



اتحاد بازرگانی و صنایع و معادن و کشاورزی ایران

رتبه‌بندی کارت‌های بازرگانی

مبانی نظری مدل رتبه‌بندی

کارت‌های بازرگانی

تهیه‌کننده:

فرشید شکر خدایی - حسن فروزان فرد - ایمان آزمون

بهار ۱۳۹۱

پیشگفتار:

این مستند شامل سه بخش می باشد. بخش اول شمای کلی مدل رتبه بندی شامل معیارهای اصلی، زیر معیارها، اجزاء، نحوه امتیازدهی و سایر اطلاعات تفصیلی می باشد. به منظور شفافیت هر چه بیشتر و آگاهی کامل متقاضیان و تمامی ذینفعان از مدل رتبه بندی کارت های بازرگانی، ویرایش نهایی که بیست و یکمین ویرایش این مدل می باشد، ارائه شده است.

بخش دوم شامل تاریخچه کوتاهی از اقدامات صورت گرفته در رتبه بندی کارت های بازرگانی و مبانی نظری مدل رتبه بندی می باشد.

در بخش سوم نیز دستورالعمل پیشنهادی رتبه بندی اشخاص حقیقی، حقوقی و شرکت های تعاونی موضوع تبصره (۲) ذیل بند (۳) ماده (۱۰) آیین نامه اجرایی قانون مقررات واردات و صادرات ارائه شده است.

بخش اول: مدل رتبه بندی کارت های بازرگانی

الف. اطلاعات کلی شرکت:

مشخصات مربوط به شرکت			
نام شرکت		تاریخ تاسیس	
نوع شرکت		شماره اقتصادی	
عنوان فعالیت		شماره و تاریخ کارت بازرگانی	
نوع فعالیت		تاریخ پذیرش در بورس	
شناسه ملی		میزان سرمایه	
اطلاعات تماس			
آدرس			
تلفن		پایگاه اینترنتی	
فکس		پست الکترونیکی	

ب. اطلاعات اعضای هیات مدیره

اسامی اعضای هیات مدیره				
ردیف	نام و نام خانوادگی	تاریخ تولد	میزان تحصیلات	کد ملی
۱				
۲				
۳				
۴				
۵				
۶				
۷				

۱. حوزه مدیریتی

حوزه	معیار اصلی	معیار	مستند مورد نظر	درصد وزنی	نمره شاخص (ضریب امتیازی)						امتیاز					
مدیریتی	پیشینه	سابقه تاسیس	اظهاری نامه	۴	-----						تا ۲ سال	۳ تا ۵ سال	۶ تا ۸ سال	۸ تا ۱۰ سال	۱۰ سال بیشتر	۴۰۰
		عضویت در بورس	اظهاری نامه	۱	ندارد						دارد					۱۰۰
		سهامی عام	اظهاری نامه	۱	نمی باشد						می باشد.					۱۰۰
		سابقه داشتن کارت بازرگانی	اظهاری نامه	۴	-----						۳سال	۴ سال	۵ و ۶ سال	۷ و ۸ سال	۸ سال به بالا	۴۰۰
	توانمندی مدیران	سابقه فعالیت های تجربی	رزومه اعضای هیئت مدیره	۲	کمتر از ۳ سال						۴ تا ۸ سال	۸ تا ۱۲ سال	۱۲ تا ۱۶ سال	۱۶ تا ۲۰ سال	بیش از ۲۰ سال	۲۰۰
		میزان تحصیلات	رزومه اعضای هیئت مدیره	۲	زیر دیپلم						دیپلم	کاردانی	کارشناسی	کارشناسی ارشد	دکتر	۲۰۰
	سابقه اعتباری	مبلغ چک برگشتی	استعلام چک برگشتی	۳	بیش از ۱۰۰۰۰۰۰۰۰۰						از ۵۰ تا ۱۰۰ میلیون ریال	از ۲۵ تا ۵۰ میلیون ریال	از ۱۰ تا ۲۵ میلیون ریال	کمتر از ۱۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال	چک برگشتی نداشته	۳۰۰
		سابقه اعتبارات دریافتی	استعلام وضعیت اعتبارات دریافتی	۳	نزدیک به صفر						کمتر از ۵ میلیارد ریال	از ۵ تا ۱۰ میلیارد ریال	از ده تا پانزده میلیارد ریال	از پانزده تا بیست میلیارد ریال	بیش از بیست میلیارد ریال	۳۰۰
		وضعیت مقاصد حساب مالیاتی	رسید تسویه حساب از مالیات	۲	ندارد						دارد					۲۰۰
		گواهینامه ها و تاییدیه ها	گواهینامه ها و تایید صلاحیت های معتبر	گواهینامه ها و تاییدیه ها	۵	بسیار ضعیف						ضعیف	متوسط	خوب	بسیار خوب	عالی
	برنامه های آتی	گزارش برنامه های آتی بنگاه	برنامه استراتژیک	۴	عدم ارائه گزارش						سرفصل برنامه ها	بودجه ریزی	ماتریس SWOT	ماتریس SWOT کامل	برنامه ریزی استراتژیک کامل	۴۰۰
		جمع				۳۱										

*در توانمندی مدیران تعداد و تنوع اعضای هیات مدیره نیز بررسی می گردد. (رجوع شود به مبانی نظری مدل)

**گواهینامه ها و تایید صلاحیت های معتبر امتیازآور به صورت کامل در مبانی نظری مدل تشریح شده است.

۲.۱. تحلیل ارزش افزوده

بررسی رشد			بررسی روند			
۸۹	۸۸	۸۷	۸۹	۸۸	۸۷	بررسی ارزش افزوده متقاضي
۱۸۶.۴۰	۱۱۸.۱۳	۱۰۰.۰۰	۱۰۸,۲۸۰,۴۹۲,۴۲۳.۰۰	۶۸,۶۲۱,۶۹۲,۳۰۰.۰۰	۵۸,۰۹۱,۵۵۴,۹۵۸.۰۰	مقدار جاری ارزش افزوده
۱۲۶.۵۴	۱۰۴.۸۳	۱۰۰.۰۰	۵۹,۰۰۳,۴۳۷,۲۷۵.۰۰	۴۸,۸۸۱,۱۷۳,۸۷۵.۰۰	۴۶,۶۲۸,۱۷۹,۲۲۲.۰۰	مقدار ثابت ارزش افزوده
۱۶۹.۴۳	۱۱۵.۱۵	۱۰۰.۰۰	۱۳۰,۷۲۵,۲۵۸,۶۵۲.۰۰	۸۸۸۴۳۰۴۶۷۱۷	۷۷,۱۵۷,۴۹۰,۰۸۰.۰۰	مقدار جاری ارزش ستانده
۱۱۴.۷۳	۱۰۱.۷۲	۱۰۰.۰۰	۷۰,۸۱۵,۴۱۶,۳۸۸.۰۰	۶۲,۷۸۶,۶۰۵,۴۵۴.۰۰	۶۱,۷۲۵,۹۹۲,۰۶۴.۰۰	مقدار ثابت ارزش ستانده
۱۱۷.۷۲	۱۰۶.۰۶	۱۰۰.۰۰	۲۲,۴۴۴,۷۶۶,۲۲۹.۰۰	۲۰,۲۲۱,۳۵۴,۴۱۷.۰۰	۱۹,۰۶۵,۹۳۵,۱۲۲.۰۰	مقدار جاری مصارف واسطه
۷۸.۲۴	۹۲.۱۰	۱۰۰.۰۰	۱۱,۸۱۱,۹۷۹,۱۱۳.۰۰	۱۳,۹۰۵,۴۳۱,۵۷۹.۰۰	۱۵,۰۹۷,۸۱۲,۸۴۲.۰۰	مقدار ثابت مصارف واسطه
بررسی رشد			بررسی روند			مقایسه با میانگین صنعت
۱۴۲.۵۶	۱۱۴.۷۴	۱۰۰.۰۰	۳۰۱,۵۷۰,۱۹۶,۱۹۴.۰۰	۲۴۲,۷۲۳,۰۸۰,۳۴۶.۰۰	۲۱۱,۵۴۲,۴۳۵,۹۹۹.۰۰	مقدار جاری ارزش افزوده
۱۲۲.۷۱	۱۱۵.۳۰	۱۰۰.۰۰	۱۴۰,۷۹۹,۶۰۹,۰۷۸.۰۰	۱۳۲,۲۹۶,۳۸۶,۵۶۵.۰۰	۱۱۴,۷۴۵,۳۲۸,۹۸۲.۰۰	مقدار ثابت ارزش افزوده
۱۳۴.۳۰	۱۱۴.۱۵	۱۰۰.۰۰	۵۵۲,۵۷۴,۸۷۰,۹۴۵.۰۰	۴۶۹,۶۷۲,۹۷۳,۹۳۶.۰۰	۴۱۱,۴۴۰,۷۴۷,۳۳۴.۰۰	مقدار جاری ارزش ستانده
۱۱۵.۶۹	۱۱۴.۸۸	۱۰۰.۰۰	۲۵۷,۸۹۸,۴۶۱,۹۹۸.۰۰	۲۵۶,۰۸۱,۸۲۱,۳۹۱.۰۰	۲۲۲,۹۱۸,۰۱۵,۴۹۴.۰۰	مقدار ثابت ارزش ستانده
۱۲۵.۶۸	۱۰۹.۸۰	۱۰۰.۰۰	۲۵۱,۲۹۵,۴۶۷,۸۵۵.۰۰	۲۱۹,۵۳۸,۵۱۷,۶۲۱.۰۰	۱۹۹,۹۴۹,۵۰۱,۶۸۰.۰۰	مقدار جاری مصارف واسطه
۱۰۸.۳۵	۱۱۰.۶۷	۱۰۰.۰۰	۱۱۷,۲۳۴,۸۰۱,۰۷۵.۰۰	۱۱۹,۷۴۳,۲۹۱,۱۲۹.۰۰	۱۰۸,۲۰۰,۴۱۶,۹۲۷.۰۰	مقدار ثابت مصارف واسطه
میانگین صنعت			بررسی روند			بررسی اجزای ارزش افزوده (درصد)
۲۸.۵	۲۶.۴۳	۲۴.۸۹	۲۲.۷۱	۲۲.۱۷	۳۰.۸۶	درصد سهم جبران خدمات در ارزش افزوده
۴۷.۹۳	۴۶.۱۸	۵۱.۱۵	۵۱.۴۷	۵۱.۱۴	۴۲.۰۷	درصد سهم سود در ارزش افزوده
۲.۱۲	۱.۹۷	۲.۴۳	۱.۴	۱.۴	۱.۲۲	درصد سهم هزینه تسهیلات اعتباری در ارزش افزوده
۱۰.۶۷	۱۳.۴۶	۹.۳۲	۱۱.۸۴	۱۳.۳۸	۱۶.۴۴	درصد سهم هزینه سرمایه در ارزش افزوده
۱۰.۷۸	۱۱.۹۶	۱۲.۲۱	۱۲.۵۸	۱۱.۹۱	۹.۴۱	درصد سهم مالیات در ارزش افزوده

* تمامی اعداد فوق با میانگین های صنعت مربوطه مقایسه می گردد.

۳. حوزه اجتماعی، حقوقی

حوزه	معیار اصلی	معیار	مستند مورد نظر	درصد وزنی	نمره شاخص (ضریب امتیازی)				امتیاز			
اجتماعی و حقوقی	عضویت در تشکل ها و انجمن های صنفی	عضویت در تشکل ها	گواهی مربوطه	۳	ندارد	عضویت در ۱ تشکل	عضویت در ۲ تشکل	بیشتر	۳۰۰			
		عضویت در هیات رئیسه تشکل ها	گواهی مربوطه	۱	ندارد			دارد	۱۰۰			
	حضور فعال در اتاق های بازرگانی	عضویت در اتاق های مشترک	گواهی مربوطه	۱	ندارد	عضویت در ۱ اتاق	عضویت در ۲ اتاق	بیشتر	۱۰۰			
		عضویت در هیات نمایندگان اتاق	گواهی مربوطه	۱	ندارد			دارد	۱۰۰			
		عضویت در تشکل ها و کمیسیون های تخصصی اتاق	گواهی مربوطه	۱	ندارد			دارد	۱۰۰			
								۱				
		عضویت در هیات رئیسه اتاق	گواهی مربوطه	۱	ندارد			دارد	۱۰۰			
								۱				
	اشتغال زایی	اشتغال زایی	لیست بیمه کارکنان (تامین اجتماعی)	۲	زیر ۱۰۰ نفر	بین ۱۰۰ تا ۲۵۰	بین ۲۵۰ تا ۴۰۰ نفر	بین ۴۰۰ تا ۷۰۰ نفر	بین ۷۰۰ تا ۱۰۰۰ نفر	بالای ۱۰۰۰ نفر	۲۰۰	
		مقایسه روند اشتغال زایی و شاخص های بهره وری	صورت مالی	۲	کاهش-کاهش	تغییر مثبت - ثابت	ثابت - تغییر مثبت	افزایش-کاهش	کاهش-افزایش	افزایش-افزایش	۲۰۰	
	وضعیت دعاوی	گزارش شکایت مطروحه و دعاوی حقوقی	گزارش وضعیت دعاوی	۵	دعاوی متعدد	علیه و مغلوب	علیه و پیروز	له و مغلوب	له و پیروز	بدون دعاوی	۵۰۰	
	فعالیت های اجتماعی	مسئولیت پذیری اجتماعی (میزان کمک/ ارزش افزوده)	گزارش مسئولیت پذیری اجتماعی	۳	صفر	۰,۰۰۰ تا ۰,۰۰۰۲	۰,۰۰۰ تا ۰,۰۰۰۴	۰,۰۰۰ تا ۰,۰۰۰۶	۰,۰۰۰ تا ۰,۰۰۰۸	۰,۰۰۰ تا ۰,۰۰۰۸	بیش از ۰,۰۰۰۱	۳۰۰
		عضویت در انجمن های اجتماعی و عام المنفعه	گواهی مربوطه	۱	ندارد					دارد	۱۰۰	
	سرمایه گذاری در مناطق محروم	سرمایه گذاری در مناطق محروم و کمتر توسعه یافته	گواهی مربوطه	۲	توسعه یافته (کارخانه، دفتر مرکزی)	مرز توسعه یافته (کارخانه، دفتر مرکزی)	کمتر توسعه یافته (کارخانه)	کمتر توسعه یافته (کارخانه، دفتر مرکزی)	توسعه نیافته (کارخانه)	توسعه نیافته (کارخانه، دفتر مرکزی)	۲۰۰	
جمع				۲۳							۲۳	



بخش دوم: مبانی نظری مدل رتبه بندی

۱. تاریخچه ای کوتاه از طرح ملی رتبه بندی کارت های بازرگانی

ایده اولیه رتبه بندی کارت های بازرگانی در سال ۱۳۸۶ توسط جناب آقای دکتر نهاوندیان ریاست وقت اتاق بازرگانی و صنایع و معادن تهران مطرح گشت. این ایده با هدف اولیه ایجاد تمایز بین کارت های بازرگانی شکل گرفت. بدین منظور یک سلسله فعالیت های تحقیقاتی تعریف شد که منجر به مطالعه سیستم های رتبه بندی اعتباری بین المللی روز دنیا نظیر S&P ، Moody ، Fitch و ... و نظام های مورد استفاده در خاور دور و همچنین فعالیت های صورت گرفته در اتاق های بازرگانی کشورهای همسایه نظیر اتاق دبی، عربستان و ... گشت، علاوه بر این تمام نظام های رتبه بندی در کشور و تاریخچه و اثربخشی آنها نیز مورد مطالعه قرار گرفت و تمامی آنها در قالب یک گزارش تفصیلی و گزارش مدیریتی مستند گردید. لازم به ذکر است که هم اکنون در حدود ۱۰۰۰۰ صفحه مستند در این زمینه موجود می باشد.

در زمان ریاست جناب آقای دکتر غضنفری در سازمان توسعه تجارت، با توصیه جناب آقای دکتر نهاوندیان دعوتی از تمام ذینفعان کارت بازرگانی در کشور در مورد موضوع رتبه بندی کارت توسط ایشان صورت پذیرفت که در جلسه ای در سازمان توسعه تجارت راهکارها و نظریات خویش را ابراز دارند که بعد از یکساعت بحث و بررسی و ارایه نظرات، فعالیت انجام شده اتاق توسط آقای شکرخدایی (مدیر پروژه تحقیقاتی اشاره شده) ارایه گردید که با استقبال و تایید دکتر غضنفری و اشاره ایشان به قوت و صحت روش تحقیقاتی و نتایج آن، دستور ایجاد کمیته ای با حضور اتاق ایران و تعاون و ذینفعان کارت در دولت ابلاغ شد که کارگروهی متشکل از نمایندگان اتاق بازرگانی و اتاق تعاون و ذی نفعان کارت بازرگانی نظیر سازمان توسعه تجارت، گمرک، بانک مرکزی، بیمه مرکزی، سازمان استاندارد و ... تشکیل شد و جلسات مستمر همراه با بحث و گفتگوی کارشناسی منجر به تایید ساختار مدل سیستمی ۱۰۰ امتیازی پیشنهادی اتاق و اعمال نظرات و پیشنهادات منطقی ذینفعان گشت که حصول اطمینان از سازگاری مدل با فضای کسب و کار موجود در ایران و نیازهای ذی نفعان کارت بازرگانی و متقاضیان به صورت توانمند در آن دیده شده است.

از ابتدا ۳ هدف عمده در رتبه بندی کارت های بازرگانی مدنظر اتاق بازرگانی ایران قرار داشت و مدل نیز بر پایه همین اهداف و به منظور پشتیبانی از آن ها طراحی شده است. این اهداف عبارت اند از :

❖ ایجاد تمایز بین کارت های بازرگانی از طریق بکارگیری روشهای علمی و عادلانه رتبه بندی

❖ تسهیل روابط تجاری داخلی و بین المللی از طریق اطلاع رسانی مناسب از رتبه کارت های بازرگانی اعضا

❖ فراهم آوردن بستر قابل اعتماد برای اعطای امتیازات ویژه به دارندگان کارت های رتبه بندی شده

با این نگاه مدل رتبه بندی باید نشان دهنده یک شمای آرمانی از انتظارات عمومی کشور از فعال کسب و کار و یک رویکرد هدایت گر برای دستیابی به اهداف توسعه و افق ۱۴۰۴ باشد. با توجه به این موضوع برنامه های تدوین شده در سطح کلان مسیری را مشخص می نمایند که باید توسط همه اجزای نظام شامل دولت و بخش خصوصی و تعاونی پیگیری گردد.



با توجه به تخصص ویژه طراحان مدل در موضوع کیفیت، بهره‌وری، تعالی سازمانی تلاش فراوانی صورت گرفته است تا اساس مدل، اجزاء، نحوه امتیازدهی و سایر موارد با استفاده از دستاوردهای مدل‌های روز دنیا باشد. توجه متوازن به ذی‌نفعان، نتایج کلیدی عملکرد، آنالیز ارزش افزوده، تحلیل روندها و مقایسه با میانگین گروه‌ها، مفهوم برنامه‌های آتی، مفهوم حاکمیت سازمانی همگی نمونه‌هایی از این توجه در نگاه طراحان مدل بوده است.

یکی دیگر از موارد مورد توجه، راهنمایی و هدایت سازمان‌ها به توجه هر چه بیشتر به مقررات و قوانین کسب و کار، واردات و صادرات و می‌باشد چرا که بسیاری از ناکامی‌های کسب و کار ما به دلیل عدم توجه به این مقررات و یا برداشت‌های اشتباه از آن‌ها می‌باشد.

همچنین داشتن نگاه سیستمی در طراحی مدلی برای کسب موفقیت بنگاه در بلندمدت سبب شده است تا مدلی طراحی گردد که در آن اجزاء به صورت کامل با یکدیگر در تعامل بوده و یکدیگر را پشتیبانی نمایند. تعاملات این معیارها به خوبی در مدل دیده شده است و در نهایت سعی شده است تا هدف اصلی که همانا شفاف‌سازی فضای کسب و کار، غنی‌سازی بانک‌های اطلاعاتی و بهبود فضای کسب و کار است، محقق گردد.

با این نگاه، به صورت خلاصه در طراحی مدل رتبه‌بندی به موارد زیر توجه عمیقی شده است:

- ❖ توجه ویژه به نگاه سیستمی
- ❖ نظام‌ها و مدل‌های بین‌المللی رتبه‌بندی
- ❖ توجه ویژه به مقررات و قوانین داخلی
- ❖ اهداف توسعه‌ای و افق ۱۴۰۴

پس از ۳ سال کار بی‌وقفه و برگزاری نشست‌ها و جلسات بسیار با مسئولان، صاحبان کسب و کار، اقتصاددانان و کارشناسان خبره این امر و بحث و بررسی بر روی مدل رتبه‌بندی، طرح ملی رتبه‌بندی کارت‌های بازرگانی در تاریخ ۸ خرداد ۸۹ به تصویب هیأت وزیران درآمد و مقرر گشت تا ظرف ۶ ماه آیین‌نامه اجرایی این طرح به تصویب کمیسیون ماده ۱ برسد. با پیگیری‌های مجریان طرح مقرر گشت تا این طرح پیش از اجباری شدن به صورت پایلوت انجام شود تا مدل کالیبره شده و همگان از حسن کارکرد این مدل یقین حاصل نمایند.

در این راستا اتاق بازرگانی تمام تلاش خود را برای عدم ورود به تفحص در اطلاعات بنگاه‌ها بکار می‌برد و سعی دارد به صورت موازی با استفاده از اطلاعات ارایه شده توسط متقاضیان که توسط شخص سوم تایید شده است و تحلیل آن‌ها و انجام بررسی‌های دقیق و کارشناسانه از اطلاعات به دست آمده، نقش ملی و حاکمیتی خود را به نحو احسن ایفا نموده و در سطح ملی تعامل سازمان‌ها و شرکت‌ها را بهبود ببخشد. نتیجه کلی این رتبه‌بندی بعد از یک دوره ۵ ساله، شفافیت و بهبود هر چه بیشتر در فضای کسب و کار می‌باشد.

معیارهای مورد نظر در این مدل در حدود ۴۰ مورد می‌باشد که توزیع وزن معیارها به صورت عمومی یادگیری و بومی‌سازی همین توزیع در سطح بین‌المللی است. به طور مثال در نظام‌های رتبه‌بندی اعتباری حرفه‌ای روز دنیا تا مرز ۶۰۰ شاخص مورد بررسی قرار می‌گیرند اما در این مدل آیتم‌هایی در نظر گرفته شده است که هر شخص با داشتن حداقل‌ها می‌تواند آن



ها را ارایه داده و این مدل قابلیت جمع‌آوری اطلاعات را دارد و مشکل خاصی در جمع‌آوری وجود ندارد. تمام تلاش طراحان مدل این بوده است که در گام نخست ارزیابی‌ها دچار مشکل و وقفه خاصی نشود. اما در بلندمدت می‌توان انتظار داشت با فرهنگ‌سازی و اقبال اشخاص به دقت اطلاعات و انتشار شفاف آن‌ها افزود.

۲. مقدمه

طرح ملی رتبه‌بندی کارت‌های بازرگانی با توجه به متن تبصره ۲ بند ۳ ماده ۱۰ آیین‌نامه اجرایی قانون مقررات واردات و صادرات مصوب ۸۹/۳/۸ هیات وزیران از فروردین ماه سال ۹۰ به صورت آزمایشی آغاز بکار نموده است. در متن تبصره ۲ آمده است که: "اتاق‌های بازرگانی و صنایع و معادن ایران و تعاون مرکزی جمهوری اسلامی ایران موظفند براساس دستورالعملی که ظرف شش ماه از تاریخ ابلاغ این آیین‌نامه تهیه و به تأیید وزیران عضو کمیسیون ماده (۱) آیین‌نامه اجرایی قانون مقررات صادرات و واردات می‌رسانند؛ اشخاص و شرکتهای تعاونی را رتبه‌بندی نمایند."

طبق نظر هیات رئیسه اتاق بازرگانی و صنایع و معادن و کشاورزی ایران مبنی بر پیاده‌سازی این طرح به صورت آزمایشی و رتبه‌بندی ۱۰۰ تا ۳۰۰ شرکت به صورت آزمایشی در فاز اول، این طرح از فروردین ماه ۱۳۹۰ با ارسال فراخوان محدودی از بهترین شرکت‌های ایرانی در حوزه تولید، بازرگانی، خدمات و پیمانکاری آغاز گردید و طی مدت یکسال ۱۱۰ شرکت به صورت آزمایشی با مدل پیشنهادی رتبه‌بندی شد و پس از برگزاری جلسه بازدید از محل با حضور مدیر عامل و مدیران ارشد هر شرکت متقاضی، مدل رتبه‌بندی و پس از آن گزارش رتبه‌بندی تهیه شده با توجه به مستندات ارسال شده توسط متقاضی به صورت کامل برای حاضرین در جلسه ارایه گشت. پس از آن نظرات، بازخوردها و مستندات پشتیبان احتمالی متقاضیان دریافت شد و پس از بررسی مجدد رتبه‌بندی نهایی مشخص و گزارش فارسی تهیه و در سامانه رسمی طرح درج گردید. پس از این مرحله نیز با توجه به عملکرد و نظرات ارایه شده فعالان اقتصادی رتبه‌بندی شده و همچنین تجربیات ناشی رتبه‌بندی‌ها مدل ویرایش شده و نسخه نهایی آماده گردید.

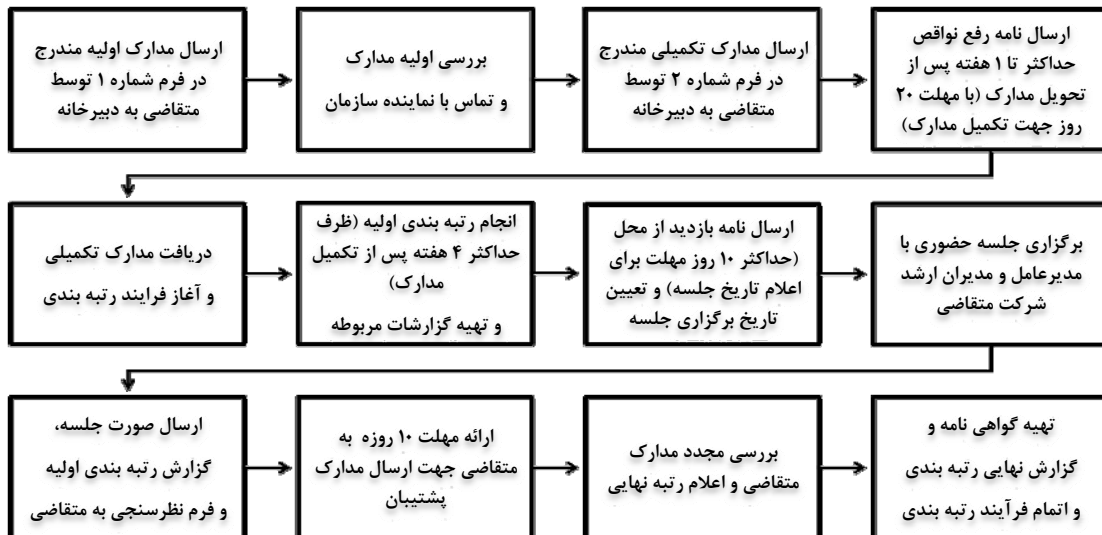
با توجه به طراحی صورت گرفته ۲ ویژگی عمده برای مدل رتبه‌بندی در نظر گرفته شده است:

۱. تلاش برای کمی کردن و قابل اندازه‌گیری بودن مدل به منظور جلوگیری از قضاوت و اعمال نظر شخصی در

امتیازدهی

۲. تکیه مدل بر خوداظهاری و نه تفحص و جمع‌آوری شواهدی که توسط شخص ثالث تأیید شده است.

با این نگاه فرایند اجرایی رتبه‌بندی در سال ۹۰ به صورت زیر طراحی و برای ۱۲۰ شرکت به صورت آزمایشی پیاده گردید.



فرایند رتبه‌بندی پیشنهادی برای فاز دوم:





۳. معیارهای (شاخص‌های) مرتبط در ارزیابی و تعیین رتبه :

۳.۱. توزیع وزن معیارها که یادگیری طراحان مدل از نظام‌های بین‌المللی روز دنیا می‌باشد به قرار زیر است:

۳۱٪ مدیریتی، ۴۶٪ مالی، و ۲۳٪ حقوقی و اجتماعی

مدل رتبه‌بندی مدلی است که ۱۲۰ شرکت در حوزه‌های تولید، خدمات، بازرگانی و سرمایه‌گذاری توسط کارگروه رتبه‌بندی اتاق ایران در طول سال ۹۰ به صورت آزمایشی با آن رتبه‌بندی شده‌اند. برای شفاف‌تر شدن موضوع تمامی معیارهای مدل با استفاده از اطلاعات تعدادی از شرکت‌های موجود در سامانه نمایش داده می‌شود.

۳.۱.۱. حوزه مدیریتی:

۳.۱.۱.۱. پیشینه اشخاص

در مدل‌های رتبه‌بندی حرفه‌ای روز دنیا سابقه تاسیس بنگاه و طول دوره فعالیت موثر بنگاه به عنوان دو شاخص معتبر و عامل پایداری آن در بلندمدت تعریف می‌گردند. در فضای کسب و کار ملی نیز همین وضعیت وجود دارد و توجه به سابقه فعالیت‌های اشخاص معیار مهمی در تصمیم‌گیری برای برقراری تعامل و تعیین سطح برخورد با آن‌ها می‌باشد. از بین تمامی مواردی که می‌توانست این نوع نگاه را پوشش دهد این دو مورد یعنی سابقه تاسیس و سابقه داشتن کارت بازرگانی در نظر گرفته شده است.

همچنین عضویت در بورس به عنوان یک آیت در جهت شفاف‌بودن هر چه بیشتر فضای کسب و کار ۱٪ امتیاز را به خود اختصاص داده است.

امتیاز	نمره شاخص (ضریب امتیازی)						درصد وزنی	مستند مورد نظر	معیار
	A	B	C	D	E	F			
۴	۱۰ سال بیشتر	۸ تا ۱۰ سال	۶ تا ۸ سال	۳ تا ۵ سال	۲ تا ۳ سال	----	۴	اظهاری نامه و صورت مالی	سابقه تاسیس
	✓								
۲	دارد					ندارد	۲	اظهاری نامه و صورت مالی	عضویت در بورس
	✓								
۴	۸ سال به بالا	۷ و ۸ سال	۵ و ۶ سال	۴ سال	۳ سال	---	۴	کارت بازرگانی و گواهی تاریخیچه تمیدها	سابقه داشتن کارت بازرگانی
	✓								

در مدل پیشنهادی نحوه امتیازدهی به پیشینه اشخاص به شرح جدول زیر می‌باشد:



۳.۱.۱.۲. توانمندی مدیران

این معیار توجه ویژه‌ای به مفهوم حاکمیت سازمانی و توجه به کیفیت اداره سازمان با توجه به قابلیت‌ها و توانمندی‌های هیات مدیره دارد. این معیار به ترکیب حرفه‌ای اعضای هیات مدیره با نگاه به موارد قانونی کشور خصوصاً قانون تجارت نگاه دارد و دو آیت‌سن به معنای توانمندی تجربی و سابقه فعالیت افراد و مدرک تحصیلی به عنوان توانمندی علمی را مدنظر دارد. تنوع و ترکیب مناسب اعضای هیات مدیره با تخصص‌های مرتبط با فضای کسب و کار و نگاه به تعداد طلابی اعضا که معمولاً بین ۵ تا ۷ نفر می‌باشد از موارد مورد توجه در طراحی این بند بوده است. مفهوم حاکمیت سازمانی مفهومی است که در بسیاری از سازمان‌ها و بنگاه‌های ایرانی مغفول باقی مانده است و این مدل سعی دارد با نگاه تشویقی، هدایتگر و راهنمایی برای صاحبان کسب و کار باشد تا با کمک آن مدیریت حرفه‌ای تری در بنگاه‌ها صورت پذیرد و مفهوم حاکمیت سازمانی به صورت کامل مورد نظر مدیران ارشد سازمان‌ها قرار گیرد. در مدل پیشنهادی نحوه امتیازدهی به توانمندی مدیران به شرح جدول زیر می‌باشد:

امتیاز	نمره شاخص (ضریب امتیازی)						درصد وزنی	مستند مورد نظر	معیار
	A	B	C	D	E	F			
۱.۲	بیش از ۲۰ سال	۱۶ تا ۲۰ سال	۱۲ تا ۱۶ سال	۸ تا ۱۲ سال	۴ تا ۸ سال	کمتر از ۳ سال	۲	رزومه اعضای هیئت مدیره	سابقه فعالیت‌های تجربی
			۳						
۱.۲	دکتر	کارشناسی ارشد	کارشناسی	کاردانی	دیپلم	زیر دیپلم	۲	گواهی آخرین مدرک تحصیلی	میزان تحصیلات
			۳						

۳.۱.۱.۳. سابقه اعتباری شامل:

در مدل‌های بین‌المللی و قوانین داخلی کشور سابقه اعتباری اشخاص به عنوان یک موضوع قانونی یکی از نمایه‌های موفقیت بنگاه و نشان‌دهنده پایداری و سلامت بنگاه می‌باشد. برای اولین بار در کشور سعی شده است تا برای فعالیت بیشتر اقتصادی، گستردگی آن و اداره حرفه‌ای تر بنگاه امتیاز ویژه‌ای قایل شده و به بنگاه‌هایی که در وضعیت بهتری قرار دارند توجه ویژه‌ای شود.

در این مدل برای اشخاصی که تعاملات حرفه‌ای تر با سیستم بانکی کشور برقرار نموده‌اند به استناد اعتباری که نظام بانکی کشور برای این اشخاص قائل می‌شود امتیازی در نظر گرفته شده است.

شفاف بودن فعالیت‌ها و استناد به شرایط قانونی شرکت با هدف تحکیم جایگاه قانونی شرکت‌ها و تعامل مثبت و سازنده با بدنه دولت و سازمان‌های دولتی سبب قرار گرفتن آیت‌مالیاتی در این معیار شده است.

عدم چک برگشتی به عنوان یکی از سوابق موثر در معرفی اشخاص به عنوان افراد خوشنام نیز دیگر موردی است که در این معیار لحاظ گردیده است.



در مدل پیشنهادی نحوه امتیازدهی به سوابق اعتباری به شرح جدول زیر می باشد:

امتیاز	نمره شاخص (ضریب امتیازی)						درصد وزنی	مستند مورد نظر	معیار
	A	B	C	D	E	F			
۳	چک برگشتی نداشته	کمتر از ۱۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال	از ۱۰ تا ۲۵ میلیون ریال	از ۲۵ تا ۵۰ میلیون ریال	از ۵۰ تا ۱۰۰ میلیون ریال	بیش از ۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۳	استعلام چک برگشتی	مبلغ چک برگشتی
	✓								
۳	بیش از بیست میلیارد ریال	از پانزده تا بیست میلیارد ریال	از ده تا پانزده میلیارد ریال	از ۵ تا ۱۰ میلیارد ریال	کمتر از ۵ میلیارد ریال	نزدیک به صفر	۳	استعلام خلاصه آخرین وضعیت اعتبارات دریافتی	سابقه اعتبارات دریافتی
	✓								
۲	دارد					ندارد	۲	رسید تسویه حساب از مالیات	وضعیت مفاسد حساب مالیاتی
	✓								

۳.۱.۱.۴. گواهینامه ها و تایید صلاحیت های معتبر

در طراحی مدل پیشنهادی سعی شده است سازمان ها به حضور در فرایندهای جوایز ملی و بین المللی حرفه ای که در قالب آن ارتقای کیفی، بهره وری و برای سازمان بوجود می آید تشویق شوند. با این نگاه با توجه به نقش هدایت گرانه مدل، جوایز، استانداردها و گواهینامه هایی که سازمان ها را به این مهم رهنمون می سازند و سبب کسب اعتبار می گردد، امتیاز آور تلقی می شود. در مدل پیشنهادی نحوه امتیازدهی به گواهینامه ها و تایید صلاحیت های معتبر به شرح جدول زیر می باشد:

امتیاز	نمره شاخص (ضریب امتیازی)						درصد وزنی	مستند مورد نظر	معیار
	A	B	C	D	E	F			
۵	عالی	بسیار خوب	خوب	متوسط	ضعیف	بسیار ضعیف	۵	لیست گواهینامه ها و تاییدیه های کسب شده	گواهینامه ها و تایید صلاحیت های معتبر
	✓								

نمونه ای از موارد امتیازآور در این معیار عبارت اند از:



جوایز ملی مانند جایزه ملی کیفیت، جشنواره ملی بهره‌وری، جایزه ملی بهره‌وری و تعالی سازمانی، جایزه صادرکننده نمونه، حقوق مصرف‌کننده، جایزه محیط زیست و جوایز استانی مانند صادرکننده نمونه استانی و جوایز فردی مانند مدیر نمونه، کارآفرین نمونه و جوایز بین‌المللی مانند جوایز بین‌المللی مربوط به صنایع گوناگون، مدل‌های تعالی و و گواهینامه‌های استاندارد مدیریت (ایزوها) و

۳.۱.۱.۵. بررسی برنامه‌های آتی

با هدف توانمندسازی و هدایت سازمان‌ها به دور اندیشی منطقی و توجه مستند به آینده در مدل پیشنهادی، ۴ امتیاز به این مورد اختصاص یافته است. بنگاهی که علاقه‌مند است در سطح زرین قرار گیرد و برای آن ویژگی‌های ملی در نظر گرفته شود می‌بایست نسبت به فضای کسب و کار خود مطالعه منسجم و دقیقی انجام داده باشد. این معیار عامل ممیزی است بین بنگاه‌هایی که آینده را به صورت منظم مورد مطالعه و بازنگری قرار داده‌اند و آنهایی که به تغییرات بی‌توجه بوده‌اند.

همچنین با نگاهی به معیارها و اجزای مدل رتبه‌بندی مدل ارزیابی مدلی تاریخی و گذشته‌نگر به نظر می‌آید بدین معنی که متقاضی رتبه‌بندی در طول دوره مورد بررسی چه عملکرد و خروجی از خود برجای نهاده است در حالی که رتبه برای یکسال آینده صادر می‌گردد. با این نگاه این آیتم با درصد وزنی ۴٪ در مدل جای گرفته است. نکته اساسی در این جا امکان محرمانه بودن استراتژی‌های بنگاه‌ها و عدم علاقه متقاضیان برای در اختیار قرار دادن این مطالب می‌باشد. مدل با کم‌رنگ کردن عناوین برنامه از مدارک درخواستی و جمع‌آوری آن‌ها به دنبال کسب حصول اطمینان از این موضوع است که دارنده کارت بازرگانی توجه و حساسیت ویژه به آینده بنگاه و تحولات درونی و بیرونی دارد و نسبت به نقاط ضعف و قوت خود و شرایط عمومی فضای کسب و کار آگاه است.

در مدل پیشنهادی نحوه امتیازدهی به گزارش برنامه‌های آتی به شرح جدول زیر می‌باشد:

امتیاز	نمره شاخص (ضریب امتیازی)						درصد وزنی	مستند مورد نظر	معیار
	A	B	C	D	E	F			
۱	برنامه ریزی استراتژیک کامل	ماتریس SWOT کامل	ماتریس SWOT بدون مستندات پشتیبان	بودجه ریزی	سرفصل برنامه‌ها	عدم ارائه گزارش	۴	گزارش بنگاه	گزارش برنامه‌های آتی بنگاه
					✓				

❖ در مجموع در مدل پیشنهادی ۳۱٪ از ۱۰۰ امتیاز به حوزه مدیریتی اختصاص یافته است.



۳.۱.۲. حوزه مالی

۳.۱.۲.۱. حجم صادرات کالا و خدمات فنی و مهندسی

یکی از اهداف کشور در توسعه صادرات تنها حجم نیست بلکه تنوع اقلام صادراتی نیز می باشد با این نگاه و برای رعایت عدالت و تقویت توسعه تنوع و ورود به صادرات کالاهای جدید و تخصصی شدن صادرات و واردات و با هدف اهمیت دادن و اعتبار بخشی و تقویت صادرکنندگان عمده که قدرت صادراتی مناسبی دارند فارق از این که مبلغ آن چقدر است، سه امتیاز تحت عنوان نسبت صادرات به صادرات محصول در مدل در نظر گرفته شده است. با این توضیح که با استفاده از کد های تعرفه نسبت صادرات یک قلم کالا به کل صادرات آن قلم کالا محاسبه شده و سهم صادراتی آن قلم کالا که توسط متقاضی صادر گردیده است محاسبه می گردد.

نکته حایز اهمیت در این مورد این است که احتمال دارد یک متقاضی ارزش ریالی بسیار بزرگی از صادرات را بر عهده داشته باشد اما صادرکننده عمده آن محصول نباشد و بدین ترتیب کل امتیاز را کسب نخواهد کرد و یا امکان دارد متقاضی کالایی با ارزش ریالی کم را صادر نماید اما تنها صادر کننده و یا صادر کننده آن عمده آن کالا باشد که در این صورت امتیاز این بخش را کسب خواهد کرد.

به عنوان مثال شرکت مازی نور تولید کننده چراغ های روشنایی که در این طرح شرکت نموده است و حائز رتبه زرین گشته است صادراتی با ارزش ریالی بین ۴۰ تا ۷۰ میلیارد ریال دارد که ۱.۸ امتیاز امتیاز را کسب کرده است اما صادرات به صادرات محصول آن امتیاز کامل بیش از ۵٪ سهم صادراتی را طبق مستندات ارایه نموده به خود اختصاص داده است که امتیاز کامل این بخش را کسب کرده است.

نکته دیگر که در این معیار وجود دارد این است که اگر ۲۰ امتیاز از ۱۰۰ امتیاز مدل به صادرات اختصاص یابد بدین معناست که متقاضی که صادرات ندارد به هیچ عنوان زرین نخواهد شد. این موضوع با سیاست های عمومی و اهداف عمومی کشور هماهنگی ندارد چرا که در کشور باید وارد کننده زرین نیز وجود داشته باشد، رتبه بندی آزمایشی شاهدهی بر این موضوع است که در سال ۹۰ شرکت های خوشنامی چون داروسازی البرز دارو، مهندسی ساخت و تولید ژنراتور مپنا پارس، داروسازی زهراوی، گروه خودروسازی زامیاد، مهندسی و ساخت بویلر مپنا، سرمایه گذاری پارس آریان و ... حائز رتبه زرین گشته اند و با این روش ۲۰ امتیاز مربوط به صادرات را کسب نکرده و از دایره شرکت های زرین خارج می شوند.

نکته دیگر این است که شرکت هایی همچون مهندسی و ساخت بویلر مپنا و مهندسی ساخت و تولید ژنراتور مپنا پارس توسط مپنای مادر (هولدینگ خود) صادرات را انجام می دهند که در این صورت از دایره شرکت های زرین خارج می شوند در حالی که این شرکت ها، از شرکت های خوشنامی هستند که در خلق ارزش در سطح کلان و ملی و جایگزینی واردات کالاهای ساخته شده سهم به سزایی دارند. اهداف این طرح بسیار بلند نظرانه تر از این موضوع است که یک بازی باخت-باخت برای ذی نفعان آن در نظر گرفته شود. پیام این مدل این است که همه می توانند با فعالیت حرفه ای و سود رسانی به کشور امتیاز و رتبه مناسب و در خور کسب نمایند. اتاق بازرگانی تمایل دارد تا همراهی تمامی اشخاص و



ذی نفعان را در این طرح داشته باشد البته به منظور تشویق صادر کنندگان امتیاز بیشتری برای صادرات نسبت به واردات در نظر گرفته شده است.

در مدل پیشنهادی نحوه امتیازدهی به صادرات به شرح جدول زیر می باشد:

امتیاز	نمره شاخص (ضریب امتیازی)						درصد وزنی	مستندات مورد نظر	معیار
	A	B	C	D	E	F			
۵	بیش از ۱۰۰ میلیارد	از ۷۰ میلیارد تا ۱۰۰ میلیارد ریال	از ۴۰ میلیارد تا ۷۰ میلیارد ریال	از ۱۰ میلیارد تا ۴۰ میلیارد ریال	کمتر از ۱۰ میلیارد ریال	نزدیک به صفر	۵	گزارش مدیریتی سالانه مبنی بر حجم ریالی صادرات	حجم صادرات
	✓								
۵	نسبت محاسبه شده بیش از ۵٪، امتیاز کامل و کمتر از آن به تناسب امتیاز کسر گردد.						۵	گزارش مدیریتی سالانه مبنی بر حجم ریالی صادرات	نسبت صادرات به صادرات محصول
	✓								

۳.۱.۲.۲. حجم واردات

بازه بندی های صورت گرفته هم در معیار صادرات و هم در معیار واردات طی سلسله نشست های پیوسته بین اتاق بازرگانی ایران و گمرک ایران به جمع بندی رسیده است .

نیمی از امتیاز نیز همانند معیار صادرات و با همان منطق، مربوط می شود به نسبت واردات به واردات محصول که اگر این نسبت بیش از ۲٪ باشد امتیاز کامل و کمتر از آن مطابق جداول طراحی شده به نسبت با کسر امتیاز مواجه خواهد شد. نکته اساسی در اینجا این است که اگرچه بنگاه ها امتیاز صادرات و واردات را با توجه به عملکرد خود کسب می کنند اما به صورت مشخص این عملکرد خود را در ارزش افزوده نیز نشان میدهد.

در مدل پیشنهادی نحوه امتیازدهی به واردات به شرح جدول زیر می باشد:



امتیاز	نمره شاخص (ضریب امتیازی)						درصد وزنی	مستندات مورد نظر	معیار
	A	B	C	D	E	F			
۲.۵	بیش از ۳۰۰ میلیارد ریال	از ۲۰۰ تا ۳۰۰ میلیارد ریال	از ۱۰۰ تا ۲۰۰ میلیارد ریال	از ۳۰ تا ۱۰۰ میلیارد ریال	کمتر از ۳۰ میلیارد ریال	نزدیک به صفر	۲.۵	گزارش مدیریتی سالانه مبنی بر حجم ریالی واردات	حجم واردات
	✓								
۲.۵	نسبت محاسبه شده بیش از ۲٪، امتیاز کامل و کمتر از آن به تناسب امتیاز کسر گردد.						۲.۵	گزارش مدیریتی سالانه مبنی بر حجم ریالی واردات	نسبت واردات به واردات محصول
	✓								

۳.۱.۲.۳. حجم فروش

در این مدل سعی شده است به اشخاصی که کسب و کارهایی در سطح وسیع تر ایجاد نموده اند امتیاز بیشتری تعلق گیرد این معیار بزرگی و اندازه کسب و کار را نشان می دهد. همچنین سه در هزار درآمد مشمول مالیات به عنوان یک آیتم قانونی نیز هم بزرگی و اندازه فعالیت را نشان می دهد و هم به مثابه اهمیت دادن به کل مبلغ پرداختی بنگاه بابت مالیات در نظر گرفته شده است. در واقع فروش بیشتر سبب درآمد بیشتر و در نتیجه سه در هزار بزرگتر می باشد که این دو معیار مکمل یکدیگر می باشند.

در مدل پیشنهادی نحوه امتیازدهی به فروش به شرح جدول زیر می باشد:

امتیاز	نمره شاخص (ضریب امتیازی)						درصد وزنی	مستندات مورد نظر	معیار
	A	B	C	D	E	F			
۱	بیش از ۲۰ میلیون ریال	از ۱۶ تا ۲۰ میلیون ریال	از ۱۲ تا ۱۶ میلیون ریال	از ۸ تا ۱۲ میلیون ریال	کمتر از ۸ میلیون ریال	نزدیک به صفر	۱	گواهی مربوطه	مبلغ سه در هزار در هنگام تمدید کارت
	✓								
۴	>1	$0.7 < X < 1$	$0.5 < X < 0.7$	$0.3 < X < 0.5$	$0.1 < X < 0.3$	نزدیک به صفر	۴	صورت مالی	مقایسه وضعیت فروش با متوسط صنعت
	✓								

نکته قابل توجه این است که متوسط فروش سه سال آخر متقاضی با متوسط فروش سه سال صنعت مقایسه می گردد که نحوه این مقایسه در بند ۳.۱.۲.۴ و ۳.۱.۲.۵ به صورت کامل تشریح خواهد شد.



۳.۱.۲.۴. تولید و ارزش افزوده

در مدل پیشنهادی ۱۲٪ امتیاز به آنالیز ارزش افزوده اختصاص یافته است. ارزش افزوده به عنوان یک متغیر اقتصادی بهترین و موثرترین آیتم برای یک ارزیابی حرفه ای و عارضه یابی عمومی در سطح کلان می باشد. تمامی برنامه ریزی ها در سطح کلان و در بعد ملی بر پایه ارزش افزوده و رشد آن بنا نهاده شده است و در برنامه های توسعه توجه ویژه ای به این مفهوم شده است اما در سطح خرد و بنگاه ها توجه و عنایت خاصی به این مورد دیده نمی شود. رشد ۸٪ ارزش افزوده به صورت سالانه که از محل سرمایه گذاری ها و رشد بهره وری به دست خواهد آمد نیازمند یک همت عمومی و توجه ویژه تصمیم گیران و مدیران اجرایی بنگاه ها در سطح خرد می باشد. تمایز عمده و بزرگ این مدل با سایر مدل ها در مفهوم ارزش افزوده می باشد.

یکی از اهداف مدل در این بخش جلب نگاه ها به سوی مفهوم حرفه ای ارزش افزوده به عنوان عامل موفقیت بنگاه چه در سطح خرد و چه در سطح کلان با محقق کردن اهداف توسعه ای می باشد. با مدیریت ارزش افزوده به جای مدیریت سود، بخش خصوصی قادر خواهد بود از اهداف برنامه های توسعه و افق ۱۴۰۴ پشتیبانی نماید. توجه به ارزش افزوده توجه به صادرات و واردات حرفه ای تر، تجهیزات مناسب تر، ساختار سرمایه ای مناسب تر، نیروی انسانی با کیفیت تر و در نتیجه حاکمیت سازمانی موفق تر می باشد.

از زاویه دیگر کنترل نهایی تمامی معیارها و زیرمعیارهایی که در این مدل امتیازدهی شده اند از طریق توجه و ارزش گذاری این مفهوم پایش می گردد. در واقع مدل رتبه بندی طراحی شده یک مدل سیستمی است که هسته اصلی آن ارزش افزوده می باشد.

محاسبه ارزش افزوده امری است دشوار که به همت سامانه ملی اندازه گیری و تجزیه و تحلیل شاخص های بهره وری www.irpmc.ir این مهم انجام شده است که ارزش افزوده متقاضیان بر اساس صورت های مالی حسابرسی شده به دو نرخ جاری و ثابت محاسبه می گردد.

با توجه به پنج سال کار کارشناسی انجام شده در زمینه جمع آوری اطلاعات و تجزیه و تحلیل شاخص های بهره وری بیش از ۸۰۰ شرکت بورسی و غیر بورسی کشور طی سال های ۸۲ تا ۸۹ و همچنین افتتاح این سامانه، www.irpmc.ir، میانگین های صنعت در سرفصل ها و شاخص های مختلف محاسبه شده است و هم اکنون طرح ملی رتبه بندی کارت های بازرگانی با وصل شدن به پایگاه داده این مرکز و استفاده از اطلاعات آن قابلیت مقایسه شاخص های مختلف هر بنگاه با میانگین صنعت خود، تحلیل بسیار دقیق و سریع از وضعیت ارزش افزوده هر بنگاه و همچنین محاسبه شاخص ها و نسبت های ذکر شده و تحلیل روند آن ها و مقایسه هر یک با میانگین مربوط به خود را داراست.

این مدل در تلاش است تا برنامه ها و هدف گذاری ها در مورد نحوه چگونگی توسعه در سطح کلان را به داخل بنگاه ها برده و باز تعریف نماید

با استناد به نظر سنجی های صورت گرفته یکی از جذاب ترین بخش های مدل مربوط به این مفهوم است. چرا که یا اساساً به این مفهوم توجهی نمی شده است و یا قدرت محاسبه آن را نداشتند و در بنگاه هایی که به آن توجه می کردند سوء برداشت و یا عدم ممیز مناسب همچون میانگین صنعت نتایج جالبی را به همراه نداشته است.



از منظر مدل، توجه به ارزش افزوده به عنوان مفهومی در خلق ارزش و ثروت از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. مفاهیم متعددی همچون کیفیت، برند، رضایت مشتری، ایمنی، سلامت سازمانی و واردات و صادرات (مدیریت اقتصادی بنگاه فارغ از سایز و که پیش از این در مدل به آن‌ها توجه شده است و ناخودآگاه همه آن‌ها را ارزش‌گذاری مجدد می‌کند) خود را در ارزش افزوده نشان می‌دهد.

با این توضیح، نحوه امتیاز دهی در مدل پیشنهادی به این ترتیب می‌باشند که ۵ امتیاز مربوط به عدد ارزش افزوده، روند، رشد، بررسی ورودی‌ها و خروجی‌ها و مقایسه با میانگین صنعت و برنامه‌های توسعه می‌باشد. ۵ امتیاز دیگر مربوط به توزیع ارزش افزوده بدست آمده بین ذی‌نفعان می‌باشد که در واقع نشان‌دهنده توزیع ثروت بین آنان می‌باشد.

یک امتیاز دیگر مربوط به شاخص ارزش افزوده به ارزش ستانده (ارزش خروجی) می‌شود. ارزش ستانده یک بنگاه اقتصادی طی یک دوره معین برابر ارزش کلیه کالاها و خدمات تولید شده توسط آن واحد در همان دوره است. اغلب کالاهای تولید شده در یک دوره مثلاً یک ساله معمولاً طی همان دوره به فروش می‌رسد و بقیه بصورت نیمه ساخته یا ساخته شده در انبار کارگاه نگهداری می‌شود.

دریافتی از محل فروش محصولات یک واحد تولیدی ممکن است از ارزش تولیدات آن واحد بیشتر یا کمتر باشد که در هر دو صورت معمولاً ارزش ستانده بیشتر از ارزش تولیدات اصلی است. در نتیجه شمول ارزش ستانده کل بسیار فراتر از ارزش تولیدات اصلی بنگاه است. ضمناً بایستی توجه شود که در محاسبه ارزش ستانده بنگاه، فقط محصولات نهایی ملاک محاسبه می‌باشد و آن قسمت از کالای تولید شده که در تولید سایر محصولات بمصرف می‌رسد، در محاسبه ارزش ستانده منظور نمی‌شود.

با توجه به توضیحات فوق، شاخص ارزش افزوده به ارزش ستاده همواره کوچکتر از یک می‌باشد و زمانی مساوی یک می‌باشد که مصارف واسطه در شرکت صفر باشد بنابر این هرچه این شاخص به عدد یک نزدیکتر باشد بدین معنی است که شرکت توانسته از عوامل تولید خود حداکثر استفاده را نماید و با صرف کمترین مصرف واسطه بیشترین ارزش را حاصل نماید.

یک امتیاز آخر این معیار نیز مربوط به نوع فعالیت شرکت می‌باشد. در صورتی که بنگاه فعالیت تولیدی انجام دهد یک امتیاز این بخش را کسب می‌نماید. که در واقع این یک امتیاز، تشویق و محرکی برای حرکت به سوی تولید و حمایت از تولید داخلی می‌باشد.

نکته قابل‌تأمل در اینجا این است که با مطالعه ارزش افزوده به نوعی آینده‌نگری و بررسی آینده بنگاه از لحاظ پایداری و سلامت نیز صورت می‌گیرد.

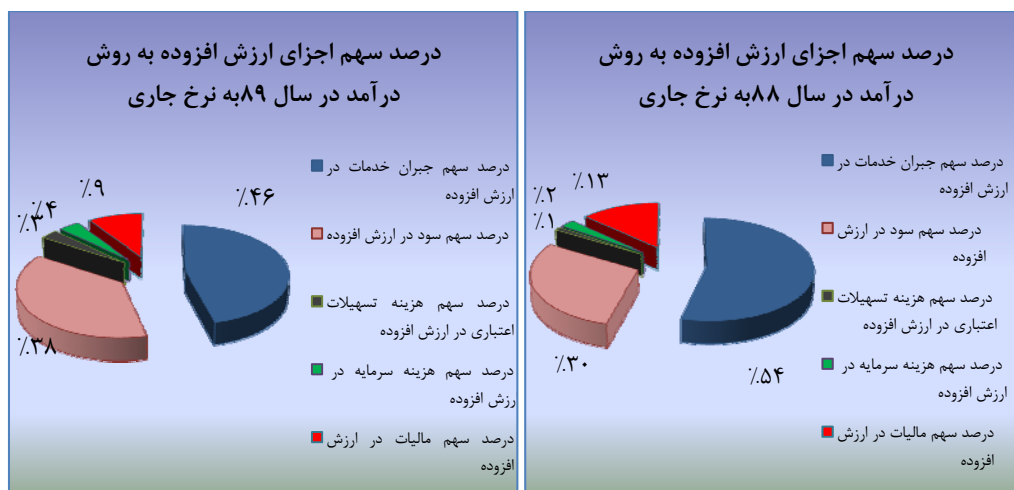
همچنین با توجه به حضور شرکت‌های خدماتی، بازرگانی، سرمایه‌گذاری و متقاضیانی که ماهیتی غیر تولیدی دارند توجه به ارزش افزوده و میزان خلق ارزش توسط آن‌ها بهترین و موثرترین تمیز دهنده برای امتیاز دهی به نظر می‌رسد. به عنوان مثال شرکت پارس آریان یکی از شرکت‌های خوشنام کشور در زمینه سرمایه‌گذاری فعالیت می‌کند. با توجه به این که جنس فعالیت این شرکت از نوع ارائه خدمات است و با توجه به بند ۳.۱.۲.۱ نیز صادراتی انجام نمی‌دهد اگر مفهوم تولید برای امتیاز دهی در نظر گرفته شود، با این ترتیب شرکتی سیمین با عیار پایین در نظر گرفته خواهد شد. در حالی که با بررسی تولید ارزش افزوده این شرکت و مشاهده روند صعودی و پایدار آن طی سه سال گذشته و ترکیب ایده



آل توزیع ثروت بین ذی نفعان یکی از شرکت‌های زیرین در رتبه‌بندی لقب گرفته است که به نظر می‌رسد با حقیقت کسب و کار هم خوانی بیشتری دارد.

در مدل پیشنهادی نحوه امتیازدهی به ارزش افزوده به شرح جدول زیر می‌باشد:

امتیاز	نمره شاخص (ضریب امتیازی)						درصد وزنی	مستندات مورد نظر	معیار
	A	B	C	D	E	F			
۵	۱۰	رشد پایدار	افت و رشد در سال آخر	رشد و افت در سال آخر	عدم رشد	ارزش افزوده منفی	۵	صورت مالی	رشد ارزش افزوده، مقایسه با میانگین و اهداف برنامه توسعه
		✓							
۵		عالی	خوب	متوسط	ضعیف	بسیار ضعیف	۵		ترکیب ارزش افزوده و مقایسه با میانگین
			✓						
۱	۱	روند	مقایسه با میانگین گروه	۸۹	۸۸	۸۷	۱		ارزش افزوده به ارزش ستانده
۱	۱		غیرتولیدی		تولیدی		۱	اساسنامه و اظهارنامه مالیاتی	نوع فعالیت



نمودارهای فوق درصد سهم اجزای ارزش افزوده به روش درآمد را در سال‌های ۱۳۸۸ و ۱۳۸۹ برای یکی از متقاضیان رتبه‌بند را نشان می‌دهد.



همان گونه که مشخص است ارزش افزوده حاصله، از ۵ بخش تشکیل شده است:

- ❖ درصد سهم جبران خدمات در ارزش افزوده
- ❖ درصد سهم هزینه تسهیلات اعتباری در ارزش افزوده
- ❖ درصد سهم مالیات در ارزش افزوده
- ❖ درصد سهم هزینه سرمایه در ارزش افزوده
- ❖ درصد سهم سود در ارزش افزوده

نکته قابل توجه در این جا این است که همه موارد فوق از بنگاهد خارج می شوند و در بنگاه سرمایه گذاری نمی شوند. به عنوان مثال پرداختی کارکنان، مالیات و تنها آیتمی که در بنگاه می ماند و قابلیت سرمایه گذاری مجدد دارد که به عنوان سریع ترین و کم هزینه ترین روش می توان بر روی آن حساب نمود درصد سهم سود می باشد. به همین دلیل در امتیازدهی در این قسمت نگاه اصلی به توزیع بهینه و ترکیب مناسب این اجزا با محوریت سود می باشد. بدین معنا که در نظام های بین المللی برای تولید ، سود را عددی بین ۴۰ تا ۵۰ درصد کل ارزش افزوده در نظر می گیرند و برای خدمات این عدد تا مرز ۶۰ تا ۷۰٪ کل ارزش افزوده نیز پیش بینی می گردد. همچنین این عدد برای معادن تا مرز ۷۰ الی ۸۰٪ کل ارزش افزوده پیش بینی می گردد. چرا که معادن ورودی اولیه ملموسی ندارند و تنها بهره مالکانه معدن که عموماً شامل حقوق دولتی و حق پروانه بهره برداری می باشد به عنوان ورودی برایشان محسوب می گردد.

با این نگاه اگر درصد سهم سود در ارزش افزوده کمتر از این بازه باشد جذابیت برای سرمایه گذاری در بنگاه کاهش می یابد و در بلند مدت پایداری بنگاه به مخاطره می افتد.

در مدل پیشنهادی علاوه در موارد ذکر شده هر یک از این درصد ها با میانگین گروه خود نیز بررسی می گردد.

۳.۱.۲.۵. شاخص های بهره وری

در مدل پیشنهادی، این معیار ۷ امتیاز را به خود اختصاص داده است. با توجه به توضیحات ارائه شده در مورد ارزش افزوده (۳.۱.۲.۴) چنانچه ارزش افزوده بر اجزای تشکیل دهنده آن تقسیم شود شاخص های بهره وری بدست می آید. سه شاخص عمده و کلان بهره وری در مدل مورد بررسی قرار می گیرند. این شاخص ها، شاخص هایی هستند که در برنامه های توسعه توجه ویژه ای به آن ها شده است و منطبق با هر یک اهداف توسعه ای در نظر گرفته شده است. بیش از ۳۰ سال است که کشور در سطح کلان هدف گذاری وسیعی در مفهوم بهره وری داشته است اما ابزار عملیاتی در این مورد وجود نداشته است و هیچگاه اندازه گیری، تجزیه و تحلیل، مقایسه و گزارش گیری مناسبی با توجه به این امر صورت نگرفته است.

در زمانی که رقابت پذیری عموماً با مفهوم بهره وری سنجیده می شود و برای بقا و حفظ پایداری مفهوم بهره وری مورد نظر قرار دارد اتاق بازرگانی ایران به عنوان مشاور سه قوه باید اطلاعات مربوط به عدد بهره وری بنگاه های اقتصادی را با مقایسه با میانگین صنعت های گوناگون در اختیار داشته باشد تا بتواند پایش مناسبی بر روی روند حرکت اقتصاد ملی داشته باشد. برای دومین بار است که در برنامه های توسعه برای شاخص های بهره وری عددگذاری و هدف گذاری مشخصی صورت گرفته است اما هنوز ساز و کار مناسبی برای هدایت این موضوع در سطح کلان وجود ندارد.



اتاق بازرگانی ایران با حمایت‌های معنوی خود یکی از فعالیتهای صورت نگرفته در اقتصاد کشور را به فعل تبدیل کرده است. فعالیتی که سازمان ملی بهره‌وری و سایر نهاد‌های دولتی از انجام و عملیاتی نمودن آن عاجز بوده‌اند.

این کار به همت بخش خصوصی از طریق گروه پاریسیان هوشمند و با حمایت‌های اتاق بازرگانی انجام گرفته است و همان گونه که پیش‌تر ذکر گردید با توجه به پنج سال کار کارشناسی انجام شده در زمینه جمع‌آوری اطلاعات و تجزیه و تحلیل شاخص‌های بهره‌وری بیش از ۸۰۰ شرکت بورسی و غیر بورسی کشور طی سال‌های ۸۲ تا ۸۹ و همچنین افتتاح سامانه ملی اندازه‌گیری و تجزیه و تحلیل شاخص‌های بهره‌وری، www.irpmc.ir، میانگین‌های صنعت در سرفصل‌ها و شاخص‌های مختلف محاسبه شده است. این سامانه قابلیت امتیازدهی را برای مدل رتبه‌بندی فراهم آورده است و وجود آن و منطق امتیازدهی حاصل از آن که بر مبنای میانگین‌های گروه‌های مختلف و بررسی روند رشد شرکت‌ها طی دوره مورد مطالعه است یکی از عوامل مثبت و نقاط قوت مدل می‌باشد که اگر چنین تلاش‌ها و اقداماتی نبود می‌توان گفت منطق امتیازدهی مدل با چالش جدی مواجه می‌شد.

❖ بهره‌وری نیروی کار، ۲ امتیاز:

که از تقسیم ارزش افزوده بر جبران خدمات کارکنان حاصل می‌گردد و نشان دهنده این است که در سال مورد بررسی به ازای یک ریال پرداختی به کارکنان چند ریال ارزش افزوده برای بنگاه ایجاد شده است.

❖ بهره‌وری سرمایه، ۲ امتیاز:

که از تقسیم ارزش افزوده بر استهلاک دارایی ثابت حاصل می‌گردد و نشان دهنده این است که در سال مورد بررسی به ازای یک ریال مستهلک نمودن دارایی چند ریال ارزش افزوده برای بنگاه بوجود آمده است.

❖ بهره‌وری کل عوامل به روش کندریک، ۳ امتیاز

که از تقسیم ارزش افزوده بر جبران خدمات و استهلاک دارایی با محاسبه کشش بدست می‌آید که با فرمول محاسبه کشش، نشان دهنده عملکرد بنگاه و کارگر بر یا سرمایه بر بودن نوع فعالیت آن می‌باشد.

همان گونه که در بالا اشاره شد نحوه امتیازدهی برای شاخص‌های بهره‌وری بدین ترتیب است که نیمی از امتیاز به روند تغییرات و رشد و پایداری آن شاخص در طول زمان مورد بررسی تعلق می‌گیرد و نیمی دیگر مقایسه عدد آن شاخص با میانگین صنعت مشابه خود می‌باشد. در واقع با توجه به توضیحات مبسوط در رابطه با سامانه اندازه‌گیری و تجزیه و تحلیل شاخص‌های بهره‌وری www.irpmc.ir در بند ۳.۱.۲.۴ هر یک از شاخص‌های بهره‌وری هر بنگاه با میانگین صنعت مشابه خود مقایسه می‌شود و با در نظر گرفتن روند ۳ ساله هر بنگاه و رشد آن امتیاز مربوط به هر شاخص با توجه به این موارد به متقاضی تخصیص داده می‌شود.



در مدل پیشنهادی نحوه امتیازدهی به شاخص‌های بهره‌وری به شرح جدول زیر می‌باشد:

زیر معیار	۸۷	۸۸	۸۹	مقایسه با میانگین صنعت	امتیاز	حداکثر امتیاز
رقابت پذیری هزینه نیروی کار AV/IC	۲.۴۳	۵.۲۷	۳.۱۲	پایین تر از میانگین	۰.۴	۲
بهره‌وری سرمایه AV/FA	۳.۳۷	۶.۹۸	۴.۱	بالا تر از میانگین	۱.۶	۲
بهره‌وری کل عوامل $AV/(\alpha K + \beta L)$	۶.۶۷	۱۴.۳۸	۸.۴۲	بالا تر از میانگین	۲.۴	۳

۳.۱.۲.۶. میزان سرمایه ثبت شده و نسبت‌های مالی

نسبت‌های مالی نسبت‌های شناخته شده‌ای هستند که برای آگاهی از وضعیت عمومی بنگاه و توانمندی آن در مدیریت مالی مورد استفاده قرار می‌گیرند. در تمامی مدل‌های بین‌المللی و حرفه‌ای و همچنین استانداردهای داخلی به نسبت‌های مالی در طیفی از شاخص‌ها و نسبت‌ها توجه می‌شود. محاسبه این نسبت‌ها به یک روش استاندارد برای همه بنگاه‌ها، امکان مقایسه و بررسی مجدد بر روی ساختارهای سرمایه، دارایی و ... را برای صاحبان کسب و کار بوجود می‌آورد. اگرچه استفاده از این نسبت‌ها قدمت بسیاری دارد اما محاسبه آن‌ها و مقایسه آن‌ها به تفکیک میانگین گروه مورد جدیدی است که با استقبال متقاضیان رتبه‌بندی کارت‌های بازرگانی روبرو شده است. این بررسی‌ها در پیچه جدیدی و یک فرصت مناسب برای اشخاص است تا با استفاده از امکانات موجود نظیر سامانه ملی اندازه‌گیری و تجزیه و تحلیل شاخص‌های بهره‌وری وضعیت خود را مرور نمایند.

با توجه به سیستمی بودن مدل هر یک از این نسبت‌ها با اجزای دیگر مدل در ارتباط می‌باشد و یکدیگر را پشتیبانی می‌کنند.

به عنوان مثال فروش با شاخص سوآوری، اعتبارات دریافت شده و نسبت بدهی، وضعیت دوره وصول مطالبات و سایر نسبت‌ها و تفسیرهای هر یک دید تازه‌ای به مدیران ارشد بنگاه‌های اقتصادی ارائه می‌دهد.

این معیار در مدل پیشنهادی ۷ امتیاز را به خود تخصیص داده است. این ۷ امتیاز به شرح ذیل امتیاز بندی شده‌اند: نسبت بدهی، نسبت جاری و نسبت هزینه‌های اداری و مالی و فروش بر فروش خالص، سودآوری، نرخ برگشت سرمایه و دوره وصول مطالبات که هر مورد ۱ امتیاز دارند که همانند شاخص‌های بهره‌وری روند و مقایسه با میانگین صنعت اجزای امتیازدهی به هریک را تشکیل می‌دهند.

یک امتیاز نیز مربوط به نسبت سرمایه ثبت شده به مجموع بدهی‌ها می‌باشد که اشاره مستقیمی است به یک آیت مغلوط در قانون تجارت که در واقع این امتیاز یادآوری و جلب توجهی به این الزام قانونی فراموش شده و حفظ تعادل مناسب بین سرمایه و میزان بدهی می‌باشد.

در مدل پیشنهادی نحوه امتیازدهی به نسبت‌های مالی به شرح جدول زیر می‌باشد:



❖	زیر معیار	۸۷	۸۸	۸۹	امتیاز	حداکثر امتیاز
	نسبت بدهی	۶۳.۶۴	۶۲.۹۶	۶۴.۶	۱	۱
	نسبت جاری	۱.۲۴	۱.۲۹	۱.۳۱	۱	۱
	هزینه های اداری و مالی و فروش بر فروش خالص	۰.۱۷	۰.۱۳	۰.۱۶	۱	۱
	نسبت سرمایه ثبت شده به مجموع بدهی ها	۰.۲			۱	۱

زیر معیار	۸۷	۸۸	۸۹	مقایسه با میانگین صنعت	امتیاز	حداکثر امتیاز
شاخص سودآوری	۳.۹۸	۶.۸۵	۸.۷	بالتر از میانگین	۱	۱
نرخ برگشت سرمایه	۴۲.۵۴	۸۲.۴۸	۸۳.۱۹	بالتر از میانگین	۱	۱
دوره وصول مطالبات	۲.۱۱	۲.۴۶	۱.۹۴	پایین تر از میانگین	۱	۱

❖ در مجموع در مدل پیشنهادی ۴۶٪ از ۱۰۰ امتیاز به حوزه مالی اختصاص یافته است. با توجه به این که تمامی این موارد نسبت به سایر اجزای مدل علمی تر و قابل دفاع تر هستند و درک بهتری نسبت به فضای بنگاه در اختیار قرار می دهند امتیاز بیشتری نسبت به سایر حوزه ها به خود اختصاص داده است. توجه شود که اگر طی ۳ سال آینده اتاق بازرگانی ایران بتواند ۳۶۰۰۰ عضو فعال خویش را رتبه بندی نماید با اطلاعات موجود در حوزه مالی این مدل می توان اطلاعات بسیار مناسبی را برای ارایه به دولت و بخش های مختلف و خود بنگاه ها آماده نمود و در اختیار تمامی ذی نفعان کسب و کار قرار داد.



۳.۱.۳. حوزه اجتماعی و حقوقی

۳.۱.۳.۱. بررسی سابقه دعاوی حقوقی

این معیار به صورت مشخص نشان دهنده کیفیت مدیریت حاکمیت سازمان است. این معیار مشوقی است برای جلب توجه سازمان‌ها جهت برقراری ارتباطات سالم، حرفه‌ای و مسالمت‌آمیز با سایر ذی‌نفعان و با توجه به این که مدل بر مبنای خوداظهاری و صداقت بنا نهاده شده است اصل بر راستی و آرایه اطلاعات توسط خود متقاضیان می‌باشد ولی جریمه‌های سنگین برای متقاضیانی که اظهار خلاف واقع اعلام می‌دارند، در نظر گرفته شده است که از آن جمله می‌توان به لغو رتبه و محروم شدن از ورود به فرایند رتبه‌بندی اشاره کرد.

در مدل پیشنهادی ۵ امتیاز مربوط به این آیت می‌گردد. که به منظور امتیاز دهی به له و علیه بودن دعوی، نتیجه آن، حجم و ارزش ریالی آن و توجه می‌گردد. این امتیاز، به صورت حدی می‌باشد بدین معنا که امتیاز کامل این معیار تنها به اشخاصی تعلق می‌گیرد که اظهار داشته‌اند طی دوره مورد بررسی هیچ گونه دعوی له و علیه آن وجود ندارد.

در مدل پیشنهادی نحوه امتیازدهی به نسبت‌های مالی به شرح جدول زیر می‌باشد:

امتیاز	نمره شاخص (ضریب امتیازی)						درصد وزنی	مستندات مورد نظر	معیار
	A	B	C	D	E	F			
۵							۵	گزارش وضعیت دعاوی	گزارش شکایت مطروحه و دعاوی حقوقی
	بدون دعاوی	له و پیروز	له و مغلوب	علیه و پیروز	علیه و مغلوب	دعاوی متعدد			
	✓								

۳.۱.۳.۲. حضور فعال و عضویت در اتاق، تشکل‌ها و انجمن‌های صنفی

یکی از مهمترین و در واقع کارویژه اتاق بازرگانی به عنوان تشکل تشکل‌ها و پارلمان بخش خصوصی سازمان دهی و سامان دهی تشکل‌ها و تشویق سازمان‌ها به حضور فعال در این انجمن‌ها و تشکل‌ها می‌باشد. این مهم از طریق امتیازدهی به این حضور فعال اشخاص در مدل دیده شده است. در واقع این معیار پاسداشت حضور فعال و ارزشمند اشخاصی است که تعاملات حرفه‌ای با سایرین داشته‌اند و به احترام رای افراد به آن‌ها به امتیازی برای آن‌ها در نظر گرفته شده است. فعال نمودن تشکل‌ها به صورت حرفه‌ای سبب ارتقای جایگاه عمومی و مشورتی اتاق بازرگانی می‌گردد و مشوقی برای جلب توجه، دعوت و حضور اشخاص با هدف آشتی فعالان اقتصادی و اتاق بازرگانی است.



از زاویه ای دیگر اتاق می تواند نقش حرفه ای خود را به واسطه حضور افراد قدرتمند و شناخته شده ایفا نماید و به نوعی نیز تاکید بر سوابق و پیشینه اشخاص به استناد رای صاحبان کسب و کار می باشد که نشان دهنده رفتار سلامت و حضور فعال بلند مدت آن ها در عرصه اجتماعی می باشد.

در مدل پیشنهادی نحوه امتیازدهی به حضور فعال فعال در اتاق، تشکل ها و انجمن های صنفی به شرح جدول زیر می باشد:

معیار	وضعیت				امتیاز	حداکثر امتیاز
	ندارد	۱ تشکل	۲ تشکل	بیشتر		
عضویت در تشکل ها				✓	۳	۳
عضویت در هیات رئیسه تشکل ها	دارد				۱	۱
عضویت در اتاق های مشترک	ندارد	۱ اتاق	۲ اتاق	بیشتر	۱	۱
				✓		
عضویت در هیات نمایندگان اتاق	دارد				۱	۱
عضویت در تشکل ها و کمیسیون های اتاق	دارد				۱	۱
عضویت در هیات رئیسه اتاق	ندارد				۱	۰

۳.۱.۳.۳. فعالیت های اجتماعی و عام المنفعه

این معیار با کارکرد امور خیریه و فعالیت های عام المنفعه طراحی شده است. ذی نفعی به نام جامعه نقش بسیار پررنگی در پایداری بنگاه ایفا می کند. تعامل مثبت یا منفی با جامعه نقش موثری بر پایداری بنگاه دارد. البته مدل به گونه ای طراحی شده است که موارد ارزشمند دیگری را نیز می توان به آن در طول زمان اضافه نمود. اگر فعالان اقتصادی خود نقش اجتماعی بازی کنند آثار به مراتب مفیدتر و اثربخش تری در برخورد داشت نسبت به زمانی که سازمان ها و نهاد های دولتی وظیفه قانونی خود را انجام می دهند. اگر همه اشخاص نسبت به جامعه خود احساس مسئولیت نمایند و برای ساختن جامعه بهتر و پویاتر تلاش نمایند و صرفاً به پرداخت مالیات خود اکتفا نکنند آنگاه شاهد جامعه ای شاداب و با طراوت خواهیم بود.

در مدل پیشنهادی نحوه امتیازدهی به فعالیت های اجتماعی و عام المنفعه به شرح جدول زیر می باشد:

معیار	وضعیت				امتیاز	حداکثر امتیاز
	$X < 0.0006$	$0.0006 \leq X < 0.0008$	$0.0008 \leq X < 0.001$	بیش از ۰.۰۰۱		
مسئولیت پذیری اجتماعی (میزان کمک/ ارزش افزوده)				✓	۳	۳
عضویت در انجمن های اجتماعی و عام المنفعه	ندارد				۱	۰



۳.۱.۳.۴. اشتغال زایی

با توجه به این که مدل به صورت سیستمی طراحی شده است اشتغال زایی با شاخص های بهره وری پیوند دارد و در کنار هم دیده شده اند. توجه صرف به اشتغال زایی به صورت مجزا یا بهره وری به صورت مجزا سبب بروز پدیده شوم شکل گیری و توسعه شرکت های تامین نیرو شده است که امروزه یکی از معضلات دولت را بوجود آورده و سبب اشتغال زایی غیر سیستمیک و غیرحرفه ای گشته است. طراحان مدل به این موضوع بسیار توجه داشته اند و سعی داشته اند با همگن نمودن این دو مورد و بوجود آوردن یک فضای مناسب یعنی نگاه به تولید همراه با توسعه و تولید همراه با حفظ رقابت پذیری توانمندی بنگاه را افزایش دهند.

همچنین میزان اشتغال زایی در ذیل بهره وری نیروی کار در مدل پیشنهادی در نظر گرفته شده است. چرا که علیرغم تاکید بر توسعه اشتغال در برنامه های کلان، اغلب بنگاه ها علاقه مند به کم کردن نیروی کار می باشند. لذا از دیدگاه مدل اشتغال زایی مفید و موثر می باشد که منجر به بهره وری شود. با این نگاه ۴ امتیاز برای این مورد در نظر گرفته شده است.

در مدل پیشنهادی نحوه امتیازدهی به شاخص های بهره وری به شرح جدول زیر می باشد:

امتیاز	نمره شاخص (ضریب امتیازی)						درصد وزنی	مستند مورد نظر	معیار
	A	B	C	D	E	F			
۱.۵	بالای ۱۰۰۰ نفر	بین ۷۰۰ تا ۱۰۰۰ نفر	بین ۴۰۰ تا ۷۰۰ نفر	بین ۲۵۰ تا ۴۰۰ نفر	بین ۱۰۰ تا ۲۵۰	زیر ۱۰۰ نفر	۲	لیست بیمه کارکنان (تامین اجتماعی)	اشتغال زایی
				✓					
۲							۲	روند اشتغال زایی و مقایسه با شاخص های بهره وری	

۳.۱.۳.۵. سرمایه گذاری در نقاط محروم و کمتر توسعه یافته

تلاش در جهت توسعه یافتگی هر چه بیشتر مناطق محروم کشور، می تواند گامی مؤثر در ایجاد همبستگی ملی و وفای اجتماعی در میان اقوام گوناگون و گرو ههای مختلف شهری و روستایی به حساب آید. همچنین با توجه به محدودیت منابع در ایجاد ظرفیتهای جدید تولید محصول (کالا و یا خدمات) ، باید گزینه های مناسب از بین فرصتهای پیشنهادی انتخاب شوند. از منظر یک سرمایه گذار ممکن است معیارهای اقتصادی مهم باشد اما از منظر حاکمیت، معیارهای



اجتماعی، امنیتی و ... نیز مهم است. با توجه به اینکه در تعیین اولویت موضوعات سرمایه گذاری، علاوه بر معیارها اقتصادی، (مانند تخفیف، اعطای تسهیلات، معافیت ها و) در نظر گرفته می شود. علاوه بر حمایتها در مواردی لازم است زیر ساختهایی نیز ایجاد شوند. هدف اصلی سرمایه گذاری، تولید و اشتغال است.

رده بندی استان های کشور با استفاده از آخرین اطلاعات آماری از مرکز آمار ایران، دفتر آمار و فرآوری داده های وزارت متبوع و سازمان صنایع کوچک و شهرک های صنعتی ایران مرتبط با توسعه زیر ساخت ها پردازش و نتایج آن صورت پذیرفته است. (وزارت صنایع و معادن: معاونت برنامه ریزی، توسعه و فن آوری، گزارش رده بندی استانهای کشور از نظر توسعه یافتگی صنعتی و معدنی در سال ۱۳۸۶)

شش شاخص برای توسعه یافتگی صنعتی و معدنی بر پایه جمعیت استانی در نظر گرفته شده است. این شش شاخص و ضرایب آن عبارتند از:

سرمایه گذاری در واحدهای فعال = 0.2 درصد
 اشتغال در واحدهای فعال = 0.2 درصد
 مترائ زمین صنعتی = 0.1 درصد
 سرمایه گذاری در طرحهای بالای ۶۰ در صد = 0.1 درصد
 اشتغال در طرحهای بالای ۶۰ در صد = 0.1 درصد
 ارزش افزوده صنعت و معدن = 0.3 در صد

با توجه به توضیحات فوق کشور به سه منطقه توسعه یافته، کمتر توسعه یافته و توسعه نیافته تقسیم می گردد. این معیار با توجه به آمارهای موجود و مستندات ارایه شده توسط متقاضی امتیاز بندی شده است.

امتیاز	نمره شاخص (ضریب امتیازی)						درصد وزنی	معیار
	A	B	C	D	E	F		
۲	توسعه نیافته (کارخانه، دفتر مرکزی)	توسعه نیافته (کارخانه)	کمتر توسعه یافته (کارخانه، دفتر مرکزی)	کمتر توسعه یافته (کارخانه)	مرز توسعه یافته (کارخانه، دفتر مرکزی)	توسعه یافته (کارخانه، دفتر مرکزی)	۲	سرمایه گذاری در مناطق محروم و کمتر توسعه یافته
		✓						

❖ در مجموع در مدل پیشنهادی ۲۳٪ از ۱۰۰ امتیاز به حوزه اجتماعی و حقوقی اختصاص یافته است.



بخش سوم: دستورالعمل رتبه بندی اشخاص حقیقی، حقوقی و شرکت های تعاونی موضوع تبصره (۲) ذیل بند (۳) ماده (۱۰) آیین نامه اجرایی قانون مقررات واردات و صادرات

کمیته دائمی مقررات واردات و صادرات درامین جلسه خود در مورخ ، به استناد تبصره (۲) بند (۳) ذیل ماده (۱۰) آیین نامه اجرایی قانون مقررات واردات و صادرات، تصویب نامه شماره ۱۳۹۵/ت۱۶ هـ مورخ ۱۳۷۳/۲/۶ و اصلاحیه شماره ۱۳۹۴/ت۴۰۲۲۷ مورخ ۱۳۸۹/۶/۶ آن و به پیشنهاد مشترک اتاق های بازرگانی و صنایع و معادن ایران و تعاون مرکزی جمهوری اسلامی ایران، دستورالعمل رتبه بندی اشخاص حقیقی، حقوقی و شرکت های تعاونی را به شرح ذیل تایید نمود:

۱- تعریف واژگان:

- ۱-۱- متقاضی: شخص حقیقی یا حقوقی است که خواهان رتبه بندی کارت بازرگانی خود بوده و اطلاعات و مدارک لازم برای رتبه بندی را ارائه می نماید.
- ۲-۱- ارزیابی: فرایندی است که طی آن براساس معیارهای مذکور در این دستورالعمل و با استفاده از مستندات و اطلاعات مورد نیاز، امتیاز متقاضی سنجش و در نتیجه رتبه کارت بازرگانی وی تعیین می شود.
- ۳-۱- رتبه: خروجی حاصل از ارزیابی و بررسی معیارها است که در سه سطح کارت بازرگانی زرین، سیمین و برنزین تعیین می شود.
- ۴-۱- اتاق: منظور از اتاق در این دستورالعمل، اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران و اتاق تعاون مرکزی ج.ا.ا می باشد.
- ۵-۱- کارت زرین: بیانگر وضعیت متقاضیانی است که براساس این دستورالعمل بیش از هشتاد درصد از کل امتیازات را کسب کرده اند (امتیازات ۸۱ الی ۱۰۰) و به موجب آن حسب درخواست متقاضی توسط اتاق برای مدت یک تا پنج سال تمدید می گردد.
- ۶-۱- کارت سیمین: بیانگر وضعیت متقاضیانی است که براساس این دستورالعمل بین شصت و یک الی هشتاد درصد از کل امتیازات را کسب کرده اند (امتیازات ۶۱ الی ۸۰) و به موجب آن حسب درخواست متقاضی توسط اتاق برای مدت یک تا سه سال تمدید می گردد.
- ۷-۱- کارت برنزین: بیانگر وضعیت متقاضیانی است که براساس این دستورالعمل بین چهل و یک الی شصت درصد از کل امتیازات را کسب کرده اند (امتیازات ۴۱ الی ۶۰) و به موجب آن حسب درخواست متقاضی توسط اتاق برای مدت یک تا دو سال تمدید می گردد.
- ۸-۱- کارت عادی: اولین کارت صادر شده برای متقاضی است، که تا سه سال یکساله تمدید می گردد و یا کارتی است که شرایط ارزیابی و تعیین رتبه را نداشته، یا آنکه ارزیابی شده و براساس این دستورالعمل کمتر از چهل و یک درصد از کل امتیازات را کسب کرده است (امتیاز صفر الی ۴۰) و مدت اعتبار آنها یک ساله می باشد.

۲- اهداف:

- ۱-۲- ایجاد تمایز بین کارت های بازرگانی از طریق بکارگیری روشهای علمی و عادلانه رتبه بندی
- ۲-۲- تسهیل روابط تجاری داخلی و بین المللی از طریق اطلاع رسانی مناسب از رتبه کارت های بازرگانی اعضا
- ۳-۲- فراهم آوردن بستر قابل اعتماد برای اعطای امتیازات ویژه به دارندگان کارت های رتبه بندی شده

۳- شرایط عمومی دریافت کارت رتبه بندی:

- تنها برای متقاضیانی که شرایط زیر را دارا باشند، کارت بازرگانی رتبه بندی شده صادر می شود:
- ۱-۳- دارای شرایط لازم برای صدور کارت بازرگانی توسط اتاق باشد.
- ۲-۳- توانایی ارائه مدارک، مستندات و اطلاعات لازم برای تعیین رتبه را برای سه سال اخیر (سه سال منتهی به سال ارائه تقاضای رتبه بندی) را داشته باشد.
- ۳-۳- پس از شرکت در فرایند ارزیابی، حداقل چهل و یک درصد از کل امتیازات را کسب نماید.



۴- معیارهای دخیل در ارزیابی و تعیین رتبه:

- ۴-۱- معیارهای دخیل در تعیین رتبه کارت‌های بازرگانی متقاضیان شامل معیارهایی در سه حوزه «مدیریتی»، «مالی» و «اجتماعی و حقوقی» است و درصد امتیاز هر یک از این حوزه‌ها به ترتیب ۳۱٪، ۴۶٪ و ۲۳٪ می‌باشد.
- ۴-۲- معیارهای تشکیل دهنده هر یک از حوزه‌ها و امتیاز آنها براساس جدول زیر تعیین می‌شود:

حوزه	معیار اصلی	امتیاز	امتیاز حوزه
مدیریتی	پیشینه اشخاص (اعم از حقیقی و حقوقی)	۱۰	۳۱
	توانمندی مدیران یا شخص حقیقی	۴	
	سابقه اعتباری	۸	
	گواهینامه‌ها و تایید صلاحیت‌های معتبر	۵	
	بررسی برنامه‌های آتی	۴	
مالی	حجم صادرات کالا و خدمات فنی و مهندسی	۱۰	۴۶
	حجم واردات	۵	
	فروش	۵	
	تولید و ارزش افزوده	۱۲	
	شاخص‌های بهره‌وری	۷	
	میزان سرمایه‌های ثبت شده و نسبت‌های مالی	۷	
اجتماعی و حقوقی	بررسی سابقه دعاوی حقوقی	۵	۲۳
	حضور فعال و عضویت در اتاق‌ها، تشکلات، انجمن‌ها و سندیکاها	۸	
	میزان اشتغال زایی	۴	
	فعالیت‌های اجتماعی	۴	
	سرمایه‌گذاری در مناطق محروم و کمتر توسعه یافته	۲	
مجموع امتیازات		۱۰۰	۱۰۰

- ۵- با توجه به اینکه کارت‌های بازرگانی رتبه‌بندی شده با مدت اعتبار بیش از یکسال صادر می‌شوند، به منظور اطمینان از حفظ حداقل شرایط لازم برای داشتن کارت‌های مذکور، اتاق دارندگان این کارت‌ها را هر ساله مورد ارزیابی قرار داده و براساس نتایج حاصل نسبت به تمدید یا ارتقای رتبه کارت آنها اقدام می‌نماید.
- ۶- متقاضی به منظور ارتقای رتبه خود، در هر زمانی می‌تواند تقاضای انجام ارزیابی مجدد نماید.
- ۷- اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران موظف است به منظور هماهنگی معیارهای رتبه‌بندی با سیاست‌ها و برنامه‌های اقتصادی کشور و ایجاد انگیزه در بین متقاضیان در جهت حرکت در مسیر تحقق سیاست‌ها و برنامه‌های مذکور، در صورت نیاز معیارهای دخیل در ارزیابی و امتیاز هر یک را بازنگری نماید.
- ۸- تمامی مدارک و اطلاعاتی را که متقاضی برای استفاده در فرایند رتبه‌بندی ارائه می‌نماید، محرمانه تلقی شده و فقط با اجازه کتبی وی قابل انتشار، اطلاع رسانی یا استفاده دیگر می‌باشد.
- ۹- اتاق‌های بازرگانی و صنایع و معادن ایران و اتاق مرکزی تعاون ج.ا.ا برای اعضای خود مسئول اجرای این دستورالعمل می‌باشند.
- ۱۰- تسهیلات دارندگان کارت بازرگانی رتبه‌بندی شده:
- به دارندگان کارت بازرگانی رتبه‌بندی شده تسهیلاتی به شرح زیر اعطا خواهد شد که دارند آن از مزایای مزبور استفاده خواهد کرد:
- ۱۰-۱- تمدید اعتبار کارت بازرگانی به مدت بیش از یک سال (زرین ۵ سال، سیمین ۳ سال، برنژین ۲ سال)
- ۱۰-۲- دارندگان کارت بازرگانی زرین، سیمین و برنژین در فرایند صادرکنندگان نمونه کشوری و استانی در اولویت قرار خواهند گرفت.
- ۱۰-۳- پرداخت مازادجواز صادراتی (زرین ۱۵٪، سیمین ۱۰٪، برنژین ۵٪)



- ۴-۱۰ افزایش میزان تسهیلات در نظر گرفته شده برای مشارکت در هیئت‌ها و نمایشگاه‌های خارج از کشور (زیرین ۵۰٪، سیمین ۳۰٪)
- ۵-۱۰ اولویت دادن به دارندگان کارت‌های رتبه بندی شده در بهره‌مندی از مزایا و اعتبار تخصیصی و تخفیفات صندوق ضمانت صادرات و ارائه خدمات صندوق به آن‌ها با نرخ‌های ترجیحی.
- ۶-۱۰ بهره‌مندی از تسهیلات مربوط به خط سبز گمرکی در فرایند ترخیص و ارزیابی کالای‌های صادراتی و وارداتی.
- ۷-۱۰ اولویت در انتخاب پروژه‌های ارائه شده از سوی آنها و تخصیص منابع مالی مورد نیاز توسط شورا‌های برنامه‌ریزی و توسعه استانها و معاونت راهبردی ریاست جمهوری و پرداخت آن توسط سیستم بانکی کشور.
- ۸-۱۰ اولویت در تشکیل و توسعه و حمایت از شبکه‌های کسب و کار صادراتی.
- ۹-۱۰ اختصاص تخفیف (زیرین ۵۰٪ و سیمین ۳۰٪ و برزین ۱۵٪) برای واگذاری غرفه در نمایشگاه‌های بین‌المللی که توسط شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار می‌شود.
- ۱۰-۱۰ اختصاص تخفیف (زیرین ۱۵٪، سیمین ۱۰٪ و برزین ۵٪) در هزینه دوره‌های آموزشی، سمینارها و کنفرانس‌های مرتبط که توسط اتاق‌ها و سازمان توسعه تجارت ایران برگزار می‌شود.
- ۱۱-۱۰ اعضای هیأت نمایندگان و هیأت ریسه اتاق‌ها از بین دارندگان کارت‌های رتبه بندی شده انتخاب شوند.
- ۱۲-۱۰ گمرک امکان انجام تشریفات ورود موقت بدون اخذ وثایق ملکی، ضمانت نامه بانکی، چک، سفته و ... و با دریافت تعهد صاحب کالا را برای شرکت‌های رتبه بندی فراهم نماید.
- ۱۳-۱۰ ایجاد تمهیدات لازم برای برقراری ارتباط و دیدار و گفتگوی دارندگان کارتهای رتبه بندی شده با مسئولین ارشد دستگاه‌های اقتصادی.
- ۱۴-۱۰ اختصاص تخفیف (زیرین ۳۰٪، سیمین ۲۰٪ و برزین ۱۰٪) توسط سازمان امور مالیاتی کشور
- ۱۵-۱۰ اعتبارات بانکی با نرخ‌های سود پایین و به تفکیک سطح مورد نظر توسط بانک مرکزی و بانک‌های عامل و موسسات مالی و اعتباری به کارت‌های رتبه بندی شده اعطا گردد.
- ۱۶-۱۰ اختصاص تخفیف در حق بیمه سهم کارفرما توسط سازمان تامین اجتماعی به دارندگان کارت‌های رتبه بندی شده.
- ۱۱- نظارت بر حسن انجام بند ۱۰ بر عهده سازمان توسعه تجارت می‌باشد
- ۱۲- کلیه سازمان‌هایی که ارائه خدمات آن‌ها منوط به ارائه کارت بازرگانی می‌باشد، موظفند تسهیلات لازم را برای دارندگان کارت‌های بازرگانی که در نظام رتبه بندی، رتبه دریافت می‌نمایند، در نظر گرفته و به نحو مقتضی اطلاع‌رسانی لازم را به عمل آورند.
- ۱۳- با توجه به اینکه تمامی اطلاعات فرایند رتبه بندی کارت بازرگانی از شرکت متقاضی گرفته شده و هیچگونه استعلام و تاییدی از هیچ نهادی صورت نمی‌گیرد و تنها مرجع قانونی شرکت، تایید کننده صحت اطلاعات ارسالی به دبیرخانه است لذا در صورت بروز هر گونه خطا در صحت اطلاعات، رتبه متقاضی باطل اعلام گردیده و از یک تا سه سال از حضور در فرایند رتبه بندی محروم می‌گردد.
- ۱۴- با توجه به اینکه اعتبار کارت بازرگانی رتبه بندی شده یکسال می‌باشد، در صورتی که حداکثر پس از گذشت سه ماه از تاریخ ثبت نام فرایند رتبه بندی متقاضی به پایان نرسد، فرایند رتبه بندی آن منتفی بوده و جهت از سرگیری فرایند درخواست کتبی از جانب متقاضی الزامی خواهد بود.