



شورای عالی پژوهش و برنامه‌ریزی

دستور العمل

بازاریابی و فروش محصولات مددجویی

دیسرخانه - اردی بهشت ماه ۱۳۹۳

بسم الله الرحمن الرحيم



شناسنامه

عنوان نشریه:	دستورالعمل بازاریابی و فروش محصولات مددجویی
سند بالادستی:	آیین نامه‌ی جامع خدمات حمایتی و توانمندسازی
کد سند آیین نامه:	۶۰۰۱
کد سند دستورالعمل:	۷۰۱۰۶۰۵
مدیر تولید:	منوچهر رزم جو
کارشناس مسئول:	عباس لکی
کارشناسان:	امیربهاد محمد پور - علیرضا رضانی - رضا مؤمن زاده - فرهاد نجف طرقي
شورای تخصصی ذی ربط:	سلامت و توانمند سازی
تاریخ انتشار:	اردی بهشت ماه ۱۳۹۳
شماره نشریه:	۵۱۲۰۲۰-۹۲
تعداد صفحه:	۱۴
شمارگان:	۴۰۰
نشانی:	تهران - بزرگراه ارتش - سوهانک - مجتمع اداری فرهنگی ولایت - شورای عالی پژوهش و برنامه‌ریزی کمیته‌ی امداد امام خمینی ^(ره)
صندوق پستی:	۷۴۷۳ - ۱۹۳۹۵
تلفن:	مستقیم: ۰۲۱ - ۲۳۹۰۳۰۳۹ - تلفکس: ۰۲۱ - ۲۲۴۸۱۵۴۹
رایانامه:	www.emdad.ir Scrp@emdad.ir

فهرست مندرجات

<u>شماره صفحه</u>	<u>عنوان</u>
۱	مقدمه
۲	ماده ۱ - مبانی قانونی و حقوقی
۲	ماده ۲ - تعاریف و اصطلاحات
۵	ماده ۳ - اهداف
۵	ماده ۴ - دامنه‌ی کاربرد (گستره‌ی فراگیری)
۵	ماده ۵ - مسئولیت‌ها
۶	ماده ۶ - پایش و ارزیابی
۶	ماده ۷ - منابع و تجهیزات مورد نیاز
۷	ماده ۸ - نیازسنجی
۷	ماده ۹ -
۸	ماده ۱۰ -
۸	ماده ۱۱ -
۹	ماده ۱۲ -
۹	ماده ۱۳ -
۹	ماده ۱۴ -
۹	ماده ۱۵ -
۱۰	ماده ۱۶ - سامان دهی محصولات
۱۱	ماده ۱۷ -
۱۱	ماده ۱۸ -
۱۲	ماده ۱۹ -
۱۲	ماده ۲۰ -
۱۲	ماده ۲۱ - ارتباطات و تعاملات
۱۳	ماده ۲۲ - انطباق با نرم افزار

مقدمه

با گسترش برنامه‌ی ایجاد فرصت‌های شغلی جدید برای مددجویان تحت حمایت از طریق اجرای طرح‌های اشتغال و خودکفایی و افزایش تولیدات متنوع در این بخش، کمک در بازاریابی و فروش محصولات مددجویان امری ضروری به نظر می‌رسید به طوری که اگر واحدهای تولید کالا و خدمات، در عرضه محصولات خود با مشکل مواجه گردند، بسیاری از واحدهای مذکور با رکود و تعطیلی رو به رو خواهند گشت.

در همین راستا و با توجه به شرایط خاص مجریان طرح‌های اشتغال و خودکفایی، کمیته‌ی امداد امام خمینی (ره) کمک به امر بازاریابی و فروش محصولات تولیدی مددجویان را در برنامه‌های جاری خود قرار داده است. در این دستورالعمل سعی گردیده با پیش‌بینی و پیاده‌سازی یک نظام هدفمند، منسجم و مستمر، فرآیندها و سازوکارهای لازم برای عملیاتی شدن برنامه‌های بازاریابی و فروش محصولات تولیدی مددجویان با تعامل حوزه‌های ذی‌ربط در امداد و مرکز خدمات تولیدی و بازرگانی امداد امام (ره) میسر گردد.

فصل اول: کلیات

ماده ۱- مبانی قانونی و حقوقی

- الف) بندهای ۶ و ۱۱ سیاست های کلی اشتغال ابلاغی مقام معظم رهبری (دام عزه).
- ب) بندهای ۴، ۵ و ۸ سیاست های کلی تولید ملی، حمایت از کار و سرمایه ی ایرانی.
- ج) مواد ۸۰ و ۱۹۴ قانون برنامه ی پنج ساله ی پنجم توسعه ی کشور.
- د) قانون تجارت الکترونیک.
- ه) بند "ج" ماده ی ۶ اساسنامه ی کمیته امداد امام (ره).
- و) فراز چهارم سند چشم انداز ۲۰ ساله ی کمیته ی امداد امام خمینی (ره) در افق ۱۴۰۴ هجری شمسی.
- ز) ماده ی ۱۶ برنامه ی راهبردی پنج ساله ی پنجم امداد امام (ره).
- ح) آیین نامه ی مصوب مرکز خدمات تولیدی و بازرگانی امداد امام (ره).
- ط) آیین نامه ی جامع خدمات حمایتی و توانمندسازی.

ماده ۲- تعاریف و اصطلاحات

- ۱- **مددجو:** مددجو به فردی گفته می شود که از یک یا چند خدمت امداد به صورت متوالی یا متناوب و یا صرفاً در یک مقطع خاص برخوردار شده باشد.
- ۲- **خانوار:** از افرادی تشکیل می شود که با هم در یک اقامتگاه زندگی می کنند و با یکدیگر هم خرج هستند و معمولاً با هم غذا می خورند و لازم نیست اعضای یک

خانوار با یکدیگر رابطه‌ی خویشاوندی نسبی داشته باشند و افرادی که به تنهایی نیز زندگی می‌کنند خانوار یک نفره تلقی می‌شوند.

۳- طرح های اشتغال و خودکفایی: فعالیت‌های تولیدی و یا خدماتی است که با شرایط و ضوابط مشخص به صورت انفرادی، خانوادگی و تجمعی برای ایجاد یا توسعه اشتغال و خودکفایی مددجویان اجرا می‌گردد.

۴- مجری طرح: فردی است که وام اشتغال دریافت نموده و موظف به اجرای طرح اشتغال و پرداخت اقساط وام دریافتی می‌باشد مجری می‌تواند سرپرست یا یکی از اعضای خانوار باشد.

۵- تولید: جریان تبدیل مواد اولیه یا نهاده‌ها به محصول گفته می‌شود.

۶- محصول: وسیله‌ی تأمین نیازها و خواسته‌های بشر است و شامل تولیدات (ملموس و مشهود) خدمات (غیر ملموس ولی مشهود) و طرح و ایده (غیر ملموس و غیر مشهود) می‌باشد.

۷- نمایشگاه و فروشگاه: به مکان‌های دائمی و موقت عرضه‌ی محصولات مجریان طرح‌های اشتغال اطلاق می‌گردد که در سطح منطقه، استان، کشور و خارج از کشور با مدیریت مرکز خدمات تولیدی و بازرگانی امداد امام (ره) برپا می‌شود.

۸- خودکفایی مددجویان: بوجود آوردن شرایطی است که مجری بتواند حداقل نیازهای خود و افراد تحت تکفل خویش را تأمین نموده و از یک زندگی عادی برخوردار باشد.

۹- بازاریابی: به فرآیندی اطلاق می‌گردد که با انجام آن نیاز مشتریان، شناسایی و تأمین می‌گردد.

۱۰- **فروش:** تبادل یک کالا یا خدمتی را به ازای دریافت وجه نقد یا هر چیز ارزشمند دیگر فروش گویند.

۱۱- **خوشه‌های کسب و کار:** مجموعه‌یی از واحدهای کسب و کار متمرکز در یک منطقه‌ی جغرافیایی که دامنه‌یی از محصولات یا خدمات مشخصی را تولید می‌کنند و دارای اهداف، فرصت‌ها و تهدیدات مشترکی می‌باشند.

۱۲- **نشان تجاری (برند):** نشان تجاری به‌مشخصه‌ی محصولات بنگاه‌های اقتصادی گفته می‌شود.

۱۳- **بازار:** به مکان فیزیکی یا فضای مجازی اطلاق می‌گردد که در آن خریداران و فروشندگان اعم از اشخاص حقیقی یا حقوقی نسبت به خرید و فروش یا مبادله‌ی کالا و خدمات اقدام می‌نمایند.

۱۴- **بازار یابی:** به فرآیندی اطلاق می‌گردد که با انجام آن نیاز مشتریان شناسایی و تأمین می‌گردد.

۱۵- **فروش:** تبادل یک کالا یا خدمت را به ازای دریافت وجه نقد یا هر چیز با ارزش دیگر فروش نامند.

۱۶- **مشتری مداری:** درک، اندازه‌گیری و برآورده کردن نیازهای مشتری در جهت کسب رضایت ایشان.

۱۷- **شبکه‌های تولیدی و خدماتی:** مجموعه واحدهای کسب و کار متمرکز در یک مکان جغرافیایی که افراد در قالب طرح‌های خوداشتغالی، تجمعی (شرکتی یا تعاونی) و طرح‌های زنجیره‌یی و خوشه‌یی به ارائه‌ی خدمات یا تولید کالا می‌پردازد.

۱۸- شبکه‌های توزیعی: به افراد حقیقی یا حقوقی اطلاق می‌گردد که کالا یا خدمات را در زمان و مکان مناسب در اختیار مشتریان قرار می‌دهد.

۱۹- کارآفرین: به فردی اطلاق می‌گردد که با هدف اشتغال‌زایی و درآمدزایی و استفاده از خلاقیت و نوآوری همراه با ریسک‌پذیری و صرف‌هزینه‌اقدام به تولید کالا و خدمات می‌نماید.

۲۰- تجارت الکترونیک: به هرگونه معامله‌ی اطلاق می‌گردد که در آن خرید و فروش کالا و خدمات از طریق فضای مجازی و به صورت برخط (On line) صورت پذیرد

ماده‌ی ۳- اهداف

- ۱- سامان‌دهی امور مرتبط با بازاریابی و فروش محصولات تولیدی مددجویان (کالا).
- ۲- کمک به پایدارسازی طرح‌های اشتغال و خودکفایی اجراء شده.
- ۳- کمک به ارتقای سطح درآمدی مجریان طرح‌های اشتغال و خودکفایی و تسریع در خوداتکایی و خروج آن‌ها از پوشش حمایت‌های مستقیم امداد.

ماده‌ی ۴- دامنه‌ی کاربرد (گستره‌ی فراگیری)

الف) بعد جمعیتی: کلیه‌ی مددجویان مورد حمایت

ب) بعد سازمانی:

- ۱- مرکز خدمات تولیدی و بازرگانی امداد امام (ره) و واحدهای تابعه.
- ۲- حوزه‌های ذی‌ربط امداد در ستاد مرکزی، ادارات کل استان‌ها و مدیریت شهرستان‌ها.

ماده‌ی ۵- مسؤولیت‌ها (ذی‌نفعان)

الف) برنامه‌ریزی و اجراء:

مسؤولیت امور برنامه‌ریزی و اجراء این دستورالعمل متناسب با وظایف و اختیارات بر عهده‌ی مرکز خدمات تولیدی و بازرگانی امداد امام (ره) و حوزه‌ی معاونت اشتغال و خودکفایی می‌باشد.

(ب) نظارت :

- ۱- نظارت تخصصی: برعهده‌ی حوزه‌ی معاونت اشتغال و خودکفایی و مرکز خدمات تولیدی و بازرگانی امداد امام(ره) می‌باشد.
- ۲- نظارت برنامه‌ی: برعهده‌ی مرکز برنامه‌ریزی و فناوری اطلاعات می‌باشد.
- ۳- نظارت عمومی: برعهده‌ی حوزه‌ی نظارت و رسیدگی به شکایات می‌باشد.

ماده‌ی ۶- پایش و ارزیابی

الف) پایش: پایش این دستورالعمل بر اساس شاخص‌هایی که به صورت مشترک توسط معاونت اشتغال و خودکفایی، مرکز برنامه‌ریزی و فناوری اطلاعات و مرکز خدمات تولیدی و بازرگانی امداد امام(ره) حداکثر سه ماه پس از ابلاغ این دستورالعمل تعیین می‌گردد، خواهد بود.

ب) ارزیابی: ارزیابی این دستورالعمل متناسب با شاخص‌های تعیین شده در دستورالعمل مدیریت عملکرد واحدهای سازمانی (ارزیابی عملکرد و سنجش بهره‌وری) انجام می‌پذیرد.

ماده‌ی ۷- منابع و تجهیزات

۱- منابع مالی:

اعتبار مورد نیاز این دستورالعمل از محل بودجه‌ی مصوب سالانه‌ی مرکز خدمات تولیدی و بازرگانی امداد امام(ره) تأمین و پرداخت می‌گردد.

۲- نیروی انسانی:

نیروی انسانی مورد نیاز اجرای این دستورالعمل مطابق ضوابط و مقررات جاری مرکز خدمات تولیدی و بازرگانی امداد امام(ره) به طریق مقتضی تأمین می‌گردد.

فصل دوم: فرآیندها و فعالیت های اجرایی

بخش اول: برنامه ریزی جهت بهره گیری از ظرفیت های بازار

ماده ۸- نیاز سنجی:

مرکز خدمات تولیدی و بازرگانی امداد امام (ره) موظف است به منظور برنامه ریزی جهت بهره گیری از ظرفیت های بازار در سطوح محلی، استانی، ملی و بین المللی، نسبت به موارد ذیل اقدام و نتایج حاصله را به حوزه ی معاونت اشتغال و خودکفایی اعلام نماید:

۱- شناسایی فرصت های جدید بازار کالا و خدمات در سطوح محلی، استانی، ملی و بین المللی.

۲- شناسایی بنگاه های بالا دستی، خوشه ها و شبکه های کسب و کار موفق.

۳- شناسایی ظرفیت های دستگاه های اجرایی و بخش های غیر دولتی در امر بازاریابی و فروش.

۴- شناسایی کارآفرینان مورد وثوق به منظور اعمال مدیریت پیوند بنگاه های بالادستی و پایین دستی و ایجاد خوشه های تولیدی.

تبصره: انجام امور فوق از طریق تنظیم قراردادهای لازم با تشکل های رسمی از قبیل اطاق های بازرگانی، تعاونی ها، شوراهای اصناف، اتحادیه ها، انجمن ها و سایر مؤسسات غیر دولتی به منظور همکاری در شناسایی و معرفی بازارهای مصرف تولیدات مجریان طرح های اشتغال و خودکفایی بلامانع است.

ماده ۹- مرکز خدمات تولیدی و بازرگانی امداد امام (ره) موظف است به منظور هدایت

مجریان طرح های اشتغال و خودکفایی به سمت تولید محصولات براساس

بازاریابی های انجام شده، اطلاعات مربوط به نوع و چگونگی محصولات مورد نیاز بازار را به صورت دوره‌یی (حداکثر یک ساله) و به تفکیک واحد تقسیمات کشوری به حوزه‌ی معاونت اشتغال و خودکفایی اعلام نماید.

ماده‌ی ۱۰- حوزه‌ی معاونت اشتغال و خودکفایی موظف است به منظور برنامه‌ریزی‌های لازم در امر بازاریابی و فروش محصولات مجریان، بانک اطلاعاتی الکترونیکی کامل و اطلس جغرافیایی از طرح‌های اشتغال و خودکفایی اجراء شده و در حال اجراء را به تفکیک نوع و میزان تولیدات، تهیه و در اختیار مرکز خدمات تولیدی و بازرگانی امداد امام (ره) قرار داده و به طور مستمر به هنگام نماید.

ماده‌ی ۱۱- حوزه‌ی معاونت اشتغال و خودکفایی موظف است به منظور آشنایی مجریان طرح‌های اشتغال‌زا با فعالیت بازاریابی و فروش، نسبت به آموزش این افراد به طریقی که منجر به موارد ذیل گردد اقدام نماید:

۱- ارتقای کیفی و ایجاد ارزش افزوده محصولات نظیر بسته بندی، درجه بندی، فرآوری، نشان سازی (برند) و ... با بهره‌گیری از فن‌آوری‌های نوین.

۲- بهره‌مندی مجریان طرح‌ها از ظرفیت‌های تجارت الکترونیک.

۳- اتخاذ تدابیر لازم مبنی بر پیش‌گیری از خسارت‌های ناشی از عدم فروش محصولات در زمان تولید و خسارت‌های ناشی از حوادث.

۴- نحوه‌ی حضور و فعالیت مجریان واجد شرایط در مجامع تصمیم‌گیری نظیر صنوف و اتحادیه‌ها.

ماده‌ی ۱۲- مرکز خدمات تولیدی و بازرگانی امداد امام (ره) موظف است نسبت به ایجاد ،

توسعه و بهره‌گیری از شبکه‌های توزیعی محصولات مجریان طرح‌های اشتغال

براساس نیاز بازارهای داخلی و خارجی اقدام نماید.

تبصره: معاونت اشتغال و خودکفایی موظف به ایجاد و توسعه شبکه‌های تولیدی و

خدماتی مبتنی بر اعلام نیاز بازارهای داخلی و خارجی از سوی مرکز

خدمات تولیدی و بازرگانی امداد امام (ره) می‌باشد.

ماده‌ی ۱۳- مرکز خدمات تولیدی و بازرگانی امداد امام (ره) موظف است به منظور افزایش

سهم بازار برای محصولات مجریان، نسبت به استفاده از راهکارهای تبلیغی با

استفاده از فناوری‌های نوین به طریق مقتضی با هماهنگی واحدهای ذی‌ربط اقدام

نماید.

ماده‌ی ۱۴- معاونت اشتغال و خودکفایی موظف است محصولات مجریان را به روش‌های

تشکیل خوشه و پیوند خوشه‌ها و بنگاه‌های پایین دستی و بالا دستی با استفاده از

توان مدیریتی کارآفرینان مورد وثوق سامان‌دهی نماید.

بخش دوم : خرید و عرضه‌ی محصولات

ماده‌ی ۱۵- مرکز خدمات تولیدی و بازرگانی امداد امام (ره) موظف است با اطلاع حوزه‌ی

معاونت اشتغال و خودکفایی طبق ضوابط و مقررات داخلی آن مرکز به یکی از

طرق ذیل جهت خرید محصولات اقدام نماید:

۱- ارایه سفارش تولید بر اساس نیاز بازار و خرید تضمینی محصول.

۲- خریدهای توافقی براساس قیمت گذاری انجام شده توسط مرکز خدمات تولیدی و بازرگانی امداد امام(ره) و موافقت تولید کننده.

۳- خرید تولیدات در قالب مشارکت با مجری طرح (تأمین مواد اولیه و تجهیزات از طریق مرکز خدمات تولیدی و بازرگانی و انجام کار توسط مجری طرح).

تبصره ۱: خرید محصولات با اولویت مجریانی است که از تسهیلات اشتغال و خودکفایی استفاده نموده‌اند و یا قادر به بازاریابی نمی‌باشند.

تبصره ۲: مرکز خدمات تولیدی و بازرگانی امداد امام(ره) می‌تواند به منظور تأمین نیازهای خود نسبت به خرید تولیدات سایر اقشار آسیب پذیر و سایر تولید کنندگان نیز اقدام نمایند.

ماده ۱۶ - سامان دهی محصولات

۱- مرکز خدمات تولیدی و بازرگانی امداد موظف است رعایت ضوابط ، تأمین خواسته‌ها و سلايق مشتریان را به معاونت اشتغال و خودکفایی اعلام و در جهت آموزش و توجیه مجریان و یا توسعه فعالیت‌های مورد نیاز بازار نظیر بسته بندی ، درجه بندی ، فرآوری ، نشان سازی (برند) و ... با معاونت مذکور همکاری نماید.

۲- سامان دهی محصولات مجریان به روش‌های تشکیل خوشه و پیوند خوشه‌ها و بنگاه‌های پایین دستی و بالا دستی با استفاده از توان مدیریتی کارآفرینان مورد وثوق به عهده‌ی معاونت اشتغال و خودکفایی می‌باشد.

ماده‌ی ۱۷ - مرکز خدمات تولیدی و بازرگانی امداد امام (ره) موظف است به یکی از طرق

ذیل جهت عرضه و فروش محصولات اقدام نماید:

۱- فروش از طریق مراکز بازرگانی امداد امام (ره) (فروشگاه‌های اختصاصی امداد).

۲- از طریق نمایشگاه‌های عرضه محصولات (نمایشگاه‌های داخلی و خارجی).

۳- فروش از طریق برپایی بازارچه‌های فصلی و موقت به صورت محلی، استانی و ملی.

۴- فروش از طریق نمایندگی‌ها در صورت تأیید هیأت عامل مرکز خدمات تولیدی و

بازرگانی امداد امام (ره) مبنی بر اعطای نمایندگی به برخی از مؤسسات و صنوف

معتبر.

۵- بهره‌گیری از فضای مجازی و استفاده از فناوری‌های نوین در اموری نظیر دریافت

سفارشات و فروش تولیدات به صورت «برخط» (Online).

تبصره‌ی ۱: قیمت‌گذاری و نحوه‌ی فروش محصولات خریداری شده توسط مرکز

خدمات تولیدی و بازرگانی تابع ضوابط و مقررات داخلی این مرکز

می‌باشد.

تبصره‌ی ۲: حوزه‌ی اشتغال و خودکفایی و سایر حوزه‌های امداد امام (ره) متناسب با

سطح برپایی بازارچه‌ها، فروشگاه‌ها و نمایشگاه‌های عرضه‌ی محصولات

مجریان طرح‌های تولیدی و خدماتی موظف به همکاری با مرکز خدمات

تولیدی و بازرگانی امداد می‌باشند.

ماده‌ی ۱۸ - مرکز خدمات تولیدی و بازرگانی امداد امام (ره) موظف است تقویم سالیانه‌ی

برپایی نمایشگاه‌های تخصصی داخلی و خارجی، فروشگاه‌ها و بازارچه‌های

فصلی، موقت و دائمی به صورت محلی، استانی و ملی را با اطلاع حوزه‌ی

اشتغال و خودکفایی تدوین و از طریق حوزه‌ی مزبور اطلاع‌رسانی نماید.

ماده ۱۹- مرکز خدمات تولیدی و بازرگانی امداد موظف است طی تعامل با مرکز برنامه ریزی و فن آوری اطلاعات در راستای ایجاد ساز و کارهای لازم برای بازاریابی و فروش محصولات تولیدی مجریان از طریق فضای مجازی اقدام نماید.

ماده ۲۰- مرکز خدمات تولیدی و بازرگانی امداد امام(ره) موظف است به منظور بهره‌مندی از تسهیلات و تخفیفات گمرکی برای صدور تولیدات مجریان طرح‌های اشتغال به بازارهای هدف و حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی اقدامات لازم را به عمل آورد.

تبصره: مرکز خدمات تولیدی و بازرگانی امداد امام(ره) موظف است ضمن اطلاع رسانی ضوابط و مقررات امور گمرکی به حوزه‌ی اشتغال و خودکفایی مرکز، در صورت نیاز به مساعدت در امر صادرات توسط مجریان طرح‌های اشتغال و خودکفایی همکاری لازم را با آنان به عمل آورد.

ماده ۲۱- ارتباطات و تعاملات

الف) ارتباطات:

این دستورالعمل زیر مجموعه آیین‌نامه‌ی مرکز خدمات تولیدی و بازرگانی و آیین‌نامه‌ی جامع خدمات حمایتی و توانمندسازی امداد بوده و با سایر دستورالعمل‌های حوزه‌ی اشتغال و خودکفایی و دستورالعمل‌های مرکز خدمات تولیدی و بازرگانی امداد امام(ره) در ارتباط می‌باشد.

ب) تعاملات:

۱- درون سازمانی:

۱-۱- حوزه‌های ذی‌ربط امداد از جهت اجرای دستورالعمل، ارایه‌ی خدمات حمایتی و پشتیبانی و تعامل با سایر حوزه‌ها.

۱-۲- معاونت هماهنگی امور بین الملل و تعامل همکاری با سایر حوزه ها از جهت برگزاری نمایشگاه ها و فروشگاه های خارج از کشور.

۱-۳- مرکز برنامه ریزی و فناوری اطلاعات: از جهت پشتیبانی فنی و تأمین تجهیزات سخت افزاری و نرم افزاری و پیش بینی اعتبارات لازم در بودجه‌ی سالانه امداد.

۲- برون سازمانی:

۲-۱- اشخاص حقیقی و حقوقی که در امر بازاریابی و فروش تولیدات مجریان و تشکیل خوشه و پیوند با بنگاه‌های بالادستی و پایین دستی با مرکز خدمات تولیدی و بازرگانی امداد امام (ره) و حوزه‌ی اشتغال و خودکفایی همکاری می نمایند.

۲-۲- وزارت صنعت، معدن و تجارت- گمرک جمهوری اسلامی ایران- اتاق اصناف و امور نمایشگاهها.

ماده‌ی ۲۲- انطباق با نرم افزار

فرآیند اجرایی و فرم‌های مربوطه که متعاقباً با همکاری و مشارکت معاونت اشتغال و خودکفایی و مرکز خدمات تولیدی و بازرگانی امداد امام (ره) و با هماهنگی مرکز برنامه ریزی و فناوری اطلاعات تدوین و ابلاغ می گردد تابع زیر سیستم اشتغال بوده و مطابق رویه های پیش بینی شده در نرم افزار اقدام خواهد شد.

این دستورالعمل در ۲۲ ماده و ۷ تبصره تنظیم گردیده و در تاریخ ۱۳۹۳/۲/۳۰ به تأیید

سرپرست امداد امام^(ره) رسیده و کلیه ضوابط و مقررات قبلی مرتبط با این دستورالعمل کأن

لم یکن تلقی گردیده و از تاریخ ابلاغ، لازم الاجراء می باشد.

سیاست های کلی تولید ملی، حمایت از کار و سرمایه ی ایرانی

(ابلاغی از سوی مقام معظم رهبری)

تکمیل زنجیره ی تولید از مواد خام تا محصولات نهایی با رعایت اصل رقابت پذیری و فاصله گرفتن از خام

فروشی در بازه ی زمانی معین.

(بند ۵)