

کانون مشاوران اعتباری و سرمایه گذاری بانکی

نامه فرهنگ
مشاوره سرمایه گذاری

شماره صفر - خرداد ماه ۱۳۹۵

✓ ضرورت نوآوری و تحول در خدمات کانون

✓ عوامل مؤثر بر ارتقاء جایگاه مشاوران سرمایه گذاری در بازار

BENEFIT

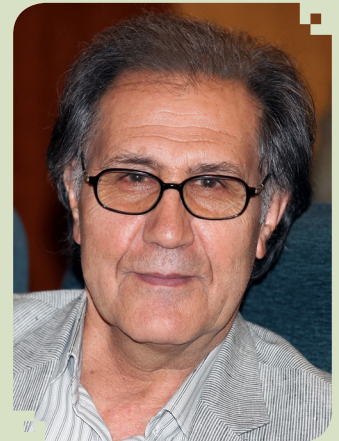
COST





راه طی شده

شکور آرين خواه



کنیم تا اندیشه‌ها و رفتارهای مخرب، بنای ساخته شده به دست همت مان را ویران نکنند.

ما می‌توانیم با اندکی تسامح، فرهنگ مشاور سرمایه‌گذاری را صرفاً مساوی رواج یافتگی قلمداد نکنیم و به قدر مشترکی دلخواه و آرمانی، دست یابیم که بتواند حرفه ما را اوج و سرافرازی ببخشد.

ما می‌توانیم به یکدیگر و به تبع آن به خود کمک کنیم تا روش‌های موفق تجربه شده و رفتارهای متعهدانه اثربخش از پرونده‌های شخصی به عرصه عمومی منتقل شود و در ساخت فرهنگی که آینده مادی و معنوی ما را طراحی خواهد کرد مؤثرافتد.

از آنجا که نگرش‌های تک‌تک مان درباره کانون، می‌تواند برآیند بخشی از آگاهی‌هایمان و یا حتی مغایر با برخی از آنها باشد، اجازه ندهیم بی‌آنکه از مسیر نقد و بررسی خرد جمعی مان بگذرد به داوری‌هایی درباره کانون بدل شود. با حضور در نشست‌های هم‌اندیشی که بنا داریم در سال جاری اجرای آن را بیشتر و محتوای مباحث را جدی‌تر و عمیق‌تر برنامه‌ریزی کنیم، به خلق یک نگرش نسبی مقرون به واقعیت و صد البته تعالی بخش، کمک کنیم.

همت کنیم تا با هدایت ماهوی علائق، گرایش‌ها، تمایلات و علاقه‌مندی‌هایمان به طرف منافع مشترک مشروع، که اگرچه امری درونی و شخصی‌اند اما در بروز و ظهور بیرونی‌شان، به وجوه مشترک جامعه کوچک مشاوران سرمایه‌گذاری تبدیل شوند و به عنوان یک عنصر فرهنگی در حرفه، به حساب آیند. از آنجا که رفتارهای ما اعم از سازنده و تخریبی در نهایت به فرهنگ، تغییر ماهیت می‌دهند، هوشیار باشیم که چندان نمی‌گذرد نتیجه خطاهای کوچک مان به صورت رفتارهای رایج (فرهنگ نادرست) به خودمان برمی‌گردد.

بنابراین سکوت در برابر خطاها و تخلفات به ظاهر کوچک، ممکن است روزی به ویرانی بنایی که با زحمت و دشواری بسیار شکل گرفته بیانجامد.

در فرآیند فرهنگ‌سازی، البته این آگاهی با ماست که اگرچه قوانین و مقررات در عرف نمی‌توانند فرهنگ تلقی شوند زیرا تنها یک حکم فراگیر اند که به منظور اصلاح و تنظیم رفتار جامعه (جامعه مشاوران عضو کانون)، وضع شده‌اند، اما چقدر امید آفرین خواهد بود چنانچه ضوابط و مقررات همچون فرهنگی‌ها افتاده از طرف همه ما پذیرفته شده و مورد عمل و احترام قرار گیرند.

هشت سال از بنیادگذاری کانون می‌گذرد و خوشبختانه با همه دشواری‌های طبیعی مراحل ایجاد و پایگیری هر نهاد نوپا، امروز در جایگاهی قرار گرفته که نمی‌توان حضور و اثربخشی آن را انکار کرد.

اگرچه منطقاً نقدهایی می‌تواند متوجه این نهاد شود که در نهایت نیز به استحکام پایگاه و قوام مناسبات آن خواهد انجامید اما در برابر، تأییدات بسیار بیشتری نیز به همراه دارد و خواهد داشت که مایه دلگرمی است. ولی البته آگاهی که این تأییدات به مثابه کمال حرکت‌ها و دقت کم‌خطای مسیر طی شده و پیش رو نیست.

به هر حال امروز در جایگاهی قرار گرفته ایم که از کانون انتظار می‌رود برای فرهنگ‌سازی در جهت استفاده از خدمات مشاوران سرمایه‌گذاری گام بردارد.

راه طی شده از خبرنگار تا نامه فرهنگ، نگاهی به پشت سر با هدف تعیین مسیر روبه جلو است. تغییر نام این نشریه در عین حال بیانگر گذار از مرحله تولد به مرحله نوجوانی نهادی است که امروز به مسئولیت‌های خطیر خود در مسیر توسعه صنعتی به خوبی پی برده و با باوری عمیق نسبت به اثربخشی آن در توسعه ملی، برای اجرای مأموریت‌های خود آستین بالا زده است.

هدف اصلی این نشریه فرهنگ‌سازی است اما می‌دانیم که فرهنگ‌سازی مقوله ساده‌ای نیست. به همان دلیل که فرهنگ، مجموعه پیچیده‌ای است از دانشها، باورها، هنرها، قوانین، اخلاقیات، عادات و هر چه که فرد به عنوان عضوی از جامعه خویش فرامی‌گیرد.

لذا ترسیم راه مشترک حرکت حرفه‌ای، تجمیع و هم‌افزایی اندیشه‌های پراکنده در بدنه این نهاد بزرگ و تنظیم کنش‌ها و واکنش‌های متقابل با مشاوران هم‌خانواده و مشتریان خدمات مان، کاری است سترگ، اما قطعاً به شرط همراهی و همفکری، کاری است شدنی.

ما می‌توانیم در کنار هم و با مشارکت یکدیگر، باورهای لازم و باید‌ها و نبایدهای حرفه را تدوین و صمیمانه به آنها عمل کنیم. مامی‌توانیم با همکاری، آجرهای بنای بلند فرهنگ حرفه‌ای مان را دست به دست از دور دست‌ها تا اینجا که ایستاده ایم حمل کنیم و با بهره‌گیری از توانمندی‌های ذهن‌هایمان، به آن شکلی دل‌انگیز و فاخر بدهیم.

ما می‌توانیم در صیانت از تعاریفی که در فرهنگ اختصاصی مشاور سرمایه‌گذاری آفریده‌ایم، صادقانه بکوشیم و مراقبت

مجمع عمومی عملکرد سال ۹۴ کانون و پروگرامه سال ۱۳۹۵ را تصویب کرد

مجمع عمومی عادی سالانه کانون، روز چهارشنبه ۲۵ فروردین ماه برگزار شد. این مجمع عمومی پیرو دعوت از اعضای کانون از طریق درج دعوت رسمی در روزنامه دنیای اقتصاد، انتشار اطلاعیه در تارنمای کانون، دعوت کتبی و اطلاع رسانی از طریق سایر رسانه ها، با حضور اکثریت اعضای دارای حق رأی در آمفی تئاتر هتل سیمیرغ تهران برگزار شد.

پس از انتخاب آقایان محمد رضا کمانی به عنوان رییس مجمع و بهروز شفیعی و مهدی اشراقی به عنوان نظار و آریین شاهرودی به عنوان منشی، مجمع وارد دستور شد و در آغاز خانم هما - سادات گوشه رییس دوره سوم شورای عالی کانون گزارشی از عملکرد کانون در سال ۹۴ و دستاوردهای این دوره از فعالیت شورای عالی را به اطلاع حاضران رسانید و سپس بازرسی قانونی و خزانه دار شورا گزارش مالی

سال منتهی به ۳۰ آذر ۱۳۹۴ ارائه دادند و پس از آن کلیات برنامه سال مالی جدید و بودجه پیشنهادی مربوط توسط آقای محمد رضا کمانی تشریح شد. اعضای حاضر در نشست پس از استماع گزارش های یاد شده، ترازنامه و صورت های مالی دوره منتهی به ۳۰/۹/۱۳۹۴ را با اکثریت آرا تصویب کردند. همزمان برنامه های سال ۹۵ و بودجه پیشنهادی برای اجرای برنامه ها با اکثریت آرا تصویب شد.

مجمع عمومی عادی همچنین مؤسسه حسابرسی فریوران هدف را با کسب ۵۷ رأی به عنوان بازرسی قانونی کانون و مؤسسه امین حسابرس را با کسب ۹ رأی به عنوان بازرسی علی البدل انتخاب کرد. این نشست در ساعت ۲۰ به کار خود پایان داد.

اعضای دوره چهارم شورای عالی کانون انتخاب شدند

شورای عالی دوره سوم کانون با سپاس از حضور فعال اعضای کانون در مجمع عمومی عادی سال مالی منتهی به ۳۰ آذرماه ۹۴ کانون (در روز چهارشنبه ۲۵ فروردین ماه ۱۳۹۵) که مجمع را در نوبت اول به حدنصاب رسانید و همچنین بررسی عملکرد سال مورد بحث و برنامه و بودجه سال مالی حاضر را با جدیت و نشاطی قابل تحسین روبه رو کرد از همه اعضاء به خاطر یکسال همکاری و همراهی صمیمانه با کانون تشکر و برای کانون در نیل به اهداف تعیین شده آرزوی توفیق کرد. در ادامه برنامه مجمع عمومی سالانه با توجه به پایان دوره فعالیت شورای عالی دوره سوم همزمان با پایان سال مالی منتهی به ۳۰ آذرماه ۱۳۹۴ اعضای جدید شورای عالی با رأی اکثریت اعضای حاضر در مجمع عمومی برگزیده شدند. حاضران از میان ۲۱ نفر از داوطلبان عضویت در شورای عالی ۷ نفر اعضای اصلی و ۵ نفر اعضای علی البدل را به شرح زیر انتخاب کردند:

- ۱- خانم هما سادات گوشه از گروه مشاورین سرمایه گذاری ستاره صنعت پردازان با ۷۰ رأی
- ۲- عبدالاحد فرج زاده از پژوهشگران فن گستر با ۶۹ رأی
- ۳- سیامک صمیمی دهکردی از تدبیر صنعت ایرانیان با ۵۲ رأی
- ۴- سید عبدالخالق سجادی از طرح گستر دنا با ۴۸ رأی
- ۵- مصطفی خسروشاهلی از مشاور مهندسی و مدیریت رادها با ۴۱ رأی
- ۶- بهرام مهدی زاده از سنجش امکان طرح با ۴۱ رأی
- ۷- رضا اکبرنیا از پیشران صنعت تهران مهر

به ترتیب به عنوان اعضای اصلی و

- ۱- سید حسن خباز از فهامه با ۳۵ رأی
 - ۲- امیر حسین پور از پویا پرتو طرح با ۳۴ رأی
 - ۳- کوروش نیکخوا از راهنما صنعت ایرانیان با ۳۴ رأی
 - ۴- محمد رضا بلورانی از یولاد با ۳۰ رأی
 - ۵- سید علی اکبر ریاضی از کاهنرا با ۳۰ رأی
- به ترتیب به عنوان اعضای علی البدل برگزیده شدند. هیأت رییس مجمع در پایان با امضای صورت جلسات تنظیمی، صحت برگزاری مجمع و انتخابات بازرسان قانونی و شورای عالی دوره چهارم را تأیید کرد.



دوره نخستین نشست شورای عالی

از اعضای شورای عالی دوره سوم قدردانی شد



شورای عالی جدید کانون صبح امروز یکشنبه ۱۹ اردیبهشت نخستین نشست خود را با حضور اعضای دوره سوم و منتخبین دوره چهارم برگزار کرد.

در این نشست رییس شورای عالی دوره سوم به نمایندگی از طرف اعضای شورای عالی سابق از آقایان دکتر محمدرضا کمانی، امیر حسین پور، سید محمدباقر کیائی و علیرضا کریم زاده - که در دوره چهارم جای خود را به اعضای جدید دادند، با اهدای لوح قدردانی کرد.

همچنین با اعلام انصراف آقای مهندس خسرو شاهلی از عضویت شورای عالی، طبق تبصره ۱ ماده ۲۳ اساسنامه، آقای سید حسن خباز از شرکت فهامه به عنوان عضو اصلی شورای عالی پذیرفته شد.

آقای خسرو شاهلی در نامه انصراف خود به کانون یادآور شده است که اینجانب به منظور استفاده بیشینه مشارکت اعضا، اجماع در راهبری و بهره مندی کانون از حضور افراد شایسته ای از منتخبین که در جمع اعضای اصلی شورای عالی نیستند به نفع جناب آقای سیدحسن خباز معرفی شده شرکت محترم فهامه - یکی از شرکت های با سابقه طولانی عضویت در کانون و مشارکت فعال، انصراف می دهم.

وی ابراز امیدواری کرده است که کانون بتواند از فکر بلند و تجربه عضو جدید در جهت رشد و بالندگی این نهاد بهره مند شود. گفتنی است انتخابات داخلی شورا برای شناخت رییس دوره چهارم و سایر سمت ها (نواب اول و دوم رییس، خزانه دار) به نشست های بعدی موکول شد.





کار همه دوستان ما امکان سنجی است. در بودجه ۹۵ برای جذب اعضای جدید پیش بینی کرده‌اید.



آیا امکان سنجی شده که جذب اعضای جدید توجیه دارد؟ بحث منطبقه کردن ورودی‌ها را ببینید. اگر باین دیدگاه که هزینه را پیشش دهید می‌خواهید عضو جدید بگیرید این کار مثبتی نیست اگر مساله هزینه است حق عضویت را بالا ببرید.

این پیش بینی ما نیست درخواست اعضای جدید است. وقتی درخواست هست وظیفه کانون هم بررسی آن است. به هیچ وجه در پذیرش اعضای جدید تأمین مالی مدنظر نیست. وظیفه ذاتی کانون است که تا زمانی که مشاوران درخواست عضویت می‌کنند پرونده آنان را بررسی و در صورت داشتن

سوالات طرح شده در مجمع عمومی

محلای برای کانون تدارک ببینیم، چرا در بخش سرمایه اقدام نکردیم؟

کانون از ابتدا به دنبال خرید دفتر بوده و روشن است که برای هر سرمایه گذاری باید منابع مورد نیاز تجهیز گردد. متأسفانه منابع کانون فقط از محل ایفای تعهدات مالی اعضا بر اساس آیین نامه های مصوب تأمین می شود که به دلیل شرایط تورم قیمت ها در بخش ساختمان و اهمیت موقعیت جغرافیایی و فیزیکی مکان مورد نیاز، هر روز بر فاصله بودجه مورد نیاز برای خرید محل دفتر و منابع در اختیار کانون افزوده می شود. تلاش کانون برای پیدا کردن راهکارهای مناسب برای تجهیز منابع مورد نیاز همواره ادامه دارد ولی حمایت مالی اعضا و ارائه راهکارهای ممکن و جدید قطعاً می تواند تسریع گر دستیابی به این هدف باشد.

چرا گزارش مجمع را قبل از جلسه ندانید که راحت تر نقد و اعمال نظر کنیم؟

متأسفانه گزارش بازرسی قانونی با تأخیر (دو روز قبل از برگزاری مجمع عمومی) به کانون تحویل شد.

بودجه مصوب سال قبل ۱ میلیارد است. در اکثر موارد عملکرد پایین تر است می تواند دلیل داشته باشد یکی اینکه بانوجه به ظرفیت موجود در هزینه کرد بودجه صرفه جویی داشتید و یک مورد هم ضعف در عملکرد کانون باشد. کدام مورد درست است؟ باین اوصاف چرا در بودجه امسال افزایش مبلغ پیشنهاد شده است؟

بودجه پیشنهادی حتما هر سال در مجمع عمومی تصویب می شود مثل بودجه سازمان های دولتی نیست که ارکان بالادستی آن را تأمین کنند. بودجه کانون هر مقدار که پیش بینی و تصویب شود به پرداخت اعضا بستگی دارد زیرا آنها تأمین کننده هستند. لذا دبیرخانه کانون هزینه ارا بر اساس اولویت متناسب با درآمدها پرداخت می کند. بودجه سالانه نیز بر اساس برنامه تنظیم می شود و به این دلیل اجرا کردن برنامه را مدنظر دارد نه عملکرد سال گذشته.

شرایط مطابق ضوابط کانون، به عضویت در خواهند آمد. سرمایه گذاری در بازار رو به رشد است و ما نمی توانیم درخواست های عضویت را بررسی نکنیم. در این صورت برای عده ای رانت ایجاد می شود. نمی شود انحصار برای اعضای فعلی ایجاد کرد.



چرا بازرسی قانونی به اطلاعات قراردادها دسترسی نداشته اند؟ باید به نحوی با بازرسی تفاهم کنید که بند مشروط در مجمع نباشد.

با توجه به اینکه اعضا کانون باید قراردادهای خود را در سامانه ثبت قراردادهای ثبت کنند و تأییدیه اخذ و به بانک ارائه دهند لذا اطلاعات قراردادها در کانون موجود است. لیکن

نماینده بازرسی قانونی از کانون درخواست رویت و آشنایی با سامانه مذکور را درخواست نکرده است. فایل اصل قراردادها نیز در سامانه رتبه بندی موجود و برای رتبه بندی و امتیازدهی مورد استفاده است.

بازرسی: ما قراردادهای را لازم نداریم. باید بدانیم کانون بر این دو درصد حق الزحمه چه کنترلی دارد. آیا صرفاً بر اساس اطلاعات اعضاست یا راه دیگری هم دارد؟ ما در همین حد رسیدگی کردیم. سوال ما ابزار کنترل کانون بر قراردادهاست. همین طور که آقای کریم زاده گفته آیا سامانه ثبت قراردادهای ابزار کنترل است؟ نوع حسابداری کانون در حال حاضر نقدی است. نکته ما کنترل روی پرداخت دو درصد قرارداد است.

مقدمه:

دغدغه‌ها و نگرش‌های متفاوت افراد در عین همسویی با اهداف و وظایف قانون به هر دوره شورای عالی رنگ و جلایی تازه می‌بخشد. پس از برگزاری انتخابات در مجمع عمومی عادی سالانه و به تبع آن استقرار شورای عالی چهارم، آقایان محمد باقر کیایی، امیر حسین پور و علیرضا کریم زاده که با حضور فعال در دوره پیشین به شناخت بیشتری از قانون، چالش‌ها و ظرفیت‌های آن دست یافتند و جای خود را به اعضای جدید دادند در گپ و گفتی کوتاه از تجارب خود با قانون گفتند:

قانون!

گذشته، حال، آینده



سید محمد باقر کیایی

است و تا زمانی که مشکل فوق حل نشود اقدامات قانون مانند ساختن ساختمان روی تپه شنی است نه زمین محکم.

حسین پور:

در صورتی که رسالت و اهداف قانون را در دو سطح زیر تعریف کنیم:

سطح اول

اثرگذاری در سیاست‌های کلان بانکی و بازار مالی و پولی کشور در حوزه توسعه بنگاه‌های اقتصادی با هدف بهبود

سطح دوم

توسعه کیفی و کمی صنعت مشاوره سرمایه‌گذاری بانکی و غیربانکی بنابراین با در نظر گرفتن رویکرد بالا، رشد و بالندگی قانون متناسب با سال‌هایی که به آن سپری شده است، به صورت زیر قابل بیان است:

سطح اول

عملکرد قانون در این سطح عملاً ناچیز بوده و اصولاً قانون سیاست‌اثربخش و کارآمد مطلوبی در این عرصه ندارد و جایگاه خود را بیشتر در خصوص یک نهاد خدماتی برای جامعه مشاوران بانکی کشور متمرکز کرده است. عدم قابلیت نفوذ در نهادهای سیاست‌گذاری بازارهای مالی و پولی کشور، سیستم بانکی و توسعه صنعتی و اقتصادی کشور از ضعف عمده قانون محسوب می‌گردد.

به نظر جناب عالی آیارشد و بالندگی قانون متناسب سالیانی بوده که بر این نهاد سپری شده؟ لطفاً نظر خود را همراه دلایل مشخص ابراز فرمایید.

کیایی:

علی‌رغم آن که شورای عالی قانون در دوره اخیر و دوره‌های گذشته تلاش زیادی کرده است که جایگاه قانونی قانون تثبیت شود بنا بر دلایلی خارج از امکانات شورا، نظیر تغییرات و جابه‌جایی مسئولین ذی‌ربط که باید هیأت عالی نظارت را معرفی نمایند تاکنون اقدام نکرده یا مایل به انجام آن نیستند، قانون به جایگاه مورد نظر که در قانون پیشینی شده دست نیافته و به این دلیل به بالندگی و رشد مورد نیاز نیز نرسیده

و اما دلایل موجود:

- عدم برخورداری کانون از جایگاه قانونی در این امر
- عدم حتی آشنایی مراکز سیاست گذاری و تصمیم گیری کشور با کانون در ارتباط با ماموریت آن
- بی اعتمادی و عدم آشنایی بانک های کشور با خدمات مشاوره و جایگاه آن

سطح دوم

در مورد این سطح نیز عملکرد کانون در سطح خدمات جاری بوده و استراتژی های اثر بخش در آن به چشم نمی خورد که عمده دلایل آن را به صورت زیر می توان عنوان کرد.

- کاهش تعداد طرح ها در سال های متوالی و کاهش فرهنگ جاری برخی از بانک ها در استفاده از خدمات مشاور

- افزایش اثرگذاری روابط در بسیاری از شعب بانک ها نسبت به اثرگذاری ضوابط

- عملکرد نامطلوب مشاورین با گرید (رتبه) پایین تخصصی نبودن مشاورین

- غیرمنطقی بودن تعرفه حق الزحمه ها بخصوص در طرح های با حجم سرمایه گذاری بالا

- رقابت ناسالم مشاوران و عدم کنترل توسط کانون
- افزایش بی رویه تعداد مشاوران

کریم زاده:

کانون نیز مانند هر سازمان و نهاد دیگری در مرحله پاگیری و رشد مشکلاتی داشته است. در شرایط اقتصادی قبل از رکود، در اثر احساس نیاز بانک ها به استفاده از خدمات مشاوران و حمایت مناسب از سوی مدیران وزارتخانه ها، بانک مرکزی و بانک ها، شور و شوقی برای عضویت در کانون به وجود آمد. به نظر من وضعیت کانون در سال های گذشته از نظر رشد و شناخته شدن خوب و طبیعی بوده و آثار حضور کانون البته برای بانک هایی که به طور جدی از مشاوران عضو استفاده کردند، مطلوب بوده است. البته مطلوب بودن وضعیت کانون به چگونگی فعالیت مشاوران عضو هم بستگی داشته است. برخی اعضای محترم بر این باورند که کانون باید به طور مستقیم برای آنان کارایی کند اما کانون بر مبنای ماده ۷ اساسنامه و به عنوان یک نهاد حرفه ای وظایف تعریف شده ای در جهت ساماندهی و توانمندسازی مشاوران دارد.

در دوره سوم فعالیت شور، به نظر شما مهمترین و اساسی ترین گامی که در جهت نیل به هدف های کانون برداشته شد چه بود و چرا؟

کیایی:

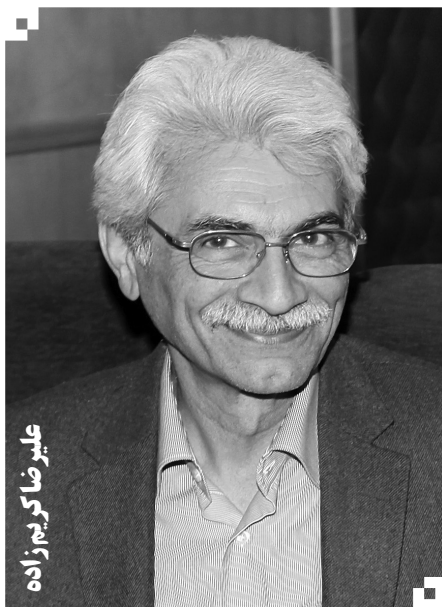
تلاش زیادی جهت برقراری ارتباط و دیدار با مسئولان مربوط در بانک مرکزی و وزارت امور اقتصادی و دارایی صورت گرفت تا مسأله تثبیت جایگاه قانونی کانون حل شود و نویدهایی هم در این ارتباط داده شده است.

حسین پور:

- پیگیری جهت تثبیت جایگاه قانونی کانون در نهادهای سرمایه گذاری و سیستم بانکی کشور (ولی نتیجه بسیار اندک)

- بازنگری در آیین نامه های رتبه بندی

- ایجاد فاکتورهای مناسب برای منطقی سازی تعرفه حق الزحمه مشاوران



علیرضا کریم زاده

کریم زاده:

متأسفانه کانون در دوره سوم، با چندین مسأله نگران کننده روبرو بوده و طبیعاً حجم بسیاری از توجه و تلاش شورای عالی و دبیرخانه صرف رفع این موانع شده است. در این دوره با همکاری نکردن برخی بانک ها که از قضا اکثر آنها از اعضای دوره اول هیأت عالی نظارت و کمک کنندگان به تشکیل آن بوده اند، مواجه شدیم. همچنین از آنجا که در ماده ۸ قانون تسهیل اعطای تسهیلات بانکی ذکر شده است " آیین نامه اجرایی این قانون با پیشنهاد مشترک وزارت امور اقتصادی و دارایی و بانک مرکزی حداکثر تا دو ماه پس از ابلاغ قانون به تصویب هیأت وزیران خواهد رسید." نظر به اینکه آیین نامه اجرایی مذکور شامل تمام موارد قانون (نه فقط ماده ۵) می باشد، در دو بار طرح در کمیسیون اقتصادی

دولت با این عنوان که آیین نامه اشکالات فراوان دارد؛ به آینده موکول شد. موضوع تصویب نشدن آیین نامه اجرایی از طرف برخی مسئولان دولتی علی رغم اینکه تمام مسئولان به تأثیرات مثبت و مفید آن واقف بوده اند، بهانه ای برای پشتیبانی نکردن از کانون شده است. با این همه صدور حکم هیأت عالی نظارت از طرف معاون وقت بانک و بیمه وزارت اقتصاد و دارایی و همچنین حضور ایشان در مجمع مؤسسان و نامه اداره ثبت شرکت ها و بخشنامه مشترک با قائم مقام وقت بانک مرکزی خطاب به بانک ها، دلالت بر قانونی بودن کانون دارد. در پی برگزاری جلسات مشترک وزارت امور اقتصاد و دارایی با مشارکت بانک مرکزی مقرر شد، متنی را به عنوان مصوبه فعالیت کانون به هیأت دولت ارائه شود که ظاهراً انجام شده و در اولویت تصویب است. گام اساسی در دوره سوم شورای عالی، بررسی و تهیه اصلاحات اساسنامه کانون به منظور شفاف سازی و رفع اشکالات و ابهامات آن بوده است که این امر نیز انجام شده است. همچنین بازنگری در آیین نامه ها و دستورالعمل های رتبه بندی طی یک سال مباحث کارشناسی و آسیب شناسی در کمیته بازنگری، به نتایج خوبی منجر شده که امیدواریم در شورای چهارم به نتیجه نهایی برسد.

مهمترین چالشی را که پیش روی کانون محتمل می دانید کدام است و از کجا ریشه گرفته و چگونه باید حل شود؟

کیایی:

مهمترین چالش پیش روی کانون مسأله احتمال عدم حمایت مسئولان ذی ربط وزارت دارایی و بانک مرکزی است که خود بنیانگذار نهاد کانون هم بوده اند.

مسأله معرفی نشدن هیأت عالی نظارت و در نتیجه مصوب نشدن آیین نامه اجرایی کانون و اصلاحات اساسنامه ای از مسایل مهم برای تثبیت جایگاه قانونی کانون است.

مسأله عدم توجه برخی از مسئولین به نقش مثبتی که کانون برای توسعه اقتصاد و کشور میتواند داشته باشد از دلایل موضوع فوق است.

حسین پور:

- ایجاد انجمن و تشکل های مشابه با فعالیت کانون
- ایجاد شرکت های مشاور وابسته به بانک ها و سازمان های دولتی

- وجود برخی از شرکت های متشکل از نیروهای بازنشسته بانک ها که باعث رقابت ناسالم می گردد.
- عدم تشکیل هیات عالی نظارت در دوره های سوم و چهارم
- وجود شرکت های نا آشنا با فعالیت کانون

کریم زاده:

مهم ترین چالشی که کانون علاوه بر موضوع تقویت جایگاه، با آن روبروست مسئله ای است که از تأسیس کانون کم و بیش به صورت پنهان وجود داشته و از دو سال قبل به طور جدی خود را نشان داده است، و آن برخورد برخی از بانک ها با کانون است. بانک ها به عنوان مشتریان اصلی خدمات مشاوران می توانستند بزرگترین و بهترین شریک مشاور و کانون باشند. در حالی که روابط با کانون را به سطح رقابت تنزل داده و با ایجاد شرکت های مشاور وابسته به خود، بازاری را که باید برای مشاوران باشد از آنها دریغ کرده اند. کانون در دوره سوم شورای عالی در تمام جلسات با مدیران محترم عامل بانک ها تلاش داشته است که جایگاه درست و روابط خوب و استفاده از مشاور مستقل در مشاوره را در مذاکرات مطرح کنند.

برای تقویت و ارتقاء جایگاه کانون چه نقشی برای تک اعضا قائلید و توصیه های شما در این زمینه چیست؟

کیایی:

برای تقویت و ارتقاء جایگاه کانون ارتباطات و جلساتی که با مسئولان ذی ربط در دوره سوم برقرار گردید باید پیگیری جدی شود.

- خوب است که با ملاقات و مذاکرات نمایندگان محترم ذی ربط دوره جدید مجلس، مساله اجرایی شدن مصوبه قانونی ایجاد کانون به عنوان مطالبه مجلس از دولت پیگیری گردد.

- هماهنگی لازم برای معرفی بیشتر کانون به نهاد های مرتبط و بخش های دولتی و خصوصی ذی نفع صورت گیرد و تبلیغات و فرهنگ سازی شود.

- با توجه به رفت آمد بی سابقه سرمایه گذاران خارجی به کشور پس از برجام و اعلام تمایل به سرمایه گذاری در کشور، نیازمند تهیه بسته های سرمایه گذاری قابل قبول و اقناع کننده سرمایه گذاری هستیم. چنانچه فقط بیان اینکه فرصت های سرمایه گذاری فراوان در کشور وجود دارد اکتفا کنیم اما بسته سرمایه مناسب معرفی نکنیم، پس از مدتی علاقه مندان خارجی سرمایه گذاری سرخورده و منفعل می شوند.

- سرمایه گذار خارجی نمی تواند از ابتدا تا انتهای کار را بدون در دست داشتن اطلاعات مورد نیاز مطالعه و سپس اقدام به سرمایه گذاری کند او نیاز به جستجوی موشکافانه (Due Diligence) برای شناخت فرصت سرمایه گذاری دارد. پیشنهاد می شود شرکت های عضو کانون هر کدام به فراخور توان خود یک یا چند پروژه را مطالعه کرده و اولویت بندی نمایند و بسته سرمایه گذاری مناسب تهیه کنند.

بدیهی است که هزینه های آن و سود مورد نظر را می توانند با به نتیجه رساندن سرمایه گذاری از طریق سرمایه گذار به دست آورند.

در این ارتباط گروه بین المللی ره شهر یک سیستم خدمات تسهیل گری برای جذب سرمایه فراهم کرده است. (Investment Facilitation Service (IFS Virtual واحدهای مختلفی از جمله واحد مجازی (Investment Promotion Unit (VIPU) برای پیشبرد معرفی اهداف جذب سرمایه گذاری خارجی و داخلی است. نکته قابل ذکر برای مهیا کردن شرایط جذب سرمایه گذار موضوع شفاف سازی و کارآمد سازی مقررات است (Regulatory) و ره شهر اقدام به مطالعاتی در این زمینه کرده و علاوه بر تهیه نشریه ای در مورد رگولاتوری، مذاکراتی نیز با مسئولین ذی ربط برای مطالعات و خدمات مورد نیاز جهت تهیه مقررات مزبور داشته است

خاطر نشان می سازد که گروه بین المللی ره شهر آمادگی همکاری با اعضای محترم کانون در این ارتباط را دارد.

حسین پور:

با اتخاذ سیاست ها و استراتژی های بهبود مطالب ذکر شده در بند یک، دو و سه و تقویت و ارتقاء جایگاه کانون قابل دستیابی است.

کریم زاده:

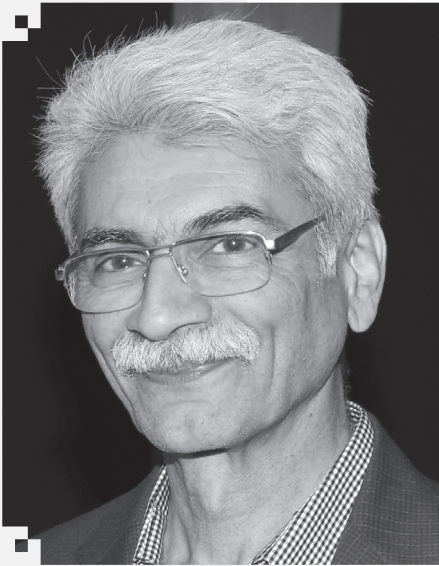
اعضای کانون به عنوان اصلی ترین ذی نفعان آن باید در تقویت و ارتقاء جایگاه کانون به عنوان تنها مرجع رسمی و قانونی حرفه مشاوره سرمایه گذاری تلاش کنند. اعضای کانون باید همبستگی، صبوری و باور به آیین نامه ها و مقررات و دستورالعمل های کانون را رعایت کنند و با وجود مشکلات اقتصادی و کاهش سرمایه گذاری ها در دوره اخیر با امید به آینده از کانون در مقابل این دشواری ها حمایت کنند. چنانچه اعضا، برخی مقررات را منطقی نمی دانند یا پیشنهادی دارند، با کانون تعامل داشته باشند و پیشنهادهای خود را به دبیرخانه و شورای عالی ارائه دهند. در جلسات کارشناسی و هم اندیشی برای نزدیک شدن نظرات و ارتقاء جایگاه کانون، فعالانه مشارکت کنند. اعضای کانون علی الاصول باید توقعات خود را متناسب با اهداف و مأموریت کانون تنظیم کنند و از درخواست ها و انتظارات بیش از حد و خارج از اساسنامه پرهیز کنند؛ در این صورت است که نتایج مطلوب به دست خواهد آمد.

امیر حسین پور



چشم انداز توسعه بازار کار مشاوران

علیرضا کریمزاده



مصاحبه جناب آقای دکتر زرنوخی و مطالبی که در زمینه توسعه خدمات مشاوران مطرح کردند بهانه ای شد که این موضوع به آگاهی و رأی جامعه مشاوران سرمایه گذاری گذاشته شود.

از آغاز کار کانون به عنوان تنها مرجع معتبر صنفی و انتظامی مشاوران سرمایه گذاری، فکر توسعه خدمات و بازار مشاوران وجود داشته و تلاش شده است که در فرصت های مقتضی خدمات مشاوران از منظر حرفه ای و قابل توسعه دیده شود. نمونه های آن بررسی رسته ها یا خدمات، عارضه یابی و مشاوره خدمات بانکی در سال های گذشته بوده است که حتی مورد مشاوره خدمات بانکی پس از تصویب شورای عالی در هیأت عالی نظارت نیز بررسی و برای اصلاحات به کانون برگردانده شد.

در مورد عارضه یابی نیز کارگروه مربوط در سال ۱۳۹۱ موضوع را به تفصیل مورد بحث و ارزیابی قرار داد و مستندات قابل توجهی نیز تهیه کرد. مورد دیگر نیز اعتبار سنجی مشتریان بود که نرم افزار آن با کمک یک شرکت طراحی و تقریباً پیاده سازی گردید. همچنین خیلی از بانک ها از مشاوران انتظار دارند که سنجش صلاحیت و اهلیت متقاضی تسهیلات را انجام داده و همراه گزارش امکان سنجی به بانک ارائه دهند.

خدمات و رسته های دیگری هم وجود دارد که تعداد زیادی از اعضای کانون بر حسب توانایی و سابقه خود به صورت کاملاً حرفه ای انجام می دهند که به نظر می رسد به منظور قانونمند شدن کیفیت ارائه این خدمات، تدوین استانداردهای لازم و اعمال نظارت کانون بر این فعالیت ها لازم است که با تشکیل کارگروه های تخصصی در کوتاه ترین زمان ممکن از تصویب شورای عالی گذشته و با ثبت رسمی فعالیت های مرتبط با خدمات یارسته های جدید در سامانه مربوط، توسعه بازار مشاوران عملاً رقم بخورد.

اما چرا کانون در سال جاری به بررسی جدی این موضوع اهتمام می ورزد؟

توسعه خدمات مشاوران را از دیدگاه چهار ذی نفع می توان بررسی کرد

۱: بانک ها: بانک ها در فرایند بررسی طرح و

اطمینان از صحت سرمایه گذاری و کاهش ریسک، نیاز به استفاده از خدمات متنوع مشاوران قبل از گزارش امکان سنجی دارند مانند: ارزیابی طرح ها، اعتبار سنجی مشتریان و تشخیص و سنجش صلاحیت و اهلیت مجری طرح. همچنین در جریان اجرای طرح، نظارت بر اجرای صحیح طرح و مصرف منابع، اهمیت پیدا می کند و صد البته در صورت توقف بهره برداری که می تواند ناشی از متغیرهای مختلف داخل یا بیرون از طرح باشد موضوع عارضه یابی و مطالعه مبانی ایجاد معوقات، اولویت می یابد.

۲: مشاور: به منظور حفظ انسجام و دوام حرفه، توسعه متناسب خدمات و استفاده از ظرفیت های بازار یک ضرورت است و مشاوران باید بتوانند تمام خدماتی را که در حوزه مشاوره سرمایه گذاری می گنجند و کانون به آنها رسمیت داده، به متقاضیان تسهیلات بانکی ارائه کنند. هم اکنون مشاوران زیادی هستند که برای عضویت در کانون درخواست دارند لیکن خدمات تخصصی آنان مانند تأمین مالی یا عارضه یابی که هنوز در کانون به عنوان رسته خدماتی رسمی شناخته نشده است مانع عضویت آنان می شود.

۳: مشتری: کارفرما یا مجری طرح به طور طبیعی علاقه مند است از تمام توانمندی های مشاوران بهره مند شده و تحت ضمانت کانون از این توانمندی ها در جریان سرمایه گذاری و اجرای طرح استفاده کند.

۴: کانون: کانون به عنوان یک نهاد و تشکل اساساً باید تمام خدمات مشاوران سرمایه گذاری را به رسمیت شناخته و تحت نظارت داشته باشد. این امر هم از نظر یکپارچگی و انسجام و قدرت کانون

اهمیت دارد و هم از لحاظ آن دسته از مشاورانی که در حال حاضر عملاً خدمات متفاوتی از مشاوره سرمایه گذاری (غیر از امکان سنجی و نظارت) را ارائه می دهند و در عین حال به دلیل رسمیت نداشتن این گونه خدمات در کانون، متعهد به رعایت مقررات یا استاندارد خاصی نبوده و در قبال کانون یا هر نهاد دیگری نیز پاسخگو نیستند و در حقیقت به این ترتیب به فرهنگ مشاوره خدشه وارد می سازند و جامعه را نسبت به مشاوران سرمایه گذاری بدبین می کنند.

با توجه به مطالب فوق و ضرورت های موجود، نیاز به بازنگری در خدمات مشاوران وجود دارد و شایسته است که کانون در قالب کار گروهی تخصصی درباره این موضوع بحث های کارشناسی انجام داده و ضوابط هر یک از فعالیت ها را تعیین کند. خوشبختانه از آنجا که در برنامه فعالیت کانون در سال ۹۵ (مصوب مجمع عمومی اخیر) موضوع توسعه بازار و خدمات مشاوران سرمایه گذاری مطرح و برای به نتیجه رسانیدن آن تأکید شده است انتظار می رود کانون در سال جاری کانون با جدیت هر چه تمام به آن بپردازد.

مقدمه:

توسعه فعالیت های کار آفرینی و تجاری سازی دستاوردهای پژوهشی و نوآوری نیازمند برنامه ریزی و وجود زیرساخت های نهادی است. بعد از پیروزی انقلاب اسلامی، ورود به این موضوع یکی از دغدغه های دولت ها بود و راهکارهای برنامه های و عملیاتی متنوعی در دستور کار قرار گرفت. یک راهکار، ایجاد نهاد مالی تخصصی بود و لذا شورای پژوهشهای علمی و صنعتی ایران در دی ماه سال ۱۳۶۷ طرح ایجاد صندوق مالی حمایت از محققین، مبتکرین، مخترعین و مکتشفین را تصویب کرد. اساسنامه صندوق، در شورای پول و اعتبار مطرح شد و به تصویب آن شورارسید.

در حال حاضر صندوق مالی توسعه تکنولوژی ایران به عنوان یک نهاد تخصصی در زمینه مشارکت و تأمین مالی طرح های مبتنی بر نوآوری و فناوری فعالیت می کند و سهامداران اصلی آن مرکز همکاری های فناوری و نوآوری ریاست جمهوری، بانک ملی ایران، بانک صنعت و معدن، بانک کشاورزی، بانک تجارت، مؤسسه طرح و توسعه علم و فناوری ایران و مؤسسه توسعه فناوری نخبگان هستند.

در نخستین شماره نامه فرهنگ با آقای مهندس رضازرنوخی مدیرعامل و عضو هیأت مدیره این شرکت در خصوص راهکارهای توسعه بازار مشاوران سرمایه گذاری، گفتگو کرده ایم.



ضرورت نوآوری

و تحول در خدمات کانون

واگذار می شود. در واقع بخشی از خدمات ما ارزیابی طرح است اما در همین مرحله متوقف نمی شود در اجرا هم کمک می کنیم. معتقدیم خدمات مشاوره محدود به ارزیابی طرح نیست برای توسعه کسب و کار، انتقال تکنولوژی، یافتن نیروی انسانی متخصص، شرکات با بنگاه های بزرگتر و گسترش بازار محصول هم مشاوره می دهیم. با برخی از سازمان های توسعه ای برای کاهش ریسک این گونه طرح ها و هزینه های کسب و کار همکاری می کنیم. به عنوان مثال در برخی مقاطع برای شرکت های دانش بنیان بهتر است به جای حضور در شهرک های صنعتی، در پارکهای علم و فن آوری و یا مراکز شتاب دهنده کسب و کار مستقر باشند، لذا به این شرکت ها مشاوره می دهیم تا مراحل رشد و شتاب دهی فاز اولیه را

صندوق توسعه مالی و تکنولوژی چه خدماتی ارائه می کند؟ صندوق مالی توسعه تکنولوژی ایران، نهاد تخصصی تأمین مالی در حوزه طرح های مبتنی بر فناوری و نوآوری و شرکت های دانش بنیان است. عمده خدمات این شرکت تأمین مالی، سرمایه گذاری، ارزیابی و خدمات توسعه کسب و کارهای نوپا است که برای خدمات ارزیابی در کانون عضو شده است. علاوه بر امکان سنجی طرح ها، مشورت های مدیریتی، بازار و حقوقی نیز می دهیم. یکی از منابع مهم تأمین مالی در شرکت های کوچک و نوپا "سرمایه گذاری خطرپذیر" (Venture Capital) است که مستلزم مشارکت چند وجهی در پروژه است. بر اساس قرارداد، زمان ورود و خارج شدن از پروژه، مشخص شده و هنگام خروج، سهم شرکت به سهام دار حقیقی یا حقوقی

بگذرانند. استانداردهای کانون بر مبنای تهیه طرح توجیهی است که برای سرمایه گذاری در بخش واقعی صنعت، نوشته می شود اما مراحل توسعه کسب و کار، تامین تکنولوژی، نوآوری، آشنایی با فرایندهای صنعتی و تأمین نیروی انسانی و تست بازار در بررسی ها و مطالعات کانون دیده نمی شود در حالی که ما به انجام این موارد توجه زیادی داریم.

در واقع علاوه بر فاز صفر در قسمت اجرایی هم وارد می شوید تا زمانی که دانش به مرحله تولید صنعتی برسد. این همکاری تا کجا ادامه دارد؟

صندوق در چرخه کسب و کار و توسعه بازار همراه مجری پروژه است. اگر مشارکت بکنیم تا زمانی که طرح به بهره برداری برسد و بازدهی مناسبی داشته باشد، حضور خواهیم داشت. ممکن است همکاری تا ۵ سال بعد از بهره برداری هم ادامه یابد. صندوق این موارد را نه فقط از بُعد حمایتی بلکه از بُعد اقتصادی مدنظر دارد. زیرا از این کار ارزش افزوده دریافت می کنیم. ارزش افزوده ما بر مبنای طیفی از خدمات است نه فقط ارزیابی طرح. در عمل، مسئولیت و ریسک بیشتری می پذیریم تا پروژه بعد از اجرا به مشکل نخورد و در بازار محصول، موفق باشد. اگر طرح اولیه نیاز به حمایت های دیگری مانند نمونه سازی و یا تحقیق و توسعه داشته باشد، از سوی صندوق به مؤسسات مرتبط معرفی می شود.

با توجه به اینکه یکی از حوزه های فعالیت صندوق توسعه تکنولوژی، تأمین مالی است؛ قاعدتاً بخشی

از طرح های ارجاعی به کارشناسان، مربوط به خود مجموعه است. چند درصد از حجم کل کار به طرح های خارج اختصاص می یابد؟

تقریباً ۵۰ درصد خدمات امکان سنجی ما به بررسی طرح هایی اختصاص دارد که صندوق، سرمایه گذار آن است. ۲۰ تا ۳۰ درصد نیز از سوی نهادهای دیگری مانند صندوق نوآوری و شکوفایی و یا ستادهای تخصصی توسعه فناوری ارجاع می شود.

ارزیابی طرح های دانش بنیان متفاوت از طرح های صنعتی و تولیدی است. با توجه به ماهیت طرح و شرکت، تأمین مالی پروژه های نوآورانه با اصول سرمایه گذاری خطر پذیر، انجام می شود. البته تأمین مالی به معنای وام دادن نیست بلکه با پذیرش ریسک احتمالی، در اجرای پروژه مشارکت می کنیم.

تفاوت خدمات صندوق به تفاوت ماهوی و ساختاری حوزه دانش بنیان با حوزه های صنعتی و تولیدی مرتبط است این تفاوت بنیادی است یا جزئی و آیا تنوع خدمتی که در طرح های دانش بنیان وجود دارد به توسعه بازار مشاوران کمک می کند؟

بحث به ماهیت و محیط کسب و کار در حوزه اقتصاد برمی گردد که باید متناسب با آن تغییرات، خود را هماهنگ کنیم. استانداردهای متعارف برای تشخیص و ارزیابی حوزه صنعت بر اساس دسته بندی واحدهای صنعتی معمول (مانند سازمان توسعه صنعتی سازمان ملل) و در قالب ابزارهایی چون کامفار است که نیازهای کارشناسی برای واحدهای

ایجاد مستقر در شهرک های صنعتی رفرانهمی کند. اتفاقی که در دنیا افتاده این است که کسب و کارها دیگر به این روش انجام نمی شود. یا لاقلاً یک سازمان محوری به تنهایی مسئولیت تولید را به عهده ندارد و در قالب زنجیره ای از کسب و کارها یا خدمات انجام میگردد. اصطلاح تولید بدون کارخانه را شنیده اید؟ فرض کنید بر مبنای تولید بدون کارخانه، طرحی آماده کردیم؛ در حالیکه شبکه بانکی برای پرداخت تسهیلات می خواهد از تأسیسات، ماشین آلات، جدول زمان بندی اجرا و اسنادی مانند پیش فاکتور مطلع شود. روابط در اینجا پیچیده می شود و ذی نفعان مختلفی درگیر می شوند. چون نگاه تأمین مالی و سرمایه گذاری بانک متفاوت است. اگر مشاور فقط به طرح بانکی بیندیشد، نمی تواند به این نوع طرح ها، خدمات مشاوره ارائه دهد، بخشی از کارهای ارجاعی و به تبع آن کسب کار مشاور از بین می رود.

در حال حاضر فرض اینست که همیشه بانکی وجود دارد و قرار است به طرح صنعتی تسهیلات بدهد. در حالی که نه منابع مالی در کشور مثل گذشته است نه کسب و کار به نحوی است که سرمایه گذار بخواهد واحد فولاد، تولید قطعه صنعتی یا دارو بزند. چون این عوامل فراهم نیست، در حوزه مشاوره مشکل داریم. بخشی از تغییرات بازار به نوآوری و تکنولوژی بر می گردد در طرح های مبتنی بر نوآوری و دانش بنیان؛ اطلاعات مقایسه ای برای استاندارد کردن وجود ندارد؛ مثل واحد فولادی نیست که بتوان واحد صد هزار تنی را با تکنولوژی دیگری مقایسه کرد. هر کدام از پروژه های دانش بنیان، نوآوری خاصی چه در محصول و چه در فرآیند تولید دارند. این باعث می شود که تجهیزات و خطوط تولیدی کاملاً متفاوت و جدید باشد. اولین تفاوت این است که در اینجا نوآوری و جدید بودن و تکرار نشدن داریم و به همین دلیل با استاندارد نبودن مواجهیم بنابراین به جای مراجعه به بانک اطلاعاتی، نیاز به خبرگی داریم.

دومین تفاوت این است که بخشی از ارزش افزوده طرح های دانش بنیان به دانش و دارایی نامشهود مربوط است. وقتی آورده شرکت دانش بنیان را می سنجیم باید آورده دانش و فناوری دیده شود. همه دارایی طرح دانش بنیان، از جنس دارایی فیزیکی نیست. با این وصف در سرفصل هزینه، ارزش یابی را چطور برآورد کنیم؟ نوآوری در هر حوزه، ارزش گذاری مستقل می طلبد به همین دلیل خدمتی به نام ارزش گذاری دانش فنی لازم است.

در شرایط فعلی بازار، کانون نباید به مشاوره در زمینه های متعارفی چون خدمات و مصنوعات اکتفا کند. باید نیروی انسانی با تخصص های متفاوت جذب شود؛ کسانی که صرفاً کامفار بلد باشند یا ارزیابی مالی یا جریان نقدینگی بلد باشند، کافی نیستند. باید اطلاعاتی فراتر از اینها داشته باشند.



پروژه های دانش بنیان الزاماً با استانداردهای تأمین مالی بانکی همخوان نیستند چون بخشی از پیش بینی ها قطعی نیست و ممکن است شرایط اجرا و میزان سرمایه گذاری تغییراتی داشته باشد. ممکن است بعضی از پیش بینی ها هم محقق نشود بنابراین باید ابزار تأمین مالی انعطاف داشته باشد.

مشاوران حوزه دانش بنیان و "های تک" باید دانش تخصصی داشته باشند زیرا این کار پیچیدگی های خاص خود را دارد. در شرایط فعلی بازار کانون، نباید به مشاوره در زمینه های متعارفی چون خدمات و مصنوعات اکتفا کند. باید نیروی انسانی با تخصص های متفاوت جذب شود؛ کسانی که صرفاً کامفار بلد باشند یا ارزیابی مالی یا جریان نقدینگی بلد باشند، کافی نیستند. باید اطلاعاتی فراتر از این ها داشته باشند. مشاور باید تحولات صنعت و تکنولوژی دنیا را رصد کند. به طور مثال بدانند که در حوزه مانند صنایع فلزی، پلیمر و پزشکی، تکنولوژی ها عوض شده و روند ها در حوزه صنعت به چه نحوی در حال تغییر است. اگر اینها را کنار هم بچینیم با قواره استاندارد که برای نقش مهندس مشاور در کانون دوخته شده است، سازگار نیست؛ لذا باید نوآوری داشته باشیم. چرا که این تغییر اتفاق می افتد. بر این اساس فرمت هر طرح با طرح دیگر متفاوت خواهد بود و الزاماً استاندارد نرم افزاری مثل کامفار به تنهایی جواب نمی دهد. باید نرم افزارهایی که ریسک را می سنجند مثل نرم افزار Crystal ball یا حتی نرم افزارهایی که توسط خود آن شرکت ها به روز شده اند مبنای کار باشد. این ها نرم افزارهایی نیستند که شبکه بانکی بشناسد یا توصیه کند بلکه بر اساس توانمندی و در حوزه تخصصی ایجاد می شود. پس کانون باید راهبردهای جدید و برنامه آموزشی و ترویجی داشته باشد و تحولاتی را که در اکوسیستم اقتصادی و صنعتی داخلی و خارجی رخ می دهد به اطلاع اعضا برساند. زیرا نیازها متفاوت می شود، ممکن است با شرایط جدید، مشاوره اعضا مفید نباشد؛ چون متقاضی همه پروژه ها از جنس نهاد بانک نیست.

مسائلی که مطرح می کنید در حوزه دانش بنیان به عینه قابل مشاهده است اما ممکن است در باقی شاخه ها محسوس نباشد.

بله، درست است. یکی از حوزه هایی که می تواند جذاب باشد بخش دانش بنیان است. البته گفتیم که در این حوزه تهیه طرح، گام اولیه است باید بتوانیم مشاوره متنوعی بدهیم که طرح در حین اجرا هم منتفع باشد. مفهوم این است که در آینده مشاوران از روش های فعلی، درآمد جدی نخواهند داشت. مشاوران باید بعد از اجرای طرح هم خدمت مشاوره بدهند، در بازاریابی و انتقال تکنولوژی و مسائل حقوقی هم باید مشورت بدهند و حتی در رابطه با انتخاب شریک و سازمان های همکار داخلی و خارجی نیز مشورت دهند. در این صورت میزان درآمد بیشتر خواهد شد. لازمه این امر داشتن تخصص و توانمندی بسیار بالاتر است. اعضای کانون با نیروی انسانی موجود نمی توانند این خواسته ها را برآورده کنند. این تغییر باید مدنظر باشد و جزو برنامه های اصلی کانون قرار گیرد نه اینکه تمام مدت به فکر طرح بانکی و تعرفه آن باشیم. حتی رسته خدمات باید عوض شود. چند سال قبل پیشنهاد کردیم رسته گزارش های

ارزش گذاری دانش فنی، هم ترکیبی از مسائل حقوقی، مالی و دانش فنی؛ بین این ها باید توازنی از داده ها باشد تا درست ارزیابی شود.

تفاوت دیگر اینکه ارزیابی می تواند بر مبنای آثار آتی اقتصادی یا استانداردهای دیگر مثل ارزش برندینگ یا ارزش افزوده ناشی از ایجاد بازارهای جدید باشد. در کشور ما روی آیین نامه های ارزش دانش فنی کار رسمی نشده است. اخیراً سازمان مدیریت آیین نامه ارزش گذاری دارایی نامشهود را آماده می کند که اتفاقاً صندوق ما برای تدوین استاندارد، نظر مشورتی به سازمان مدیریت می دهد. صورت های مالی شرکت های نرم افزاری در سازمان بورس بر مبنای برآورد، سهم بازار و دانش فنی، ارزش گذاری خاص می شوند.

نکته دیگر پروژه های دانش بنیان الزاماً با استانداردهای تامین مالی بانکی همخوان نیستند چون بخشی از پیش بینی ها قطعی نیست و ممکن است شرایط اجرا و میزان سرمایه گذاری تغییراتی داشته باشد. ممکن است بعضی از پیش بینی ها هم محقق نشود بنابراین باید ابزار تأمین مالی انعطاف داشته باشد. این است که در طرح دانش بنیان همیشه نمی توانیم عقد مشارکت مدنی مشابه سایر طرح ها امضا کنیم چون بانک برای کم کردن ریسک به وثایق رجوع می کند؛ در حالیکه طرح دانش بنیان متکی بر دارایی فیزیکی و وثیقه نیست. با این حال خیلی از شرکت های دانش بنیان رشد می کنند و سود بالایی دارند. اینجاست که نهادهایی کنار بانک ها قرار می گیرند و با عقود جدید سرمایه گذاری می کنند. مثلاً در دنیا سرمایه گذاری مشارکتی با روش قراردادهای قابل تبدیل به سهام داریم. اختیارات حین اجرا برای کنترل هم می گذارند. مشاور در طرح دانش بنیان باید نوع تعامل دقیق با پروژه را طول اجرا مدنظر قرار دهد.

نکته دیگر پروژه های دانش بنیان الزاماً با استانداردهای تامین مالی بانکی همخوان نیستند چون بخشی از پیش بینی ها قطعی نیست و ممکن است شرایط اجرا و میزان سرمایه گذاری تغییراتی داشته باشد. ممکن است بعضی از پیش بینی ها هم محقق نشود بنابراین باید ابزار تأمین مالی انعطاف داشته باشد. این است که در طرح دانش بنیان همیشه نمی توانیم عقد مشارکت مدنی مشابه سایر طرح ها امضا کنیم چون بانک برای کم کردن ریسک به وثایق رجوع می کند؛ در حالیکه طرح دانش بنیان متکی بر دارایی فیزیکی و وثیقه نیست. با این حال خیلی از شرکت های دانش بنیان رشد می کنند و سود بالایی دارند. اینجاست که نهادهایی کنار بانک ها قرار می گیرند و با عقود جدید سرمایه گذاری می کنند. مثلاً در دنیا سرمایه گذاری مشارکتی با روش قراردادهای قابل تبدیل به سهام داریم. اختیارات حین اجرا برای کنترل هم می گذارند. مشاور در طرح دانش بنیان باید نوع تعامل دقیق با پروژه را طول اجرا مدنظر قرار دهد.

راهکار توسعه بازار مشاوران را آشنایی با دانش روز ارزیابی می کنید؟

به نظر می رسد اعضای کانون با طرحهای متعارف صنعتی آشنا هستند. در حالیکه مشاوره باید طیف وسیعتری را پوشش دهد.

در طرح های مبتنی بر نوآوری و دانش بنیان؛ اطلاعات مقایسه ای برای استاندارد کردن وجود ندارد؛ مثل واحد فولادی نیست که بتوان واحد صد هزار تنی را با تکنولوژی دیگری مقایسه کرد. هر کدام از پروژه های دانش بنیان، نوآوری خاصی چه در محصول و چه در فرآیند تولید دارند. این باعث می شود که تجهیزات و خطوط تولیدی کاملاً متفاوت و جدید باشد و به همین دلیل با استاندارد نبودن مواجهیم بنابراین به جای مراجعه به بانک اطلاعاتی، نیاز به خبرگی داریم.

مشاوران باید بعد از اجرای طرح هم خدمت مشاوره بدهند، در بازاریابی و انتقال تکنولوژی و مسائل حقوقی هم باید مشورت بدهند و حتی در رابطه با انتخاب شریک و سازمان‌های همکار داخلی و خارجی نیز مشورت دهند. در این صورت میزان در آمد بیشتر خواهد شد. لازمه این امر داشتن تخصص و توانمندی بسیار بالاتر است

6

کانون باید راهبردهای جدید و برنامه آموزشی و ترویجی داشته باشد و تحولاتی را که در اکوسیستم اقتصادی و صنعتی داخلی و خارجی رخ می‌دهد به اطلاع اعضا برساند. زیرا نیازها متفاوت می‌شود، ممکن است با شرایط جدید، مشاوره اعضا مفید نباشد؛ چون متقاضی همه پروژه‌ها از جنس نهاد بانک نیست.

اعتبار سنجی اضافه شود. بانک‌های خصوصی و غیر تخصصی، سازمان مدیریت ریسک و ارزیابی طرح ندارند اما مشتری دارند. باید در کانون سعی کنیم شرایط ریسک این طرح‌ها را بررسی کنیم و به بانک گزارش اعتباری بدهیم. در حال حاضر کانون طرح می‌دهد و در بانک گزارش اعتباری تهیه می‌شود. ظرفیت صندوق، تهیه این گزارش‌های اعتباری است؛ چون برای خودمان سرمایه‌گذاری می‌کنیم باید اهلیت اجرایی مشتری را بسنجیم و ریسک‌های پروژه را پیش‌بینی کنیم. بعد از آن سناریوی پیشنهادی شرایط دریافت تسهیلات را تهیه می‌کنیم. بنابراین ضمن آنکه ما با تحولات اکوسیستم تغییر می‌کنیم، فهرست رسته‌های خدمات کانون باید متنوع بشود. اگر کانون بتواند این روندها را مدیریت کند فرصت‌های جدیدی برای توسعه فعالیت اعضا و خود کانون به وجود می‌آید. در قالب فعلی مشکل بازار کار خواهیم داشت. اعضای کانون خلاء کاری پیدا می‌کنند که موجب رعایت نکردن تعرفه‌ها و رقابت ناسالم می‌شود و مشکلات تشدید می‌شود.

سازمان بورس سهام شرکت‌ها ارزش‌گذاری می‌کند و بر مبنای همین ارزش‌گذاری است که ارزش قیمت سهام در بازار معین می‌شود، آیا کانون می‌تواند در ارزش‌گذاری سهام به عنوان یکی از موارد گسترش بازار وارد شود؟ شرکت‌های بیمه نیز برای تضمین سرمایه‌گذاری قاعداً به طرح‌های امکان‌سنجی نیاز دارند. آیا چنین راهکاری هست؟

به نکته خوبی اشاره کردید. سازمان بورس ارزش‌گذاری می‌کند اما به کی اعتماد می‌کند؟ به نهادهای مورد

نظر بگیریم وقتی بیماری و مشکل نداشته باشد همه چیز خوب پیش می‌رود اما زمان مشکل، خانواده نباید از هم بپاشد بلکه شکل خدمت‌دهی عوض می‌شود. شیوه مواجهه با توجه به شرایط متفاوت می‌شود. حالا داستان کانون است که در یک قسمت از فضای صنعت کشور ایستاده و می‌گوید من فقط در نقطه شروع می‌ایستم و برای هر کس که پول سرمایه‌گذاری دارد، امکان‌سنجی می‌کنم. در حالیکه کشور می‌گوید مشکلات زیاد دیگری وجود دارد، طرح نیمه تمام داریم. چه کسی می‌تواند عرضه‌یایی کند؟ مشکل از کجاست؟ از عدم وصول مطالبات؟ قدیمی شدن تکنولوژی؟ نبود نقدینگی؟ عدم مدیریت صحیح؟ ضعف آموزش نیروی انسانی؟ کدام مشاور می‌تواند این کار را انجام دهد؟

کانون باید بستری را فراهم کند که اعضا به موضوع اشراف پیدا کنند و به بنگاه‌ها خدمت بدهند.

بازار بورس بازار شکل یافته‌ای است که بازیگر دارد ما باید در رقابت با شرکت‌های مورد تأیید بورس وارد شویم که سال‌هاست تجربه آن بازار را دارند.

چند درصد از بنگاه‌هایی که طرحشان را نوشتیم وارد بورس شدند؟ کمتر از ۵ درصد. ۹۵ درصد در بخش خارج از بورس فعالند. چه کسی به آنها خدمات می‌دهد؟ و ارزش‌گذاری می‌کند؟ به سهام‌دار مشورت می‌دهد تا بلوک سهمی آن شرکت را بفروشد یا بین دو سهام‌دار که اختلاف می‌افتد قیمت بدهد؟ و این‌ها مشکلات واقعی و نیازهای روزمره بنگاه‌هاست.

راهکار شما برای توسعه بازار این است که مشاور علاوه بر فاز صفر در بقیه فازها حضور داشته باشد عرضه‌یایی کند و مشاور کسب و کار باشد؟

در فرآیند توسعه کسب و کار متوجه می‌شویم این چرخه که خدمات کانون در فاز صفر آن نقش دارد، بخش کوچکی است. حداکثر طرح را مصوب می‌کنیم و به سرمایه‌گذار تحویل می‌دهیم اما برای ادامه طرح چه اتفاقی می‌افتد؟ ما در این مرحله حضور نداریم.

در حالی که اتفاقات اصلی بعد از تزریق پول می‌افتد. مفهوم سخن من این است باید کانون از این فضا خارج شود. ما نموداری در حوزه سرمایه‌گذاری داریم؛ از مرحله وام شرکت بالغ می‌شود ما در مرحله اول ایستاده ایم و پول جزئی را برای تعرفه و کارمزد تهیه طرح و نظارت می‌خواهیم بگیریم.

تأیید خودش که کارگزاری‌ها یا شرکت‌های مشاوره سرمایه‌گذاری احراز صلاحیت شده‌اند و با استاندارد بورس کار می‌کنند. اگر اعضای کانون بتوانند استانداردهای مورد نظر نهادهای مورد تأیید بورس مثل شرکت مشاوره سرمایه‌گذاری یا کانون نهادهای سرمایه‌گذار را کسب کنند بازار خوبی است. اما مفهومش این است که الان نمی‌توانیم این کار را بکنیم چون دسته‌بندی نیروی انسانی متخصص با آنجا متفاوت است. تهیه طرح توجیهی در آنجا محور نیست و مسائلی از جنس ریسک و پیش‌بینی جریان نقدی و ... غالب است. نگاه‌های مالی پررنگ است. اگر انتقال تجربه کنیم خوب است.

نظر من این است که اعضای کانون نسبت به نهادهای همکار سازمان بورس که توانستند در این چند سال تجربه کسب کنند، عقب هستند. بنابراین بهتر است در حوزه‌هایی کار کنند که خلاء هست. خلاء ناشی از خدمات مشاوره کسب و کار. این خدمات شامل همه چیز می‌شود، اصلاح ساختار سازمانی، مالی، قراردادهای و مسائل حقوقی شرکت. نحوه جذب نیروی انسانی بازاریابی و صادرات شرکت‌ها، مدیریت هزینه و قیمت‌تمام شده و مدیریت ریسک؛ این خدمات در دوره اجرا ارائه می‌شود. کانون باید خدمات مدیریت کسب و کار را احصاء و تدوین بکند. سپس ظرفیت را در کارگروهی با مشارکت اعضا به مشورت بگذارد و بخشی که قابلیت ارائه داریم در کنار تهیه طرح به خدمات اضافه شود.

بطور مثال در شهرک‌های صنعتی واحدهای زیادی با بحران نقدینگی روبرو هستند. چرا اعضای کانون نمیتوانند کمک کنند؟ اگر جامعه را فرد انسانی در

با اصلاح و اضافه شدن رسته نو، فضای کاری جدیدی خواهیم داشت. از تهیه طرح تا بازاریابی و... ما باید از تک بُعدی بودن خارج شویم.

مقایسه ای بین نحوه کار مشاوران داخلی با مشاوران کشورهای پیشرفته داشته باشیم. تفاوت های عملکردی چقدر است؟

در دنیا فقط مشاور تهیه طرح به این معنا نداریم بلکه مهندس مشاور داریم که یکی از کارهایش مشابه کار اعضای کانون است. کانون در بازاری که تقاضای مختلف دارد باید خود را تطبیق دهد. ما باید از این تک محصولی بودن از این تک بُعدی بودن، از این قدیمی بودن روش که مال دهه ۷۰ دنیاست، فاصله بگیریم. حجم نقدینگی کشور یک هزار هزار میلیارد تومان است. چقدر این گردش در اختیار بانک هاست و چقدر خرج طرح های تولیدی می شود؟ چگونه ما از این گردش کار دیگران، منتفع شویم؟

ما مشاوره تسهیلات بانکی داریم. اگر کسی فقط به دنبال سرمایه در گردش باشد چه مشاوره ای باید دریافت کند؟ چقدر باید از نقدینگی خودش استفاده کند؟ چه مشاوره ای می گوید بخشی را از بانک فلان بگیر یا چگونه وام ارزان برای صنعت را استفاده کن؟

کانون در ارائه خدمات بانکی هم آمادگی کافی ندارد. بیشتر نظارت و طرح نویسی انجام می دهیم. شرکت ها بعد از دوره تأسیس و بهره برداری برای یافتن راهکار تأمین نقدینگی هم نیاز به مشاوره دارند. باید در این قسمت هم فعال شویم و اگر مشتری از ما بخواهد منابع بانکی کوتاه مدت و بلند مدت را با توجه به وثیقه و گردش مالی اش بتوانیم توصیه کنیم. صنعت مثل موجود زنده است همیشه خوراک و پول می خواهد و همیشه نیاز به مشاوره و مدیریت مالی دارد. باید مشاوره خبره در کنارش باشد که همه شرایط شرکت را در نظر بگیرد.

برخی از راهکارهای پیشنهادی شما نیاز به تغییر اساسنامه را گوشزد می کند.

هدف کانون هدایت تسهیلات بانکی و کمک به توسعه بازار است پس دست و پای نهاد را نبندیم. حوزه را وسیع کنیم و اختیارات را هم بگیریم. این اختیارات شامل تنوع خدمات است. همه ما با تغییر نگرش، تغییر می کنیم. نگرش درونی آدم هاست که باعث می شود کسی کار آفرین شود و دیگری کارمند. جاهایی قانون جلو ما را می گیرد. اگر توانستیم توجیه می کنیم اگر نه، تبعیت می کنیم اما باید تلاش کرد. مسیر باید اصلاح شود، می باید تغییر نگرش دهیم. آیین نامه، ضوابط، اصلاحیه و تأیید صلاحیت و عضو گیری را با دیدگاه جدید منطبق کنیم شاید لازم باشد نوع عضوگیری عوض شود. افزایش دانش و توانمند کردن اعضای کانون صیانت از حرفه مشاوره است. مسوولان کانون افرادی با تجربه و خیره اند و می توانند تغییرات لازم را در سازمان ایجاد کنند.

اگر ده میلیارد تومان سرمایه گذاری می شود ما صد میلیون تومان می گیریم و کنار می رویم در حالی که بعد از بهره برداری سی میلیارد تومان گردش شرکت، هم نیازمند هزینه خدمات و مشاوره است و ما نقشی نداریم چون آماده این کار نشده ایم. کانون باید طیف خدمات مشاوره را گسترش دهد.

اگر یک سرمایه گذار بخواهد واحد فولادی با ظرفیت ۲۰۰



هزار تن بزند، آیا مشاورین عضو می توانند گزینه مناسبی از یک طرح نیمه تمام یا سوله نیمه ساخته راه او بدهند؟ می توانیم او را به سرمایه گذار دیگری که نخواهد از صفر کار کند، راهنمایی کنیم؟ اگر بخواهد شریک را عوض کند تا سهم آورده بیشتر شود؛ می توانیم مشاوره دهیم؟ بهتر است پروفرما را از شرکت چینی بگیریم یا دست دوم از ایتالیا؟ ما می توانیم در این ابعاد مشاوره بدهیم؟ می خواهد کل تکنولوژی را عوض کند، می توانیم؟ کانون متوقف شده به شاخص های ثابت یعنی بانک دارای منابع وجود داشته باشد؛ و مجری هم ملزم به تهیه طرح از کانون باشد و طرح ها تکرار پذیر و قابل مقایسه باشند.

شما به امکان بروز مشکلات احتمالی در روند آتی بازار کار مشاوران اشاره کردید؛ راه برون رفت از این مشکلات چیست؟

ایجاد رسته های جدید؛ این کار باید در کارگروه ها انجام می شود. باید از چندسال پیش این امر در کارگروه ها شروع می شد. در حالیکه برخی از اعضای کانون نیروهای کارشناسی خود را تعدیل و یا نیمه وقت کرده اند. شرکت رتبه الف کارشناسان محدودی دارد. هنوز این دغدغه ایجاد نشده که امکان دارد کسب و کار محدود ما را از بازار حذف کند. وضع موجود به بیماری می ماند که باید درمان شود. تا باور نداشته باشیم درمان نمی شویم. ۴ سال پیش پیشنهاد ایجاد رسته اعتبار سنجی داده شد. قرار هم نیست مشابه کار بانک را بکنیم. مثلاً فلان بانک خصوصی اداره بررسی طرح ندارد یا بانک دیگر می گوید ارزیابی طرح مشتری را به من گزارش بده. می گوید یکی بیاید کنار من بانک نه کنار مشتری. در این حالت گزارش مشاور متفاوت می شود.

حوادث مرغی پر ارتقاء چایگاه مشاوران سرمایه گذاری در بازار

دکتر داود بایرامی، مشاور و مدرس بازاریابی و ساخت برند

مقدمه:

امروزه ارزش بازار مشاوره مالی و سرمایه گذاری یکصد و یک میلیارد دلار است و شرکت های بزرگ بین المللی با رفتار و ساختار حرفه ای خود جهت به دست آوردن و یا حفظ بخشی از آن بایکدیگر به رقابت تنگاتنگ پرداخته و به همین منظور به راهنمایی و هدایت هر چه بهتر سرمایه گذاران اقدام می کنند. دست یافتن به این ارزش برای شرکت ها و مشاوران ایرانی، مستلزم تلاش بیشتر و سازماندهی خود بر اساس اصول بازاریابی خدمات است. توجه به اصول ساخت برند، ایجاد و تقویت ارتباط با مشتری، رضایت کارکنان و سایر موارد امری است اجتناب ناپذیر برای حضور در این بازار.

برند معتبر و موفق به عنوان عاملی کلیدی در کسب و کار

در فرایند هر کسب و کاری عواملی وجود دارند که یا به آن شتاب فزاینده ای می دهد و یا باعث کندی حرکت و رشد آن می شوند. یکی از این عوامل مهم و حیاتی، دارا بودن برند قوی و خوشنام در فضای کسب و کار است. فرمول ساخت یک برند موفق عبارت است از:

$$\text{Trust} = \text{Reliability} + \text{Delight}$$

اعتماد = کسب اعتبار و اطمینان + خشنود کننده ها

برای صادق بودن این فرمول در کسب و کار خود باید همواره به پنج اصل ضروری توجه داشته داشته باشیم تا برندی موفق خلق شود و به حیات خود ادامه دهد. این پنج اصل عبارتند از:

I. تمایز یا Differentiation که از ایجاد تمرکز بر روی یک مزیت رقابتی منحصر به فرد ایجاد خواهد شد.

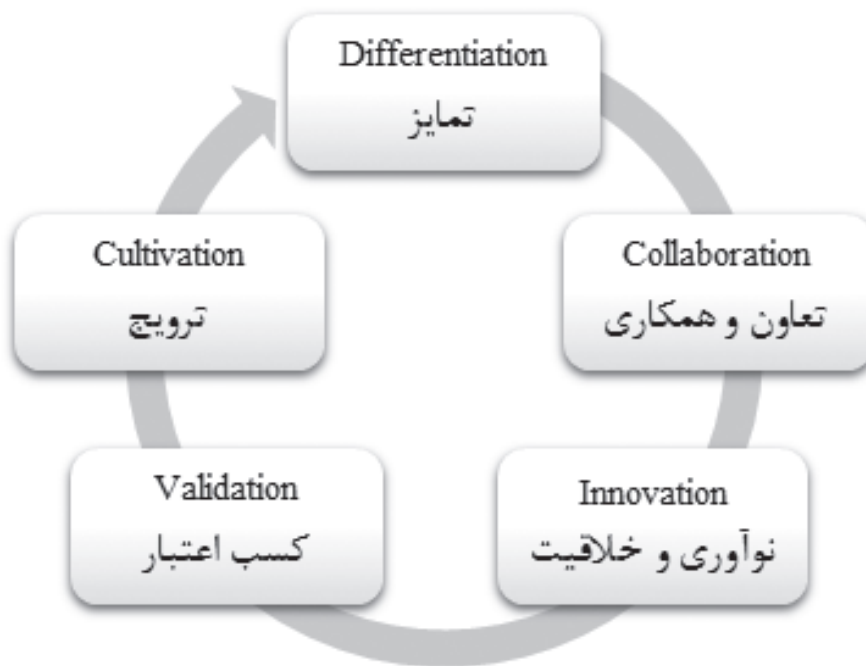
II. یکپارچگی و تعاون یا Collaboration که می باید معماری کسب و کار را مانند یک کلیسا یا مسجد جامع منظم نشان دهد و بر روی تمامی زوایای آن فکر شده باشد و ارتباط بین اجزا تصویری زیبا و منظم را به مخاطب ارائه کند.

III. نوآوری و خلاقیت یا Innovation اصلی که در بازار برای برند قدرت کشش ایجاد می کند و تنظیم بودن آن مانند تنظیم بودن هوای لاستیک خودرو، هزینه ها را کاهش و بهره وری را افزایش می دهد.

IV. کسب اعتبار یا Validation که ارتقاء این اصل از قرار گرفتن مشتری در درون فرایند کسب و کار ایجاد خواهد شد. این امر زمانی محقق می شود که ارتباط با مشتری از حالت مونولوگ به دیالوگ تبدیل شود.

V. ترویج یا Cultivation که با استفاده از ابزارهای آن، ضمن ایجاد هویت بصری مناسب در ذهن مخاطب، مسیری است برای درک پیام های کسب و کار. توجه مشتری با دیدن علائم هویت بصری هر کسب و کاری جلب می شود و پیام ها و مسیر حرکت کسب و کار را رصد می کند. رعایت پنج اصل فوق برای هر کسب کاری فارغ از نوع فعالیت آن امری است اجتناب ناپذیر و فقدان آن باعث احتراق ناقص موتور کسب و کار و چه بسا توقف آن خواهد شد.

دیگرام اصول پنجگانه ضروری در ساخت برند موفق



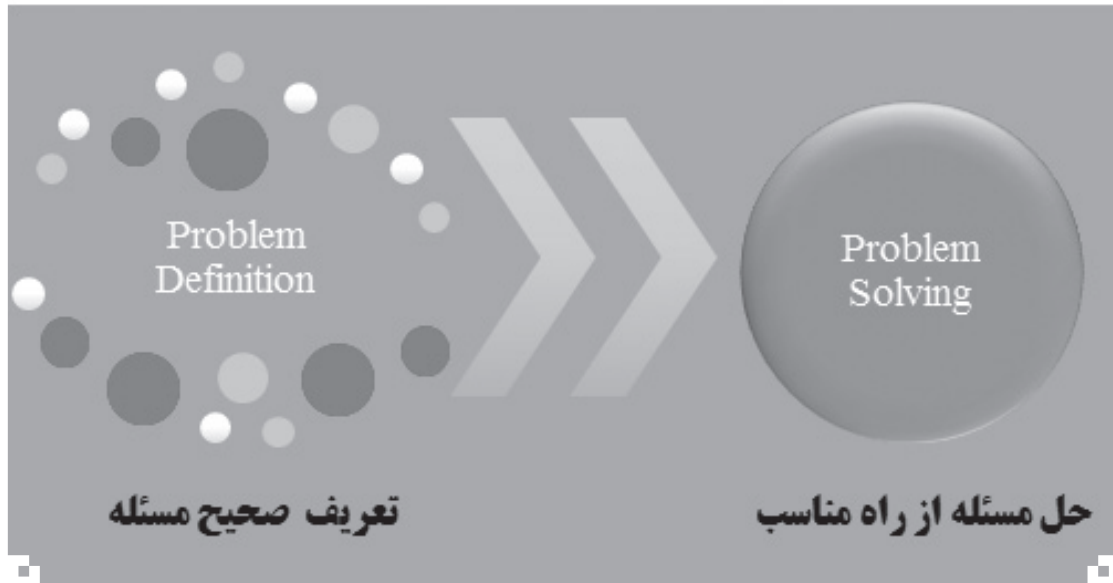
نکته قابل تامل این است که زمانی که یک برند شبیه به اردک_ که شناگر ماهر و چابکی است_ به نظر آید ولی موقع شنا کردن مثل سنگ شنا کند، مردم به آن اعتماد نخواهند کرد و تصویر ذهنی مشتری از کسب و کار تصویری کدر، تار و غیر شفاف خواهد بود. به عبارت دیگر قول های یک برند بایستی در عمل ثابت شود.

ضرورت حضور مشاور سرمایه گذاری در فرایند کسب و کار

در پس حضور مشاور وجود دارد این است که مشاور بخشی از استراتژی سرمایه گذاری است. این توصیف از مشاور ضرورت حضور هدایت گرایانه او را در کل فرایند سرمایه گذاری به سرمایه گذار گوشزد می کند. مشاور کمک خواهد کرد صورت مسئله به درستی تعریف و از راه بهتری حل شود. علاوه بر این در طی اجرای فرایند کسب و کار نیز پشتیبانی های لازم را ارائه می کند تا مانع اتلاف منابع و کند یا متوقف شدن فرایند شود و در نهایت ایده سرمایه گذار از یک مسیر امن عبور کند.

ادامه مسیر تا رسیدن به موفقیت، نیازمند تفکر صحیح، افراد توانا و دریافت راهنمایی و مشاوره از افراد مطلع و حرفه ای است. سوالی که مطرح می شود این است که چه زمانی به مشاور نیاز است؟ آیا حضور یک مشاور امری است ضروری یا تشریفاتی؟ برای پاسخ به سوال بالا، ابتدا یافتن پاسخ به این پرسش که "مشاور کیست؟" مورد بررسی قرار می گیرد. "مشاور کسی است که به سرمایه گذار برای برنامه ریزی بلند مدت سرمایه گذاری یاری می رساند. به عبارت دیگر ایده ای که

دیگرام نقش مشاور در تعریف درست مسئله و حل آن از مسیر مناسب



آیا مشاور آن قدر هوش و توانایی، دانش، تجربه و مهارت دارد که بتواند در مدیریت سرمایه به من کمک کند؟

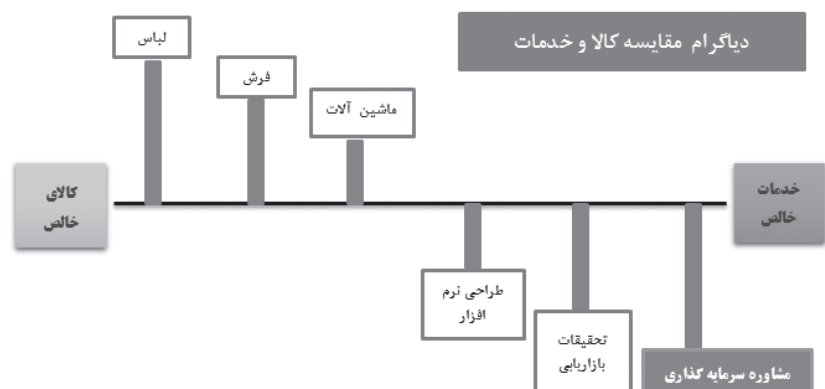
۳. تغییر پذیری؛ از یک مشتری به مشتری دیگر خواسته ها تغییر می کند.
 ۴. تفکیک ناپذیر بودن؛ به جهت اینکه دارای اجزا و قطعاتی مانند کالا نیست.
 در طبقه بندی اصول بازاریابی خدمات، مشاوره سرمایه گذاری یک خدمت خالص تعریف شده است.
 سرمایه گذار در مواجهه با مشاور همواره یک سوال

خدمات مشاوره ویژگی های مشترکی دارد که عبارتند از:

۱. نامحسوس بودن و قابل لمس نبودن آن؛ برخلاف کالا که قابل لمس و تجربه کردن است.
۲. فنا پذیری؛ زیرا به محض تولید مصرف می شود و به عبارتی مشمول حقوق مالکیت معنوی نیست.

خدمات مشاوره ویژگی های مشترکی دارد که عبارتند از:

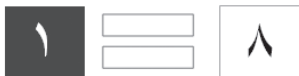
۱. نامحسوس بودن و قابل لمس نبودن آن؛ برخلاف کالا که قابل لمس و تجربه کردن است.
۲. فنا پذیری؛ زیرا به محض تولید مصرف می شود و به عبارتی مشمول حقوق مالکیت معنوی نیست.
۳. تغییر پذیری؛ از یک مشتری به مشتری دیگر خواسته ها تغییر می کند.
۴. تفکیک ناپذیر بودن؛ به جهت اینکه دارای اجزا و قطعاتی مانند کالا نیست.
 در طبقه بندی اصول بازاریابی خدمات، مشاوره سرمایه گذاری یک خدمت خالص تعریف شده است.



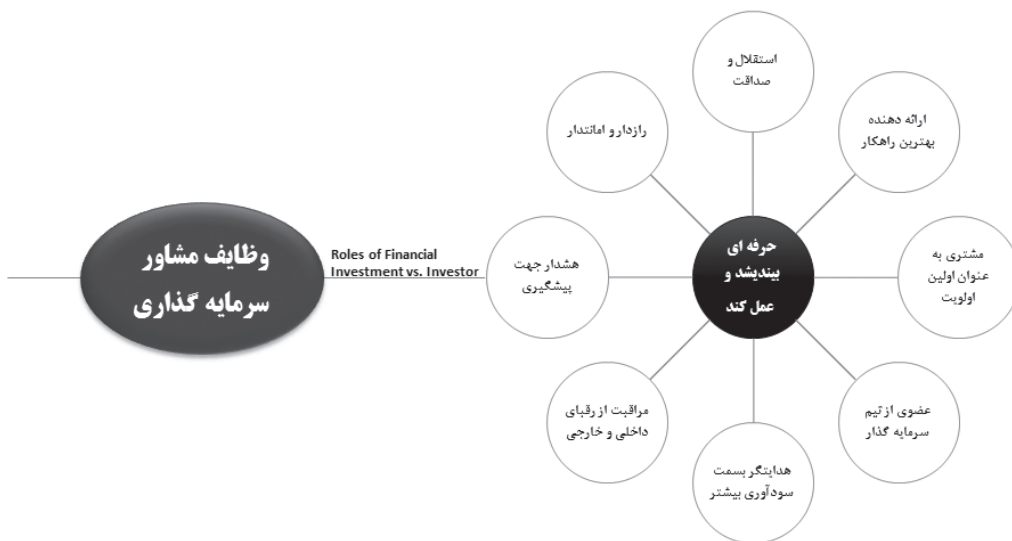
- * رازدار مشتری باشد و بداند که اطلاعات مشتری در نزد او امانت است و باید در حفظ و نگهداری آن کوشا باشد.
- * در ارائه جدیدترین، بهترین و مناسبترین راهکارها بکوشد.
- * مشتری اولین اولویت او باشد.
- * خود را عضوی از تیم سرمایه گذار تلقی کند.
- * هدایت گر مشتری به سمت سودآوری بیشتر باشد.
- * هشدارهای لازم را در زمان لازم جهت پیشگیری از زیان های احتمالی به سرمایه گذار بدهد.
- * مراقب رقبای خود در داخل و خارج سازمان باشد چرا که حضور و ارائه خدمات با کیفیت مشاور منافع فردی برخی افراد سازمان و نیز رقبای او را تهدید خواهد کرد.

ویژگی های ذکر شده بیانگر یک امر بدیهی است. خدمات مشاوره خدماتی است حرفه ای و باید توسط فرد یا افراد و تشکیلات حرفه ای ارائه شود. این بدین معناست که مشاور به عنوان فردی حرفه ای به طور قطع باید " حرفه ای بیندیشد و حرفه ای عمل کند." برای دستیابی به این جایگاه و تصویر ذهنی، وظایفی بر عهده مشاور است که عبارتند از:

- * استقلال داشته باشد و تحت تأثیر جریانهای که منجر به انحراف از نظرهای مستقل باشد قرار نگیرد.
- * صداقت داشته باشد و اجازه ندهد که این صداقت در ذهن مشتری و بازاری که فعالیت می کند به هر دلیلی خدشه دار شود.



دیباگرام وظایف مشاور حرفه ای در مقابل سرمایه گذار



- * صلاحیت و معتبر بودن در بازار
- * قبول مسئولیت در قبال تعهدات
- * در دسترس بودن
- * ارائه دهنده مشورت های فنی و تخصصی در خصوص موضوع و مسئله طرح شده به سرمایه گذار
- * رازداری و امانتدار بودن مشاور در قبال مشاور
- * ارائه دهنده تضامین مورد درخواست مشتری در خصوص حل مسئله از مسیر امن و صحیح
- * حق انتخاب وسیع
- * ارزش آفرین و ارزش گذاشتن به خواسته های موجه مشتری طبیعی است که بی توجهی و عدم برآورده کردن هر یک از این خواسته ها تأثیر مخربی بر جایگاه مشاور یا شرکت ارائه دهنده

- اصل اول برای رسیدن مشاور _ حقیقی یا حقوقی _ به جایگاه مناسب در بازار، درک نیازها و خواسته های مشتریان است.
- در اصول بازاریابی خدمات نیازهای مشتریان به شرح زیر طبقه بندی شده است:
- * قابل اعتماد بودن و اعتماد به نفس
- * سرعت مناسب در بررسی و ارائه خدمات
- * داشتن حسن نیت
- * رعایت حریم خصوصی
- * آرامش دهنده به مشتری و ایجاد آسودگی خیال با ارائه خدمات مطمئن و واقعی
- * شخصیت والا، سطح بالا بودن رفتار و کردار مشاور و آراستگی ظاهری وی

خدمات مشاوره می گذارد.

برای پاسخگو بودن هر چه بهتر به نیازها و خواسته های مشتری، مشاور و یا شرکت های ارائه دهنده خدمات مشاوران باید به اصول بازاریابی خدمات پایبند بوده و در بکارگیری این اصول کوشا باشند. این اصول در سه شکل زیر قابل برنامه ریزی و عملیاتی خواهد بود.

۱. بازاریابی داخلی یا Internal Marketing
 ۲. بازاریابی متقابل یا Interactive Marketing
 ۳. بازاریابی بیرونی یا External Marketing
- موارد فوق را می توان در چارچوب وظایف شرکت ارائه دهنده خدمات مشاوره سرمایه گذاری طرح و بررسی کرد.
- وظایفی شرکت های مشاوره سرمایه گذاری در سه گروه طبقه بندی کرد که بر اساس رعایت اصول بازاریابی خدمات، قابلیت اجرایی می یابند.
- * اصل اول تمایز رقابتی:**

اجرای این اصل نیازمند رعایت موارد زیر است:

- * کیفیت ارائه خدمات به نحوی که شرکت را از سایر رقبا متمایز کند.
- * کیفیت خدمات می تواند واجد ویژگی های ابداعی باشد که رقبا از آن بی بهره اند.
- * استفاده از افرادی که در تعامل با مشتری و نسبت به کارکنان رقبا، از مهارت و اطمینان بخشی بیشتری برخوردار باشند.

*** اصل دوم کیفیت خدمات:**

برای دستیابی به این اصل انجام مراحل زیر ضروری است:

- * پایش و رصد کردن مستمر رقبا و تجزیه و تحلیل عواملی که تشکیل دهنده کیفیت خدمات آنان است.
- * فقط آنچه را می توانید انجام دهید قول دهید نه بیشتر (اشاره به تمثیل اردک)
- * از پیش انتظارات مشتریان را شناسایی کنید یعنی سعی کنید یک گام جلوتر از آنان حرکت کنید.
- بخشی از این امر در اثر تجربه یا الگوبرداری از

سایرین دست یافتنی خواهد بود.

- * برای عملکرد خدماتی خوب، ارزشی فراتر از سود حاصله مادی قائل شوید. این امر به مشتری نشان می دهد که رسیدن به اهداف او را با اهداف خود مشترک می دانید و علاوه بر آن برخورد حرفه ای را به مشتری نشان خواهد داد. استمرار این امر در دراز مدت برای شما مشتری وفادار ایجاد خواهد کرد.
- * به دریافت سطح رضایت خوب از مشتری رضایت ندهید و استاندارد شما دریافت درجه عالی از مشتری باشد.
- * با مقایسه خدمات خود با رقبا نظارت مستمر بر عملکرد خدماتی داشته باشید. حداقل منفعت مقایسه، عقب نماندن از رقبا است.
- * فراموش نشود که همکاران حلقه اتصال با مشتریان هستند. بنابراین اهمیت دادن به رضایت کارکنان مانند رضایت مشتریان از درجه حساسیت بالایی برخوردار است.



*** اصل سوم بهره وری و مدیریت ارتباط با مشتری**

* آموزش کارکنان یکی از ارکان مهم در ارتقاء بهره وری آنان است مشروط بر اینکه در وهله اول شرایط انگیزشی در جهت به کارگیری در نظر گرفته شود و به تبع آن آموزش ها مطابق با اهداف کسب و کار تعریف شود.

* افزایش انعطاف پذیری در ارائه خدمات یکی دیگر از موارد مهم در این خصوص است. گسترش سبد خدمات و تنوع در روش های ارائه آن کمک شایانی به مدیریت ارتباط شما با مشتری خواهد کرد. از سایر موارد می توان به شرایط و روش های پرداخت، محل های سرویس دهی، سرعت ارائه خدمات بر اساس سبب و سطح مشتری اشاره کرد.

* مدیریت هزینه ها جهت حفظ کیفیت خدمات؛ این امر در

زمان های رکود اقتصادی و یا کاهش تقاضا به شرکت کمک خواهد کرد تا خدمات فعلی آن به افت کیفیت دچار نشود.

- * تشویق مشتریان به مشارکت در ارائه خدمات نیز خواهد توانست علاوه بر ارتقاء عمق ارتباط با مشتری منجر به دقت خدمات دریافتی مشتری شود.
- * جلوگیری در استاندارد کردن بیش از حد خدمات نکته ای است که می باید به آن توجه کرد. چرا که این کار محدودیت زیادی را در متنوع کردن سطح ارائه خدمات و یا نوع آن با توجه به نوع مشتری ایجاد خواهد کرد.

* مدیریت ارتباط با مشتریان امری است اجتناب ناپذیر برای هر کسب و کار و بهره بردن از آن منافع زیر را به دنبال خواهد داشت:

* تکرار مراجعه مشتری با ارتباط خوب و مؤثر با وی تحقق پیدا خواهد کرد و هزینه های بازاریابی شما را کاهش خواهد داد.

* برخورد مناسب با مشتری موجبات توصیه شما به دیگران را فراهم خواهد کرد.

* منافع یک شرکت مشاوره با جلب رضایت کارکنان و مشتریان گره خورده است پس با پایش مستمر فاکتورهای رضایت، منافع شرکت را حفظ کنید و افزایش دهید.

* عضویت در کانون ها و تشکل های تخصصی و انتظامی برای هویت بخشیدن و ارتقاء هر چه بیشتر جایگاه مشاور و شرکت های ارائه دهنده خدمات مشاوره مالی و سرمایه گذاری، ایجاد و عضویت در کانون ها و تشکل های تخصصی اثربخشی

منابع و ماخذ:

۱. ارزیابی اقتصادی طرحهای صنعتی، جمشید اقبالپور- علی رضائی، ۱۳۹۰، انتشارات سینه سرخ
۲. اصول بازاریابی، فیلیپ کاتلر و گری آرمسترانگ، ترجمه بهمن فروزنده، نشر آترویات
۳. بازاریابی خدمات، هلن وودروف، ترجمه: محمد ابراهیم گوهریان و مصطفی کوهستانی، ۱۳۸۵، موسسه انتشارات امیر کبیر
۴. مدیریت استراتژیک برند، کوین لین کالر، ترجمه عطیه بطحایی، ۱۳۸۹، انتشارات سیتیه

۱. www.bloomberg.com
۲. www.forbes.com
۳. www.iranresearch.com
۴. www.wikihow.com
۵. www.worldbank.org

دیگرام موقعیت مشاور و شرکت مشاور سرمایه گذاری نسبت به

کانون ها و تشکل های مشاوران سرمایه گذاری



انتظار می رود رعایت اصول برشمرده در این مقاله، فصل جدیدی برای فعالان این صنعت ایجاد و نیز چشم اندازهای جدیدی را برایشان خلق کند. با حرفه ای اندیشیدن و حرفه ای عمل کردن به حرفه ای ها ثابت خواهد شد که دوستشان دارید.

بالایی خواهد داشت. حضور در چنین فضاهایی علاوه بر سهولت بیشتر در جلب اعتماد مشتری، موجب خواهد شد که مطالبات مشترک در سطح محلی و ملی و حتی بین المللی میسر و تسهیل گردد. اهم منافع مورد انتظار عبارتند از:

۱. اشتراک دانش بین اعضا و کانون
 ۲. جلوگیری از سوء استفاده های افراد سودجو
 ۳. تحقق اهداف مشترک بین اعضا
 ۴. بهره گیری از امکانات مشترک
 ۵. احساس تصویر ذهنی بهتر و قابل اعتمادتر نزد مخاطبان و سرمایه گذاران
 ۶. نقش موثر داشتن در ارتقاء اقتصاد کلان کشور و به کارگیری مؤثر منابع ملی در راستای توسعه ملی و بین المللی
- دیگرام موقعیت مشاور و شرکت مشاور سرمایه گذاری نسبت به کانون ها و تشکل های مشاوران سرمایه گذاری

از شما عضو محترم کانون برای همبازی در فرهنگ سازی استفاده از خدمات مشاور در سرمایه گذاری ها، دعوت می کنیم با اندیشه و قلم خود با نامه فرهنگ که بنا دارد رویکرد تازه را در تولید محتوا دنبال کند، همکاری کرده و به آن غنا ببخشید. لطفاً علاقه مندان به همکاری با " نامه فرهنگ مشاور سرمایه گذاری " با روابط عمومی کانون حاصل فرمایید و جزو نویسندگان و تولید کنندگان آثار منتشره در این نشریه قرار بگیرید. فراموش نکنیم که " زکات دانش نشر آن است.

کاربرد نرم افزار پریماورادر نظارت بر مصرف تسهیلات

رامین جبارزاده

رئیس اداره نظارت بر طرح های بانک صنعت و معدن



یکی از نرم افزارهای پرکاربرد در نظارت بر منابع بانکی و پروژه ها، نرم افزار پریماورا است. استفاده از این نرم افزار به مدیریت بهتر پرتفوی پروژه ها و اتخاذ تصمیمات درست در مقاطع مختلف برای پروژه های تحت سرمایه گذاری بانک ها کمک شایان توجهی می کند. همچنین ضمن کنترل فعالیت های هر پروژه، قادر خواهد بود که در هر مقطع افزایش هزینه ها و از زمانی میزان بودجه مصرفی، باقیمانده و احیاناً سوی دیگر زمان صرف شده یا زمان باقیمانده برای هر فعالیت یا هر پروژه را محاسبه کند. در کنار مزایای قابل توجه و گزارش های کنترلی خوب، سادگی کار با این نرم افزار موجب شده تا سازمان های پروژه ای به منظور اعمال مراقبت های لازم، حفظ وحدت رویه، سرعت و دقت در فرایندهای مربوطه همچنین پیگیری انجام هزینه ها در پروژه ها در مقاطع مختلف زمانی از پریماورا استفاده کنند. در اجرای هر پروژه، سه عنصر مهم و اساسی؛ زمان، هزینه و منابع وجود دارد که تغییر روی هر یک نه تنها بر سایر عوامل اثر می گذارد بلکه نتیجه پروژه را نیز با تغییر مواجه می سازد. هر چه یک پروژه بزرگتر و شامل فعالیت های بیشتری باشد نیاز به ابزاری که قادر باشد به راحتی در اجرای کلیه فعالیت ها را کنترل کند، محسوستر خواهد بود. غالباً پروژه ها،

با این نرم افزار بدین گونه است که برای هر پروژه نخست فعالیت های مربوطه تعریف می شود و ضمن اختصاص بودجه و مدت زمان لازم برای انجام هر یک از فعالیت ها، رابطه بین فعالیت ها تعریف می شود. سپس نرم افزار از روی فعالیت های تعریف شده و ارتباطات بین آن ها همچنین میزان دسترسی به منابع در مقاطع مختلف زمانی، زمان بندی پروژه را به نحوی که در کوتاهترین زمان ممکن طرح به بهره برداری برسد، تعیین می کند. به عبارت دیگر نرم افزار مشخص می کند که تک تک فعالیت ها در چه زمانی شروع و در چه زمانی خاتمه می یابند و با چه هزینه ای کدام فعالیت ها در پروژه از اهمیت بالاتری برخوردارند و تأخیر در انجام آن ها، بهره برداری از پروژه را با تأخیر مواجه خواهد ساخت. همچنین اگر محدودیتی از لحاظ استفاده از منبعی خاص داشته باشیم، می توان این محدودیت را تعریف و در برنامه لحاظ کنیم. امکان تعریف WBS (ساختار شکست کار Breakdown Structure Work) یکی دیگر از نکات مثبت این نرم افزار است که با کمک آن می توان به راحتی مشاهده کرد مثلاً سرفصل ساختمان ها یا ساختمان تولید، انبار و... به طور خاص با چه هزینه ای تمام شده یا به پایان خواهد رسید. در نسخه اینترپرایز Enterprise پریماورا به راحتی می توان تمام پروژه های سازمان را به صورت یکپارچه مشاهده کرد و لذا در هر مقطع زمانی میزان بودجه مورد نیاز (پیش بینی) و مصرفی (واقعی) همچنین زمان مورد نیاز برای انجام فعالیت های باقیمانده یا فعالیتی خاص را برای کل پروژه های سازمان گزارش گیری و مشاهده کرد. امکان دسته بندی پروژه ها به طور مثال نمایش پروژه های سازمان صرفاً در یک یا چند صفت خاص از دیگر قابلیت های خوب این نرم افزار است.

منبع: فصلنامه کلید سرمایه، سال چهارم شماره ۱۴

FEASIBILITY



طرح توجیهی فنی - اقتصادی

(طرح امکان‌سنجی)

مطالعات فرصت Opportunity Study
 مطالعات مقدماتی طرح توجیهی (امکان‌سنجی)
 Pre-Feasibility Study
 مطالعات طرح توجیهی (امکان‌سنجی) Feasibility Study
 مطالعات طرح توجیهی فنی (امکان‌سنجی فنی) Technical Study

امکان‌سنجی؛ ضرورت یا ...

"علت هر شکستی عمل کردن بدون فکر است."
 الکس مکنزی

قبل از هرگونه سرمایه‌گذاری، اجرای پروژه و یا هر فعالیت

طرح توجیهی فنی - اقتصادی (امکان‌سنجی) معمولاً جهت تامین مالی طرح‌های سرمایه‌گذاری ارائه می‌شود تا بر اساس برنامه زمان‌بندی و منابع مورد نیاز و همچنین با بررسی درآمدها و شرایط بازگشت سرمایه، سرمایه‌گذار یا بانک را متقاعد سازد که در پروژه سودآوری مشارکت می‌کند. بررسی توجیه‌پذیری هر طرح سرمایه‌گذاری در سه بخش مطالعات بازار، مطالعات فنی و مطالعات مالی صورت می‌پذیرد. معمولاً در اینگونه مطالعات به موضوعاتی چون وضعیت بازار، مشخصات محصول، ظرفیت تولید، ماشین‌آلات لازم، میزان سرمایه‌گذاری و سودآوری طرح پرداخته می‌شود. فعالیت‌های مرتبط در این حوزه عبارتند از:

اقتصادی دیگر، انجام مطالعات امکان سنجی (FS) لازم است. FS امکان سنجی یک ایده را مورد تجزیه و تحلیل قرار می دهد و به این سوال مهم که "آیا ما باید پروژه پیشنهادی را اجرا کنیم یا خیر؟" پاسخ می دهد. همه فعالیت هایی که در راستای FS انجام می گیرد، برای پاسخ دادن به این سوال است.

مطالعات امکان سنجی می تواند به دلایل مختلفی مورد استفاده قرار گیرد اما دلیل اصلی آن بررسی امکان اجرای طرح تجاری پیشنهادی است. سرمایه گذارانی که ایده های تجاری و یا هر ایده دیگری را که برای سرمایه گذاری در ذهن دارند، قبل از هر گونه اقدام در مورد پیاده سازی آن ایده، می باید شروع به مطالعات مناسبی درباره امکان سنجی آن طرح کنند. این کار قطعاً باعث صرفه جویی در زمان و هزینه می شود.

یک کسب و کار اقتصادی زمانی توجیه پذیر و مورد تأیید است که به اندازه کافی (بسته به سرمایه و خود سرمایه گذار) جریان نقدی و سود ایجاد کند و با خطرهایی که در پیش دارد مقابله نماید. علاوه بر این ویژگی ها، پایداری طرح نیز از اهمیت بالایی برخوردار است. امکان پذیری یک طرح تجاری باید در طولانی مدت نیز برقرار باشد. البته نباید از این مسئله نیز غافل شد که برخی از طرح ها علاوه بر این ویژگی ها، باید سایر اهداف سرمایه گذاران (غیر از سوددهی و پایداری در آن) نظیر اشتغال زایی را نیز برآورده سازد. طرح تجاری ممکن است یک کسب و کار نوپا و جدید یا یک کسب و کار موجود (که می خواهیم تکنولوژی و یا تجهیزات آن را خریداری کنیم)، توسعه یک کسب و کار موجود و یا حتی ایجاد یک سازمان جدید برای کسب و کار موجود باشد.

ارزیابی گزینه ها

یک مطالعه امکان سنجی تنها زمانی می تواند شروع گردد که سرمایه گذاران ایده های کسب و کارشان (سناریو ها) برای سرمایه گذاری را مطرح کنند. البته این نکته را نیز باید یاد آور شد که در برخی از موارد سرمایه گذاران با اعتماد به تجربه های شرکت ها و مشاوران امکان سنجی، از ایده های آنان استفاده می کنند. بعد از مطرح شدن این ایده ها، مطالعه امکان سنجی به سرمایه گذاران کمک می کند تا بتوانند به این ایده ها که گاه پراکنده اند، قالب و شکل منطقی بدهند. سپس با استفاده از یکسری مطالعات به درک عمیقی از ایده هایشان برسند. معمولاً تعداد ایده های

کسب و کار با توجه به شرایط موجود به سرعت کاهش می یابند (دامنه گزینه ها محدودتر می شود). در فرایند امکان سنجی شما ممکن است راه های مختلفی را برای تشکیل کسب و کار و به دست آوردن بازار برای محصولات را بررسی کنید. به زبان ساده، این کار کاملاً شبیه به یک سفر اکتشافی است و در سفرهای اکتشافی شما ممکن است راه های مختلفی را قبل از رسیدن به مقصد مورد نظرتان امتحان کنید. به واسطه اینکه مطالعات اولیه نتیجه منفی داده است نمی توان نتیجه گرفت که آن ایده مناسب نیست. اما به هر حال گاهی اوقات نیز می تواند آن ایرادها و محدودیت هایی که به آن ایده گرفته شده است، درست باشد.

پیش مطالعه امکان سنجی

یک پیش مطالعه می تواند در ترتیب دادن به سناریوهای مرتبط به هم انجام شود. این پیش مطالعه قبل از مطالعه کامل امکان سنجی می تواند انجام گیرد. اگر این پیش مطالعه منجر به حذف سریع یک سری از سناریوها گردد، در واقع شما موفق به صرفه جویی در زمان و هزینه خود شده اید و اگر این پیش مطالعه منجر به حذف سناریوها نشود، شما حداقل توانسته اید که مشکلات بنیادین و اساسی را در مورد آن ایده مورد بررسی قرار دهید و ابهامات آن را قبل از مطالعه کامل برطرف سازید. مشاور می تواند در این پیش مطالعه به شما یاری برساند اما کاملاً توجه کنید که این امر سبب نمی شود که سرمایه گذار این پیش مطالعه را به مشاور واگذار نماید. سرمایه گذار باید در جریان مطالعات امکان سنجی قرار داشته باشد. زیرا این مطالعات فرصتی برای شماسمت تا به صورت کامل با مشکلات اصلی و بنیادین کسب و کارها و توسعه آن ها آشنا شده و راه های عبور از این موانع را بداند.

تخمین بازار

تخمین بازار می تواند به منظور بررسی قابلیت ایده مربوط در حوزه بازار صورت گیرد. این دسته از مطالعات به شما کمک می کند تا فرصت های موجود در بخش های مختلف بازار را شناسایی نمایید. اگر هیچ گونه فرصتی در بازار موجود نباشد، شاید دیگر انجام مطالعات امکان سنجی لزومی نداشته باشد. اگر فرصت هایی در بازار شناسایی شود، مطالعات تخمین بازار به مطالعات امکان سنجی در جهت دهی مطالعه سناریوها کمک می کند. مطالعات تخمین بازار منای اطلاعات

بسیار خوبی برای مطالعات امکان سنجی (بخش مطالعه بازار) است.

نتایج

نتایج مطالعات امکان سنجی باید شامل بررسی سناریو های مختلف، نقاط ضعف و قوت و نیز دلایلی که در هر بخش بر آنها تکیه داشتند، باشد. صاحبان پروژه باید به مطالعه این نتایج پرداخته و آنها را به چالش بکشانند. در این مرحله باید بسیار محتاط بود.

انتظار نداشته باشید که نتیجه یک مطالعه امکان سنجی، یک گزینه را به عنوان بهترین سناریو مطرح کند و باقی گزینه ها حذف شوند. همواره یک گزینه از همه ابعاد بر دیگر گزینه ها نمی تواند برتری یابد. بنابراین هیچ طرحی به صورت کاملاً منفی یا کاملاً مثبت نیست. معمولاً موانع عمده است که منجر به حذف کلی یک طرح می شود و به ندرت نیز اتفاق می افتد که یک طرح نتیجه ای کاملاً مثبت داشته باشد. این مطالعه به شما کمک می کند تا همه طرح ها را با تمام فرصت ها و تهدیداتی که دارند، ببینید و سپس اقدام به انتخاب یک طرح نمایید.

دقت کنید که این هدف مطالعه امکان سنجی و یا وظیفه مشاور نیست که تصمیم بگیرد که کدام طرح باید انجام شود یا نشود. این مسئولیت صاحب پروژه است که با استفاده از اطلاعاتی که از نتایج مطالعات امکان سنجی و مشاوران امکان سنجی کسب کرده است، در مورد انتخاب ایده مناسب تصمیم گیری کند.

تصمیم برو/فرو!

تصمیم برو/فرو بحرانی ترین و حساس ترین مرحله در توسعه کسب و کار است. این مرحله از این لحاظ حساس است که سرمایه گذار هنگامی که از این مرحله عبور کرد، دیگر راه برگشتی ندارد. هنگامی که شما تصمیم به اجرای یک سناریو می گیرید و اقدام به پیاده سازی آن می کنید، دیگر راه برگشت و امکان تغییر آن تصمیم را ندارید. زیرا دیگر هزینه و زمانتان را درگیر این سناریو نموده اید و این دو (زمان و هزینه) اصلی ترین واحتمالاً تنها سرمایه هایی هستند که در اختیار دارید. به همین دلیل است که این تصمیم بحرانی ترین و مهم ترین گام شما در یک فعالیت تجاری است. اگر در این مرحله کوچکترین سهل انگاری صورت گیرد، اغلب جبراننش یا با هزینه های گزافی همراه خواهد بود و یا به هیچ عنوان امکان پذیر نیست. اما اگر از این مرحله با موفقیت عبور کنیم کمتر نگران ادامه کار خواهیم بود

مرحله اجرا و ایجاد کسب و کار مورد نظر خود می روند. دلایل و بهانه هایی که مطرح می شود تا بررسی امکان سنجی را انجام ندهند عبارت است از:

امکان پذیری برای ما روشن است و نیاز به بررسی ندارد. این کسب و کار در حال حاضر در خیلی از جاهای دیگر در حال اجراست. نمونه عملی این کسب و کار موجود و موفق است. وقتی چند سال پیش امکان پذیری این طرح ثابت شده و این مطالعات برایش انجام شده است، دیگر چرا باید یکبار دیگر این مطالعات را انجام بدهیم؟

مطالعات امکان سنجی تنها یک راه برای کسب درآمد مشاوران امکان سنجی است و مزیتی برای ما ندارد. مطالعات بازار توسط شرکت هایی که تجهیزات ما را تامین می کنند انجام شده است.

بهتر است یک مدیر عمومی استخدام کنیم که یکی از وظایفش انجام این گونه مطالعات باشد.

مطالعات امکان سنجی ثمره ای جز اتلاف زمان ندارد. کار درست این است که ما ساختمان ها و تجهیزات را تامین و محیط را آماده فعالیت کسب و کارمان نماییم. هزینه کلان، سود کلان نیز می آورد.

دلایلی که در بالا ذکر شد اغلب برای منصرف کردن شما از انجام مطالعات مفید و فوق العاده حیاتی امکان سنجی بیان می شود. تصمیمات از اهمیت فوق العاده ای برخوردارند. هنگامی که شما تصمیم به اجرای یک طرح تجاری می گیرید، دیگر تغییر دادن آن سخت خواهد بود. یادمان باشد که زندگی، ما حاصل تصمیماتی است که اخذ می کنیم.

دلایلی برای انجام مطالعه امکان سنجی

تا به اینجا بارها و بارها دلایلی روشن و منطقی برای انجام مطالعات امکان سنجی را مطرح کردیم. برخی از دلایل دیگر که لزوم این کار را مطرح میکند، عبارتند از:

تمرکز بر پروژه و شکل دهی اجمالی به گزینه ها.

محدود کردن گزینه های کسب و کار.

شناسایی فرصت های جدید سرمایه گذاری در طول فرایند بررسی.

شناسایی دلایلی برای اجرا نمودن طرح.

جمع آوری اطلاعات کافی و موثق برای اتخاذ تصمیم.

ارائه مدارکی که مطالعات فعالیت تجاری در آن مسیر انجام شده است.

کمک می کند تا امنیت کمک های مالی را که از مؤسسات وام دهنده و سایر منابع مالی تهیه می کنیم تامین نماید.

کمک به جذب سرمایه گذاری در سهام.

مطالعات امکان سنجی گامی بسیار حساس و حیاتی در فرآیند برآورد کسب و کار است. اگر این گام به درستی طی گردد، ممکن است شما بهترین سرمایه گذاری ممکن را انجام داده باشید.

منبع: مؤسسه مطالعات راهبردی سپینود شرق

زیرا اطلاعات کاملی از فرصت ها و تهدیدهای کسب و کارمان داریم. این مسئله اهمیت فراوان مطالعات امکان سنجی را نشان می دهد.

BP و FS

یک مطالعه امکان سنجی (FS) با طرح کسب و کار (BP) تفاوت فراوانی دارد. این دو مبحث نقش های کاملاً متفاوتی را ایفا می کنند که اکثر افراد تفاوت نقش های این دو را در نظر نمی گیرند. مطالعات امکان سنجی به کار بررسی (کاملاً شبیه به سفر اکتشافی است). سناریوها می پردازد. این مطالعات در پی یافتن پاسخ این سوال هستند که "آیا این فعالیت تجاری توجیه پذیر است؟". این در حالی است که طرح های کسب و کار به کار برنامه ریزی می پردازند. یک طرح کسب و کار اقداماتی را در چارچوب تبدیل کردن ایده های تجاری به فعالیت های تجاری تعریف می کند.

مطالعات امکان سنجی به مطالعه و تجزیه و تحلیل تعدادی گزینه و روش رسیدن به کسب و کار موفق می پردازد. مطالعه امکان سنجی کمک می نماید تا دامنه انتخاب

بهترین کسب و کار از بین سناریوهای دقیق تر (کوچک تر) شود. نتایج حاصل از مطالعات امکان سنجی و تصمیمات حاصل از آن پایه ای برای یک طرح کسب و کار است.

مطالعه امکان سنجی قبل از طرح

کسب و کار انجام میشود. پس از

اینکه یک طرح تجاری امکان

پذیرش مشخص گردید، یک

طرح کسب و کار آماده می

نمایند. در واقع پس از این که

مشخص می گردد یک طرح

امکان پذیر است، یک

طرح کسب و کار آماده

می نمایند تا یک "نقشه

راه" از چگونگی ایجاد

و توسعه کسب و کار

را فراهم می کنند.

طرح کسب و کار

در واقع یک "برنامه

اجرا" برای پیاده سازی پروژه ارائه

می نماید.

دلایلی (بهانه هایی) که برای انجام ندادن یک مطالعه امکان سنجی ارائه می شود

گاهی اوقات صاحبان پروژه ها به دلایلی می کوشند تا از مرحله "بررسی امکان سنجی" صرفه نظر نمایند و مستقیم به

تخمین بازار می تواند به منظور
بررسی قابلیت ایده مربوط در
حوزه بازار صورت گیرد. این دسته
از مطالعات به شما کمک می کند تا
فرصت های موجود در بخش های
مختلف بازار را شناسایی نمایید. اگر
هیچ گونه فرصتی در بازار موجود
نباشد، شاید دیگر انجام مطالعات
امکان سنجی لزومی نداشته باشد.
اگر فرصت هایی در بازار شناسایی
شود، مطالعات تخمین بازار به
مطالعات امکان سنجی در جهت
دهی مطالعه سناریوهای کمک می کند.
مطالعات تخمین بازار مبنای اطلاعات
بسیار خوبی برای مطالعات امکان
سنجی (بخش مطالعه بازار) است.

سکاندار نظارت بانکی تغییر کرده



تفسیر کرد که بانک مرکزی قصد دارد راهبردهای نظارتی را متفاوت از گذشته تعقیب کند.

چالش نظارتی بانک ها

به اعتقاد کارشناسان، حوزه نظارت با برخی چالش های اساسی روبه رو است. این چالش ها پس از تخلف ۳ هزار میلیاردی برجسته تر از قبل شده است. به طوریکه آثار این تخلف در تضعیف سرمایه اجتماعی نظام بانکی نمایان شد. برخی از کارشناسان عنوان می کنند که این تخلف موجب شد که حساسیت جامعه و دستگاه های نظارتی نسبت به اینگونه اتفاقات بیشتر از قبل شود.

چالش دیگر از منظر این صاحب نظران، مساله تحریم ها است که باعث عقب ماندگی بانک ها از

شد. تا پیش از این مسؤلیت بخش نظارت از سوی یکی از اعضای هیأت عامل دنبال می شد اما با تصمیم محمود بهمنی در آذر ۹۰، بخش نظارتی در قالب یک معاونت مستقل شکل گرفت.

برخی کارشناسان در تحلیل این تغییر و تحول معتقدند مسؤولان ارشد بانک مرکزی بر این باورند که سیاست های نظارتی بانک را باید فردی دنبال کند که از بدنه بانکی باشد و با روحیه ها و رویکردهای مدیران بانکی آشنایی داشته باشد؛ بنابراین با توجه به سابقه حیدری در بخش بانکی، او عهده دار این سمت شده است زیرا سابقه تهران نفر از نظر مسؤولان بانک محدود به بانک مرکزی بوده اما حیدری سال ها بانکداری تجاری انجام داده است. در هر حال انتصاب را می توان این گونه

سکاندار نظارتی بانک مرکزی تغییر کرد؛ فرشاد حیدری جایگزین حمید تهرانفر در این حوزه شد. ولی الله سیف در حکم صادر شده برای حیدری ابراز امیدواری کرده است، با اتکال به خداوند متعال و استفاده از تجربیات ارزنده خود در انجام وظایف محوله و پیشبرد اهداف بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران موفق باشد.

فرشاد حیدری دانش آموخته علوم اقتصادی، مدیریت دولتی و مدیریت مالی است. او که در دولت قبل بازنشسته شد با انتصاب سیف به ریاست بانک مرکزی برای تصدی پست معاونت بانک مرکزی دعوت شد.

پست معاونت نظارت بانک مرکزی پس از حاشیه های تخلف سه هزار میلیاردی در بانک مرکزی ایجاد

این اهداف، وظایف مشخصی تعیین نشود و در همان حال از مرجع نظارتی انتظار مسؤولیت پذیری داشت. به اعتقاد این کارشناسان قوانین بانکی اغلب کشورها بسیار دقیق و مفصل و جزئیات مربوط به هر موضوع بیان شده است؛ بنابراین تدوین یک مجموعه قانونی جامع که پاسخگوی نیازهای جدید نظام بانکی، به خصوص در حوزه نظارت باشد، مهم ترین چالش پیشروی حوزه نظارت در نظام بانکی ایران است.

راهکارهای ایجابی

کارشناسان به چند اقدام مهم برای ارتقای بخش نظارتی اشاره می کنند. آن ها اعتقاد دارند: باید مکانیزمی در نظر گرفته شود که قبل از وقوع مشکل برای نظام بانکی و مشتریان، مسائل شناسایی و زمینه های بروز آن خشکانده شود.

در این زمینه تقویت جایگاه نظارتی در الزام بانک ها به تنظیم برنامه منابع و مصارف و نیز تدوین قوانین و مقررات، سیاست ها و بخشنامه های جامع نظام بانکی کشور متناسب با ارزش ها و واقعیت های ارزشی، اقتصادی و اجتماعی جامعه، اقداماتی است که از نظر این متخصصان می تواند به بهبود عملکرد نظام

استانداردهای نظارتی با دنیا شده بود؛ در حالی که طی این سال ها نظام بانکی در دنیا به سمت انضباط و قاعده مند شدن پیش رفته است، بانک های ایرانی به دلیل محدودیت های بین المللی و چالش عبور از تحریم ها در مسیر عکس حرکت کرده اند. از این رو در دوره پسابرجام باید مسیر هشت ساله تحولات را در زمان کمتری طی کنند.

چالش سوم نظام بانکی در بخش نظارت به تاثیرپذیری از سیاست های استصوابی گذشته بازمی گردد. این سیاست ها به دلیل فشار به منابع بانک ها و تکلیف آن به خرج کردن منابع در حوزه های باریسک بالا اثر خود را در ترازنامه بانک ها نشان داده است. ترازنامه هم اکنون از درجه سلامت لازم برخوردار نیست و این کاهش درجه سلامت را می توان در حجم بدهی های غیر جاری و تنگنای مالی کنونی به دلیل نوع سرمایه گذاری مشاهده کرد.

نظارت و کاستی ابزارها

در کنار چالش های اشاره شده، بخش نظارت به دلیل ابزارها نیز با کاستی هایی روبه رو است. تا سال ۱۳۷۸، چارچوب نظارت در بانک مرکزی، در اصطلاح نظارت تطبیقی بوده



در حالی که طی این سال ها نظام بانکی در دنیا به سمت انضباط و قاعده مند شدن پیش رفته است، بانک های ایرانی به دلیل محدودیت های بین المللی و چالش عبور از تحریم ها در مسیر عکس حرکت کرده اند. از این رو در دوره پسابرجام باید مسیر هشت ساله تحولات را در زمان کمتری طی کنند.



بانکی کشور کمک کند. از نظر آن ها تعامل سازنده و برقراری ارتباط نزدیک و مستمر بین بانک مرکزی و نهادهای سیاست گذاری نظیر مجلس شورای اسلامی از یکسو و نیز نظام بانکی کشور به عنوان بازو اجرایی بانک مرکزی در عملیاتی کردن سیاست های پولی، لازمه رفع چالش های قانونی و ساختاری مورد اشاره است. به گفته آن ها یکی از ضرورت های اصلی برای اینکه بانک مرکزی بتواند نظارت دقیق خود را بر نظام پولی کشور گسترده کند، اصلاح قوانین بالادستی است؛ الزامی که امکانات آن باید از طریق مراجع ذی صلاح در اختیار بانک مرکزی قرار گیرد. این موضوعات در حالی از طرف کارشناسان مطرح می شود که به گفته کارشناسان، مجلس کنونی در آخرین روزهای اتمام مسؤولیت خود و در اندک مجالی که برای آن ها باقی مانده است، شتابزده طرح اصلاح نظام بانکی را به پیش می برد. طرحی که بخشی از کارشناسان معتقدند تصویب آن نه تنها دردی از نظام بانکی درمان نخواهد کرد، بلکه می تواند بر پیچیدگی عملیات بانکداری بیفزاید. سومین معاون نظارت بانک مرکزی در چنین بره های قرار است مسؤولیت خود را آغاز کند.

است اما از این سال به بعد نظارت ها مطابق دستورالعمل های بین المللی به سمت نظارت مبتنی بر ریسک رفته است. برای نمونه، نظارت مبتنی بر ریسک به این امر اشاره دارد بانکی که نقدینگی کافی ندارد، در معرض ورشکستگی قرار دارد و این امر هشداردهنده است؛ بنابراین این مقررات احتیاطی در تلاش است تا جهت گیری و مسیر حرکت کلی بانک را کنترل کند.

لزوم ایجاد قوانین جدید

کارشناسان در حوزه نظارت بانکی معتقدند نظارت باید با توجه به تغییر و تحولاتی که رخ می دهد، به روز شود. به عقیده کارشناسان چالش اصلی در بحث نظارت که هنوز به روشنی تصریح نشده تبیین اهداف مورد نظر در این زمینه است. به دلیل روشن نبودن این موضوع مراحل دیگر حلقه نظارتی نیز مورد اجماع نیست. برای مثال بر سر این موضوع که با توجه به اهداف تعیین شده چه وظایفی بر عهده مرجع نظارتی است اجماع کافی وجود ندارد. بنابراین به باور آنها نمی توان برای مرجع نظارتی اهداف بسیاری تعیین کرد، در حالی که برای

کانون مشاوران اعتباری
و سرمایه گذاری بانکی

برای جناب آقای فرشاد حیدری
در مسؤولیت جدید و خطیری
که بر عهده گرفته اند آرزوی
توفیق دارد.

هیأت ریسه شورای عالی کانون بر گزیده شد

در سومین جلسه دوره چهارم شورای عالی که روز سه شنبه ۴ خرداد ماه برگزار شد اعضای هیأت ریسه شورای عالی انتخاب شدند.

با رأی اعضاء، آقایان:

* سیامک صمیمی دهکردی

(از دبیر صنعت ایرانیان) به عنوان ریسه شورا

* عبدالاحد فرج زاده (از پژوهشگران فن گستر)

به عنوان نایب ریسه اول و خزانه دار

* رضا اکبرنیا (از پیشران صنعت تهران

مهر) به عنوان نایب ریسه دوم

* بهرام مهدی زاده (از سنجش امکان

طرح) به عنوان دبیر شورا انتخاب شدند.

همچنین خانم هما سادات گوشه و آقایان

عبدالخالق سجادی و سید حسن خباز به

عنوان عضو در این دوره شورای عالی

فعالیت می کنند.

سیامک صمیمی دهکردی



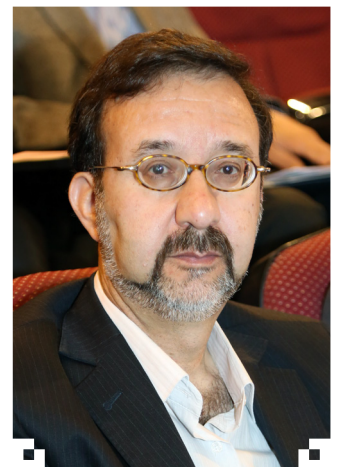
عبدالاحد فرج زاده



رضا اکبرنیا



بهرام مهدی زاده



هما سادات گوشه



سید حسن خباز



سید عبدالخالق سجادی



تلفن ها : ۸۸۵۳۸۱۹۱ - ۸۸۵۳۸۹۹۵ - ۸۸۷۳۹۴۸۸ - ۸۸۵۳۲۲۴۳ - ۰۲۱

نمابر : ۰۲۱-۸۸۱۷۷۹۱۰

کد پستی : ۱۴۱۵۸۶۳۸۶۱

پست الکترونیک : info@abcic.ir

پایگاه اطلاع رسانی : www.abcic.ir

نشانی : تهران، میدان آرژانتین ، خیابان احمد قصیر (بخارست) خیابان دوازدهم غربی - پلاک ۲ - واحد ۲