ها کند، ۱۰ درصد تخفیف خواهد گرفت.
- چند کارت بن تخفیف خاص طراحی شود و به صورت تصادفی در ملاقات های مدیریتی یا رشدی افراد داده شود.
- تخفیف روی مسابقات آموزشی گذاشته شود و به فرد داده شود؛ برای مثال، می توان در پایان هر دوره، مسابقه یا آزمونی طراحی کرد و به نفر برتر (در صورتی که دو نفر بودند، به قید قرعه) تخفیف ویژه داده شود.

- می‌توان به مناسبت روز تولد و یا تاریخ تأسیس کسب‌وکار شرکت‌کننده، اگر با دوره‌ی آموزشی مصادف شد، تخفیف تخصیص داد.
- شرکت‌کنندگانی که در طول دوره فعالیت بهتری دارند (به تشخیص استاد) انتخاب شوند و به قید قرعه، تخفیف ۵۰ درصدی برای دوره‌ای دیگر (به انتخاب خود شرکت‌کننده) به آن شرکت‌کننده تعلق گیرد.
- در پایان هر دوره، سؤالاتی موردی و عملیاتی توسط استاد مطرح و در قالب آزمون از فعالان گرفته شود و به نفر برتر (معیار برتر بودن به انتخاب استاد است) جایزه‌ی مالی نفیس مانند ربع سکه و... هدیه داده شود (در صورت تأمین بودجه).

■ پروموشن (از نظر تبلیغات)

- نام کلی دوره‌ها «کارگاه‌های آموزش - مشاوره‌ی کسب‌وکار» پیشنهاد می‌شود.
- در طرح‌های فعالانی که توسط کارگروه رشد تصویب می‌شود، می‌توان الزام آموزشی نیز گنجاند.
- پیشنهاد می‌شود فعالان برای عضویت رسمی در مجمع، ملزم به گذراندن حداقل دو دوره به انتخاب خودشان باشند.
- فیلم‌های محتوا محور جهت معرفی مستقیم دوره‌ها با همکاری تعدادی از فعالان، تهیه و توزیع گردد. (ویدئو مارکتینگ)
- فیلم‌های محتوا محور در جهت گفتم عمده‌ترین مشکلات کسب‌وکار با رویکرد آموزش با همکاری تعدادی از فعالان تهیه و توزیع گردد.
- در پایان یا اواسط هر دوره، اقدام به انعکاس نظر شرکت‌کنندگان درباره‌ی دوره در قالب تولید محتوای مارکتینگ شود.
- عکس‌نوشته‌های محتوا محور جهت شرکت در دوره‌ها تهیه و توزیع شود.
- نمونه آموزش‌های عمومی رایگان مشخص شود و اقدام به تولید محتوای کم‌هزینه برای آن‌ها گردد (جهت مطرح‌شدن بیشتر تفکر آموزشی مجمع)؛ برای مثال، کلیپ قوانین جدید چک.

- در سایت مجمع، منوی آموزش ایجاد شود و اطلاع رسانی و اخبار دوره ها منعکس شود؛ ضمناً بنرهای مرتبط با هر دوره، پانزده روز قبل از برگزاری دوره منتشر شود.
- اطلاع رسانی دوره ها به فعالان و جامعه‌ی هدف به صورت پیامکی، فراخوان عمومی و دعوت نامه‌ی سفارشی سازی شده برای هر فرد، در گروه و پی‌وی فعالان صورت گیرد.
- در نشست سالانه‌ی مجمع عمومی تا حد امکان در طول برنامه‌ها برای بحث آموزش، مانور و برندسازی صورت گیرد؛ برای مثال، برپایی غرفه‌ی آموزش با فضاسازی آموزشی، توزیع بروشور با موضوع فواید دوره‌های آموزشی، پاسخ‌گویی به سؤالات آموزشی، صحبت نیم ساعته درباره‌ی اهمیت آموزش برای زیست بوم و فعالان به صورت مصداقی در بین برنامه‌های نشست، توزیع پک هدیه‌ی تبلیغی با موضوع آموزش، اشاره به اهمیت آموزش توسط همه‌ی افراد سخنران نشست.

۷. ثبت نام از فعالان و برگزاری دوره ها

- فیلدهای پیش فرض فرم آنلاین (فیلدها بسته به دوره ممکن است اصلاح شود) عبارتند از: نام، نام خانوادگی، کد ملی، محل تولد، تاریخ تولد، شماره تماس (موبایل)، شماره تماس (ثابت)، شماره تماس ضروری، آخرین مقطع تحصیلی، رشته‌ی تحصیلی، گرایش، نام کسب و کار، تاریخ شروع فعالیت (رسمی یا غیررسمی)، سمت، سابقه‌ی فعالیت، مهم ترین مشکلات احتمالی مرتبط با سرفصل ثبت نامی که در کسب و کار خود دارید، اگر در دوره‌های آزاد آموزشی شرکت کرده‌اید، نام دوره‌ها را بنویسید، اگر در دوره‌های قبلی آموزشی ایران نوشت شرکت کرده‌اید، نام دوره‌ها را بنویسید، آدرس و کد پستی، توضیحات.

۸. آیین نامه‌ی شرکت در کارگاه

- در مرحله‌ی اول، فقط اعضای رسمی و وابسته‌ی ایران نوشت حق شرکت در کارگاه‌ها را دارند و در مرحله‌ی دوم، همه‌ی فعالان صنعت نوشت افزار می‌توانند شرکت کنند.
- استفاده‌ی مستقیم از محتواهای کارگاه جز برای کسانی که ثبت نام کرده‌اند، شرعاً و

اخلاقاً جایز نیست.

■ هفتاد درصد از مبلغ شهریه‌ی کارگاه‌ها در صورت انصراف شرکت‌کننده، عودت داده می‌شود.

■ شرکت‌کنندگانی که اقدام به پرداخت کامل شهریه کنند، مجوز شرکت در کارگاه‌ها را دارند.

تبصره: اعضای رسمی می‌توانند شهریه‌ی کلاس‌ها را در پایان سال تسویه نمایند.

■ فقط افرادی که ثبت‌نام کرده‌اند، مجاز به شرکت در کارگاه‌ها هستند و نماینده یا نفر جایگزین اجازه‌ی ورود به کارگاه‌ها را ندارد.

■ در هر جلسه، حضور و غیاب توسط استاد مربوط انجام خواهد گرفت و در پایان دوره، گواهی شرکت در کارگاه داده می‌شود.

۹- ارزیابی دوره

■ در پایان هر کلاس، فرم نظرسنجی آنلاین بسته به همان کلاس، طراحی و اطلاع‌رسانی شود.

■ نمونه فرم ارزیابی آنلاین آموزشی

باسمه تعالی

با سلام و احترام

با توجه به دوره‌ی برگزارشده، خواهشمندیم فرم ارزیابی آموزشی زیر را تکمیل نمایید.

ردیف	عنوان	عالی	خوب	متوسط	ضعیف	توضیح
۱	میزان رضایتمندی شما از محتوای آموزش					
۲	کاربردپذیری بودن آموزش					
۳	شیوه انتقال محتوا توسط استاد					
۴	نحوه اطلاع‌رسانی دوره					
۵	میزان رضایت از بستر آموزش مهیا شده					

علاوه بر موارد فوق، چنانچه نظر دیگری دارید، با ارائه‌ی آن، ما را در هرچه بهتر اجراشدن برنامه‌های آتی راهنمایی کنید.

بسته به سرفصل و جلسه‌ی برگزارشده، ممکن است بندهای ارزیابی اصلاح شود.

۱۰- اصلاح تقویم و دوره‌های موردنیاز برای آموزش

اصلاح تقویم و آموزش‌ها بر اساس ارزیابی کلاس‌ها و شناسایی نیازمندی‌های جدید آموزشی در پایان یا حین انجام دوره‌ها صورت خواهد گرفت.

نظام رتبه‌بندی اعضای مجمع ایران نوشت

« ضرورت

مجمع ایران نوشت بعد از پشت‌سرگذاشتن سال‌های ابتدایی خود، از تشکیلاتی ساده به تشکیلاتی مترقی تبدیل شده است؛ این خود نشان از پیشرفت چشمگیر دارد. یکی از موارد این پیچیدگی، «تعامل اعضا با مجمع» است؛ لذا ضروری می‌نماید جهت تنظیم سازوکار روابط اعضا با مجمع و به‌منظور ایجاد عدالت در توزیع خدمات و منابع، پروتکل‌ها و آیین‌نامه‌های متعددی تهیه و تحت عنوان «رتبه‌بندی» جاری‌سازی شود تا این شجره‌ی طیبه در مسیر تحقق آرمان‌های خود، به‌دور از هرگونه آفت اختلاف درونی پیشروی کند.

« اهداف

- با تدوین و پیاده‌سازی طرح رتبه‌بندی می‌توان به اهداف ذیل دست یافت:
- رتبه‌ی هر برند، مبنای اعطای تسهیلات و خدمات مجمع ایران نوشت؛
 - استخراج اطلاعات اعضا جهت برنامه‌ریزی‌های استراتژیک مجمع؛
 - ارزیابی عملکرد اعضا و جهت‌گیری‌های مجمع و تحلیل نقاط ضعف و قوت؛
 - برنامه‌ریزی جهت ارتقای سطح هریک از اعضا؛
 - برنامه‌ریزی و تدوین سند آموزشی طبق نیازهای احصاشده؛
 - تعیین مسیر رشد هر مجموعه بر اساس شناخت و آگاهی دقیق به‌دست‌آمده.

« شاخص‌های ارزیابی

طبق هشت شاخص اصلی، ارزیابی‌های نظام رتبه‌بندی صورت خواهد گرفت و هر شاخص شامل چندین زیرشاخه‌ی خدمت خواهد بود و به‌تفکیک، هرکدام دارای امتیاز و ضریب عام و گروهی است. شاخص‌های اصلی و زیرشاخص‌ها برای ارزیابی اعضا در نظام رتبه‌بندی عبارت‌اند از:

■ محصول

- گروه‌های کالایی تولیدی (دفتر، مداد و...)

- مجموع تنوع کدهای تولیدی در هر گروه؛
- کیفیت تولید؛
- کیفیت مواد اولیه؛
- طراحی صنعتی استاندارد؛
- نوآوری در تولید محصول (از نظر طراحی، کاربرد، مواد اولیه، بازار و...)
- بسته بندی.

■ محتوا و طرح

- کدهای ایرانی اسلامی چاپی؛
- کیفیت طراحی گرافیکی و رعایت اصول فنی؛
- میزان عمق و خلاقیت در ارائه ی محتوا و پیام؛
- محتوای افزوده و تکمیلی؛
- استفاده از واقعیت افزوده و فناوری های جانبی؛
- محتوای به روز و دارای اولویت انقلاب اسلامی.

■ فروش و توزیع

- نقاط فروش؛
- میزان رقابتی بودن قیمت ها؛
- میزان کل فروش سالانه؛
- میزان فروش به نسبت کل تولید؛
- سیستم فروش حرفه ای؛
- سرعت و کیفیت ارسال.

■ بازاریابی و برندینگ

- کیفیت هویت بصری (نام، لوگو، رنگ و...)
- اسناد و برنامه ی مکتوب بازاریابی (برندینگ، ۴P و...)

- کاتالوگ و لیست قیمت گرافیکی؛
- سایت و کانال های فعال؛
- نمایشگاه های فعال سالانه؛
- کیفیت پاسخ گویی به مشتریان؛
- اشانتیون و POP؛
- استفاده از نرم افزار CRM؛
- استفاده از دفتر فروش.

■ تولید

- زیرساخت تولید (غیر برون سپاری)؛
- ارزش دستگاه های تولیدی؛
- قدرت تولید بهنگام.

■ مدیریت

- برنامه ریزی بلندمدت و سالانه (اسناد بالادستی)؛
- پرسنل مستقیم و تمام وقت؛
- سابقه ی حضور فعال در بازار؛
- افتخارات و گواهی نامه ها، استانداردها، جوایز؛
- تیم مدیریت کامل و فعال در طول سال؛
- ثبت حقوقی و مجوز.

■ مالی و حسابداری

- صورت های مالی دقیق فصلی یا سالانه؛
- نرم افزار حسابداری؛
- سوددهی و تراز مثبت؛
- واحد حسابداری مستقل.

■ تشکیلات

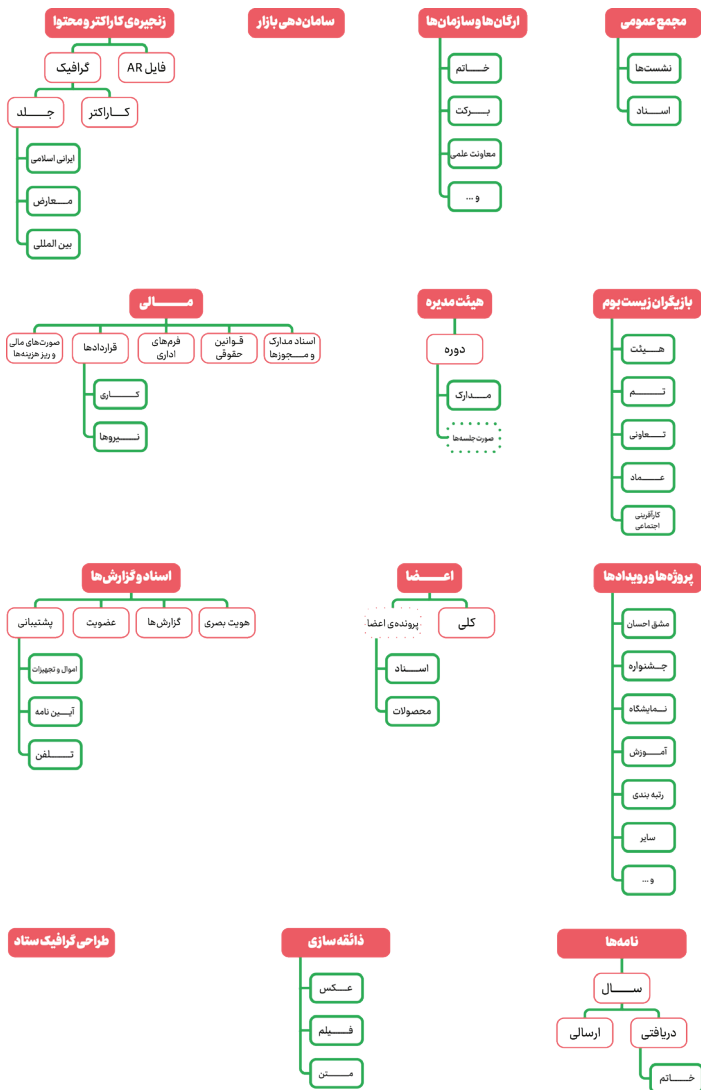
- خوش حسابی به صندوق های تسهیلاتی معرفی شده؛
- عضویت رسمی در مجمع؛
- پرداخت بموقع حق عضویت؛
- حضور در نشست های مشترک؛
- مشارکت در فعالیت های فرهنگی و هیئت؛
- میزان ارتباط و همکاری با ستاد مجمع؛
- میزان ارتباط و حضور در نمایشگاه ایران نوشت؛
- میزان ارتباط و همکاری با تعاونی؛
- میزان ارتباط و همکاری با مجموعه های تجاری سازی و محتوا؛
- میزان ارتباط و همکاری با سایر اعضای مجمع.

« سازوکار اجرا

- فرایند رتبه بندی توسط شورای رتبه بندی که متشکل از مدیرعامل، یک یا دو کارشناس به انتخاب هیئت مدیره، بازرس هیئت مدیره و یک نفر از ستاد مجمع است، صورت می گیرد. شایان ذکر است امکان دریافت مشاوره در شاخص های تخصصی وجود دارد؛ هرچند که کارشناس مورد نظر عضو شورا نباشد.
- ممکن است ضریب خدمات بر روی کل شاخص اصلی اعمال شود و این مجزا از ضریب عام هر شاخص است؛ به عبارت دیگر، شورای رتبه بندی بر اساس سیاست های حاکم بر هر خدمت مدنظر، ضریب های مربوط به شاخص های اصلی را تعیین و اعمال خواهد کرد.
- تمامی اطلاعات گردآوری شده برای شورای رتبه بندی، محرمانه تلقی شده و حتی هیئت مدیره نیز از آن اطلاع نخواهد یافت.
- با استفاده از فرم های مربوط، فرایند احصای اطلاعات توسط واحد اجرایی مجمع انجام و در بانک اطلاعاتی ایجاد شده طبقه بندی می شود؛ سپس در جلسه ی شورای رتبه بندی، تحلیل و ارزیابی ها انجام و رتبه ی برند مورد نظر
- استخراج می شود و طی نامه ای به صورت کتبی به اطلاع سایرین می رسد.

- هزینه‌ی رتبه‌بندی به صورت سالانه محاسبه و ابلاغ خواهد شد.
- هر مجموعه‌ای که رتبه‌بندی نشده باشد، به صورت پیش فرض در پایین‌ترین رتبه قرار خواهد گرفت.
- فهرست طبقه‌بندی اعضا در پاییز هر سال محاسبه و جدول آن دی‌ماه هر سال منتشر می‌شود و تا یک سال معتبر خواهد بود.
- جدول درجه‌بندی اعم از پارامترها و ضرایب، بر اساس راهبردهای مجمع در زمستان هر سال می‌تواند تغییر و به صورت عمومی ابلاغ شود.
- مبنای محاسبه، محصولات نوشت‌افزاری و جانبی است. محصولات دیگر از قبیل سررسید و... جزء اقلام برند محسوب نخواهند شد.
- محصولات وارداتی هرچند با طرح ایرانی، جزء این درجه‌بندی محسوب نخواهند شد.
- محصولات با طرح غربی و معارض هرچند که تولید داخل باشد، نه تنها محاسبه نمی‌شود، بلکه منجر به تعلیق عضویت خواهد شد.

ساختار آرشیو اطلاعات



« تعریف آرشیو

آرشیو واژه‌ای فرانسوی است به معنای مجموعه‌ی اوراق و اسناد و مدارکی که آن‌ها را در جای مخصوصی نگه می‌دارند. در زبان فارسی نیز به معنای بایگانی کردن یا مکان نگهداری اسناد، مقالات، تصاویر، فایل‌ها، صفحات موسیقی و... استفاده می‌شود. در تعریف دیگر، آرشیو مجموعه‌ای از مدارک سازمان یافته از جمله نامه‌ها، کتاب‌ها، نقشه‌ها، نوارهای صوتی، مواد تصویری و صوتی و سایر مواد با ارزش است که از طریق فعالیت‌های اجرایی یا تحقیقی به دست می‌آید و نیاز است ارزش دائمی آن‌ها حفظ شود.

« ساختار آرشیو

ساختار آرشیو مجمع ایران نوشت، شامل سیزده سرفصل (پوشه) اصلی است به نام‌های مجمع عمومی، ارگان‌ها و سازمان‌ها، سامان‌دهی بازار، زنجیره‌ی کاراکتر و محتوا، بازیگران زیست‌بوم، هیئت‌مدیره، مالی، پروژه‌ها و رویدادها، اعضا، اسناد و گزارش‌ها، نامه‌ها، ذائقه‌سازی و طراحی گرافیک ستاد. همه‌ی سرفصل‌ها بر مبنای ارزش‌گذاری بر گردش کارهای ثابت و اساسی ستاد اجرایی طراحی شده است. در ادامه به مهم‌ترین نکات هرکدام از پوشه‌های اصلی اشاره می‌کنیم:

۱. مجمع عمومی

■ فایل‌های ناظر به هویت مجمع عمومی در این پوشه آرشیو می‌شود؛ مانند نشست‌ها.

۲. ارگان‌ها و سازمان‌ها

■ هر نهاد حکومتی، دولتی و خصوصی خارج از زیست‌بوم ایران نوشت را که در جهت تأمین منابع موردنیاز با آن‌ها ارتباط‌گیری می‌شود، ارگان‌ها و سازمان‌ها می‌نامیم.

■ با هر سازمان یا ارگانی که ارتباط گرفته می‌شود، پوشه‌ای به نام آن ایجاد خواهد شد.

۳. سامان دهی بازار

- فایل هایی که در جهت تحقیق و نمونه برداری از بازار نوشت افزار (خارج از زیست بوم ایران نوشت) تهیه می شود، در این پوشه قرار می گیرد؛ مانند بانک های اطلاعاتی، نمونه محصولات بازار و

۴. زنجیره ی کاراکتر و محتوا

- به هر طرح خامی که باید فرایند طراحی تجاری سازی روی آن صورت گیرد تا تبدیل به محصول قابل ارائه به بازار شود، کاراکتر گوئیم.
- طرحی را که به عنوان خروجی نهایی و آماده ی تولید باشد، جلد گوئیم؛ مانند طرح کیف، جامدادی، مدادرنگی و

۵. بازیگران زیست بوم

- منظور از بازیگران زیست بوم، نهادهای زیست بوم ایران نوشت است که بنا بر ضرورت های زیست بوم و برای اهداف مشخصی ایجاد می شوند و افزایش یا کاهش آن ها بنا بر تشخیص هیئت مدیره مجمع ایران نوشت است.
- از آن جایی که فعالیت هرکدام از بازیگران خارج از ساختار ستاد اجرایی است، فقط فایل هایی که در ارتباط با تعاملات بین ستاد اجرایی و بازیگران است، در پوشه ی مربوط به هرکدام از آن ها بایگانی شود.

۶. هیئت مدیره

- ساختار داخلی پوشه های هیئت مدیره به صورت سالانه است.
- مدارک هیئت مدیره ی هر دوره در پوشه ی مدارک با نام «۰۰.مدارک» بایگانی شود.
- پوشه ی هر صورت جلسه با نام «(روز/ ماه/ سال) ایجاد شود؛ مانند ۹۹/۰۳/۲۳
- محتوای درونی پوشه ی هر صورت جلسه شامل فایل مکتوب صورت جلسه به صورت اولیه، اسکن صورت جلسه ی امضا شده، فایل صوتی و اخبار (عکس یا فیلم یا متن) مربوط به آن جلسه است.

۷. مالی

- پوشه‌های مربوط به این قسمت، توسط واحد مالی آرشیو شود.

۸. پروژه و رویدادها

- هر فعالیتی که برای آن زمان بندی اجرا، مخاطب، هزینه و مراحل اجرا تعریف و عملیاتی شود، به عنوان پروژه تلقی شده و در این بخش قرار گیرد.
- به ازای هر پروژه‌ی جدید، پوشه‌ای با نام همان پروژه ایجاد شود؛ مانند جشنواره‌ی ایران‌نوشت، جشنواره‌ی ایران‌پنکس و
- فایل پروژه‌هایی که به صورت سالانه و دوره‌ای تکرار می‌شوند، در پوشه‌ی پروژه‌ی قبلی خود و به تفکیک سال یا دوره بایگانی شود؛ مانند پروژه‌ی مشق احسان، جشنواره‌ی ایران‌نوشت و
- داخل پوشه‌ی هر پروژه، به تفکیک پوشه‌های «طرح و برنامه»، «رسانه»، «مکاتبات» و «گزارش‌ها» قرار گیرد.
- پوشه‌ی سایر شامل پروژه‌های غیراصلی و مقطعی است و نام پروژه‌های این پوشه به صورت گویا نوشته شود؛ مانند پروژه‌ی باز باران.

۹. اعضا

- محتوای مربوط به همه‌ی مجموعه‌هایی که داخل زیست‌بوم ایران‌نوشت فعالیت دارند، در این بخش قرار می‌گیرد؛ همچنین مجموعه‌هایی مانند پرگار، رویانو، گرا، آرش نیز در همین بخش قرار گیرند.
 - تذکر: برای نهادهای غیرمستقل غیررقابتی مانند هیئت، تعاونی و ...، بخشی جداگانه با عنوان بازیگران زیست‌بوم در نظر گرفته شده است.
 - پوشه‌ی کلی با نام «۰۰.کلی» در پوشه‌ی اعضا قرار گیرد و فایل‌های مرتبط با کل اعضا در این پوشه قرار دارد؛ مانند فایل اکسل فهرست اعضا و
 - پرونده‌ی اعضا به تفکیک نام عضو در پوشه‌ی اعضا قرار گیرد.
 - محتویات پوشه‌ی هر عضو (پرونده‌ی عضو)؛
- پوشه‌ی اسناد شامل اسناد شناسایی، اسناد حقوقی، مجوز عضویت، فرم

عضویت و... .

به بیان دیگر، اسنادی که احتمال تغییر آن کم است.

○ پوشه‌ی محصولات به تفکیک سال، شامل عکس و تمام اطلاعات مرتبط با محصولات عضو.

○ پوشه‌ی عکس که لازم است داخل آن پوشه‌ی «۰۰.خام» ایجاد شود و عکس‌های خام داخل آن و عکس‌های طراحی‌شده زیر آن قرار گیرد.

۱۰. اسناد و گزارش‌ها

- پوشه‌ی هویت بصری شامل لوگو، مهر، ست اداری و... است.
- پوشه‌ی عضویت شامل فرم‌های عضویت و... مربوط به قوانین عضویت است.
- پوشه‌ی گزارش‌ها برای بایگانی همه‌ی گزارش‌ها و به تفکیک سال است.
- فایل گزارش هر کار در پوشه‌ی همان کار و پوشه‌ی گزارش‌ها بایگانی شود.
- پوشه‌ی پشتیبانی شامل برنامه‌ی نظافت، چک لیست نظافت، فهرست اموال و تجهیزات، آیین‌نامه‌ها و... است.

۱۱. نامه‌ها

- پوشه‌ی نامه‌ها برای بایگانی همه‌ی نامه‌ها و به تفکیک ارسالی و دریافتی است.
- دفتر اندیکاتور نامه‌ها در قالب فایل اکسل داخل پوشه‌ی نامه‌هاست و بابت هر نامه‌ی دریافتی و ارسالی به‌روزرسانی شود.
- فایل نامه‌ی هر کار در پوشه‌ی همان کار و پوشه‌ی نامه‌ها بایگانی شود.
- نام فایل نامه شامل عنوان و شماره‌ی نامه است.

۱۲. ذائقه‌سازی

- کلیه‌ی محتواهایی که در جهت ایجاد ذائقه‌ی همگانی و برای مخاطبان خارج از زیست‌بوم ایران نوشت است، به تفکیک فیلم و عکس و متن، داخل پوشه‌ی ذائقه‌سازی قرار گیرد.

- داخل پوشه‌ی متن، لینک‌ها نیز باشد.
- فایل‌های محتوایی هر کار در پوشه‌ی همان کار و پوشه‌ی ذائقه‌سازی بایگانی شود.

۱۳. طراحی گرافیک ستاد

- پوشه‌ی فایل‌های طراحی‌شده توسط طراح در پوشه‌ی طراحی گرافیک بایگانی شود؛ همچنین نسخه‌ی پشتیبانی از آن در هاردی غیر از هارد آرشیو ذخیره گردد.

« مسئول آرشیو

مسئولیت آرشیو به‌عهده‌ی واحد اجرایی ستاد مجمع ایران‌نوشت است که بنا بر صلاحدید مسئول این واحد، به یکی از افراد واحد اجرایی سپرده می‌شود.

« نظارت و سازمان‌دهی صحیح آرشیو

تمام فعالیت‌هایی را که در جهت سازمان‌دهی صحیح و حفظ مالکیت معنوی فایل و پوشه‌های آرشیو صورت می‌گیرد، نظارت آرشیو می‌نامیم و در این راستا، لازم است نکات زیر رعایت شود:

- مسئول آرشیو موظف است جهت به‌روزرسانی ساختار آرشیو، پایان هر سال، جلسه‌ای را با حضور واحد اندیشه و مدیریت ستاد اجرایی تشکیل دهد تا به‌روزرسانی‌های احتمالی برای آرشیو بررسی و اجرایی شود.
- آخر هر ماه، فایل‌ها با نظارت و هماهنگی بین کارمندان و مسئول آرشیو از سیستم کارمندان به آرشیو منتقل شود.
- کارمندان موظف هستند تمام فایل‌ها و پوشه‌ها را با نام کامل، شامل نام فارسی و تیتراژ اصلی محتوا به مسئول آرشیو تحویل دهند و مسئول آرشیو زمان تحویل روی آن نظارت داشته باشد.
- مسئول آرشیو به تشخیص خود برای فایل‌هایی که پوشه‌ی مشخصی در ساختار آرشیو ندارند، گزارشی به اطلاع مدیریت ستاد اجرایی برساند تا تصمیمات لازم اتخاذ گردد.

- مسئول آرشیو موظف است در زمان انتقال فایل ها به آرشیو، به منظور اطمینان از آلوده نبودن فایل ها به ویروس تدابیر لازم را اتخاذ کند؛ برای مثال، می تواند از نرم افزار آنلاین آنتی ویروس نود استفاده کند.
- اضافه کردن پوشه در «سطح یک و دو» آرشیو بدون هماهنگی با واحد اندیشه و مدیریت ستاد اجرایی ممنوع است.
- پوشه های اصلی که در ساختار آرشیو گزینه «و...» دارند، می توانند اضافه شوند.
- همه ی اسناد و صورت جلساتی که امضا می شوند، اسکن شده و در پوشه ی مربوط بایگانی شوند.
- مسئول آرشیو اجازه ی حذف فایل یا پوشه ای را بدون هماهنگی با مدیریت ندارد.
- فایل های آرشیو شده با هماهنگی مدیریت ستاد اجرایی در اختیار کارمندان ستاد یا افراد بیرونی ستاد قرار گیرد.
- فایل های لایه باز طراحی، فیلم، ورد و... به صورت لایه بسته یا فایل خروجی نهایی غیرچاپی در اختیار افراد خارج از ستاد قرار گیرد؛ برای مثال، برای گرفتن پرینت رنگی از گزارش ها، فایل به صورت pdf در اختیار دفتر خدمات فنی بیرونی قرار گیرد.

« نگهداری و پشتیبان گیری از زیرساخت آرشیو

- منظور از پشتیبان گیری از آرشیو، کپی کردن یک نسخه از اطلاعات آرشیو روی سخت افزاری دیگر، مانند هارد است.
- پشتیبان گیری از اطلاعات بر اساس اقتضا یا در هارد اکسترنال دیگری انجام گیرد یا در فضای ابری.
- پشتیبان گیری از محتوای داخل آرشیو به صورت ماهانه و به صورت کپی صورت گیرد.
- از سخت افزار آرشیو و پشتیبان، برای فعالیت های روزمره استفاده نشود و فقط جهت انتقال اطلاعات از آن استفاده شود.
- هرگونه مشکل سخت افزاری مشکوک در اولین فرصت توسط مسئول آرشیو به اطلاع مدیریت برسد تا تمهیدات لازم برای بررسی و رفع اشکال اتخاذ گردد.
- نکات ایمنی نگهداری از سخت افزار آرشیو و پشتیبان رعایت شود؛ مانند نگهداری در

جای خنک (زمان کارکردن)، اطمینان از عدم داشتن ویروس در سیستمی که سخت افزار به آن متصل است، قطع برق سخت افزار قبل از جداسازی کابل اتصال سخت افزار به سیستم، و قراردادن سخت افزار در مکانی که از نظر فیزیکی امنیت داشته باشد.

سند ارتباطات

« مقدمه

ارتباطات یکی از مهم ترین ارکان سازمان های نوین است. یک سازمان پویا با ارتباط با سازمان ها و مجموعه های دیگر می تواند اهداف مشترک خود را با آنها سریع تر پیش ببرد.

با برقراری ارتباط با سازمان های دارای دغدغه ی مشترک و با ایجاد هم افزایی نیروها و توان اجرایی، می توان در پیشبرد اهداف موفق تر ظاهر شد.

این سند با توجه به اسناد بالادستی برنامه ی پنج ساله ی مجمع و برنامه ی عملیاتی ۱۴۰۰ مجمع تألیف شده است.

« مأموریت های ارتباطی مجمع ایران نوشت

- توجه ویژه به فرهنگ ایرانی اسلامی؛
- آزاداندیشی، تبادل آرا و افکار سازنده؛
- تعامل فعال و الهام بخش با مجموعه های حاکمیتی و دولتی و خصوصی، در جهت توسعه ی مفهوم نوشت افزار ایرانی؛
- تبدیل و معرفی مجمع به عنوان مرجع حوزه ی نوشت افزار کشور؛
- اعتقاد به ایجاد ارتباط توانمندساز و ثروت آفرین و کمال آفرین و هم راستا با مجمع ایران نوشت؛

- اولویت معرفی مفهوم نوشت افزار ایرانی در برابر خود مجمع ایران نوشت؛
- تقویت و تثبیت هویت جمعی مجمع.

« ارزش ارتباطات مجمع ایران نوشت

مجمع نوشت افزار ایرانی اسلامی همسو با مؤلفه های گام دوم انقلاب که همان اهداف

متعالی انقلاب اسلامی است، در رسیدن به تمدن نوین اسلامی در عرصه‌ی تخصصی خود، پیشتاز خواهد بود و الهام‌بخش تشکیل مجموعه‌های دیگر در تولیدات بومی کالاهای دیگر است.

« اهداف کیفی ارتباطات مجمع

- توسعه و تقویت برندینگ مجمع نوشت‌افزار ایرانی اسلامی با اولویت نوشت‌افزار ایرانی؛
- ارتقا و تثبیت جایگاه مجمع در بین نهادهای فرهنگی موازی و بالادستی؛
- افزایش بهره‌وری، رشد و تقویت روند حرکتی ستاد مجمع؛
- کمک به تجاری‌سازی الگوهای مجمع با تعامل سازنده با نهادهای بیرونی؛
- جذب حمایت مالی جهت توسعه و پیشبرد مأموریت‌های مجمع.

« راهبردهای ارتباطی مجمع

- تبیین نوشت‌افزار ایرانی و نقش مجمع بین سازمان‌های حاکمیتی و دولتی؛
- گسترش ارتباطات مجمع با نهادهای فرهنگی و اجتماعی (حتی غیرمرتبط با صنعت نوشت‌افزار و تولید ملی) در جهت توسعه‌ی گفتمان و مفهوم ایران‌نوشت؛
- توسعه‌ی ارتباط با سازمان‌های بزرگ جهت ایجاد فروش سازمانی؛
- حضور گسترده و فعال در مجامع علمی و فرهنگی در حوزه‌ی تولید کالا و نوآوری با محوریت نوشت‌افزار؛
- تقویت و گسترش همکاری با نهادهای فرهنگی و اجتماعی قانون‌گذار و ناظر در کشور؛
- ایجاد ارتباط بین اعضای مجمع با توزیع‌کنندگان و تولیدکنندگان مواد اولیه‌ی بزرگ دولتی و خصوصی.

« مخاطب

مخاطب و شناخت آن اصلی‌ترین عنصر برقراری ارتباط است و به‌دنبال آن، پیام (مفهوم یا خود محصول نوشت‌افزار ایرانی) و نحوه‌ی انتقال آن به مخاطب است که ارتباطات را شکل می‌دهد؛ لذا در راستای انتقال صحیح و هدفمند پیام، شناخت و طبقه‌بندی

مخاطب ضروری است.

طبقه بندی مخاطب

اصحاب رسانه

رسانه های مکتوب،
خبرگزاری ها، صداوسیما،
فعالان خبر عرصه ی مجازی

بازاریان

تولیدکنندگان، توزیع
کنندگان، پیکداران،
فروشگاه های بزرگ و خرد،
واردکنندگان محصولات
نوشت افزار

نخبگان فرهنگی و مسئولان دستگاه ها

اولویت با سازمان هایی
است که در راستای
مسئوریت مجمع فعالیت
می کنند.

مردم

آحاد جامعه (مخاطب عام)
دانش آموزان و والدین
(مخاطب خاص)

زیست بوم ایران نوشت

همه ی اعضای رسمی و
وابسته مجمع

« استراتژی ارتباطات

استراتژی ارتباطات با توجه به دسته بندی انجام شده برای مخاطبان و متناظر با هر گروه مخاطب تعریف شده و با توجه به اهداف و سیاست های مجمع نوشت افزار خواهد بود.

مردم

دائمه سازی با استفاده
از تولید محصولات
رسانه ای یا محتوای
نوشت افزار ایرانی اسلامی

تلاش برای در
دسترس نشان دادن
نوشت افزار ایرانی

نخبگان فرهنگی و مسئولان دستگاه ها

ارتباط و تعریف پروژه ی
مشترک در راستای
اهداف مشترک

گفتمان سازی در بین
مسئولان و مؤثران در
راستای اهداف پنج گانه ی
مجمع

جذب حمایت های مادی
و معنوی جهت تسریع
اهداف مجمع و اعضا

بازاریان

تلاش در جهت
همکاری های مشترک
به منظور توسعه در
حوزه های تولید و فروش

هدایت محتوایی
تولیدکنندگان و
تسهیلگری در امر تولید

اصحاب رسانه

ایجاد تعامل دوسویه ی
پایدار در جهت همراهی
آگاهانه یا جریانی
نوشت افزار ایرانی

تولید محتوای خبری و
گزارشی و... برای
انتشار در رسانه ها

زیست بوم ایران نوشت

تعامل صمیمانه و
دلبستورانه در جهت
ایجاد یک هویت
مشترک پدیدار
و دو سویه

« ابزارهای ارتباطی

■ مردم

- برگزاری رویدادهای ترویجی ملی؛
- تولید محصولات رسانه‌ای منظم و عرضه‌ی مناسب آن؛

■ مسئولان دستگاه‌ها و نخبگان فرهنگی

- گزارش‌های منظم؛
- نشریه و محتوای تخصصی؛
- ارتباط متنی (پیامک یا پیام‌رسان)؛
- جلسات حضوری؛
- ارسال آخرین دستاوردهای تولیدی مجمع؛
- دعوت جهت حضور در جشنواره‌ها و رویدادها و نشست‌های بزرگ سالیانه.

■ بازاریان

- نشریه‌ی تخصصی؛
- تشکیل جلسات هم‌اندیشی و تعریف پروژه‌ی مشترک؛
- کمک جهت فروش، معرفی و تولید محصولات موردتأیید؛
- تلاش جهت عرضه‌ی کاراکترهای ایرانی.

■ اصحاب رسانه

- کنفرانس خبری سالیانه؛
- ارتباط در مناسبت‌های خاص و مرتبط به‌طور مداوم جهت پایداری ارتباطات؛
- تلاش در جهت افزایش خبرنگاران مرتبط با ایران نوشت؛
- مراسم تقدیر سالیانه.

■ زیست بوم ایران نوشت

- اطلاع رسانی اخبار و رویدادهای مجمع؛
- تولید و عرضه ی محتوای تخصصی؛
- تهیه ی مکانیزم ثبت بازخورد و نظرات؛
- تشکیل جلسات مشورتی با توجه به پروژه های ارتباطی پیش رو.

« تشکیل بانک های اطلاعاتی

جهت اجرایی شدن استراتژی های ارتباطاتی مذکور در این سند، در وهله ی نخست، به ایجاد بانک های اطلاعاتی مرتبط با هریک از سطوح مخاطبان نیاز است. تشکیل این بانک های اطلاعات باعث جریان دهی و تسریع عملیات ها و پروژه های پیش رو می شود.

■ مردم

- بانک اطلاعاتی از تولیدکنندگان و تهیه کنندگان برنامه های رسانه ای (صداوسیما، iptv ها و vod ها) که تخصص محتوای کودک و نوجوان و یا حمایت از تولید ملی را دارا هستند.
- شناخت و جمع آوری اطلاعات اپلیکیشن ها و سامانه هایی که پتانسیل ارتباط گسترده ی مردمی دارند. (ایجاد کانال ترویجی)

■ مسئولان دستگاه ها و نخبگان فرهنگی

- ثبت اطلاعات ارتباطی تمام نهادها و مجموعه ها و تفکیک به صورت دولتی، حاکمیتی و خصوصی همراه با ظرفیت بالقوه ی هر کدام (توان حمایت مالی، قانون گذاری، بازار مصرف و...).
- ثبت اطلاعات ارتباطی اشخاص و چهره های تأثیرگذار (یا با قابلیت تأثیرگذاری در صورت همراه کردن آنها).

■ بازاریان

- تهیهی بانک اطلاعات واردکنندگان نوشت افزار و مواد اولیهی آن؛
- تهیهی بانک اطلاعات تولیدکنندگان نوشت افزار ایرانی (معارض و هم سو)؛
- تهیهی بانک اطلاعات صادرکنندگان کالاهای ایرانی برای تعامل و هم افزایی جهت ایجاد کانال های صادراتی نوشت افزار؛
- تهیهی بانک اطلاعات تولیدکنندگان مادهی اولیه جهت ساخت نوشت افزار؛
- تهیهی بانک اطلاعات توزیع کنندگان و بنکداران نوشت افزار.

■ اصحاب رسانه

- تهیهی بانک اطلاعاتی خبرگزاری ها، سایت ها، خبرنگاران، فعالان فضای مجازی و همهی مؤثران رسانه ای.

■ زیست بوم ایران نوشت

- تکمیل و ارتقای بانک اطلاعاتی فعالان زیست بوم ایران نوشت (تولیدی، خدماتی و ...).

« تحلیل موقعیت کنونی ارتباطات مجمع

مهم ترین موضوعی که باید برای ایجاد یک برنامهی راهبردی در حوزهی ارتباطات به انجام برسد، شناخت کنونی و جایگاه ارتباطات در حال حاضر است. ما باید نقاط قوت و ضعف این حوزه را مشخص کنیم؛ لذا برای رسیدن به این موضوع مهم، ابتدا اسناد و پیشینهی مجمع مطالعه شد. همچنین، با پرسش از نیروهای ستادی و اعضای مجمع با توجه به تجربهی ارزشمند ایشان، خروجی ذیل از منظر نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدها در بخش ارتباطات مجمع به دست آمد:

■ نقاط قوت

- برنامهی پنج ساله مدون که به عنوان نقشه ی راه می تواند روشن کننده ی مسیر ارتباطات باشد؛

- وجود برنامه‌ی عملیاتی یک‌ساله که به جهت میدانی و اجرایی، کمک‌کننده‌ی محور ارتباطات است؛
- شناخت نسبی و اولیه‌ی نهادهای فرهنگی اجتماعی از مجمع ایران‌نوشت.

■ نقاط ضعف

- عدم معرفی مناسب برند در بین نخبگان فرهنگی و مسئولان و عامه‌ی مردم (برند در اینجا هم مجمع نوشت‌افزار است و هم خود مفهوم نوشت‌افزار ایرانی)؛
- عدم حضور رسانه‌ای (شایسته‌ی مجموعه) علی‌رغم فعالیت گسترده‌ی آن در حوزه‌ی نوشت‌افزار؛
- ارتباط ضعیف با عناصر و مؤثران بازار (توزیع مویرگی و صادرات و...)
- عدم استفاده‌ی مناسب از ظرفیت فضای مجازی.

« فرصت و تهدیدهای ارتباطی

■ تهدیدها

- حضور پر قدرت رسانه‌های خارجی در معرفی کالای معارض فرهنگی و بعضاً همراهی ناخودآگاه رسانه‌های داخلی؛
- عدم تغییر سلیقه‌ی بخش عظیمی از جامعه و بعضاً مقابله با ذائقه‌سازی؛
- گسترش کرونا و تضعیف ارتباطات اجتماعی در شرایط کنونی؛
- موازی انگاشته شدن برخی از فعالیت‌های ارتباطی با برخی نهادها و سازمان‌ها که شاید خود را متولی امر بدانند.

■ فرصت‌ها

- جامعه‌ی بزرگ دانش‌آموزی و امکان ارتباط و ذائقه‌سازی برای آن‌ها؛
- تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان جهادی در این عرصه که با ارتباط‌گیری و نشان دادن تلاش آن‌ها در توجیه و ذائقه‌سازی مسئولان و سیاست‌گذاران، می‌توانند نقشی بی‌بدیل ایفا کنند؛

- بکربودن موضوع معرفی نوشت افزار ایرانی و نبودن تولیدات محتوایی قدرتمند در این عرصه؛
- دغدغه‌ی مقام معظم رهبری (مدظله) و نهادهای حاکمیتی درباره‌ی موضوع تولید داخلی و حمایت‌های معنوی ایشان و حمایت رسانه‌ها از این تفکر؛
- نزدیکی به اهداف انقلاب و نظام مقدس جمهوری اسلامی و امکان همراه کردن جبهه‌ی فرهنگی انقلاب در پیشبرد اهداف.

« اولویت‌ها

با توجه به اینکه اولویت‌بندی فعالیت‌ها نقش بسزایی در عملیاتی کردن پروژه‌های ارتباطی و همچنین در نحوه‌ی تکمیل بانک‌های اطلاعاتی گفته شده دارد، اولویت‌های پیشنهادی ذیل از اسناد مرکز استخراج شده است. (شایان ذکر است که ترتیب اولویت یا حذف و اضافه‌ی اولویت‌ها منوط به جلسه‌ی مشترک با هیئت‌مدیره است.)

- جذب حمایت مالی؛
- توسعه‌ی برندینگ مجمع در بین مسئولان، کارگزاران فرهنگی و دستگاه‌های دولتی و حکومتی که مأموریتشان در راستای مأموریت ایران‌نوشت است؛
- شناساندن محصولات نوشت افزار ایرانی بین عموم مردم و تغییر ذائقه با ابزار رسانه و تبلیغات؛
- جذب مشتری‌های عمده و ایجاد بازار فروش پایدار برای اعضای مجمع؛
- ایجاد و جذب حمایت‌های توسعه‌محور برای اعضا؛
- کمک و تسریع در حوزه‌ی سیاست‌گذاری ارگان‌های دولتی و حاکمیتی به جهت پیشبرد اهداف مجمع؛
- کمک و پیگیری ایجاد ساختار نظارتی قدرتمند در راستای اهداف مجمع؛
- جذب تولیدکننده و توزیع‌کننده؛
- کمک به تولید محتوای غنی‌تر برای اعضای مجمع؛
- به پایان رساندن فعالیت‌های پیشین و در حال انجام.

آیین نامه ی گزارش ها

« مقدمه

ستاد مجمع ایران نوشت در طول سال، عملیات ها و رویدادهای مختلفی را در راستای چشم انداز و مأموریت و اهداف پنج گانه ی مجمع عمومی طراحی و پیاده سازی می کند. عملیات ها در سطوح مختلف بین المللی، کشوری، زیست بومی و داخلی، اجرایی شده و بخش های مختلفی در اجرای آن مشارکت و همکاری می کنند. ستاد مجمع ایران نوشت برای مدیریت و نظارت و بهینه سازی فرایندهای اجرایی عملیات ها نیازمند گزارش های مختلفی است.

در آیین نامه ی پیش رو، به اطلاع رسانی فعالیت هایی که زیست بوم ایران نوشت با هویت مجمع نوشت افزار ایرانی اسلامی، برای مخاطبان انجام می دهد، **گزارش** می گوئیم. با توجه به هدف و رویکرد هر گزارش، دسته بندی های مختلفی برای گزارش ها متصور است؛ اما بر اساس نقش فرد تنظیم کننده، گزارش ها به پنج دسته تقسیم می شوند:

۱. **گزارش های توصیفی:** در گزارش توصیفی، گزارشگر باید وقایع و اتفاقات را با صحت و دقت گزارش کند و داده ها و اطلاعات را نیز فهرست وار تحویل دهد. این دسته گزارش ها پایه و اساس گزارش های دیگر مانند گزارش های تحلیلی و نقادانه خواهد بود.

۲. **گزارش های تحلیلی:** گزارش تحلیلی با توجه به هدف و سؤالی که مطرح شده، با بررسی داده ها و اطلاعات یا نتایج تصمیم های قبلی، به چرایی یک موضوع می پردازد و ابعاد اساسی و مهم آن را تحلیل و بررسی می کند.

۳. **گزارش های نقادانه:** برای بررسی جوانب مثبت و منفی هر موضوع، می توان از نوشتن گزارش انتقادی استفاده کرد. به بیان دیگر، برای بررسی فرصت ها و تهدیدهای برآمده از یک موضوع، از این مدل گزارش استفاده می شود.

۴. **گزارش های تجویزی:** گزارشگر بعد از نوشتن گزارش انتقادی که مقصود آن بررسی نقاط ضعف و قوت یک موضوع است، پیشنهادهایی ارائه می کند که به آن گزارش تجویزی گفته می شود.

۵. گزارش‌های ترکیبی: گزارشی که در آن دو یا چند دسته گزارش توصیفی، تحلیلی، نقادانه و تجویزی وجود دارد.

ماده‌ی ۱: انواع گزارش‌های ستاد مجمع مطابق جدول زیر باشد:

کد	نام گزارش	تیمه کننده	دوره	قالب	نکات گزارش	گروه مخاطبان
۱	گزارش عملکرد ستاد مجمع	اندیشه و تعالی، اجرایی	سالانه	مکتوب و کلیپ	گزارش شامل بخش‌های توصیفی و تحلیلی و نقادانه باشد و به صورت پی‌دی اف طراحی و منتشر شود. ممکن است این گزارش بر اساس اقتضای نهاد مورد نظر به صورت اختصاصی تهیه و یا دیگر گزارش‌ها ادغام و تدوین شود.	زیست بوم، نهاده‌ها
۲	گزارش عملکرد ستاد مجمع	اجرایی	ماهانه	ترکیبی	گزارش در قالب فرم خام گزارش‌های ماهانه و به تفکیک هر واحد، جمع‌آوری و یکسان‌سازی شود و پس از طراحی، به صورت پی‌دی اف یا عکس نوشته یا صوت منتشر شود.	هیئت مدیره، اعضای رسمی، نهاده‌ها
۳	گزارش عملکرد ستاد مجمع	معاونت‌ها	هفتگی	شفاهی	گزارش توسط مسئولان هر واحد ارائه شود و شامل توصیف کلی عملیات‌های واحد، تشریح فعالیت‌های بحرانی و برنامه‌های کاری روزهای آتی و هماهنگی بین واحدها باشد.	ستاد مجمع
۴	گزارش پروژه و رویدادهای خاص	مدیر پروژه	پروژه‌ای	ترکیبی	گزارش عملکرد پروژه‌ها و رویدادها و نمایشگاه‌هایی که ستاد مجمع طراحی و اجرا می‌کند، در قالب تیزر، گزارش مکتوب یا تصویری یا خبری آماده‌سازی و منتشر شود.	هیئت مدیره، فعالان زیست بوم، نهاده‌ها
۵	گزارش عملکرد هیئت مدیره	دبیر جلسه	شش ماهه	مکتوب	شامل بخش‌های توصیفی و تحلیلی از مباحث و مصوبات جلسات باشد.	اعضای رسمی

کد	نام گزارش	تهیه کننده	دوره	قالب	نکات گزارش	گروه مخاطبان
۶	صورت جلسه ی هیئت مدیره	دبیر جلسه	هفتگی	ترکیبی	در قالب فرم صورت جلسه هیئت مدیره تهیه و بعد از تأیید هیئت مدیره به صورت مکتوب و تصویری منتشر شود.	هیئت مدیره، اعضای رسمی
۷	گزارش نشست مجمع عمومی	ارتباطات	شش ماهه	ترکیبی	در حین نشست مجمع عمومی، فرم خام صورت جلسه مجمع عمومی تهیه و تنظیم شود و مسئولان امر آن را امضا و منتشر کنند. همچنین گزارش تصویری نیز تهیه و منتشر شود.	اعضای رسمی
۸	گزارش ملاقات های حضوری	اجرایی	موردی	عکس و متن	گزارش تصویری و خبری از جلسات مهم ستاد مجمع با فعالان و مسئولان و نخبگان فرهنگی تهیه شود.	فعالان زیست بوم
۹	معرفی ایران نوشت	اجرایی	موردی	ترکیبی	هرگونه حضور مجمع ایران نوشت در رسانه های رسمی کشور اعم از رسانه ملی، جراید و خبرگزاری ها به صورت جداگانه اطلاع رسانی و آرشو شود.	فعالان زیست بوم، نهادها
۱۰	آرشو خبری	اجرایی	سالانه	مکتوب	همه ی اخبار مکتوب و منتشرشده در خبرگزاری ها و رسانه ها جمع شده و به صورت پیدی اف منتشر شود.	فعالان زیست بوم، نهادها
۱۱	اطلاع رسانی رویدادهای فرهنگی بیرون از زیست بوم مرتبط با نوشت افزار	اجرایی	موردی	ترکیبی	رویدادهای فرهنگی مرتبط با نوشت افزار که در سطح کشور برگزار می شود (مانند جایزه فیروزه، فرنو و ...) در همان قالب اطلاع رسانی متولی آن رویداد، اطلاع رسانی شود.	فعالان زیست بوم
۱۲	گزارش عملکرد فعالان زیست بوم	اجرایی، فعالان	موردی، سالانه	ترکیبی	کاتالوگ، کتاب، عکس و متن از فعالیت های فعالان زیست بوم آماده سازی و با هدف اطلاع رسانی منتشر شود. همچنین با طراحی چند سؤال در قالب پرسش نامه آنلاین، به صورت فصلی آخرین اطلاعات فعالیت های جدید فعالان جمع آوری و طراحی و منتشر شود. به روزرسانی پروفایل فعالان در سایت ایران نوشت نیز در دستور کار باشد.	فعالان صنعت

کد	نام گزارش	تعییه کننده	دوره	قالب	نکات گزارش	گروه مخاطبان
۱۳	گزارش عملکرد نهادهای زیست بوم ایران نوشت	نهادها	فصلی	مکتوب	نهادهای کارآفرین اجتماعی، تم، هیئت، تعاونی و داوری گزارشی از روند پیشبرد فعالیت های خود تهیه و ارائه کنند. این گزارش شامل بخش های اصلی روند پیشرفت پروژه ها، مالی (هزینه ها و درآمدها)، ظرفیت های اجرایی و عملیاتی و خدمات قابل ارائه به زیست بوم باشد.	هیئت مدیره، فعالان زیست بوم
۱۴	گزارش صورت مالی ستاد مجمع	مالی	شش ماهه	مکتوب	صورت مالی مجمع برای ارائه در نشست مجمع عمومی تهیه و بعد از تأیید به صورت اسکن برابر با اصل ارائه شود.	هیئت مدیره، بازرس، اعضای رسمی
۱۵	گزارش برنامه و بودجه	مدیرعامل	سالانه	مکتوب	پس از تهیه و تنظیم گزارش برنامه و بودجه ی ستاد مجمع در فایل اکسل، به صورت پدی اف طراحی و ارائه شود.	هیئت مدیره، اعضای رسمی
۱۶	گزارش تفریغ	مالی	سالانه	مکتوب	گزارش تفریغ ستاد مجمع در قالب فایل اکسل آماده سازی و ارائه شود.	هیئت مدیره، اعضای رسمی
۱۷	گزارش مطالبات	مالی	شش ماهه	مکتوب	میزان طلب و بدهی و مطالبات وصول شده ستاد مجمع از بخش های مختلف، از جمله اعضای رسمی (بابت حق عضویت و حق ورودی و...) به تفصیل ارائه شود.	هیئت مدیره، اعضای رسمی
۱۸	اسناد بالادستی	اندیشه و تعالی	دو سالانه	مکتوب	اسناد بالادستی و مورد نیاز ستاد مجمع در قالب آیین نامه ها و شرح مفاهیم و اهداف زیست بوم ایران نوشت، شرایط عضویت، برنامه ی عملیاتی سالانه و... به صورت های مختلف تهیه و تنظیم شده و پس از گرفتن تأییدیه های لازم، در نهایت در قالب کتاب اسناد منتشر شود. کتاب اسناد به صورت دو سالانه به روزرسانی شود.	فعالان زیست بوم، نهادها

کد	نام گزارش	تعییه کننده	دوره	قالب	نکات گزارش	گروه مخاطبان
۱۹	گزارش های تحلیلی و تحقیقاتی	مدیر پروژه	موردی	مکتوب	گزارش های هدفمند و موردی از چرخه ی صنعتی و فرهنگی و سیاسی و اجتماعی کشور (مانند بازار نوشت افزار، بازاریرداری و...) بسته به مسئله مد نظر و به تشخیص هیئت مدیره تهیه و منتشر شود.	فعالان زیست بوم
۲۰	ویژه نامه	اجرایی	سالانه	مکتوب	ویژه نامه ای با موضوع ایران نوشت و صنعت نوشت افزار در یکی از نشریات یا فصل نامه های فرهنگی صنعتی کشور، یا به صورت اختصاصی تهیه و منتشر شود.	فعالان صنعت، نهادها

ماده ۲: برای منظم سازی و بهینه تر کردن قوانین کلی تنظیم گزارش ها نکات زیر رعایت شود:

۱. نحوه ی آرشیکردن گزارش ها مطابق آیین نامه ی آرشیکو ستاد مجمع باشد؛
۲. گزارش ها بر اساس مخاطبان خود در سایت ایران نوشت، کانال ها، پیج، گروه ایران نوشت یا گروه اعضای رسمی در پیام رسان ها منتشر شود؛
۳. برای گزارش هایی که طراحی می شود، علاوه بر فایل طراحی شده، فایل خام آن ها در پوشه ای جداگانه و در کنار فایل گزارش ذخیره شود؛
۴. برای عملیات های برنامه ی سالانه ی ستاد مجمع (اجرا شده یا کنسل شده)، گزارش پایانی توسط واحد مربوط و با هماهنگی بین واحدها تهیه و تنظیم شود؛
۵. گزارش پایانی عملیات ها شامل چند بخش باشد:

۱.۵. مقدمه

۲.۵. توصیف و تحلیل عملیات

○ زمان شروع و پایان عملیات

○ مدیر پروژه

○ شرح عملیات

○ نتایج عملیات (برای عملیات هایی که کنسل شده است، دلایل کنسل شدن بیان

شود.)

۳.۵. نقد عملیات

○ نقاط قوت

○ نقاط ضعف

۴.۵. راهکارهای بهبود و توسعه ی عملیات

○ راهکارهای بهبود

○ راهکارهای توسعه

۶. نهایتاً چهارده روز بعد از اتمام پروژه، گزارش پایانی تهیه و نهایی شود؛

۷. گزارش های پایانی مطابق با اصول گزارش نویسی تهیه و تنظیم شود. نوشتن گزارش در نرم افزار مدیریت پروژه ی مجمع کفایت نمی کند.

۸. نام فایل گزارش‌های پایانی شامل عبارت‌های «گزارش پایانی و نام پروژه و سال» باشد. مثال: «گزارش پایانی مشق احسان ۱۳۹۹»؛
۹. برای گزارش‌های دوره‌ای، مانند گزارش عملکرد ماهانه‌ی ستاد مجمع و...، فرد متولی در نرم‌افزار مدیریت پروژه‌ی مجمع کار جداگانه‌ای تعریف کند و تاریخ پایان را نیز به‌منظور یادآوری بنویسد.

ماده‌ی ۳: همه‌ی گزارش‌ها از جمله گزارش مالی، در آرشیو مجمع موجود نگهداری شود تا اعضای رسمی در صورت نیاز، پس از هماهنگی با مدیرعامل، گزارش‌ها را مشاهده کنند.

آیین نامه ی مالی و معاملاتی

« مقدمه

از آن جا که در سال های اخیر روند توسعه ی ایران نوشت آغاز شده است و زیست بوم ایران نوشت بازوها و نهادهای مختلفی دارد، ایجاد وحدت رویه، تسهیل در امر کنترل و نظارت، شفافیت بیشتر، رعایت منافع و مصالح در زمینه های مالی و پرسنلی و اداری که نهایتاً منجر به اتخاذ بهترین و متناسب ترین تصمیم جهت نیل به اهداف استراتژیک بیانجامد، امری ضروری است.

در همین راستا، آیین نامه ی مالی معاملاتی ستاد مجمع ایران نوشت به شرح زیر تدوین و تنظیم شده است تا ستاد مجمع با برنامه ریزی صحیح و هماهنگی لازم در چارچوب برنامه ی عملیاتی مصوب، تمامی فعالیت های مالی و اداری و پرسنلی خود را به نحو مطلوب و شفاف و فراگیر انجام دهد.

مواردی که در این آیین نامه مشخص نشده، منطبق بر اساسنامه و قوانین، مقررات و دستورالعمل های مربوط به قانون کار و تأمین اجتماعی و قوانین حسابداری و همچنین، قوانین پذیرفته شده در عرف ستاد مجمع که مغایر با قوانین رسمی کشور نباشد، خواهد بود.

گفتنی است آخرین تغییرات و اصلاحات آیین نامه هر دو سال یک بار و با توجه به اقتضائات زیست بوم ایران نوشت به روزرسانی و پس از تأیید هیئت مدیره و تصویب دوسوم آرای مجمع عمومی ایران نوشت منتشر خواهد شد و از ابتدای سال ... تمام ماده ها و تبصره های آن لازم الاجراست.

« فصل اول: تعاریف

ماده ی ۱: تعاریف به کاررفته در این آیین نامه و پیوست های آن عبارت اند از:

۱.۱. مجمع عمومی / اعضا

فعلان صنعت نوشت افزار را که هم راستا با گفتمان ایران نوشت هستند و به عضویت رسمی مجمع ایران نوشت درآمده اند، مجمع عمومی گوئیم که ممکن است به صورت شش ماهه یا سالانه تشکیل نشست دهد.

۲.۱. ستاد مجمع

منظور ستاد مجمع عمومی است که نقش فراهم سازی بستر اجرای سیاست های مجمع عمومی را به عنوان نهادی ستادی به عهده دارد.

۳.۱. بازرس

منظور بازرس قانونی مجمع است که به صورت سالانه توسط مجمع عمومی انتخاب می شود.

۴.۱. هیئت مدیره

منظور هیئت مدیره ستاد مجمع است که هر دو سال یک بار، توسط مجمع عمومی انتخاب می شود و به موجب قوانین و مقررات مربوط، مرجع سیاست گذاری و تصمیم گیری و تصویب مقررات و ضوابط داخلی مجمع عمومی است.

۵.۱. کارگروه مالی

منظور کارگروهی است که در آن یک نفر از هیئت مدیره (ترجیحاً مالی)، مدیرعامل و مدیر مالی اداری ستاد مجمع عضو هستند.

۶.۱. مدیرعامل

منظور مدیرعامل ستاد مجمع است که هر دو سال یک بار توسط هیئت مدیره، از بین اعضای هیئت مدیره یا فردی خارج از هیئت مدیره، انتخاب می شود.

۷.۱. مدیر مالی اداری

منظور مدیر مالی اداری ستاد مجمع مطابق با ساختار سازمانی است.

۸.۱. مدیر اجرایی و پشتیبانی

منظور مدیر اجرایی و پشتیبانی ستاد مجمع مطابق با ساختار سازمانی است.

۹.۱. نهاد

منظور نهادهای مجمع ایران نوشت است، شامل نهاد فرهنگی اجتماعی (هیئت)، نهاد اقدام مشترک و جمعی (تعاونی)، نهاد توسعه گر (عماد، کارآفرینی، تم و...) و نهاد داوری که با تصویب مجمع عمومی ایجاد شده اند و با مجوز مراجع ذی صلاح فعالیت می کنند و از نظر سیاست ها، خط مشی ها و امور مالی، معاملاتی، اداری و تشکیلاتی تابع مجمع عمومی هستند.

۱۰.۱. سال مالی

سال مالی ستاد مجمع عبارت است از یک سال شمسی که از یکم فروردین شروع می شود و در آخر اسفند همان سال پایان می یابد.

۱۱.۱. برنامه ی عملیاتی

منظور از برنامه ی عملیاتی، همان برنامه ی عملیاتی آتی سالانه است که از آخر پاییز سال جاری شروع می شود و تا پایان پاییز سال آتی ادامه خواهد داشت.

۱۲.۱. دستور پرداخت

اجازه ای است که مدیرعامل به صورت کتبی برای تأدیه تعهدات و بدهی های قابل پرداخت از محل اعتبارات مربوط، با همکاری مدیر مالی اداری صادر می کند.

۱۳.۱. هزینه

عبارت است از کاهش در حقوق ستاد مجمع به جز مواردی که به ستانده ی ستاد مجمع مربوط می شود.

۱۴.۱. خرید (اموال، ماشین آلات، تجهیزات و سایر دارایی ها)

آن بخش از پرداخت ها و تعهدات ستاد مجمع که ما به ازای آن دارایی با عمر مفید مشخص برای ستاد مجمع ایجاد کند.

۱۵.۱. تنخواه گردان

عبارت است از وجهی که برای انجام هزینه ها و سایر پرداخت ها در اختیار واحدها یا مأمورینی قرار می گیرد که مجاز به دریافت تنخواه گردان هستند.

۱۶.۱. پیش پرداخت (علی الحساب)

عبارت است از پرداخت هایی که از محل اعتبارات بر اساس قوانین و مقررات، مانند شرایط عمومی قراردادهای قبل از اجرای تعهد، انجام می شود.

۱۷.۱. دارایی

عبارت است از حقوق نسبت به منافع اقتصادی آتی یا سایر راه های دستیابی مشروع به آن منافع که در نتیجه ی معاملات یا سایر رویدادهای گذشته، به کنترل ستاد مجمع درآمده است.

۱۸.۱. بدهی

عبارت از تعهد ستاد مجمع در قبال انتقال منافع اقتصادی ناشی از معاملات یا سایر رویدادهای گذشته است.

۱۹.۱. درآمد

عبارت است از افزایش در حقوق ستاد مجمع (از منابع عملیاتی و غیرعملیاتی) به جز مواردی که به آورده‌ی ستاد مجمع مربوط می‌شود.

۲۰. حق عضویت سالانه

مبلغی که اعضای رسمی به صورت سالانه به مجمع عمومی پرداخت می‌کنند.

۲۱.۱. تضمین

عبارت است از وجه نقد، انواع ضمانت‌نامه‌های بانکی، چک‌های تضمینی و بانکی، چک، سفته، وثیقه‌ی ملکی و سایر موارد که به موجب آن و در ارتباط با فعالیت‌های مختلف، تعهد پرداخت مبلغ معینی وجه نقد توسط اشخاص حقوقی و حقیقی در رابطه با انجام تکالیف و تعهدات فی‌مابین، به ستاد مجمع واگذار می‌شود.

۲۲.۱. نظارت مالی

به معنای تطبیق کلیه عملیات مالی شامل هزینه‌ها و پرداخت‌ها، درآمدها و دریافت‌های ستاد مجمع از نظر رعایت قوانین و مقررات با مفاد این آیین‌نامه و مصوبات هیئت‌مدیره و حصول اطمینان از صحت محاسبات مالی و کفایت اسناد و مدارک مثبت در خصوص میزان و تحقق هریک از اقلام است.

۲۳.۱. امین اموال

فردی واجد صلاحیت است که با حکم مدیرعامل به این سمت منصوب می‌شود.

۲۴.۱. مقام مجاز

منظور از مقام مجاز در این آیین‌نامه شخصی است که مدیرعامل بخشی از اختیارات مالی خود را به وی تفویض می‌کند. تفویض اختیارات قائم به شخص است و نمی‌توان اختیارات تفویض شده از سوی مدیرعامل را به غیر تفویض کرد.

۲۵.۱. صورت‌های مالی

بخش اصلی فرایند گزارشگری مالی را تشکیل می‌دهد. هر مجموعه‌ی کامل

صورت‌های مالی شامل ترازنامه، صورت سود و زیان، صورت حساب سود و زیان برای یک دوره‌ی مالی و صورت حساب گردش وجوه نقد (که از این به بعد، صورت‌های مالی اساسی نامیده می‌شود) و یادداشت‌های توضیحی است که طبق استاندارد حسابداری تهیه می‌شود.

« فصل دوم: شرح وظایف

ماده‌ی ۲: شرح وظیفه‌ی بخش‌هایی که در زمینه‌ی مالی فعالیت دارند، به تفکیک جایگاه سازمانی عبارت‌اند از:

۱.۲. بازرس

۱.۱.۲. اظهارنظر درباره‌ی صورت‌های مالی؛

۲.۱.۲. ارائه‌ی پیشنهاد جهت تکمیل نظارت‌های داخلی ستاد مجمع؛

۳.۱.۲. ارائه‌ی صورت مالی سالانه در نشست سالانه‌ی مجمع عمومی.

۲.۲. هیئت‌مدیره

۱.۲.۲. بررسی دقیق صورت مالی سالانه‌ی مورد تأیید کارگروه مالی که پس از تأیید

رسمی (با امضای همه‌ی اعضای هیئت‌مدیره) در اختیار بازرس قرار می‌گیرد.

۲.۲.۲. تصویب برنامه‌ی عملیاتی سالانه.

۳.۲. کارگروه مالی

۱.۳.۲. نظارت و بررسی لازم و کافی و تأیید همه‌ی تراکنش‌ها، اسناد مالی و موارد

مربوط به فعالیت‌های قانونی، اعم از مالیات و بیمه‌ی ستاد مجمع مطابق با این

آیین‌نامه و پیوست‌های مربوط.

۴.۲. مدیرعامل

۱.۴.۲. تأیید همه‌ی گردش‌های مالی و اسناد حسابداری ستاد مجمع؛

۲.۴.۲. فراهم‌سازی ابزارهای لازم جهت استانداردسازی مدیریت مالی ستاد مجمع

مطابق این آیین‌نامه و پیوست‌های مربوط؛

۳.۴.۲. نظارت و بررسی تهیه‌ی برنامه‌ی عملیاتی سالانه‌ی ستاد مجمع و گرفتن

مصوبه‌ی هیئت‌مدیره؛

۲. ۴. ۴. تصمیم‌گیری برای تأمین منابع مالی موردنیاز و چگونگی استفاده از منابع مالی موجود.
۲. ۵. مدیر مالی اداری
۲. ۵. ۱. ثبت و نگهداری انواع اوراق بهادار، اسناد حسابداری، اسناد سرمایه‌گذاری، اطلاعات نرم‌افزار حسابداری، وجوه و نقدینگی‌هایی که تحویل امور مالی شده است و تنظیم گزارش‌های مالی؛
۲. ۵. ۲. ثبت بموقع دفاتر قانونی؛
۲. ۵. ۳. شناسایی و نگهداری حساب مقدری و ریالی اموال، ماشین‌آلات و تجهیزات و دارایی‌های ستاد مجمع (با همکاری امین اموال)؛
۲. ۵. ۴. پیگیری، نظارت و بررسی اجرای صحیح استانداردهای حسابداری، مقررات، دستورالعمل‌های تمامی گردش‌های مالی ستاد مجمع اعم از تنخواه، خریده‌ها، هزینه‌ها، معاملات و درآمد‌ها؛
۲. ۵. ۵. تهیه‌ی صورت تطبیق با اشخاص و مؤسسات طرف حساب و صورت مغایرت تمامی حساب‌های بانکی به صورت ماهانه؛
۲. ۵. ۶. ارائه‌ی پیشنهاد‌های قانونی به مدیرعامل در عقد قرارداده‌ها؛
۲. ۵. ۷. مرادده با شرکت‌های نرم‌افزاری جهت به‌روزرسانی و تغییرات احتمالی در نرم‌افزار حسابداری؛
۲. ۵. ۸. برنامه‌ریزی جهت بستن حساب‌ها در پایان سال مالی؛
۲. ۵. ۹. تهیه، پیگیری و صدور تمامی فعالیت‌های مربوط به حقوق و دستمزد و بیمه‌ی کارکنان؛
۲. ۵. ۱۰. تهیه‌ی گزارش‌های موردنیاز مدیرعامل و کارگروه مالی اعم از وضعیت نقدینگی، مطالبات، بدهی‌ها، برنامه‌ی عملیاتی، تفریغ و...؛
۲. ۵. ۱۱. مرادده با بانک‌ها و مؤسسات مالی اعتباری جهت دریافت اعتبار؛
۲. ۵. ۱۲. تهیه و تدوین برنامه‌ی عملیاتی سالانه‌ی ستاد مجمع؛
۲. ۵. ۱۳. تنخواه‌گردانی مطابق با پیوست یک؛
۲. ۵. ۱۴. ارائه‌ی اظهارنامه‌ی سالانه‌ی ماده‌ی ۱۱۰ ق.م.م؛

۲. ۵. ۱۵. ارائه‌ی اظهارنامه‌ی حقوق و دستمزد کارکنان در هر ماه؛
۲. ۵. ۱۶. ارائه‌ی اظهارنامه‌ی ارزش افزوده در هر فصل قبل از انقضای مهلت ارسال؛
۲. ۵. ۱۷. ارائه‌ی اظهارنامه‌ی عملکرد موضوع ماده‌ی ۱۶۹ و مکرر در هر فصل؛
۲. ۵. ۱۸. ارائه‌ی سایر اظهارنامه‌های مالیات منطبق با فعالیت ستاد مجمع؛
۲. ۵. ۱۹. انجام و نظارت بر فعالیتهای مرتبط با برگزاری مجمع عمومی و ثبت تغییرات احتمالی آن در اداره‌ی ثبت شرکت‌ها.
- ماده‌ی ۳:** وظیفه‌ی مشترک بخش‌هایی که در زمینه‌ی مالی فعالیت دارند، بدین شرح است:
۳. ۱. اعمال نظارت بر اجرای صحیح آیین‌نامه‌ی مالی، به‌عهده‌ی مدیرعامل و کارگروه مالی است.
۳. ۲. در صورت بروز هرگونه اشتباه مالی، به تشخیص مدیرعامل و کارگروه مالی، اقدامات لازم جهت رفع اشتباهات صورت پذیرد.
۳. ۳. در صورت بروز تخلف مالی، مدیرعامل و کارگروه مالی با استفاده از راهکارهای عملیاتی و قانونی، اقدامات لازم و جبرانی جهت رفع تخلف را پیگیری کنند.
- تبصره‌ی ۱:** در صورتی که تخلفات مالی بعد از دو تذکر رفع نشد، هیئت‌مدیره مسئولیت پیگیری رفع تخلفات پیش‌آمده را برعهده دارد و در صورت لزوم، اقدامات آتی توسط ایشان صورت خواهد پذیرفت.
۳. ۴. لازم است مجموعه‌های تحت‌حمایت معنوی ستاد مجمع (بازوهای مجمع) به‌صورت نیمسال یا سالانه، گزارش‌های مالی درخواستی را به هیئت‌مدیره‌ی مجمع ارائه کنند. پیگیری این گزارش‌ها برعهده‌ی مدیر مالی‌اداری است.

« فصل سوم: برنامه‌ی عملیاتی

- ماده‌ی ۴:** بر اساس اسناد بالادستی و برنامه‌ی عملیاتی سالانه، برنامه‌ی عملیاتی پیشنهادی ستاد مجمع در مهلت مقرر تنظیم می‌شود و به تصویب هیئت‌مدیره می‌رسد.
- ماده‌ی ۵:** ستاد مجمع ملزم به پیروی از میزان برنامه‌ی عملیاتی تفصیلی مصوب است.
- ماده‌ی ۶:** برنامه‌ی عملیاتی بر اساس درآمدهای عملیاتی و غیرعملیاتی که در اختیار ستاد

مجمع قرار می‌گیرد، به همراه برنامه‌ها و طرح‌های پیشنهادی مدیرعامل، حداکثر تا پایان آبان، تهیه می‌شود و تا پایان آذر، برای سال عملیاتی آتی (ابتدای دی تا پایان آذر سال بعد)، به تصویب هیئت مدیره می‌رسد.

تبصره ۲: در صورت تأخیر هیئت مدیره در تصویب برنامه‌ی عملیاتی، تمام پرداخت‌ها به تشخیص مدیرعامل یا مقام مجاز از طرف وی، از محل منابع موجود، برای هر ماه انجام می‌پذیرد.

ماده ۷: ستاد مجمع به افزایش اعتبار برنامه‌ی عملیاتی حداکثر به میزان ۱۰ درصد فعالیت‌های مصوب مجاز است.

ماده ۸: در صورت تغییر در برنامه‌های اجرایی ستاد مجمع یا تغییر در منابع پیش‌بینی‌شده، تهیه و تنظیم اصلاحیه‌ی برنامه‌ی عملیاتی تفصیلی با در نظر گرفتن ضوابط و مقررات و تصویب هیئت مدیره امکان‌پذیر خواهد بود.

ماده ۹: گزارش تفریغ برنامه‌ی عملیاتی سالانه در زمستان سال بعد تهیه و به هیئت مدیره گزارش می‌شود.

« فصل چهارم: معاملات

ماده ۱۰: انواع معاملات، ارکان تصمیم‌گیرنده و قوانین کلی آن‌ها به شرح جدول زیر است:

نوع معاملات	نصاب معاملات	ارکان تصمیم‌گیرنده	موضوع معاملات	نوع تضمین مورد نیاز	مقدار تضمین (درصد کل مبلغ قرارداد)
جزئی	تا ۱۵۰ میلیون ریال	مدیرعامل	شرکت در مزایده / مناقصه	چک / ضمانت نامه	حداقل ۵٪
			پیش‌پرداخت		حداقل ۲۵٪
			حسن انجام کار		حداقل ۱۰٪
عمده	بالتر از ۳۰ میلیارد ریال	مزایده / مناقصه	شرکت در مزایده / مناقصه	ضمانت نامه	حداقل ۵٪
			پیش‌پرداخت	ضمانت نامه ی	حداقل ۲۵٪
			حسن انجام کار	بانکی	حداقل ۱۰٪

تبصره ۳: جدول معاملات به صورت سالانه و همزمان با تصویب برنامه‌ی عملیاتی، به روزرسانی و توسط هیئت مدیره تصویب می‌شود.

تبصره ۴: ارکان تصمیم‌گیرنده در جدول فوق، به تصمیم‌گیری در خصوص معاملات سطوح پایین‌تر نیز مجاز هستند.

تبصره ۵: مسئولیت تأیید نیازهای خارج از استانداردهای مصوب جهت تأمین اموال، کالا/ خدمات در مورد انواع معاملات، به عهده‌ی یکی از ارکان تصمیم‌گیرنده‌ی این ماده است.

تبصره ۶: برای قراردادهای خرید خدمت (به جز معاملات جزئی)، بنا به تشخیص هیئت مدیره نیاز است تضمین لازم برای حسن انجام کار اخذ شود.

تبصره ۷: ضمانت‌نامه‌ی بانکی باید از بانک‌های معتبر اخذ شود.

تبصره ۸: چنانچه تضمین قرارداد چک باشد، برای هر قرارداد جدید، باید چک جداگانه دریافت شود.

ماده ۱۱: برآورد اولیه‌ی مبلغ معامله برای طبقه‌بندی معاملات تحت ماده‌ی ۱۰ توسط مدیر مالی‌اداری انجام می‌شود و استعلام قیمت باید از تأمین‌کنندگان معتبر صورت پذیرد. واحدهای مختلف باید پس از استعلام برآورد اولیه‌ی مبلغ معامله (با هماهنگی مدیر مالی‌اداری)، برای اخذ تأیید از ارکان تصمیم‌گیرنده (طبق ماده‌ی ۱۰) اقدام کنند.

ماده ۱۲: تقسیم مبلغ مربوط به یک معامله و تقاضای آن در دفعات، به منظور مطابقت با حدنصاب معاملات جزئی یا متوسط یا عمده مجاز نیست. در صورت بروز اختلاف در این خصوص، مرجع اعلام نظر مدیرعامل است.

ماده ۱۳: در رابطه با هزینه‌های دوره‌ای نظیر قرارداد اجاره، پشتیبانی نرم‌افزار، خرید امتیاز و سایر موارد مشابه، مبلغ مربوط به یک سال، مبنای محاسبه خواهد بود.

ماده ۱۴: پرداخت‌های ستاد مجمع باید صرفاً از طریق حساب‌های بانکی مجاز انجام گیرد و گواهی بانک دایر بر انتقال وجه به حساب ذی‌نفع، پرداخت وجه به ذی‌نفع یا قائم‌مقام قانونی او و حواله در وجه ذی‌نفع یا قائم‌مقام قانونی او، به عنوان رسید گیرنده‌ی وجه تلقی شده و پرداخت محسوب می‌گردد.

ماده ۱۵: تمام اسناد هزینه‌ها و خریدها و تعهدات انجام‌شده حسب مورد، مدارک

مثبت‌ه‌ی زیر را همراه داشته باشد:

۱.۱۵. خرید

- درخواست خرید (طبق هماهنگی داخلی بین واحدها به صورت شفاهی یا کتبی)؛
- تأیید و دستور پرداخت؛
- فاکتور خرید؛
- رسید انبار یا رسید تحویل به فرد تحویل‌گیرنده (با امضای امین اموال و تحویل‌گیرنده).

۲.۱۵. پرداخت‌های پرسنلی (حقوق و مزایا، اضافه‌کار و...)

- قرارداد پرسنلی؛
- محاسبه‌ی حقوق و مزایا؛
- تأیید مدیرعامل؛
- واریز حقوق به حساب کارمندان؛
- صدور فیش حقوقی برای کارمندان؛
- رسیدگی به اعتراض احتمالی کارمندان.

۳.۱۵. پرداخت‌های جاری (پرداخت‌هایی که به صورت دوره‌ای صورت می‌گیرد؛ مانند

شارژ کارتریج پرینتر، پذیرایی و تشریفات، شارژ اینترنت، آب و برق)

- بررسی اولیه‌ی فاکتور پرداخت (در صورتی که مبلغ فاکتور غیرمتعارف است، به مدیرعامل اطلاع داده شود)؛
- فاکتور پرداخت؛
- رسید پرداخت.

تبصره‌ی ۹: سایر مدارک مطابق جدول معاملات ماده‌ی ۱۰ این آیین‌نامه تعیین می‌شود.

تبصره‌ی ۱۰: مستنداتی که از طریق نرم‌افزارهای الکترونیکی قابل احصا و نگهداری هستند، جایگزین اسناد کاغذی شود.

ماده‌ی ۱۶: شرایط خرید و فروش در معاملات جزئی به شرح زیر است:

۱.۱۶. خرید

پس از اعلام مشخصات فنی از سوی واحد بهره‌بردار / واحد تخصصی و تأیید نیاز از سوی ارکان تصمیم‌گیرنده (مطابق ماده‌ی ۱۰)، کارشناس خرید باید پس از تحقیق کامل درباره‌ی بهای کالا یا خدمات موردنیاز، مراتب را گزارش و پس از تأیید مدیر مربوط و مدیرعامل، معامله را با رعایت صرفه و صلاح ستاد مجمع، به کمترین بهای ممکن انجام دهد و ذیل سند خرید را با قید نام و نام‌خانوادگی و سمت و تاریخ، امضا کند.

۲.۱۶. فروش

۱.۲.۱۶. در مورد معاملات جزئی، پس از موافقت مدیرعامل با فروش کالا، مدیر اجرایی و پشتیبانی باید بهای پیشنهادی داوطلبان معامله را اخذ و نتیجه را کتباً به مدیر مالی‌اداری اعلام کند. اتخاذ تصمیم درباره‌ی طرف معامله به‌عهده‌ی مدیرعامل است.

۲.۲.۱۶. ملاک تعیین مبلغ معامله برای نصاب معاملات، ارزش منصفانه‌ی کالای مدنظر است.

۳.۲.۱۶. تمامی اختیارات داده‌شده به ارکان تصمیم‌گیری، باید در قالب دستورالعمل‌ها و آیین‌نامه‌های ستاد مجمع اجرایی شوند.

ماده‌ی ۱۷: شرایط خرید و فروش در معاملات متوسط به شرح زیر است:

۱.۱۷. خرید

پس از اعلام مشخصات فنی از سوی واحد بهره‌بردار / واحد تخصصی، معامله پس از تأیید هیئت‌مدیره‌ی ستاد مجمع قابل‌انجام است. تصمیم‌گیری در خصوص برگزاری / عدم برگزاری مناقصه و نوع آن در اختیار هیئت‌مدیره خواهد بود.

۲.۱۷. فروش

فراخوان مزایده‌ی عمومی؛ در مورد معاملات متوسط، پس از اخذ موافقت مدیر مالی‌اداری، با درج حداقل یک نوبت آگهی در یکی از روزنامه‌های کثیرالانتشار (روزنامه ابرار) یا ارسال دعوت‌نامه، از داوطلبان خرید دعوت به عمل می‌آید تا از مورد معامله بازدید و پیشنهاد قیمت خود را در پاکت در بسته به مدیرعامل ارائه

کنند. اتخاذ تصمیم درباره‌ی تعیین برنده‌ی مزایده به عهده‌ی هیئت‌مدیره خواهد بود.

ماده‌ی ۱۸: شرایط خرید و فروش در معاملات عمده به شرح زیر است:

۱.۱۸. خرید

پس از اعلام مشخصات فنی از سوی واحد بهره‌بردار / واحد تخصصی، معامله باید از طریق انجام مناقصه و تأیید مدیرعامل و موافقت هیئت‌مدیره انجام شود.

۲.۱۸. فروش

در معاملات عمده، پس از اخذ موافقت هیئت‌مدیره با فروش، برای ارزیابی مورد معامله توسط کارشناس رسمی (یا فرد خبره به پیشنهاد و تأیید هیئت‌مدیره)، به منظور تعیین حداقل قیمت پایه، اقدام و سپس آگهی مزایده حداقل در یک نوبت در یک روزنامه‌ی کثیرالانتشار (روزنامه ابرار) درج می‌شود و قیمت پایه در آگهی مزایده یا اسناد مزایده به اطلاع شرکت‌کنندگان می‌رسد. پاکت‌های پیشنهادی واصله در هیئت‌مدیره مفتوح و برنده‌ی مزایده تعیین خواهد شد. اتخاذ تصمیم نهایی برای انجام معامله در معاملات عمده با هیئت‌مدیره است.

تبصره‌ی ۱۱: در تمامی معاملات، در صورت تغییر حجم ریالی قرارداد، باید برای اخذ مصوبه از ارکان ذی صلاح معامله اقدام شود.

ماده‌ی ۱۹: در تمام موارد ضروری است لیست کالاهای فروش رفته با ذکر مشخصات، صورت‌برداری و سوابق مربوط، به مدیر مالی اداری ارسال شود.

ماده‌ی ۲۰: تمامی معاملات و اوراق تعهدآور مالی (چک، سفته و اوراق بهادار و موارد مشابه) مطابق با امضای معرفی‌شده در روزنامه‌ی رسمی مجمع معتبر خواهد بود.

ماده‌ی ۲۱: همه‌ی قراردادهای خدماتی که منجر به ایجاد تعهد برای ستاد مجمع می‌شود، قبل از امضا، به بررسی معاون مالی نیاز دارد.

ماده‌ی ۲۲: درآمد ستاد مجمع شامل موارد زیر است:

۱. ۲۲. درآمد عملیاتی: شامل درآمدهای خدمات، درآمدهای حاکمیتی و حمایتی و درآمدهای متفرقه که بر اثر فعالیت‌های ستاد مجمع طبق اساسنامه حاصل می‌شود؛ اعم از اینکه وصول شده یا بعداً وصول می‌گردد.

۲۲.۲. درآمدهای غیرعملیاتی: شامل سود حاصل از سرمایه‌گذاری در بانک‌ها و مؤسسات مالی و اعتباری، سود حاصل از فروش اموال و دارایی‌ها و سایر درآمدهایی که در راستای مأموریت‌های اصلی ستاد مجمع است.

ماده‌ی ۲۳: درآمدهای تحقق‌یافته و پیش‌دریافت‌ها بر اثر فعالیت‌های ستاد مجمع به حساب یا حساب‌های بانکی ستاد مجمع واریز می‌شود.

ماده‌ی ۲۴: حساب‌های بانکی موردنیاز اعم از ریالی و ارزی، مطابق با مقررات جاری کشور و ضوابط موردعمل ستاد مجمع به پیشنهاد مدیرعامل و به تصویب هیئت‌مدیره در بانک‌هایی که مجوز رسمی از بانک مرکزی جمهوری اسلامی دارند و به نام حقوقی ایران‌نوشت افتتاح شوند.

ماده‌ی ۲۵: پیگیری وصول مطالبات حاصل از درآمدهای عملیاتی و غیرعملیاتی، به‌عهده‌ی مدیر مالی‌اداری و با همکاری معاونتی است که در ایجاد آن درآمد مشارکت داشته است؛ برای نمونه، دریافت حق عضویت سالانه‌ی اعضا.

ماده‌ی ۲۶: در مواردی که برای تقسیط بدهی اشخاص به ستاد مجمع یا دادن مهلت به بدهکاران مزبور و نیز جریمه‌های نقدی ناشی از استنکاف یا عدم پرداخت بموقع بدهی به‌موجب مقررات عمومی تعیین‌تکلیف نشده باشد، مدیرعامل مجاز است بدهی‌های مذکور را حداکثر تا مدت یک سال تقسیط کند. تقسیط بدهی برای مدت بیش از یک سال، موکول به موافقت هیئت‌مدیره خواهد بود.

تبصره‌ی ۱۲: چنانچه بدهی‌های موضوع این ماده از ارتکاب جرائم یا تخلفات ناشی شده باشد، استیفای طلب ستاد مجمع از طریق تقسیط بدهی یا دادن مهلت، مانع از تعقیب قانونی متخلفین یا مجرمین ذی‌ربط توسط ستاد مجمع یا سایر مراجع ذی‌صلاح نخواهد بود.

ماده‌ی ۲۷: در صورتی که پیش‌پرداخت و علی‌الحساب در موعد مقرر از طرف گیرنده‌ی وجه واریز نشود، امور مالی علاوه بر کلیه اقدامات لازم، معادل مبلغ پیش‌پرداخت و علی‌الحساب را از محل تضامین یا هرگونه وجهی که باید به بدهکار پرداخت شود، تأمین و کسر کند.

ماده‌ی ۲۸: کسر و جمع‌آوری و تسویه‌ی بموقع کسورات قانونی که قانون به‌عهده‌ی

ستاد مجمع گذاشته، برعهده‌ی واحد مالی است.

« فصل پنجم: فرایند مالی

ماده‌ی ۲۹: صورت‌های مالی ستاد مجمع را هر سال، مدیر مالی اداری بر اساس دفاتر و مدارک حسابداری، حداکثر تا نیمه‌ی اردیبهشت سال بعد، به‌منظور تأیید، به هیئت‌مدیره تسلیم می‌کند و تا آخر تیرماه به تصویب مجمع عمومی می‌رسد. صورت‌های مالی عبارت‌اند از:

الف. صورت تغییرات در وضعیت مالی (حساب سود و زیان)؛

ب. صورت وضعیت مالی؛

ج. صورت تغییرات در حقوق مالکانه؛

د. یادداشت‌های توضیحی؛

ه. گردش حساب هزینه‌ها و درآمدها؛

ماده‌ی ۳۰: تمامی اسناد پس از تحویل به فرد تحویل‌گیرنده، ثبت و توسط تحویل‌گیرنده و تحویل‌دهنده در دفتر اندیکاتور مالی امضا می‌شود.

ماده‌ی ۳۱: نحوه‌ی نگهداری حساب‌های مستقل، دفاتر و اسناد و مدارک حسابداری، گزارش‌های مالی در جهت ثبت رویه، مادام که دستورالعمل جدیدی ابلاغ نشده است، طبق این رویه معتبر خواهد بود:

۳۱.۱. اسناد سطح یک

۳۱.۱.۱. شامل اسنادی که اصل آن‌ها از نرم‌افزار حسابداری ستاد مجمع قابل استخراج نیست و از طریق واحدهای بیرون سازمانی صادر و ارائه می‌شود.

۳۱.۱.۲. نحوه‌ی نگهداری: اسکن و نگهداری فایل اسکن‌شده بر روی کامپیوتر و فلش و نگهداری اصل سند در گاوصندوق ضدحریق و سرقت.

۳۱.۱.۳. مصداق اسناد سطح یک: اساسنامه، صورت مالی تأییدشده‌ی مجمع عمومی، تضامین تحویل‌گرفته، قراردادهای کاری، مجوزهای کاری و ...

۳۱.۲. اسناد سطح دو

۳۱. ۱.۲. شامل اسنادی است که اصل نهایی و ریز آن‌ها در نرم افزار حسابداری ستاد مجمع قابل استخراج است و به تأیید افراد درون سازمانی وابسته است.

۳۱. ۲. ۲. نحوه ی نگهداری: نسخه ی چاپی آن‌ها به همراه پیوست اسناد در زونکن و کمد حسابداری قرار گیرد؛ به علاوه ی اسکن و نگهداری اسناد اسکن شده بر روی کامپیوتر و هارد. همچنین به صورت روزانه پشتیبان گیری از نرم افزار حسابداری و نگهداری بک آپ‌ها در درایو کامپیوتر (درایوی که ویندوز روی آن نصب نیست) و آخرین نسخه ی پشتیبان به تفکیک ماه در آرشیو ذخیره شود.

۳۱. ۲. ۳. مصداق اسناد سطح دو: اسناد عمومی صادره ی حسابداری، لیست بیمه و مالیات، حقوق و

ماده ی ۳۲: نحوه ی آرشیو فایل های حسابداری در کامپیوتر مدیر مالی اداری مطابق آیین نامه ی آرشیو ستاد مجمع خواهد بود که به تأیید هیئت مدیره رسیده است.

« فصل ششم: اموال

ماده ی ۳۳: اموال و دارایی های ثابت مشهود و دارایی های نامشهود ستاد مجمع عبارت از تمامی دارایی هایی که مالکیت و منافع اقتصادی آن‌ها متعلق به ستاد مجمع بوده و عمر مفید آن‌ها بیش از یک سال باشد و به منظور استفاده در ستاد مجمع کسب و برای فروش مجدد تحصیل نشده باشد.

تبصره ی ۱۳: حقوق مالی تحصیل شده برای ستاد مجمع از قبیل حق امتیاز، سرقفلی، حق انشعاب آب و برق و گاز و تلفن و غیره، جزو دارایی های نامشهود محسوب می شوند. برای تشخیص این دارایی ها با سایر دارایی های ثابت در متن صورت های مالی ستاد مجمع، دو عنوان اموال، ماشین آلات و تجهیزات و دارایی های ثابت نامشهود در نظر گرفته خواهد شد.

تبصره ی ۱۴: اخذ هرگونه وام از سیستم بانکی کشور که منوط به در رهن گذاشتن اموال ستاد مجمع باشد، در قالب برنامه ی عملیاتی مصوب سالانه و دوره ای و با تصویب هیئت مدیره انجام می شود.

تبصره ی ۱۵: هیئت مدیره حق هیچ گونه استفاده ی شخصی و ضمانتی از دارایی ها و

اموال ستاد مجمع را نخواهد داشت (حتی برای ارقاب هیئت مدیره).

ماده ۳۴: ستاد مجمع به منظور محاسبه ی هزینه ی استهلاك دارایی ها طبق جدول قانون مالیات های مستقیم عمل می کند.

تبصره ۱۶: استهلاك اموال و دارایی طبق کف قیمتی اعلام شده در آیین نامه ی اجرایی قانون مالیات های مستقیم محاسبه خواهد شد.

ماده ۳۵: تقسیم بندی دارایی ها به مصرفی و غیرمصرفی (اموال و دارایی ها) با توجه به مقتضیات زمان و به تشخیص معاون مالی و با تأیید مدیرعامل صورت خواهد گرفت.

ماده ۳۶: مسئولیت اموال به شرح ذیل است:

- مسئولیت نگهداری حساب اموال و دارایی ها با مدیر مالی اداری است.
- مسئولیت حفظ و حراست از اموال و دارایی ها برعهده ی امین اموال است.
- نگهداری از اموال و دارایی های تحویل شده، برعهده ی شخص تحویل گیرنده است.

ماده ۳۷: اموال و دارایی ها که از مکان های دیگر به صورت موقت در اختیار ستاد مجمع قرار می گیرد، از نظر این دستورالعمل، اموال امانی محسوب می شود و پس از ثبت آن، به عنوان اموال امانی در لیست اموال مورد استفاده قرار می گیرد.

تبصره ۱۷: واحد مالی موظف به شناسایی اموال و دارایی امانی نزد دیگران / نزد ما در حساب هاست.

ماده ۳۸: فروش اموال و دارایی های ستاد مجمع که به تشخیص مدیرعامل و مدیر اجرایی و پشتیبانی، اسقاط شده یا مازاد بر نیاز است، مطابق آیین نامه ی معاملات صورت می گیرد.

ماده ۳۹: ستاد مجمع می تواند با تصویب هیئت مدیره، حق استفاده از اموال و دارایی های مازاد بر احتیاج خود را به طور موقت و بدون حق تصرف مالکانه واگذار کند. درآمد و هزینه های حاصل از این باب، به عنوان درآمد و هزینه های غیرعملیاتی ستاد مجمع تلقی می شود.

ماده ۴۰: اموال و دارایی ها توسط امین اموال برچسب خورده و علاوه بر نرم افزار حسابداری، وارد فایل اکسل لیست اموال شده و پس از هر نقل و انتقال به روزرسانی

می‌شود.

تبصره ۱۸: نام و شرح فنی و مشخصات ظاهری اموالی که از نظر فیزیکی امکان زدن برچسب اموال روی آن‌ها نیست (بسته به هر کالا می‌تواند متفاوت باشد)، به صورت کامل در لیست اموال وارد شود.

تبصره ۱۹: اموالی که دارای لوازم جانبی هستند (مانند شارژر مانیاتور، کابل مانیاتور، فن خنک‌کننده) بسته به نوع کالا و به تشخیص مدیرعامل، بر لوازم جانبی آن‌ها برچسب اموال زده شود. اما اگر لوازم جانبی برچسب نخورد، در لیست اموال مطابق تبصره ۱۸ این آیین‌نامه ثبت شود.

ماده ۴۱: امین اموال برای اموالی که مستهلک، آسیب‌دیده یا مفقود شده یا به سرقت رفته‌اند، عوامل احتمالی اتفاق را بررسی کرده و با هماهنگی با مدیر اجرایی و پشتیبانی و مدیر مالی اداری و با تأییدیه‌ی مدیرعامل، اقدام به تعویض یا تعمیر یا پیگیری استرداد خسارت وارده بر اموال می‌کند.

« فصل هفتم: اداری و پرسنلی

ماده ۴۲: شرایط عمومی داوطلبان استخدامی به شرح زیر است:

۱. تابعیت ایران؛
۲. متدین به دین اسلام؛
۳. اعتقاد به مبانی جمهوری اسلامی ایران و قانون اساسی کشور؛
۴. دارا بودن حداقل هجده سال سن؛
۵. داشتن تحصیلات و تخصص لازم برای شغل مربوط؛
۶. داشتن سلامت جسمانی، روانی و توانایی لازم برای انجام کار موردنظر با انجام معاینات ورود به خدمت؛
۷. نداشتن سابقه‌ی محکومیت جزایی مؤثر؛
۸. عدم اعتیاد به الکل و مواد مخدر؛
۹. عدم اشتغال به بدنامی و فساد اخلاقی؛
۱۰. داشتن سابقه‌ی کاری مفید که نشان‌دهنده‌ی توان کاری باشد.

تبصره ۲۰: در صورت نیاز، به کارگیری اتباع بیگانه، پس از تأیید مدیرعامل و رعایت مفاد قانون کار در خصوص اشتغال اتباع بیگانه، صورت میپذیرد.

ماده ۴۳: همه‌ی پذیرفته‌شدگان مکلف‌اند برای مدتی، دوره‌ی آزمایشی (حداکثر سه ماه) طی کنند تا در صورت دارابودن کارایی لازم و تفاهم دوطرفه، برای کار معین یا مدت معین به کار گرفته شوند و در صورت نارضایتی از خدمات کارمند در دوره‌ی آزمایشی، به خدمت وی خاتمه داده می‌شود. در این حالت، فرم تسویه حساب جهت خاتمه‌ی خدمت ایشان صادر شده و کل حقوق و مزایای دوره‌ی آزمایشی به کارمند پرداخت می‌شود.

ماده ۴۴: چنانچه ستاد مجمع برای انجام برخی امور از مشاور خارج از ستاد مجمع استفاده کند، باید طبق فرم قرارداد مشاوره‌ای عمل شود.

ماده ۴۵: قرارداد کار در صورت تحقق هریک از موارد زیر خاتمه می‌یابد:

۱. فوت؛

۲. بازنشستگی؛

۳. ازکارافتادگی؛

۴. انقضای مدت قرارداد؛

۵. خاتمه‌ی موضوع قرارداد؛

۶. استعفا؛

۷. قطع رابطه‌ی کاری؛

۸. عدم رعایت شرایط اولیه‌ی استخدامی توسط کارمند.

ماده ۴۶: کارمندانی که قبل از پایان قرارداد تصمیم به استعفا گیرند، باید یک ماه زودتر درخواست خود را با هماهنگی با مسئول مربوط و تأیید مدیرعامل، به صورت مکتوب به مسئول اداری و پرسنلی ارائه کنند.

تبصره ۲۱: کارمند مستعفی متعهد می‌شود مطابق بند مندرج در قرارداد، از محل تسویه حساب نهایی خود، هزینه‌ی جایگزینی فرد جدید را به ستاد مجمع استرداد کند.

ماده ۴۷: انجام تسویه حساب با تکمیل فرم تسویه حساب توسط معاون مالی اداری و با تأیید مدیرعامل امکان‌پذیر است.

ماده ۴۸: به تقاضای کارمند پس از خاتمه‌ی خدمت، گواهی انجام کار با قید مدت و

زمان شروع و پایان و نوع کار انجام شده به وی تسلیم خواهد شد.

ماده ۴۹: همهی کارمندان موظفاند ساعات تعیین شده برای ورود و خروج به ستاد مجمع را رعایت کرده و در نرم افزار حضور و غیاب ثبت نمایند.

تبصره ۲۲: کارمندان نهایتاً تا ۲۴ ساعت فرصت دارند تا با لحاظ کسر یک ساعت از اضافه کاری ماهانه به عنوان جریمه، ساعت کاری روز قبل خود را ثبت کنند. چنانچه پس از گذشت بیش از ۲۴ ساعت از مهلت تعیین شده، کارمند درخواست ثبت ساعت کند، این مورد به تصمیم گیری مدیرعامل ارجاع خواهد شد.

تبصره ۲۳: تغییر ساعات شروع و پایان کار روزانه در طی سال، بنا به ضرورت توسط مدیرعامل پیشنهاد شده و اجرایی خواهد شد.

ماده ۵۰: مدت زمان صرف غذا و ادای فریضه ی نماز حداکثر تا نیم ساعت در روز است و جزو ساعات کاری محسوب می شود.

ماده ۵۱: ساعت ورود و خروج شناور تا ۱۵ دقیقه از شیفت تعیین شده ی هر شخص تعیین می شود؛ در ضمن، نرخ غیبت محاسبات حسابداری، معادل نرخ اضافه کاری یعنی ۱/۴ است.

ماده ۵۲: کارمندان برای انجام اضافه کار، موظف به گرفتن تأییدیه ی شفاهی مدیرعامل هستند و پس از انجام اضافه کار، حداکثر ۲۴ ساعت فرصت دارند فرم اضافه کار را تکمیل کنند و به مسئول مربوط تحویل دهند.

ماده ۵۳: در راستای تشویق کارمندان منضبط و منظم، کارمندان نمونه به صورت سالانه یا دوره ای، با پیشنهاد معاون مالی و با تأیید مدیرعامل، معرفی می شوند و پاداش مدنظر به ایشان ارائه خواهد شد.

ماده ۵۴: استفاده از مرخصی استحقاقی (روزانه و ساعتی) پس از موافقت مسئول مربوط و با تأیید مدیرعامل میسر است. همچنین ستاد مجمع می تواند در شرایطی که مصلحت بداند، علاوه بر تعطیلات رسمی، برخی از روزهای سال را تعطیل اعلام کند که در این صورت، روزهای مزبور جزو مرخصی استحقاقی کارمند منظور خواهد شد.

ماده ۵۵: کارمندان موظفاند حداقل یک روز قبل از استفاده از مرخصی، تأییدیه ی مرخصی را از طریق فرم درخواست و نرم افزار حضور و غیاب، از مسئول مربوط اخذ نمایند.

تبصره ۲۴: درخواست مرخصی‌های ضروری (اعم از روزانه، ساعتی و...) با هماهنگی شفاهی مسئول مربوط و با تأیید مدیرعامل امکان‌پذیر است و کارمندان پس از حضور در محل کار، حداکثر ۲۴ ساعت فرصت دارند فرم مرخصی را تکمیل کنند و به مسئول مربوط تحویل دهند.

ماده ۵۶: دستمزد ایام مرخصی استعلاجی مطابق با قانون کار، به عهده‌ی اداره‌ی تأمین اجتماعی است.

ماده ۵۷: کارمندان به شرط دارا بودن حداقل یک سال سابقه‌ی کار در ستاد مجمع و در صورت موافقت مسئول و تأیید مدیرعامل، هر سال می‌توانند یک ماه یا بیشتر، از مرخصی بدون حقوق استفاده کنند.

ماده ۵۸: همه‌ی کارمندان در جلوگیری از بروز اخلاف در نظم و وارد شدن خطر و زیان به ستاد مجمع و اتلاف منابع مالی و سرمایه‌ای و رعایت مسائل معنوی مسئول‌اند.

ماده ۵۹: کارکنان موظف‌اند کلیه‌ی مسئولیتها و وظایف محوله در زمینه‌ی کاری ذی‌ربط را به‌نحو احسن با کمال جدیت و درستکاری و طبق شرح وظایف قیدشده در قرارداد، انجام دهند.

ماده ۶۰: کارمندان به حفظ اطلاعات و اسرار اداری و فنی و امور محرمانه‌ی ستاد مجمع موظف‌اند.

ماده ۶۱: کارمندان موظف‌اند از انجام اعمالی که به وظایف آن‌ها لطمه وارد کند یا آن‌ها را مختل نماید، خودداری کنند.

ماده ۶۲: کارمندان موظف‌اند همه‌ی دستورالعمل‌ها و آیین‌نامه‌های داخلی صادره از سوی ستاد مجمع و مسئولان واحدهای ذی‌ربط را که برخلاف قوانین مصوب و مقررات کار نباشند، رعایت کنند.

ماده ۶۳: کارمندان موظف‌اند در صورت مشاهده‌ی امور خلاف قوانین (قوانین داخلی یا قوانین اداره‌ی کار و تأمین اجتماعی) مراتب را به مدیرعامل انعکاس دهند.

ماده ۶۴: پرداخت کمک‌های غیرنقدی (مانند ارزاق مناسبتی سالانه، ازدواج، فرزندآوری و...) به‌صورت جمعی یا فردی، برحسب ضرورت و اقتضائات، پس از تأیید هیئت‌مدیره و مدیرعامل صورت خواهد گرفت.

ماده ۶۵: ستاد مجمع برای رفاه کارمندان خود، تسهیلات رفاهی از جمله وام ضروری را در صورت تشخیص و صلاحدید مدیرعامل، تأمین خواهد کرد.

تبصره ۲۵: تسهیلات رفاهی وام به ازای هر نفر، سالانه تا سقف معاملات جزئی مندرج در ماده ۱۰ به تأیید مدیرعامل و بالاتر از آن، پس از تأیید هیئت مدیره پرداخت می شود.

ماده ۶۶: ستاد مجمع برای رفاه کارمندان خود، بیمه درمان تکمیلی، بیمه عمر، بیمه حادثه و بیمه مسئولیت را در صورت تشخیص و صلاحدید مدیرعامل تأمین خواهد کرد.

« پیوست یک: تنخواه

ماده ۶۷: حساب تنخواه بعد از اتمام موجودی تا سقف مبلغی که مدیرعامل هرساله با نظر هیئت مدیره اعلام می کند، توسط مدیر مالی اداری شارژ شود.

ماده ۶۸: تنخواه گردان موظف است بابت همه ی گردش های مالی صورت گرفته برای پرداختی ها فاکتور داشته باشد.

تبصره ۲۶: برای پرداخت هایی که نمی توان برای آن فاکتور گرفت، صرفاً تا ۵ درصد سقف مبلغ تنخواه، از فرم هزینه ی بدون فاکتور با تأیید مدیر مالی اداری استفاده شود.

تبصره ۲۷: تشخیص عدم امکان دریافت فاکتور به عهده ی مدیر مالی اداری است.

ماده ۶۹: شارژ حساب تنخواه به محض رسیدن موجودی تنخواه تا زیر ۵۰ درصد سقف مبلغ تنخواه، پس از ارائه ی مستندات و مدارک مربوط به هزینه کرد، صورت خواهد پذیرفت. همچنین شارژ تنخواه حداکثر دو روز پس از تحویل تنخواه به مدیر مالی اداری توسط ایشان انجام می شود.

ماده ۷۰: نحوه ی تحویل فاکتورهای تنخواه به مدیر مالی اداری به این صورت است که به ازای قلم پرداختی صورت گرفته، یک ردیف در فرم اکسل ایجاد شده و در آن، تاریخ و مبلغ و شرح دقیق ثبت شود. فرم اکسل دارای تاریخ، جمع کل به حروف و عدد باشد و فاکتورهای مربوط، به همان ترتیب ردیف اکسل، به پیوست فرم اکسل تحویل مدیر مالی اداری شود.

ماده ۷۱: فرم اکسل تحویلی تنخواه به تأیید مدیر مالی اداری برسد.

ماده ۷۲: خریدهای بالای ۱۰ درصد سقف مبلغ تنخواه، الزاماً نیازمند تأیید مدیرعامل است.

ماده ۷۳: خریدهای بالای سقف مبلغ تنخواه و هزینه‌های مربوط به مراسم‌ها و رویدادهای خاص، با درخواست واحد درخواست‌کننده و تأیید مدیرعامل به صورت مجزا، مستقیماً توسط واحد مالی پرداخت می‌شود.

شیوه نامه ی داوری

❧ فصل اول: کلیات

ماده ی ۱. تعاریف: عناوین و اصطلاحات این شیوه نامه با معانی ذیل است:

۱. شیوه نامه: شیوه نامه ی داوری مؤسسه ی فرهنگی هنری نوشت افزار ایرانی اسلامی
۲. مجمع: مؤسسه ی فرهنگی هنری نوشت افزار ایرانی اسلامی (مجمع ایران نوشت)
۳. شورای داوری: به معنای مرجع متشکل از سه نفر داور است که زیر نظر هیئت مدیره ی مجمع برای رسیدگی به حل اختلاف بین اشخاص و حکمیت بین آنان تشکیل می شود.

۴. داوری داخلی و بین المللی: داوری بین المللی عبارت است از اینکه یکی از طرفین در زمان ارجاع داوری به مجمع، به موجب قوانین ایران، تبعه ی ایران نباشد. سایر موارد داوری داخلی محسوب می شود.

۵. خواهان: به معنای یک یا چند شخص اعم از حقوقی یا حقیقی و داخلی یا خارجی است که متقاضی رسیدگی شورای داوری مجمع به موضوع اختلاف با خوانده است.
۶. خوانده: یک یا چند شخص اعم از حقوقی یا حقوقی و داخلی یا خارجی است که دعوای داوری از طرف خواهان به طرفیت آن ها در شورای داوری مطرح شده است.

ماده ی ۲. شورای داوری مجمع بر اساس مصوبه ی مورخ مجمع عمومی فوق العاده برای حکمیت در اختلافات فی مابین اشخاص حقیقی و حقوقی داخلی و خارجی، بر اساس مفاد این شیوه نامه و مقررات مندرج در باب هفتم قانون آیین دادرسی مدنی مصوب ۱۳۷۹ در داوری های داخلی و قانون داوری تجاری بین المللی مصوب ۱۳۷۶ در داوری های بین المللی رسیدگی ایجاد شده است و در مواردی که حل اختلاف یا حکمیت از طرف اشخاص حقیقی و حقوقی یا محاکم به مجمع ارجاع می شود، به موضوع رسیدگی خواهد کرد.

ماده ی ۳. اعضای شورای داوری برای مدت دو سال انتخاب می شوند و عبارت اند از یک عضو از اعضای هیئت مدیره مجمع به عنوان رئیس شورای داوری به انتخاب هیئت مدیره، مدیر حقوقی مجمع به عنوان دبیر شورا و یکی از فعالان با سابقه و خوشنام حوزه ی

کسب و کار به عنوان عضو شورا و به انتخاب مجمع عمومی مجمع ایران نوشت.

تبصره ۱: شورای داور می تواند در مواردی که نیاز به اظهار نظر فنی و کارشناسی باشد، از یک یا چند کارشناس حوزه تخصصی مربوط کسب نظر کرده یا برای شرکت در جلسه ی شورا از ایشان دعوت کند.

ماده ۴: شورای داور نحوه ی تشکیل جلسات خود را تعیین می کند و برای رسمیت یافتن جلسات، حضور حداقل دو نفر از اعضا الزامی است. تصمیمات این شورا با اکثریت دو رأی نافذ خواهد بود.

« فصل دوم: شرایط درخواست داور

ماده ۵: اختلاف های تجاری و اقتصادی فی مابین برنده ها و فعالان رسمی، وابسته و همراهان زیست بوم ایران نوشت قابلیت ورود به شورای داور را دارند، به شرطی که در قراردادهای مکتوب یا شفاهی فی مابین آن ها، نام شورا ذکر شده باشد.

تبصره ۲: در مواردی که همکاری و توافق طرفین شفاهی بوده است، در صورتی که طرفین موافق باشند، می توانند به شورای داور مراجعه کنند.

تبصره ۳: چنانچه خواهان یکی از اعضا ایران نوشت باشد، شورای داور فرای پذیرش و یا عدم پذیرش خوانده و با استفاده از روابط و جایگاه ایران نوشت، ادعاهای خوانده را تا حصول نتیجه پیگیری خواهد کرد.

ماده ۶: طرفی که می خواهد شورای داور به اختلاف او رسیدگی کند، باید درخواست رسیدگی را به دبیرخانه ی مجمع تسلیم کند. دبیرخانه باید در قبال اخذ درخواست داور، رسیدی مشتمل بر نام و نام خانوادگی خواهان و خوانده و همچنین تاریخ دریافت درخواست به خواهان تسلیم کند.

ماده ۷: درخواست داور باید حاوی نکات ذیل باشد:

الف. نام و نام خانوادگی، نام پدر و نشانی اقامتگاه هریک از طرفین؛

ب. توضیح ماهیت اختلاف و نیز اوضاع و احوالی که منجر به بروز اختلاف شده است؛

پ. تعیین مبلغ خواسته به نظر خواهان؛

ج. امضای شرط داور یا موافقت نامه داور؛

ت. دلایل و مستندات مبنی بر استحقاق خود.

ماده ۸. خواهان باید درخواست دآوری و ضامائم آن را به دبیرخانهی مجمع تحویل و هزینهی دآوری را نیز مطابق این شیوه نامه هم زمان پرداخت کند.

ماده ۹. چنانچه خواهان مفاد مادهی ۷ و ۸ شیوه نامه را در موقع تقدیم درخواست رعایت نکرده باشد، شورای دآوری با صدور اخطاریه مهلت ده روزی را به منظور رعایت مفاد مادهی مذکور به خواهان اعطا می کند. در صورتی که خواهان در مهلت مقرر تکالیف مندرج در مادهی ۱۳ شیوه نامه را انجام ندهد، شورای دآوری درخواست خواهان را رد کرده و پرونده را بایگانی خواهد نمود. رد درخواست از سوی دبیرخانهی مرکز، مانع طرح مجدد درخواست از سوی خواهان نمی شود.

ماده ۱۰. تمامی لوایح و درخواست هایی که هریک از طرفین دعوا تسلیم می کند و نیز اسناد منضم به آنها باید به تعداد طرف های دعوا و داورها به علاوه ی یک نسخه باشد. نسخه ی اخیر در دبیرخانهی مجمع باقی می ماند. یک نسخه از تمامی مکاتباتی که شورای دآوری با طرفین دعوا انجام می دهد نیز باید به دبیرخانه تسلیم شود.

ماده ۱۱. دبیرخانهی مجمع پس از دریافت درخواست دآوری و ضامائم آن و همچنین وصول هزینه های مقرر، نسخه ای از آن را جهت «پاسخ به درخواست دآوری» به خوانده یا خواندگان با پست سفارشی ابلاغ خواهد کرد.

ماده ۱۲. خوانده ی دعوای دآوری می تواند پاسخ خود را به صورت مکتوب ظرف بیست روز به دبیرخانهی مجمع تحویل دهد یا در جلسه ی رسیدگی، توضیحات خود را در حضور شورای دآوری اعلام کند تا در صورت جلسات رسیدگی درج شود.

ماده ۱۳. هرگونه ادعای متقابل خوانده باید همراه با پاسخ به درخواست دآوری مطرح شود. پاسخ به درخواست دآوری باید حاوی نکات ذیل باشد:

الف. توضیح ماهیت اختلاف و اوضاع و احوالی که منجر به ادعای متقابل شده است.

ب. تعیین خواسته ی متقابل و در صورت امکان تقویم آن.

ماده ۱۴. خواهان باید ظرف بیست روز از تاریخ ابلاغ دعوی متقابل، پاسخ خود را به دبیرخانهی مرکز تسلیم کند. دبیرخانه می تواند این مهلت را به تقاضای خواهان تمدید کند.

« فصل سوم: ابلاغ

ماده ۱۵. در داوری‌های داخلی، ابلاغ اوراق از طرف دبیرخانه‌ی مجمع به نحو مقتضی به عمل خواهد آمد؛ مگر اینکه طرفین در قرارداد داوری، طریق خاصی برای ابلاغ رأی داور پیش‌بینی کرده باشند.

ماده ۱۶. در داوری‌های بین‌المللی، ابلاغ اوراق و آراء به تشخیص دبیرخانه‌ی مرکز یا شورای داوری می‌تواند از طریق تحویل در قبال رسید، پست سفارشی، پست سریع‌السیار، دورنگار، تلکس، پیام‌رسان‌های مجازی یا سایر طرق ارتباط از راه دور که متضمن ثبت و ضبط سابقه‌ی ارسال باشد، انجام گیرد. تاریخ ابلاغ تاریخی است که اوراق توسط مخاطب یا نماینده‌ی او دریافت می‌شود. در صورتی که ابلاغ از طریق وسایل ارتباط از راه دور باشد، تاریخ ابلاغ تاریخی است که عرفاً اوراق از سوی مخاطب دریافت‌شده محسوب می‌شود.

ماده ۱۷. مواعد زمانی مذکور در این شیوه‌نامه از روز بعد از تاریخ ابلاغ شروع می‌شود. اگر روز بعد از ابلاغ در کشوری که ابلاغ در آنجا صورت می‌گیرد، تعطیل رسمی یا روز غیرکاری باشد، مهلت از اولین روز بعد از تعطیل یا آغاز کار می‌شود. تعطیلات رسمی و ایام غیرکاری داخل در مهلت، جزو مهلت محسوب می‌شود. اگر آخرین روز مهلت در کشوری که ابلاغ در آنجا صورت گرفته است، روز تعطیل یا غیرکاری باشد، مهلت در پایان اولین روز بعد از آن منقضی خواهد شد.

« فصل چهارم: نحوه‌ی رسیدگی

ماده ۱۸. چنانچه هریک از طرفین دعوا قبل از تشکیل شورای داوری، نسبت به اصل قرارداد حاوی شرط داوری یا اعتبار یا حوزه‌ی شمول آن ادعای ایراد کند، تصمیم‌گیری درباره‌ی ایراد طرح‌شده با شورای داوری خواهد بود. در صورتی که شورا ایراد را وارد تشخیص دهد، عدم امکان ادامه‌ی داوری از طرف دبیرخانه به طرفین ابلاغ می‌شود؛ و الا شورا اقدام به رسیدگی و صدور رأی می‌کند.

ماده ۱۹. عدم شرکت طرفین در جلسات داوری یا هریک از مراحل آن، مانع جریان داوری نخواهد بود. شورای داوری می‌تواند با ادامه‌ی رسیدگی بر اساس مدارک موجود مبادرت به صدور رأی کند.

ماده ۲۰. داوران مکلفاند بعد از قبول سمت، وظایف خود را مطابق مقررات این شیوه نامه انجام دهند.

ماده ۲۱. داور در صورتی از سوی یکی از طرفین، قابل رد و نامعتبر (جرح داور) است که از بستگان تا طبقه ی سوم از درجه ی سه هریک از طرفین باشد یا منفعت مستقیم در دعوای موضوع داوری داشته باشد یا رابطه ی خادم و مخدومی بین داور و یکی از طرفین دعوی باشد که در این صورت، هیئت مدیره ی مجمع داور دیگری را جایگزین می کند.

ماده ۲۲. طرفی که قصد جرح داور دارد، باید ظرف پانزده روز از تاریخ تشکیل شورای داوری یا اطلاع از هرگونه اوضاع و احوالی که سبب جرح می شود، دلایل جرح را طی لایحه ای به دبیرخانه ی مجمع اعلام کند. دبیرخانه باید بلافاصله جرح و دلایل آن را به هیئت مدیره مجمع اطلاع دهد. اتخاذ تصمیم درخصوص پذیرش یا رد ادعای جرح و جایگزینی داور برعهده ی هیئت مدیره ی مجمع است.

ماده ۲۳. تصمیم هیئت مدیره ی مجمع درخصوص انتخاب، تأیید، جرح یا تعویض داور قطعی است. هیئت مدیره ی مجمع مکلف به اعلام دلایل تصمیم خود نیست.

ماده ۲۴. هرگاه فعالیت یا همکاری یکی از داوران منتسب به مجمع به هر دلیلی خاتمه یابد، داور جانشین را هیئت مدیره ی مجمع تعیین می کند.

ماده ۲۵. رسیدگی مراجع داوری مرکز تابع مقررات این شیوه نامه و حسب مورد، قانون داوری تجاری بین المللی یا مقررات باب هفتم قانون آئین دادرسی مدنی خواهد بود. در مواردی که مقررات فوق حکمی ندارند، رسیدگی تابع قواعدی است که طرفین تعیین می کنند. چنانچه طرفین قواعدی تعیین نکرده باشند، رسیدگی تابع مقررات مدنظر شورای داوری و عرف حاکم بر موضوع داوری خواهد بود.

ماده ۲۶. شورای داوری باید در تمامی دعاوی، منصفانه و بی طرفانه عمل کند و اطمینان یابد که هریک از طرف ها از فرصت معقولی برای طرح ادعاها و دفاعیات خود برخوردار شده اند.

« فصل پنجم: تشکیل جلسه و صدور رأی

ماده ۲۷. شورای داوری می تواند پس از مشورت با طرفین جلسات شور، استماع یا

بازرسی اموال یا اسناد و مدارک را در هر محلی که خود مقتضی بداند، تشکیل دهد؛ مگر اینکه طرفین به نحو دیگری توافق کرده باشند.

تبصره ۴: با توجه به پراکندگی جغرافیایی فعالان زیست بوم ایران نوشت، شورای داوری می تواند از بستر فضای مجازی و برخط نیز برای تشکیل جلسات شورا استفاده کند.

ماده ۲۸. شورای داوری می تواند پس از بررسی لوایح کتبی و اسناد طرفین، برای استماع اظهارات شفاهی آن ها جلسه تشکیل دهد. البته در هر صورت باید اصل تناظر و حقوق برابر در دفاع برای طرفین در رسیدگی شورا رعایت شود.

ماده ۲۹. بلافاصله بعد از تکمیل پرونده، جلسه ی شورای داوری برای رسیدگی به پرونده تشکیل خواهد شد.

ماده ۳۰. شورای داوری باید حداقل ۷۲ ساعت قبل از تشکیل جلسه، از طریق دبیرخانه ی مرکز تاریخ و زمان و مکان تشکیل جلسه را با ابلاغ اختاریه به طرفین اعلام کند.

ماده ۳۱. در صورتی که یکی از طرفین در جلسه حاضر نشود، شورای داوری می تواند بدون تجدید جلسه به رسیدگی ادامه دهد.

ماده ۳۲. طرفین دعوا می توانند شخصاً یا با تعیین وکیل دادگستری در جلسه حاضر شوند. طرفین می توانند حداکثر با دو مشاور در جلسه حضور یابند.

ماده ۳۳. اداره ی جلسات با رئیس شورای داوری است. اشخاص فاقد سمت در داوری نمی توانند در جلسه حاضر شوند؛ مگر اینکه شورای داوری اجازه دهد.

ماده ۳۴. شورای داوری می تواند در صورت لزوم تحقیقاتی را که برای کشف حقیقت لازم بداند، از طرق مقتضی انجام دهد و در مواردی که نیاز به اظهار نظر فنی و کارشناسی باشد، از یک یا چند کارشناس حوزه ی تخصصی مربوط کسب نظر کند.

ماده ۳۵. رسیدگی داوری با صدور رأی نهایی یا به موجب دستور شورای داوری در موارد زیر خاتمه می یابد:

۱. استرداد دعوی توسط خواهان

۲. عدم امکان یا عدم لزوم ادامه ی رسیدگی با هر دلیلی، به تشخیص شورای داوری

۳. توافق طرفین در ختم رسیدگی

ماده‌ی ۳۶. رأی شورای داوری باید مستدل و متضمن اسباب و علل حکم باشد.

ماده‌ی ۳۷. رأی داوری باید با اکثریت آرا صادر شود؛ مگر اینکه طرفین به‌نحو دیگری توافق کرده باشند.

« فصل ششم: ابلاغ، اصلاح و تفسیر رأی

ماده‌ی ۳۸. پس از صدور رأی، دبیرخانه‌ی مرکز باید یک نسخه از آن را به طرفین ابلاغ کند.

ماده‌ی ۳۹. نسخه‌ی اصلی رأی در دبیرخانه‌ی مجمع بایگانی می‌شود. طرفین دعوا در هر زمان می‌توانند با پرداخت هزینه، نسخ اضافی از رأی را که توسط دبیرخانه‌ی مرکز تصدیق شده است، دریافت کنند.

ماده‌ی ۴۰. در داوری‌های داخلی، شورای داوری می‌تواند تا انقضای مدت داوری رأساً هرگونه سهو قلم، اشتباه در محاسبه، نگارش یا اشتباهات مشابه در رأی را اصلاح کند و نیز رأی را عنداللزوم تفسیر نماید. در داوری‌های بین‌المللی، اصلاح یا تفسیر رأی به ابتکار شورای داوری باید ظرف سی روز از تاریخ صدور رأی، به عمل آید.

ماده‌ی ۴۱. باتوجه به قدرت و صلاحیت توافقی شورای داوری، اعتراض هریک از طرفین به رأی نهایی صادرشده، صرفاً به نحوه‌ی محاسبه، درنظرنگرفتن یا جافتادن یکی از ادله یا سایر دلایل موجه امکان‌پذیر است و در غیر این صورت، اعتراض به اصل رأی، جای طرح و بحث ندارد.

ماده‌ی ۴۲. رأی اصلاحی و تفسیری باید مطابق مقررات این شیوه‌نامه به طرفین ابلاغ شود.

ماده‌ی ۴۳. رأی صادره‌ی شورای داوری توسط طرفین لازم‌الاجراست و ضمانت اجرایی آن جایگاه مجمع ایران‌نوشت است.

« فصل هفتم: هزینه‌های داوری

ماده‌ی ۴۴. هزینه‌های داوری باتوجه به اقتضائات زیست‌بوم و هزینه‌های مشاوران حقوقی به شرح ذیل است:

۱. حق‌الزحمه‌ی داوری برابر مقررات و در مهلت تعیین‌شده تا ۲۰۰ میلیون ریال

خواسته، ۳ درصد و در ازای مازاد از ۲۰۰ میلیون ریال تا ۱ میلیارد ریال، ۱ درصد و مازاد بر آن ۲۵ درصد خواسته خواهد بود؛ مگر اینکه در قرارداد دآوری ترتیب دیگری مقرر شده باشد.

۲. حق الزحمه‌ی دآوری در مواردی که خواسته مالی نیست یا تعیین قیمت ممکن نیست، در صورتی که جلسه‌ی دآوری آنلاین باشد، برای هر داور ۵۰۰ هزار ریال و در صورتی که جلسه‌ی دآوری حضوری باشد، برای هر داور ۱ میلیون و ۵۰۰ هزار ریال حق الزحمه در نظر گرفته می‌شود و چنانچه کمیت یا کیفیت کار، اقتضای حق الزحمه بیشتری داشته باشد، طبق نظر شورای دآوری تعیین می‌شود.

ماده‌ی ۴۵. خواهان باید در هنگام تقدیم درخواست دآوری، چنانچه هزینه‌ی آن طبق نظر دبیرخانه مشخص باشد بپردازد، و گرنه مبلغی را به عنوان حق الثبت طبق نظر مجمع بپردازد.

ماده‌ی ۴۶. شورای دآوری مبلغ حق الثبت درخواست دآوری را که خواهان در موقع تقدیم درخواست دآوری بابت هزینه باید تأدیه کند، تعیین خواهد کرد.

ماده‌ی ۴۷. دبیر شورای دآوری در اولین فرصت ممکن بعد از وصول درخواست دآوری، باید مجموع مبلغ هزینه‌ی دآوری را نسبت به ادعای اصلی و متقابل، به صورت مجزا تعیین کند.

ماده‌ی ۴۸. پرداخت هزینه‌های دآوری در زمان طرح دعوی توسط خواهان پرداخت می‌شود؛ مگر اینکه طرفین طور دیگری توافق کرده باشند. شورا در رأی صادره‌ی خود، میزان هزینه‌های دآوری و نحوه‌ی پرداخت آن را مشخص می‌کند و محکوم علیه را نیز به عنوان مسئول پرداخت هزینه‌های دآوری پرداختی از طرف محکوم له مشخص خواهد کرد.

تبصره ۵: چنانچه در اثنای کار دآوری، طرفین سازش کنند، تعیین میزان حق الزحمه‌ی داوران با توجه به اقدامات انجام شده، برعهده‌ی شورا خواهد بود.

ماده‌ی ۴۹. در صورتی که متقاضی از پرداخت هزینه‌ی دآوری امتناع کند، دبیر شورا می‌تواند رسیدگی را متوقف سازد. پس از توقف رسیدگی، دبیر باید مهلت ده روزه‌ای به منظور پرداخت هزینه‌ها، به متقاضی اعطا کند. عدم پرداخت هزینه در این مدت

به منزله ی استرداد دعوی اصلی یا متقابل است.

ماده ی ۵۰. هریک از طرفین دعوا می تواند به منظور جلوگیری از توقف رسیدگی، سهم طرف مقابل از هزینه ی داوری را تأدیه کند.

ماده ی ۵۱. حق الزحمه ی داوران را هیئت مدیره ی مجمع تعیین و پرداخت می کند.

ماده ی ۵۲. مواردی که در این شیوه نامه پیش بینی نشده است، بر اساس مقررات مربوط به حوزه ی داوری و عرف حاکم بر داوری داخلی و بین المللی و همچنین عرف حاکم بر صنفی که دعوی مربوط به آن است، عمل خواهد شد.

اوایل دهه ۹۰ تعدادی از تولیدکنندگان جوان با نگاهی بومی، ملی و اسلامی به نوشت افزار و محتوای آن، اقدام به ایجاد فضای گفتمانی جدید در صنعت نوشت افزار کردند و به صورت روزافزون با استقبال فعالین صنعت و خانواده‌ها روبرو شدند. این حرکت منجر به ایجاد یک هویت جمعی و مردمی با عنوان «مجمع فعالین نوشت افزار ایرانی اسلامی؛ ایران نوشت» گردید. این جریان بعد از چند سال فعالیت به یک زیست بوم کامل از مجموعه‌های تولیدی، توزیعی و خدماتی تبدیل شده است که یادگیری و رشد شبکه ای و تشکیلاتی را سیر می کند و می تواند به عنوان یک الگو در سایر صنایع و مسائل کشور بررسی شود!

