



نظام رتبه‌بندی اعضای مجمع ایران نوشت

مجمع نوشت‌افزار ایرانی اسلامی؛ ایران نوشت بعد از پشت سر گذاشتن سال‌های ابتدایی خود از یک تشکیلات ساده به یک تشکیلات مترقی تبدیل شده است. این خود نشان از یک پیشرفت چشمگیر حکایت 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 آئین‌نامه‌های متعددی تهیه و به‌خوبی جاری‌سازی شود تا این شجره طیبه در مسیر تحقق آرمان‌های خود به دور از هرگونه آفت اختلاف درونی پیشروی کند. در همین راستا موضوع رتبه‌بندی اعضا بحثی است که دغدغه سال‌های اخیر اکثر اعضا بوده است و می‌تواند گام بلندی در مسیر رشد و پیشرفت مجمع ایران نوشت باشد.

اهداف

رتبه‌بندی کسب‌وکارها در دنیا تحت عنوان رتبه‌بندی اعتباری انجام می‌شود. این رتبه‌بندی‌ها که توسط شرکت‌های مورد وثوق رتبه‌بندی مانند استاندارد اند پورز، مودیز و فیچ انجام می‌شود به دنبال کمک به بانک‌ها محاسبه نرخ ریسک در اعطای تسهیلات و همچنین کمک به سرمایه‌گذاران است. تفاوت جدی نظام رتبه‌بندی رایج این است با توجه به هدف تعیین میزان ریسک، شاخص‌های مالی در اولویت به‌مراتب بالاتری به نسبت شاخص‌های کیفی و غیرمالی قرار دارند اما در این سند، هدف از رتبه‌بندی کاملاً متفاوت است چرا که هدف اعطای امتیازات بر اساس رتبه است نه تعیین میزان ریسک. بنابراین شاخص‌های مالی در عرض و هم‌سطح با سایر شاخص‌ها همچون بازاریابی، اندازه کسب‌وکار، مدیریت، موارد محتوایی و... است. نکته دیگر اینکه این رتبه‌بندی‌ها برای شرکت‌های بزرگ و فعال در بورس معنادار است و معیارها و ... هم متناسب با همان محیط‌ها تدوین می‌شود اما طرح پیش رو در کسب‌وکارهای کاملاً کوچک و غالباً زیر ۲۰ نیروی انسانی قابلیت پیاده‌سازی دارد.

با تدوین و پیاده‌سازی طرح رتبه‌بندی می‌توان به اهداف بسیار مهم ذیل دست یافت:

- رتبه 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 ارتقا و بالا آوردن سطح هر یک از اعضا
- برنامه‌ریزی و تدوین سند آموزشی طبق نیازهای احصا شده

خدمات قابل عرضه مجمع ایران نوشت که به شرح ذیل است مشخص می‌کند که هر یک از خدمات به کدام از یک از انواع اعضا اختصاص می‌یابد اما در مورد کیفیت اختصاص، «رتبه هر یک از اعضا» تعیین‌کننده میزان دریافت خدمات در مواردی که «محدودیت عرضه» وجود دارد است. اما مواردی که در آن محدودیت وجود دارد و نیازمند رتبه جهت تعیین میزان اختصاص است، به شرح ذیل است:

ردیف	شرح خدمت / مزیت	عضو رسمی	عضو وابسته	غیر عضو	محدودیت عرضه
۱	شرکت در جلسات مجمع عمومی و حق رأی	✓	✗	✗	✗
۲	خدمات و برنامه‌های آموزشی	✓	✓	✓	✓
۳	خدمات بسته‌های رسانه‌ای	✓	✓	صرفاً محصول (نه برند)	✓
۴	ترویج تخصصی در کاتالوگ مجمع	✓	✓	✗	✗
۵	خدمات تأمین مالی	اولویت اول	در صورت وجود ظرفیت خالی	✗	✓
۶	حضور در نمایشگاه ایران نوشت	✓	✓	صرفاً عرضه محصول در هایپر	✓
۷	خدمات توزیع	اولویت اول	در صورت وجود ظرفیت خالی	در صورت وجود ظرفیت خالی	✗
۸	خدمات مشاوره و توانمندسازی استراتژی-بازاریابی	✓	✗	✗	✗
۹	معرفی جهت خرید در پروژه‌های خاص	اولویت اول در شرایط رقابتی	✓	✓	✓

ردیف	شرح خدمت / مزیت	عضو رسمی	عضو وابسته	غیر عضو	محدودیت عرضه
۱۰	حضور در تعاونی تأمین نیاز و امکان خرید از تعاونی	✓	امکان خرید بدون عضویت	✗	✓
۱۱	حمایت از خطوط تولید کالای ایرانی جدید و یا استراتژیک (با محتوای ایرانی-اسلامی و یا برند ایرانی)	✓	✓	✓	✓
۱۲	ارائه کاراکتر	✓	✓	✓	✓
۱۳	معرفی به زیست‌بوم خلاق و مرکز نوآوری	✓	✓	✗	✓
۱۴	خدمات ثبت حقوقی	اولویت اول	✗	✗	✓

لازم به ذکر است که لیست به روز خدمات قابل عرضه مجمع ایران نوشت به صورت سالانه توسط هیئت‌مدیره بررسی و منتشر خواهد شد.

مهم ترین قسمت این سند، تنظیم شاخص های ارزیابی، فرمول محاسبه و تعیین ضرایب هرکدام از آن ها در زیرشاخه خدمت مدنظر است. جدول زیر همه این موارد به تفصیل بیان شده است:

ضریب گروهی خدمات (صفر: بی اثر، ۱: بسیار کم / ۲: اثر کم / ۳: اثر متوسط / ۴: اثر زیاد / ۵: اثر بسیار زیاد)									شاخص اصلی	شرح خدمت / مزیت	واحد سنجش	فرمول خاص و توضیحات	امتیاز مکسوپ	ضریب عام
رسانای	مالی	نمایشگاهی	خرید	تعاونی	خط تولید	کاراکتر	اکوسیستم	ثبت						
									محصول	گروه های کالایی تولیدی (دفتر، مداد و..)	تعداد			
										مجموع تنوع کدهای تولیدی در هر گروه	تعداد			
										کیفیت تولید	امتیاز یک الی ۳			
										کیفیت مواد اولیه	امتیاز یک الی ۳			
										طراحی صنعتی استاندارد	امتیاز یک الی ۳			
										نوآوری در تولید محصول (از نظر طراحی، کاربرد، مواد اولیه، بازار و...)	امتیاز صفر الی ۳			
										بسته بندی	امتیاز یک الی ۳			
									محتوا و طرح	کدهای ایرانی اسلامی چاپی	تعداد	حوزه های غالب سازی ضریب بالاتر میگیرد. خنثی در اینجا حساب نمیشود		
											ریال تولید			
										کیفیت طراحی گرافیکی و رعایت اصول فنی	امتیاز یک الی ۳			

ضرب گروهي خدمات (صفر: بي اثر، ۱: بسيار كم / ۲: اثر كم / ۳: اثر متوسط / ۴: اثر زياد / ۵: اثر بسيار زياد)									شاخص اصلي	شرح خدمت / مزيت	واحد سنجش	فرمول خاص و توضيحات	امتياز مكسوب	ضرب عام
رساناي	مالي	نمايشگاهي	خريد	تعاوني	خط توليد	كاراكثر	اكوسيستم	تثني						
									محتوا و طرح	ميزان عمق و خلاقيت در ارائه محتوا و پيام	امتياز يك الي ۳			
										محتواي افزوده و تكميلي	امتياز صفر الي ۳			
										استفاده از واقعيت افزوده و فناوري هاي جانبي	امتياز صفر الي ۳	اهميت تعداد كدهاي حاوي AR		
										-	-			
										محتواي به روز و داراي اولويت انقلاب اسلامي	امتياز يك الي ۳			
									فروش و توزيع	نقاط فروش	تعداد	ضرب نقاط فروش از طريق پخشي ها بالاتر از نقاط فروش مستقيم است.		
										ميزان رقابتي بودن قيمت ها	امتياز صفر الي ۳			
										ميزان كل فروش سالانه	ميليون ريال	به صورت پلكاني		
										ميزان فروش به نسبت كل توليد	درصد	مفهوم مخالف دپو		

شاخص اصلی	شرح خدمت / مزیت	واحد سنجش	فرمول خاص و توضیحات	امتیاز مکسوپ	ضریب عام	ضریب گروهی خدمات (صفر: بی اثر، ۱: بسیار کم / ۲: اثر کم / ۳: اثر متوسط / ۴: اثر زیاد / ۵: اثر بسیار زیاد)												
						رسانه‌ای	مالی	نمایشگاهی	خرید	تعاونی	خط تولید	کاراكثر	اکوسیستم	ثبت				
فروش و توزیع	سیستم فروش حرفه‌ای	امتیاز یک الی ۳	– صدور فاکتور آتی – نرم افزار صدور فاکتور خودکار – پاسخگوی فروش															
	سرعت و کیفیت ارسال	امتیاز یک الی ۳																
بازاریابی و برندینگ	کیفیت هویت بصری (نام، لوگو، رنگ و...)	امتیاز یک الی ۳																
	اسناد و برنامه مکتوب بازاریابی (برندینگ، P۴ و..)	امتیاز صفر الی ۳																
	کاتالوگ و لیست قیمت گرافیکی	امتیاز صفر الی ۳																
	سایت و کانال های فعال	امتیاز صفر الی ۳																
	نمایشگاه های فعال سالانه	تعداد																
	کیفیت پاسخگویی به مشتریان	امتیاز صفر الی ۳																
	اشانتیون و POP	امتیاز صفر الی ۳																
	استفاده از نرم افزار CRM	امتیاز صفر الی ۳																

ضرب گروهي خدمات (صفر: بي اثر، ۱: بسيار كم / ۲: اثر كم / ۳: اثر متوسط / ۴: اثر زياد / ۵: اثر بسيار زياد)									شاخص اصلي	شرح خدمت / مزيت	واحد سنجش	فرمول خاص و توضيحات	امتياز مكسوب	ضريب عام	رسانه اي	مالي	نمايشگاهي	ضرب	تعاوني	خط توليد	كاراكثر	اكوسيستم	نقطه
										استفاده از دفتر فروش	امتياز صفر الي ۳												
توليد										زيرساخت توليد (غير برون سپاري)	مترارژ												
										ارزش دستگاه هاي توليدي	ميليون ريال												
										قدرت توليد به هنگام	امتياز صفر الي ۳												
مديريت										برنامه ريزي بلنمدت و سالانه (اسناد بالادستي)	امتياز صفر الي ۳												
										پرسنل مستقيم و تمام وقت	تعداد نفرات بيمه شده تمام وقت												
											تعداد نفرات بيمه نشده / پاره وقت												
											تعداد اشتغال خانگي واجتماعي												
										سابقه حضور فعال در بازار	مجموع سال												
										-	-												
										افتخارات و گواهينامه ها، استانداردها، جوايز	امتياز صفر الي ۳												
										تيم مديريت كامل و فعال در طول سال	امتياز صفر الي ۳												

شاخص اصلی	شرح خدمت / مزیت	واحد سنجش	فرمول خاص و توضیحات	امتیاز مکسوب	ضریب عام	ضریب گروهی خدمات (صفر: بی اثر؛ ۱: بسیار کم / ۲: اثر کم / ۳: اثر متوسط / ۴: اثر زیاد / ۵: اثر بسیار زیاد)												
						رسانه‌ای	مالی	نمایشگاهی	خرید	تعاونی	خط تولید	کاراگر	اکوسیستم	ثبت				
مدیریت	ثبت حقوقی و مجوز	امتیاز صفر الی ۳																
مالی و حسابداری	صورت‌های مالی دقیق فصلی یا سالانه	امتیاز صفر الی ۳																
	نرم افزار حسابداری	امتیاز صفر الی ۳																
	سوددهی و تراز مثبت	امتیاز صفر الی ۳																
	واحد حسابداری مستقل	امتیاز صفر الی ۳																
تشکیلات	خوش حسابی به صندوق های تسهیلاتی معرفی شده	امتیاز یک الی ۳																
	عضویت رسمی در مجمع	امتیاز صفر الی ۳																
	پرداخت حق عضویت	امتیاز یک الی ۳																
	حضور در نشست های مشترک	امتیاز یک الی ۳																
	مشارکت در فعالیت های فرهنگی و هیئت	امتیاز صفر الی ۳																

ضرب گروهي خدمات (صفر: بي اثر، ۱: بسيار كم / ۲: اثر كم / ۳: اثر متوسط / ۴: اثر زياد / ۵: اثر بسيار زياد)									شاخص اصلي	شرح خدمت / مزيت	واحد سنجش	فرمول خاص و توضيحات	امتياز مكسوب	ضريب عام	رسانه اي	مالي	نمايشگاهي	خريد	تعاوني	خط توليد	كارا كتر	اكوسيستم	نقطه
									تشكيلات	ميزان ارتباط و همكاري با ستاد مجمع	امتياز صفر الي ۳												
										ميزان ارتباط و حضور در نمايشگاه ايران نوشت	امتياز صفر الي ۳												
										ميزان ارتباط و همكاري با تعاوني	امتياز صفر الي ۳												
										ميزان ارتباط و همكاري با مجموعه هاي تجاري سازي و محتوا	امتياز صفر الي ۳												
										ميزان ارتباط و همكاري با ساير اعضاي مجمع	امتياز صفر الي ۳												
									جمع كل														
									امتياز نهايي														
									سطح كسب شده														

گفتني است هر يك از خدمات آتي مجمع كه بحث رتبه بندي در آن تعيين كننده ارائه آن باشد، به صورت اختصاصي ضرايب خاص خود را خواهد داشت كه توسط شوراي رتبه بندي مجمع تدوين و در هيئت مديره مجمع مصوب خواهد شد.

- فرایند رتبه‌بندی توسط شورای رتبه‌بندی که متشکل از مدیرعامل، یک‌الی دو کارشناس به انتخاب هیئت‌مدیره، بازرس هیئت‌مدیره و یک نفر از ستاد اجرایی است صورت می‌گیرد. لازم به ذکر است امکان دریافت مشاوره در شاخص‌های تخصصی وجود دارد هرچند که کارشناس مورد نظر عضو شورا نباشد.
- ضریب خدمات بر روی کل شاخص اصلی اعمال خواهد شد و مجزا از ضریب عام هر شاخص است. یعنی شورای رتبه‌بندی بر اساس سیاست‌های حاکم بر هر خدمت مورد نظر، ضریب‌های مربوط به شاخص‌های اصلی را تعیین و اعمال خواهد کرد.
- تمامی اطلاعات گردآوری‌شده برای شورای رتبه‌بندی محرمانه تلقی شده و حتی هیئت‌مدیره نیز از آن اطلاع نخواهد یافت.
- با استفاده از فرم‌های مربوطه فرایند احصا اطلاعات توسط واحد اجرایی مجمع انجام می‌شود و در دیتابیس ایجاد شده طبقه‌بندی می‌شود. سپس در جلسه شورای رتبه‌بندی، تحلیل و ارزیابی‌ها انجام و رتبه‌برند مورد نظر استخراج و طی نامه‌ای به صورت کتبی به اطلاع سایرین می‌رسد.
- هزینه 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 برای دی‌ماه هر سال منتشر و تا یک سال معتبر خواهد بود.
- جدول درجه‌بندی اعم از پارامترها و یا 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... جز اقلام برند محسوب نخواهند شد.
- محصولات وارداتی هرچند با طرح ایرانی، جز این درجه‌بندی محسوب نخواهند شد.
- محصولات با طرح غربی و معارض هرچند که تولید داخل باشد نه‌تنها محاسبه نمی‌شود بلکه نمره منفی نیز خواهد داشت.

