

سپان

سال یازدهم، شماره ۹۵
اردیبهشت ۱۳۹۴

بانک سامان
SamanBank



بانک سامان هم زمان با بدرقه تیم ملی والیبال
از تندیس آب رونمایی کرد

سه سوت!

شارژ می خرید | موجودی می گیرید | قبض پرداخت می کنید

#۷۲۴*



یک کد برای همه



www.724sep.ir

گروه مالی سامان

بیمه سامان

تهران - خیابان خالد اسلامبولی (وزراء) - ساختمان شماره ۱۲۳
تلفن: ۸۹۴۳-۰۲۱ نمابر: ۸۸۷۰۰۲۰۴
www.si24.ir



شرکت کارگزاری بانک سامان

تهران - خیابان آفریقا - پایین تر از چهارراه جهان کودک - نبش کوچه ۲۵ - پلاک ۲۹ - طبقه همکف
تلفن: ۸۸۷۷۴۶۶۹-۷۱ نمابر: ۸۸۷۷۴۶۸۹
www.samanbourse.com



شرکت پرداخت الکترونیک سامان کیش

تهران - خیابان ولیعصر - بالاتر از میدان ونک - انتهای خیابان خدای - پلاک ۱۰۴
تلفن: ۸۴۳۴۵۰۰۰ مرکز ارتباط با مشتریان: ۸۸۲۱۹۱۴۰ نمابر: ۸۸۲۱۹۱۴۰
www.sep.ir



شرکت ماهواره‌ای سامان

تهران - خیابان فلسطین جنوبی - بین خیابان بزرگمهر و انقلاب - کوی پرستو - پلاک ۳ - واحد یک
تلفن: ۶۴۰۰۰۰۰۰ نمابر: ۶۴۰۰۰۱۰۳
www.samansat.com



شرکت اعتبار سنجی حافظ سامان ایرانیان

تهران - خیابان ملاصدرا - خیابان شیراز جنوبی - کوچه بهار دوم - پلاک ۷ - طبقه اول
تلفن: ۸۸۰۵۵۸۰۰-۶ نمابر: ۸۸۰۵۵۷۹۹
www.etebarsanjisaman.com



صرافی سامان

شعبه مرکزی: تهران - خیابان خالد اسلامبولی (وزرا) - خیابان هفتم - پلاک ۱۱
تلفن: ۸۸۷۰۵۸۰۳ و ۸۸۷۰۹۲۱۰ نمابر: ۸۸۷۰۹۲۱۰
شعبه کرج: کرج - بین میدان قدس و میدان توحید - برج سامان - طبقه اول
تلفن: ۰۲۶-۳۲۲۰۶۳۵۸ نمابر: ۰۲۶-۳۲۲۰۶۳۶۱
شعبه اقدسیه: تهران - خیابان پاسداران - نبش نارنجستان دوازدهم
تلفن: ۲۲۸۲۰۳۰۲
www.samanexchange.com



شرکت خدماتی آفتاب تجارت سامان

تهران - خیابان شهید آیت - ضلع جنوب غربی میدان نبوت - پلاک ۵۶۰ - طبقه دوم بانک سامان (شعبه میدان نبوت)
کد پستی: ۱۶۴۸۸۸۷۳۱۱ تلفن: ۷۷۹۱۷۱۳۱-۷۷۹۱۰۱۱۹ نمابر: ۷۷۹۱۷۰۰۳
www.aftabts.com



شرکت پردازشگران سامان

تهران - خیابان کریمخان زند - خیابان سنایی - خیابان سیزدهم - پلاک ۳۴
تلفن: ۸۸۸۳۸۰۰۰ نمابر: ۸۸۸۳۷۹۷۰
www.samanpr.net



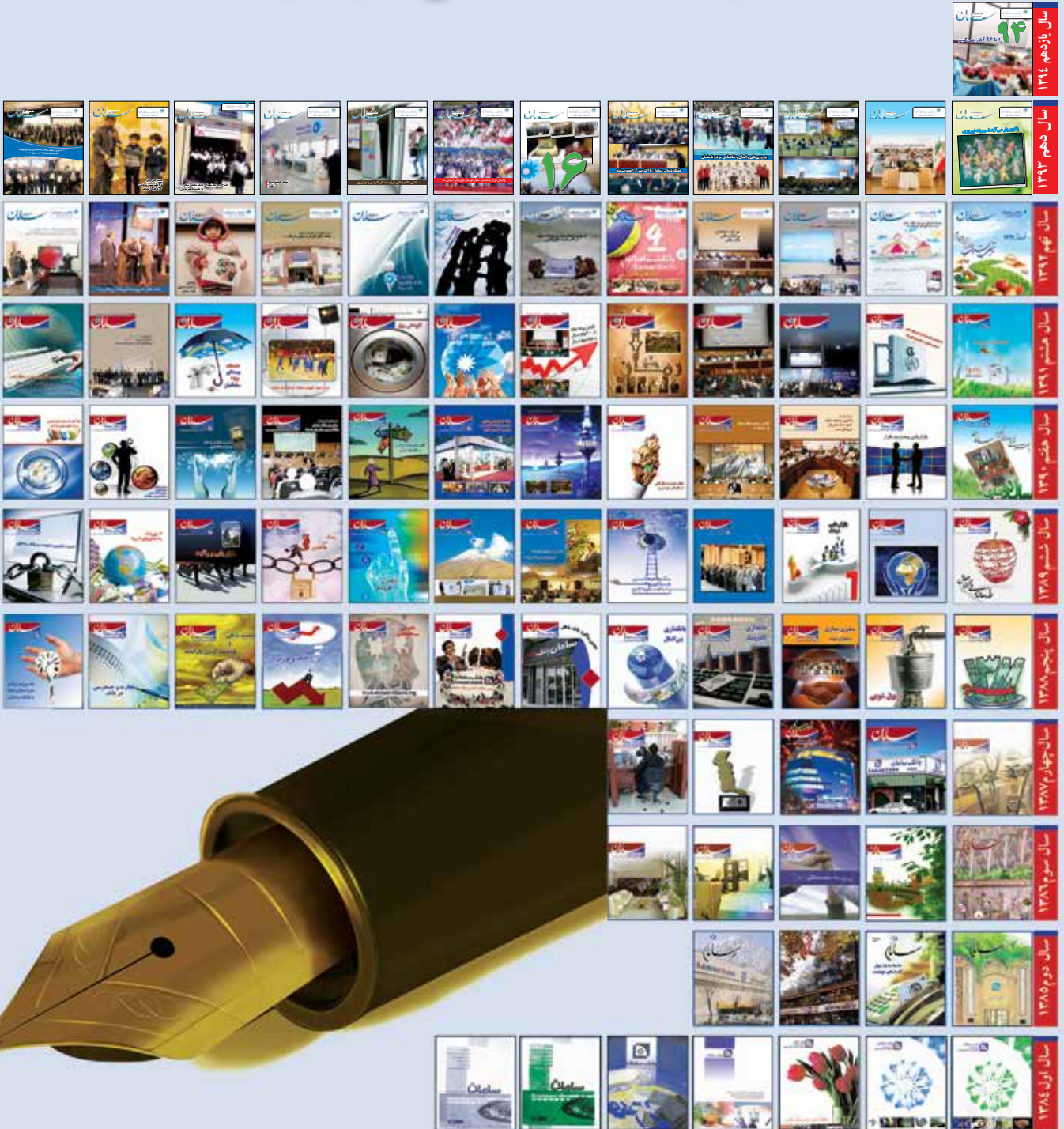
شرکت تأمین سرمایه کاردان

بلوار آفریقا - بالاتر از اسفندیار - کوچه رحیمی - پلاک ۴ - واحد ۲۰۳ کد پستی: ۱۹۶۷۹۱۶۹۷۳
تلفن: ۲۶۲۰۲۲۰۹ نمابر: ۲۶۲۰۲۲۴۷
سایت: www.kardan.ir



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

با سالان همراه باشید





ماهنامه آموزشی خبری بانک سامان

اقتصادی-اجتماعی-فرهنگی

سال یازدهم، شماره ۹۵، اردیبهشت ۱۳۹۴

سلمان

همگام با سامانیان همسو با سامان

عکس: محمد حقیقت طلب
گزارش: محمد علی عرفی نژاد
ویراستار: مهشید جهانی
حروفچین: مجید رحیمی
ناظر چاپ: بیژن بهادری

صاحب امتیاز: بانک سامان
مدیر مسوول: فرشته ضرابیه
سر دبیر: ناصر بزرگمهر
مدیر هماهنگی: لی لی کیوان
مدیر فنی و هنری: مهدی نجفی

همیشه منتظر آثار شما هستیم

- از دریافت مقالات و دیدگاه‌های صاحب نظران استقبال می‌کنیم.
- از ارسال مطالب چاپ شده در مطبوعات خودداری شود.
- لطفا مطالب منابع در گیومه مشخص گردد.
- مقالات ترجمه شده همراه با کپی اصل مقاله ارسال شود.
- مطالب ارسالی پس فرستاده نمی‌شود.
- لطفا مطالب تایپ شده و یا به صورت ایمیل ارسال گردد.
- مقالات کوتاه و حداکثر برای ۴ صفحه نشریه تهیه شود.
- عکس و طرح مناسب همراه مقاله ارسال شود.
- عکس نویسنده یا مترجم همراه مقاله باشد.
- پی نوشت و هر گونه توضیح در مورد منابع در انتها قرار گیرد.
- کلماتی که مخفف نوشته می‌شود، یک بار کامل ذکر گردد.
- تیر و سوتیرهای مناسب توسط نویسنده مشخص گردد.
- مطالب چاپ شده الزاما نظر رسمی مجله نیست.
- حتی الامکان از کلمات خارجی استفاده نشود و معادل فارسی به کار رود.
- اعداد بصورت عدد ریاضی نوشته شود.
- در نوشتن کلمات از رسم الخط جداسازی استفاده شود.
- از چاپ مقاله با ۲ امضا معذور هستیم.
- مجله در ویرایش و خلاصه کردن مقالات آزاد است.

آدرس اداره مرکزی بانک سامان:

خیابان ولی عصر، نرسیده به چهارراه پارکوی، نبش کوچه ترکش دوز، پلاک ۱۵۴۳ /
تلفن: ۰۲۱-۲۳۰۹۵۱۰۰

آدرس روابط عمومی بانک سامان:

خیابان ولی عصر، بالاتر از نیاپیش، خیابان شهید عاقلی، پلاک ۱۲۱
تلفن: ۰۲۱-۲۳۰۳۳۷۷۲-۴ سایت: www.sb24.com

آدرس دفتر مجله سامان:

خیابان قائم مقام فراهانی، مقابل خیابان فجر، پلاک ۷۴
تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۴۸۸۷۹ فاکس: ۸۸۳۷۴۸۳۳

■ یادداشت مدیر مسوول/۶ سیر تاریخی صورت گردش و جوه نقد/۸ به کارگیری مدل ارزش افزوده اقتصادی در رتبه بندی شرکت ها/۱۰ سازمان شما چه شکلی است؟/۱۳ بانکداری، آقای بازاریابی یا خانم برندینگ؟/۱۴ مشارکت فکری کارکنان در سازمان/۱۶ کاربرد شبیه سازی در افزایش بهره وری شعب بانک/۱۸ کمیته بال/۲۰ بررسی بازاریابی و سنجه های رضایتمندی و وفاداری مشتریان در صنعت بانکداری ایران/۲۲

گفت و گو

■ شعبه ای مورد توجه و VIP در بالاترین نقطه تهران/۲۵

گزارش

■ گزارش ماهانه تحلیل بازار/۳۱

آموزش

■ انواع نگاه به فروش/۳۷ نکات حقوقی برای تنظیم قراردادها/۳۸ برخی نکات کاربردی سفته و ضمانت نامه/۴۲

باجه خیال

■ غرور تاک/۴۵ ۷ سبب سامان/۴۶ شعر های سامانی/۴۸ مشتری مداری و ارائه خدمت در این بانک موجب تعجب من گشته بود/۵۰

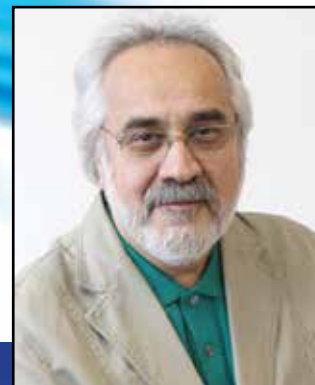
اخبار

■ کسب تقدیرنامه دو ستاره تعالی سازمانی توسط سامان ماهواره/۵۱ با ۷۲۴# به هر سوتی پولدار می شوید/۵۱ ۷۲۴#، حامی برنامه تلویزیونی خندوانه/۵۲ حمایت بانک سامان در تأمین بخشی از هزینه های نگهداری فرزندان بنیاد خیریه سپهر/۵۲ ایجاد امکان درخواست افتتاح حساب در وب سایت بانک سامان/۵۳ ساعت کار شعب بانک سامان در بهار و تابستان/۵۳ آزمایشگاه مرکز طبی کودکان تهران با کمک بانک سامان مجهز به دستگاه های پیشرفته شد/۵۴ اولین قرعه کشی طرح تشویقی خدمات مسافرتی ویژه سامانیان/۵۵ راه اندازی سامانه اعلام ضمانت نامه های صادره بانک سامان/۵۵ تسهیلات ویژه خرید خودرو به مشتریان برتر بانک سامان/۵۵ قرعه کشی نظر سنجی بازی های رایانه ای بانک سامان/۵۶ نرخ حق الوکاله بانک سامان ۲/۵ درصد تعیین شد/۵۶ دیدار بازرگانان عثماني با مدیرعامل بانک سامان/۵۶ اسامی برندگان چهارمین قرعه کشی سپرده وین بانک سامان اعلام شد/۵۷ کیوسک های نظر سنجی بانک سامان/۵۷ بانک سامان هم زمان با بدرقه تیم ملی والیبال از تندیس آب رونمایی کرد/۶۰ شعب بانک سامان/۶۲ نرخ سود سپرده های ارزی و ریالی/۶۶

مشتری‌مداری (۳)

ناصر بزرگمهر

nbozorgmehr@yahoo.com



به نام او که هر چه بخواهد همان می شود

خاص، با این تفکرهای کوتوله و سستی، چگونه یک کارمند پشت پیشخوان، یک رئیس اجرایی، یک مدیر میانی می‌تواند با مشتری ارتباط و دوستی برقرار کند که چهار روز دیگر در مظان اتهام قرار نگیرد؟ ایشان هرگز اشاره نکردند که کدام مدیر ارشد عاشق میز و مقام، از کارمند مشتری‌مدار حمایت خواهد کرد؟ چه کسی فردا، از کسی که با مشتریان پولدار نشست و برخاست کرد و آنها را به سوی سازمان جلب و جذب کرد و تسهیلاتی هم متقابلاً در اختیارشان گذاشت، پشتیبانی می‌کند؟ خود ایشان بهتر از هر کس می‌داند که اگر مثلاً یک رئیس شعبه بانک یا یک کارمند شهرداری یا کارمند هر سازمان دیگری، بخواهد به مشتری احترام بگذارد و دو بار جلو آنها خم و راست شود، متهم به هزار نکته بعدی خواهد شد و باید به هزار کس و ناکس پاسخ دهد و همیشه ۹۹ درصد آدم‌های درستکار که در شعب بانک‌ها و سازمان‌های دیگر خدمت صادقانه و عاشقانه می‌کنند، پاسوز همان خطاکاران یک درصدی می‌شوند.

مدیر یک شعبه بانک که سال‌ها، حساب‌نشریه‌ها در آنجاست، برایم تعریف می‌کرد که نمی‌توانیم حتی با مشتری آب بخوریم، اگر از پول جیب خودمان هم چای و بیسکویت بخریم و به مشتری تعارف کنیم، باید جواب ده‌ها اداره از بازرسی و حراست تا امور شعب و فلان و بهمان را بدهیم. حالا تازگی‌ها هم مد شده که می‌گویند مشتری‌مدار باشید، بدون آن‌که ابزار فرهنگی و حمایت‌های

در بحث «مدیریت‌های محافظه‌کار» نوشته و گفته‌ام که این گروه از مدیران و کارکنان معمولاً با دانش مشتری‌مداری در تضاد کامل قرار دارند و از دانش ارتباطات به شدت فاصله می‌گیرند و روابط عمومی را باور ندارند و از هرگونه دوستی و نزدیکی با مشتری وحشت دارند تا میز و مقام خودشان را محفوظ نگه دارند.

از طرف دیگر جهان امروز، جهان ارتباطات است، در کلیه علوم و خصوصاً علم اقتصاد، حرف اول و آخر با مشتری است، این روزها بحث مشتری‌مداری در کشور ما هم کاملاً داغ شده است و به قول یکی از دوستان آنقدر داغ شده که مشتری در حال برشته شدن و سوختن می‌باشد.

دوست عزیزم، غلامحسین خان که قبلاً هم از ایشان در یادداشت‌هایم به نیکی یاد کرده‌ام و از مدیران ارشد سیستم اقتصادی و بانکی بوده و هست، همیشه از مشتری‌مداری حرف می‌زند، به طوری که نام ایشان با واژه مشتری‌مداری برای آنها که پای صحبتش نشسته‌اند، مترادف است، او همیشه می‌گوید باید مشتری را گرامی بداریم، مشتری عزیز است، مشتری به ما وابسته نیست، حیات ما به مشتری وابسته است، مشتری تاج سر ماست و به قول همه کاسب‌ها، همیشه حق با مشتری است و...

اما این برادر عزیز هرگز نمی‌گفت، با این وضعیت موجود و قوانین دست و پا شکسته و عدم حمایت مدیران ارشدتر، کارکنان چه کنند؟ با حضور مدیریت‌های ترسو و محافظه‌کار، با این بینش‌های

های نظارتی می لرزد و تکلیف شان را با قوانین سخت و انعطاف ناپذیر نمی دانند.

از یک طرف دلشان می خواهد که مشتری مداری کنند و از طرف دیگر ماده های قانونی را برای این کار در اختیار ندارند.

باتوجه به تاکید های مکرر مقام معظم رهبری به حمایت از بخش خصوصی که آخرین نوبت آن در دیدار با نمایندگان مجلس خبرگان، مجدداً به عملکرد گذشته در تبدیل بخش خصوصی به دولتی انتقاد نمودند و راه آینده را در حمایت از بخش خصوصی و کوچک کردن دولت برشمردند را باید فرصت مناسبی برای تعریف قوانین جدید دانست، تا با نگرانی کمتر سیستم دولتی بسوی فرهنگ مشتری مداری پرواز کند. و برای چنین پروازی به نظر می رسد هیچ فضایی مناسبتر از بانک های خصوصی نیست.

بانک هایی که یک دهه تجربه را پشت سر گذاشته اند و از مرحله آزمون و خطا جلو رفته اند و به راحتی می توانند الگوی مناسبی برای بخش دولتی و بخش خصوصی جوانتر باشند. بانک سامان و مدیریت و کارکنانش بعد از یک دهه تلاش و در خدمت مشتری بودن، به این باور رسیده است که همه منافع بانک در حفظ و حراست از مشتری است و مشتری مداری را نه به عنوان یک شعار سطحی بلکه به عنوان یک واقعیت انکار ناپذیر در سر لوحه خدمتگزاری خود قرار داده است.

قانونی آن را قبلاً فراهم کرده باشند، قرار است آبجوش و نسکافه بدهیم، بدون این که فرهنگ ارتباطی تعریف شده باشد.

مدیر یک شعبه بانک دولتی که فکر کرده بود باید حرف های مدیران ارشد را جدی بگیرد، بعد از این که چند بار، چند مشتری را برای ناهار در محل کار دعوت کرد، مورد بازخواست قرار گرفت و خانه نشین شد!

با این شرایط مدیران ارشد و قوانین تعریف نشده، فقط می توان به خداوند دل بست که به اعتقاد من اکثر مدیران میانی و کارکنان سازمان های اقتصادی و مرتبط با مردم همین کار را کرده اند و دل به خدا بسته اند که جواب سلام مشتری را با دل و جرات می دهند و کارشان را هنوز دارند.

باتوجه به تاکیدات فراوان برای خصوصی سازی که تنها راه نجات و برون رفت از اقتصاد دولتی است باید قوانین بدون تر و ماده های اضافی روشن و شفاف شوند و نگاه حمایتی به مصرف کننده و مشتری داشته باشند.

مشتری مداری تنها یک شعار برای سیستم بخش خصوصی و کاسب و بقال و مغازه دار خرد نیست، مشتری مداری باید در صنایع بزرگ و مهم و در بخش خصوصی و دولتی توأمان مورد توجه قرار گیرد. به نظر می رسد آنچه که تا کنون مانع عمده در رسیدن به فرهنگ عمومی مشتری مداری شده است نظام سیستم سازمان ها و کارخانجات و صنایع دولتی است که مرتباً دست و دلشان از نهاد

سیر تاریخی صورت گردش وجوه نقد

آرش آذین فر
(متصدی امور بانکی شعبه بابل)



تغییرات در وضعیت مالی (به عنوان یک صورت مالی اساسی نمود که در آن وجوه به مفهوم تمامی منابع مالی تفسیر می شود. این بیانیه انعطاف زیاد داشته و منجر به تهیه صورت تغییرات در وضعیت مالی به اشکال گوناگون شده بود که قابلیت مقایسه را کاهش می داد که در سال ۱۹۷۸ با انتقاد شدیدی پرفسور هیث به شرح زیر مواجه شد: ۱- اهداف صورت مذکور نامشخص است. ۲- مفهوم تمامی منابع مالی تعریف نشده است. ۳- محاسبه وجوه ناشی از عملیات به روش غیر مستقیم قابل فهم نیست. ۴- سرمایه در گردش مبنای مناسبی برای ارزیابی قدرت پرداخت دیون نیست.

هیث توصیه نمود که ۱- صورت دریافت ها و پرداخت های نقدی ۲- صورت فعالیت های تامین مالی ۳- صورت فعالیت های سرمایه گذاری به جای صورت مذکور تهیه شود. علاوه بر آن اتفاقاتی نظیر ورشکسته شدن موسساتی که سود خالص و سرمایه در گردش مناسب داشتند سبب شد که اعتبار صورت تغییرات در وضعیت مالی زیر سوال برود. تا آن که در سال ۱۹۸۷ صورت گردش وجوه نقد در استاندارد شماره ۹۵ بیان شد. آخرین مفهوم وجوه هم در این استاندارد وجه نقد است که شامل موجودی نقد، سپرده های دیداری و معادل نقد است.

*** چرا وجه نقد بهترین مفهوم برای وجوه است؟ به دلیل ۱- ارتباط بین اهداف حسابداری و گردش وجه نقد ۲- تغییر قیمتها ۳- نارسایی محتوای اطلاعاتی سود ۴- نارسایی محتوای اطلاعاتی سرمایه در گردش. **شرح دلیل اول:** اطلاعات مربوط به گردش نقد مبنای مربوط تر و مناسب تری را برای ارزیابی جریان های نقدی آتی فراهم می کند. و مهم ترین بعد ارزیابی، بررسی سودآوری است که به خاطر ارتباط بین اهداف حسابداری، سود و گردش نقدی FASB معتقد است باید در یک مجموعه کامل صورت های مالی، صورت گردش وجوه نقد بنگاه هم ارائه شود. بعد دیگر وضعیت مالی، داشتن قدرت پرداخت دیون است. به منظور ارزیابی قدرت پرداخت دیون، ترازنامه و سود و زیان کمکی نمی کند و فقط صورت گردش وجوه نقد چاره ساز است. قابلیت انعطاف مالی یکی دیگر از ابعاد وضعیت مالی است که اساس ارزیابی آن برای یک بنگاه، توانایی آن در

صورت گردش وجوه نقد یکی از صورت های مالی اساسی است که در سال های اخیر جایگزین صورت تغییرات در وضعیت مالی شده است. کوهلر صورت گردش وجوه نقد را به صورت زیر تعریف می کند: ((صورتی که در آن تغییرات در وضعیت مالی نشان داده می شود))

صورت گردش وجوه نقد دارای سابقه ای بس طولانی بوده و به عنوانین و اشکال گوناگون تهیه می شده است. آخرین شکل این صورت مالی در سال ۱۹۸۷ با نام (صورت گردش وجوه نقد) و به عنوان یکی از صورت های مالی اساسی در امریکا مطرح گردید که فی الواقع قدمی به سوی حسابداری جریان های نقدی است. صورت گردش وجوه نقد اولین بار توسط MORSE COLE مطرح شد.

وی تغییرات مانده ابتدا و پایان دوره ترازنامه را تجزیه و تحلیل کرده و نتیجه آن را در گزارشی تحت عنوان ((از کجا آمده و در کجا مصرف شده)) ارائه نمود. روش وی بر ارائه تغییرات در سرمایه در گردش و یا وجه نقد متمرکز نبود. پرفسور فینی چندی بعد با بررسی علل تغییرات در سرمایه در گردش گزارشی تهیه کرد تا قدرت بنگاه را در پرداخت تعهداتش نشان دهد. در سال ۱۹۴۳ پرفسور مونیتز، مفهوم وجوه را در قالب حداقل و حداکثر تعریف کرد.

حداقل وجوه نقد + سپرده های دیداری

حداکثر وجوه نقد + بدهکاران کوتاه مدت + اوراق بهادار قابل تبدیل سریع به نقد + ... حساب های پرداختی کوتاه مدت

در سال ۱۹۶۱ دکتر پری میسون بر محاسبه گردش وجوه نقد ناشی از فعالیتهای عملیاتی تحقیق کرد. به نظر وی، جامع ترین و مفیدترین تعریف وجوه، مفهوم تمامی منابع مالی است. پس از پیشنهاد میسون، هیات تدوین اصول حسابداری آمریکا در سال ۱۹۶۳ بیانیه شماره ۳ را منتشر نمود که توصیه آن تهیه صورت منابع و مصارف وجوه به عنوان اطلاعات مکمل بود. این صورت مالی در برگیرنده جنبه های مالی کلیه معاملات عمده صرف نظر از تاثیر مستقیم آنها بر روی وجوه نقد بود. در سال ۱۹۷۱، بیانیه ۱۹ هیات تدوین اصول حسابداری بنگاه ها را ملزم به تهیه و ارائه (صورت

ایجاد مقادیر معتنا به وجوه نقد از عملیات عادی، تحصیل منابع مالی بیشتر، نقد کردن دارایی های غیر عملیاتی، تغییر در فعالیت های عملیاتی و یا سرمایه گذاری به منظور ایجاد گردش نقدی بیشتر در کوتاه مدت می باشد که برای ارزیابی آن صورت گردش وجوه نقد سودمند است.

شرح دلیل دوم: استفاده کنندگان از صورت های مالی می خواهند که قدرت بنگاه را در تولید وجوه نقد به منظور تامین مالی لازم برای جایگزینی، توسعه، رشد و پرداخت سود سهام ارزیابی کنند که بهترین مبنا برای این ارزیابی صورت گردش وجوه نقد است.

شرح دلیل سوم: سود یک مفهوم انتزاعی بوده و بیشتر بر ساختارهای حسابداری متکی است تا واقعیات اقتصادی و به علت وجود رویه های گوناگون حسابداری ملاک خوبی برای مقایسه شرکت ها نیست. اما وجوه نقد یک منبع عینی است و اثر قضاوت ها در آن به حداقل می رسد. وجوه نقد یکی از مهم ترین عوامل بقای هر بنگاه را تشکیل می دهد و قدرت پرداخت تعهدات را به وضوح نشان می دهد، کاری که سود به وضوح انجام نمی دهد.

شرح دلیل چهارم: سرمایه در گردش مفهوم روشنی ندارد چون ملاک طبقه بندی دارایی های جاری و غیر جاری و بدهی های جاری و غیر جاری روشن و مشخص نیست. در ثانی طبقه بندی اقلام ترازنامه آن قدر ناکافی است که به ارزیابی قابلیت تداوم بنگاه کمک نمی کند. ثالثاً محاسبه سرمایه در گردش دستخوش قضاوت های متعدد است مثل ارزیابی موجودی کالا طبق روش FIFO و میانگین.

جریان های نقدی و چار چوب نظری :

هدف اصلی گزارشگری مالی بر روی توانایی بنگاه در تامین جریان های نقدی مطلوب متمرکز گردیده است. FASB دلایل زیر را به منظور پشتوانه تهیه صورت گردش وجوه نقد بیان کرد: ۱- تعیین اطلاعات بازخورد جریان های نقدی واقعی ۲- کمک به تعیین رابطه بین سود حسابداری و جریان های نقدی ۳- تهیه اطلاعاتی در مورد کیفیت سود ۴- بهبود قابلیت مقایسه اطلاعات در گزارشگری مالی ۵- کمک به ارزیابی انعطاف پذیری و قابلیت تبدیل دارایی ها به نقد ۶- کمک به پیش بینی جریان های نقدی آتی. که در واقع دلایل بالا محدودیت های روش تعهدی است. البته روش تعهدی که در تهیه ترازنامه و صورت سود و زیان به کار می رود بدون ارزش نیست بلکه در کنار روش نقدی (در صورت گردش وجوه نقد) سودمند و کارآمد است. هزینه تهیه صورت گردش وجوه نقد اندک است چون از طبقه بندی و تلخیص صورت های مالی دیگر تهیه می شود.

ماهیت صورت گردش وجوه نقد:

صورت گردش وجوه نقد بر آن است تا اطلاعاتی در مورد تغییرات در وجه نقد و معادل نقد در طی یک دوره حسابداری ارائه نماید که در ارزیابی نقدینگی، انعطاف پذیری مالی، توانایی عملیاتی و ریسک بنگاه مفید می باشد. صورت گردش وجوه نقد به طور واضح اطلاعات مالی را در قالب گروه های زیر نشان می دهد: ۱- خالص وجوه نقد ناشی از عملیات ۲- گردش وجوه نقد ناشی از سرمایه گذاری ۳- گردش وجوه نقد ناشی از تامین مالی ۴- خالص افزایش (کاهش) در وجه نقد ۵- تطبیق مانده ابتدای دوره وجه نقد با مانده آن در پایان دوره ۶- جدول ضمیمه مربوط به گزارش

فعالیت های عمده سرمایه گذاری و تامین مالی غیر نقدی. صورت گردش وجوه نقد را می توان به یکی از دو روش مستقیم یا غیر مستقیم تهیه کرد. در روش مستقیم، جریان های نقدی خروجی ناشی از عملیات از جریان های ورودی عملیاتی کسر شده و در نتیجه خالص وجوه نقد عملیاتی به دست می آید. اما در روش غیر مستقیم سود خالص تعدیل و در نتیجه خالص وجوه نقد ناشی از عملیات محاسبه می شود.

پاره ای نکات درباره استاندارد شماره ۹۵:

نورنبرگ معتقد است ساختار کلی صورت گردش وجوه نقد مطابق با متون مدیریت مالی نیست و علاوه بر این صورت مذکور در برخی از موارد فاقد یکنواختی است. هنوز این سوال بدون پاسخ مانده که انعکاس روی داده های مالی در صورت گردش وجوه نقد بر اساس ماهیت اولیه آنهاست یا بر مبنای هدف نهایی ناشی از وقوع این رویدادها.

تحقیقات پیرامون جریان های نقدی :

پرفسور لی گفته که جریان های نقدی (و نه سود) نتیجه نهایی فعالیت بنگاه تجاری است. در تحقیق پرفسور مودیلیانی و میلر آمده است که: ((سیاست های تقسیم سود تاثیری بر ارزش بنگاه ندارد. صرف نظر از آثار مالیاتی ارزش بنگاه معادل ارزش فعلی خالص جریان های نقدی آتی آن است. و خالص جریان های نقدی هر دوره نیز مساوی با جریان های نقدی ناشی از عملیات منهای سرمایه گذاری نقدی در دارایی ها است)).

FASB گفته که سیستم حسابداری تعهدی در مقایسه با نقدی مبنای بهتری جهت ارزیابی جریان های نقدی بنگاه است. برخی تحقیقات مرتبط با بازار نیز به این نتیجه رسیده است که حسابداری تعهدی اطلاعات مفیدتری نسبت به اطلاعات دقیق جریان های نقدی در تعیین ارزش بنگاه ارائه می دهد. برخی از تحقیقات هم نشان داده که صورت جریان وجوه نقد مکمل صورت های مالی دیگر است و بدون آن صورت های مالی دیگر ناقص است. اما تحقیقات انجام شده کنونی نشان می دهد که اهمیت صورت های مالی تعهدی رو به کاهش و اهمیت صورت گردش وجوه نقد رو به افزایش است. چون صورت مذکور مهم ترین وظیفه رادار ارزیابی و تعیین وضعیت کلی بنگاه ایفا می کند.

نتیجه گیری:

چون جریان های نقدی نتیجه نهایی فعالیت یک بنگاه اقتصادی است و به خاطر رعایت اصل افشاء تهیه صورت گردش وجوه نقد لازم است. از منظر COST/BENEFIT هم تهیه آن مقرون به صرفه است تا در کنار صورت های مالی تهیه شده بر مبنای تعهدی ارائه گردد. اما باید توجه داشت که این امر نباید مانع تحقیقات بیشتر به منظور بهبود کیفیت اطلاع رسانی آن شود.

منابع:

- ۱- Neill, John D., Thomas F. Schaefer, Paul R. Bahnsen, and Michael E. Bradbury. "The Usefulness of Cash Flow Data: A Review and Synthesis", Journal of Accounting Literature, ۱۰; pp. ۱۱۷-۱۴۹
- ۲- Ball, Ray, and Philip Brown., "An Empirical Evaluation of Accounting Income Number," Journal of Accounting Research, (Autumn ۱۹۶۸), PP. ۱۷۷-۱۵۹

به کارگیری مدل ارزش افزوده اقتصادی در رتبه‌بندی شرکت‌ها

جواد خانکش زاده

(کارشناس ارشد اداره پشتیبانی بانکداری الکترونیک)



مقدمه

یکی از روش‌های مورد استفاده مدیران مالی و صاحبان بنگاه‌های اقتصادی، استفاده از فنون مالی در رتبه‌بندی شرکت‌ها به منظور شناخت و تعیین جایگاه بنگاه اقتصادی در حرکت به سمت اهداف بازار می‌باشد. این بررسی به دنبال تعیین قابلیت بکارگیری ارزش افزوده اقتصادی در این رتبه‌بندی است که شرکت‌های صنایع غذایی را مورد توجه قرار داده است.

هدف اصلی از بکارگیری معیارهای ارزیابی عملکرد، کسب موفقیت در عرصه رقابت در عصر اطلاعات است و هدف اساسی این پژوهش بررسی رتبه‌بندی شرکت‌های صنایع غذایی با دیدگاه مدیریت مالی به کمک ارزش افزوده اقتصادی است.

رتبه‌بندی شرکت‌ها براساس بررسی توان و عملکرد درونی آنها، امکان تأمین فن کسب برترین الگو برای حرکت به سمت سایر سازمان‌ها در بازار را فراهم کرده و روش کمی مناسبی برای سرمایه‌گذاران، صاحبان بنگاه‌های اقتصادی، برنامه‌ریزان و ... در انواع تصمیمات بنگاهی به‌شمار می‌رود. دسترسی و بکارگیری فنون کمی، مناسب و دقیق و ساده ضروری به نظر می‌رسد.

چارچوب نظری

میزان موفقیت بنگاه‌های اقتصادی در بازارهای رقابتی به عواملی از قبیل بهره‌وری، سهم بازار، رضایت مشتریان که از طریق قیمت مناسب، کیفیت مطلوب، تحویل به موقع به مشتری و ... به دست آید، وابسته است.

کشف فاکتورهای اقتصادی که منجر به ایجاد ثروت یا هدر دادن آن شود، برای مدیران سرمایه‌گذاری و مدیران شرکت‌ها بسیار مهم است. برای مدیران شرکت‌ها، ایجاد ثروت جهت حفظ و بقای اقتصادی شرکت موضوعی اساسی است. ابزار تحلیلی جدید که می‌تواند در ایجاد ثروت و فرآیند ارزیابی عملکرد بکار رود ارزش افزوده اقتصادی است.

ضرورت بررسی رتبه‌بندی شرکت‌ها با استفاده از ارزش افزوده اقتصادی این است که ارزش افزوده اقتصادی، که از اساسی‌ترین شاخص‌های نوین سنجش عملکرد است از مهمترین معیارهای سنجش عملکرد بوده و با بکارگیری این شاخص می‌توان عملکرد شرکت‌ها را مورد بررسی قرار داد.

آنیک بورگونن در تحقیقی با عنوان «حسابداری مدیریت و ایجاد ارزش به بحث راجع به ارزیابی متوازن و ایجاد ارزش» (از جمله موارد ایجاد ارزش، ارزش افزوده اقتصادی و ارزش افزوده بازار است) می‌پردازد. طبق نظر کاپلان و نورتون (۱۹۹۲)، ارزیابی متوازن بر ارزش اقتصادی تأکید دارد. بسیاری از شرکت‌ها امروزه بر مشتری‌مداری متمرکز هستند و بنابراین ارزیابی متوازن بر درآمدها و همچنین ارزش سهامدار می‌افزاید. ارزش افزوده اقتصادی از جمله شاخص‌های ایجاد ارزش می‌باشد.

استوارت در سال ۱۹۹۴ میلادی طی تحقیقی با عنوان «ارزش افزوده اقتصادی: واقعیت و خیال‌پردازی» نشان داد که ارزش افزوده اقتصادی از میان سایر معیارهای معاصر خود بهترین معیار ایجاد ثروت در نظر گرفته شده است و اغلب در ۵۰٪ موارد، بهتر از معیارهای حسابداری تغییرات در ثروت سهامداران را توصیف می‌کند.

عزیززاده در سال ۱۳۸۸ در مقاله خود با عنوان «بررسی نقش معیارهای سنجش عملکرد در ایجاد ارزش برای شرکت» به این نتیجه رسیده‌اند که ارزیابی عملکرد سازمان به منظور اطمینان از تخصیص بهینه منابع محدود، امری مهم و حیاتی به شمار می‌آید. در همین راستا، استفاده از معیارهای سنجش عملکرد که نوعی سیستم کنترل مدیریتی تلقی می‌شود، می‌تواند منجر به تخصیص بهینه منابع محدود شود. این معیارها باید بدون توجه به طبقه‌بندی‌های رایج، با تلفیقی از شاخص‌های سنتی، نوین و سایر معیارها مورد استفاده قرار گیرند تا بهترین نتیجه ممکن را در شرایط فعلی به وجود آورند. شناخت معیارها و شاخص‌های سنجش عملکرد و ارزیابی عملکرد سازمان به همراه بکارگیری آن معیارها، می‌تواند به مدیران در جهت اتخاذ تصمیم‌های منطقی و

مدیرانه، کمک شایانی نماید.

مجتهدزاده و حسن‌زاده در سال ۱۳۸۷ در تحقیق خود با عنوان «رابطه ارزش افزوده بازار با معیارهای ارزیابی عملکرد مبتنی بر مدل‌های اقتصادی و حسابداری»، تعداد ۷۰ شرکت پذیرفته شده در بورس تهران را بررسی نمودند. نتایج تحقیق بیانگر وجود همبستگی قوی بین ارزش افزوده بازار و سود بعد از مالیات می‌باشد که با یافته‌های رامنای در شرکت‌های برتر هندی مطابقت دارد.

صمدی لرگانی در سال ۱۳۸۷ در مقاله خود با عنوان «بررسی مقایسه‌ای شاخص‌های سنتی و نوین سنجش عملکرد» به بررسی مقایسه‌ای شاخص‌های سنتی و نوین سنجش عملکرد پرداخته است. وی در این مقاله کلیه شاخص‌های سنتی و نوین را مورد بررسی قرار داده و سنجش عملکرد بر مبنای سنتی به دلیل محدودیت‌های ذاتی و ناهماهنگی با شرایط نوین اقتصادی، نبود انعطاف‌پذیری جهت تطبیق با شرایط محیط در حال تغییر، بی‌توجهی به شاخص‌های غیرمالی می‌پردازد، بنابراین پیشنهاد می‌کند که جهت ارزیابی عملکرد ترکیبی از شاخص‌های سنتی و نوین و سایر معیارها بکار رود.

حجازی و حسینی در تحقیق خود با عنوان «مقایسه ارزش افزوده بازار و ارزش افزوده اقتصادی با معیارهای حسابداری در بورس اوراق بهادار تهران» اشاره می‌کنند که ارزش افزوده اقتصادی مفهوم جدیدی نیست. یکی از معیارهای عملکرد حسابداری، سود باقیمانده است که به عنوان سود عملیاتی پس از کسر مخارج سرمایه تعریف شده و ارزش افزوده اقتصادی در واقع نسخه تغییر یافته‌ای از سود باقیمانده به همراه تعدیلاتی است که بر اساس سود و سرمایه انجام می‌شود. در دهه ۱۹۷۰ میلادی و قبل از آن سود باقیمانده شهرت و استفاده چندانی نداشت. با وجود این، ارزش افزوده اقتصادی در عمل، مفهومی مشابه با نامی متفاوت است که استفاده از آن در حال گسترش می‌باشد. در آزمون فرضیه‌ها همبستگی قوی بین ارزش افزوده اقتصادی و بازار دیده شده است. بین ارزش افزوده بازار و بازده حقوق صاحبان سهام نیز همبستگی قوی وجود دارد. در ضمن بین ارزش افزوده اقتصادی و بازده حقوق صاحبان سرمایه همبستگی قوی و بین ارزش افزوده اقتصادی و بازده سرمایه‌گذاری همبستگی قوی و بین ارزش افزوده اقتصادی و رشد سود هر سهم همبستگی دیده شده است.

اندازه‌گیری متغیرها

مراحل محاسبه ارزش افزوده اقتصادی در ۵ مرحله به شرح مراحل ذیل قابل محاسبه است:

مرحله ۱- بررسی اطلاعات مالی شرکت‌ها؛

اطلاعات مورد نیاز جهت محاسبه از صورت‌های مالی و ترازنامه و یادداشت‌های صورت‌های مالی استخراج شده است.

مرحله ۲- تعیین سرمایه شرکت؛



می‌کند. اگر ارزش افزوده اقتصادی‌های آتی مثبت باشد، سهام شرکت در بازار به صرف فروخته می‌شود. ارزش افزوده اقتصادی و ارزش افزوده بازار معیارهای داخلی و خارجی اندازه‌گیری عملکرد و تعیین ارزش شرکت است.

نتیجه‌گیری

در این پژوهش شرکت‌های صنایع غذایی با استفاده از ارزش افزوده اقتصادی محاسبه گردید و سپس با بکارگیری از ارزش فعلی ارزش افزوده اقتصادی‌های آتی، ارزش افزوده بازار محاسبه شد.

طبق پژوهش فوق شرکتی که دارای نرخ هزینه سرمایه کمتر و سود عملیاتی پس از کسر مالیات بیشتری داشته باشد در رتبه‌بندی شرکت‌ها و ایجاد ارزش برای سهام داران موفق‌تر خواهد بود.

منابع و مآخذ

۱) حجازی و حسینی، رضوان و عارفه، (۱۳۸۳)، «مقایسه رابطه ارزش افزوده بازار و ارزش افزوده اقتصادی با معیارهای حسابداری در بورس اوراق بهادار تهران»، پژوهش‌نامه اقتصادی.

۲) صدیقی، روح‌ا...، (۱۳۸۳)، «بررسی وجود رابطه همبستگی بین EVA و EPS در ارزیابی عملکرد شرکت‌ها»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد.

۳) صمدی لرگانی، محمود، (۱۳۸۷)، «بررسی مقایسه‌ای شاخص‌های سنتی و نوین سنجش عملکرد»، نشریه حسابداری، شماره ۱۹۴.

عزیززاده، طاهره، (۱۳۸۸)، «بررسی نقش معیارهای سنجش عملکرد در ایجاد ارزش برای شرکت»، نشریه حسابداری، شماره ۲۰۸ و ۲۰۹.

۴) کرامتی، مسعود، (۱۳۸۸)، «ارزش افزوده اقتصادی؛ انقلابی در متون مالی»، روزنامه دنیای اقتصاد، شماره ۱۷۸۴.

۵) مجتهدزاده و حسن زاده، ویدا و شادی، (۱۳۸۷)، «رابطه ارزش افزوده بازار با معیارهای ارزیابی عملکرد»، فصلنامه بورس اوراق بهادار تهران، سال اول.

۶) خانکشی زاده فرد، جواد، (۱۳۸۸)، کارشناسی ارشد، «رابطه معیارهای ارزیابی متوازن و ارزش افزوده اقتصادی در صنایع غذایی ایران»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب.

1-Annick Bourguignon, (۲۰۰۵), "Management Accounting and Value creation: the profit and loss of reification".

2-Narczyz Roztaocki, Kim Lascola Needy, (۱۹۹۸), "EVA for small manufacturing companies", Department of Industrial Engineering, University of Pittsburgh.

استوارت (۱۹۹۱) معتقد است سرمایه شرکت با افزودن بدهی‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت به حقوق صاحبان سهام محاسبه می‌شود. البته در روش دیگر کل دارایی‌ها پس از کسر بدهی‌های بدون بهره قابل محاسبه است.

مرحله ۳- تعیین نرخ هزینه سرمایه؛

چالش اصلی در محاسبه ارزش افزوده اقتصادی شرکت برآورد هزینه سرمایه است. برای شرکت‌ها برآورد هزینه سرمایه شاید سخت‌ترین بخش در محاسبه ارزش افزوده اقتصادی است. بهای سرمایه به ساختار مالی، ریسک تجاری، بهره جاری و... وابسته است.

با استفاده از سرمایه به‌کار گرفته شده، سود عملیاتی پس از کسر مالیات و نرخ هزینه سرمایه و بکارگیری فرمول زیر ارزش افزوده اقتصادی محاسبه شده است:

(نرخ هزینه سرمایه * سرمایه به‌کار گرفته شده) - سود عملیاتی پس از کسر مالیات = ارزش افزوده اقتصادی

از دیدگاه مالی، ارزش افزوده اقتصادی براساس چگونگی ارتباطش با ارزش افزوده بازار تعریف می‌شود. در این روش ارزش افزوده بازار (یا ارزش فعلی خالص) برابر است با ارزش فعلی ارزش افزوده اقتصادی‌های آتی مورد انتظار شرکت. از طرفی، ارزش افزوده بازار عبارت از تفاوت بین ارزش شرکت و ارزش دفتری اقتصادی سرمایه به‌کار گرفته شده در شرکت است.

$$MVA = \sum_{i=1}^n \frac{EVAn}{(1+c)^n}$$

نرخ هزینه سرمایه = C

هدف اولیه و اساسی هر واحد انتفاعی حداکثر کردن ارزش افزوده بازار است. ارزش افزوده اقتصادی ایجادکننده ارزش افزوده بازار است. بنابراین اگر چه ارزش افزوده اقتصادی یک معیار داخلی برای اندازه‌گیری عملکرد است ولی همین معیار داخلی منجر به ایجاد یک معیار خارجی می‌شود که ارزش شرکت را در بازار تعیین



سازمان شما چه شکلی است؟

محمد رضا ملا ابراهیمی
(کارشناس فروش شعبه مدرس مشهد)

کردن آنها بوده باشد.

کلید این مشکل در تعامل است. می‌توان نشست و شنید که آن مدیر چه حسی نسبت به سازمان دارد. آنگاه ممکن است ببینید که آن مدیر می‌خواهد در تصمیم‌های راهبردی سازمان شریک باشد، شاید اختیاراتی را می‌خواهد که ندارد، شاید دلش می‌خواهد که بتواند به همه اطلاعات سازمان سر بکشد و مطلع شود. دنیسون می‌گوید که سیاست توزیع اطلاعات در حدی که لازم است، باید به این سمت تغییر پیدا کند که همه اطلاعات، مگر اطلاعات خیلی حساس، در اختیار همه باشد. چقدر در سازمان شما این کار شدنی است؟ و وجود دارد؟

شاید مدیری یا همکاری می‌خواهد که همیشه در آخرین دقیقه از کاری که باید بکند، مطلع نشود، یا حتی اخبار سازمان را از دیگران نشنود، بلکه به خودش گفته شود.

خلاصه اینکه هر تیپ رفتاری، نیازهایی دارد، اگر به آن نیازها توجه شود، آن فرد حس می‌کند که در همان قایقی است که دیگران هستند، اگر نه، مشغول ساختن قایق خود با بخشی از مصالحی که از تخریب قایق سازمان (خواسته یا ناخواسته) بر می‌دارد، خواهد شد. طولی نمی‌کشد که قایق‌های جدید ساخته می‌شوند و هر کس مراقب وضعیت قایق خود خواهد بود، و شما ناگهان متوجه می‌شوید که قایق اصلی، شاید اصلاً دیگر وجود ندارد.

این مقوله بیان ساده تر مفاهیمی مانند همدلی، تعلق سازمانی و مواردی از این دست است، که همه سازمان‌ها، هر یک به نوعی در پی آن هستند.

راستی شکل سازمان شما چیست؟ چطور به همکاران پیام می‌دهید که همه در یک قایق هستند؟

منبع : <http://www.uveco.ir>

این تصویر بسیار گویاست. آیا سازمان شما این شکلی است؟ اگر هست، هیچ فکر کرده اید که چرا؟ اگر نیست، فکر کرده اید که چه شکلی است؟ همانطور که حتماً حدس زده اید، این تصویر نشان دهنده آن است که در سازمان هر کسی به فکر نجات خودش است. هر کس فکر می‌کند که باید به فکر خودش باشد، حتی اگر سازمان غرق شود، من باید به فکر خودم باشم. راستی چه می‌شود که سازمان به این فاز می‌رسد؟

یک نکته اساسی در رفتارهایی که همه ما بروز می‌دهیم وجود دارد. آن همین اصل طلایی است: هر رفتاری تابع یک محرک یا انگیزه است.

به این جمله باید خوب فکر کرد تا به مفهوم آن رسید. اگر برای رفتاری انگیزه ای نیافتید، بدانید که شما موفق به یافتن آن انگیزه نشده اید، نه اینکه انگیزه ای وجود ندارد. گاهی مدیران گله می‌کنند که چرا هیچ‌کس در این سازمان به این فکر نمی‌کند که اگر ما غرق شویم، آنها هم شغل خود را از دست می‌دهند. من می‌پرسم که شما کی به آنها نشان داده اید که همه در یک قایق هستیم؟ نمونه زیبایی از این وضعیت در سازمانی بود که همه مدیران را در سهام شرکت سهیم کرده بودند و سخت گله مند بودند که حتی در این شرایط هم مدیران خود را جزئی از سازمان نمی‌دانند!

کمی موضوع را برایشان باز کردم. از دید کارکنان، سهمی که به آنها داده شده، می‌تواند نه به مفهوم این باشد که آنها در عایدات شرکت سهیم هستند، بلکه می‌تواند حمل بر این شود که آنها قرار است در مسئولیت‌های شرکت و مشکلات آن دخیل شوند. از سوی دیگر ممکن است آنها سهم خود را در جایگاه فعلی شرکت خیلی خیلی بیشتر از آن سهمی که به آنها داده شده بدانند و فکر کنند که این سهمی که به آنها داده شده، به اصطلاح برای ساکت

بانکداری، آقای بازاریابی یا خانم برندینگ؟؟

میلاذ احمدی مقدم
(متصدی امور بانکی شعبه مدرس مشهد)

مقدمه

امروزه بانک و بانکداری از حالت خشک و بی روح گذشته خود که فقط به صورت یک بنگاه مالی محض عمل می کرده دور شده و به صورت یک بخش جدایی ناپذیر از زندگی همه آحاد جامعه به ایفای نقش در اجتماع می پردازد. در این مقاله سعی شده است به معنی مقایسه و تبیین دو مفهوم مهم که در عصر حاضر از اهمیت فراوانی در صنعت بانکداری برخوردار شده است، پردازم. بازاریابی و برندینگ

بازاریابی بانکی

در تعاریف سنتی، بازاریابی بانکی فرایندی جهت پیدا کردن مشتری برای محصولات و خدماتی بود که بانک بر اساس سلیقه و دیدگاه های خود تولید و به بازار ارائه می کرد.

امروزه بازاریابی بانکی با تاکید و توجه ویژه به نیازها و خواسته های مشتری تلاش می کند محصولات و خدمات مورد نیاز مشتری را تهیه و به بهترین شکل مورد نظر به او معرفی و ارائه کند.

در تعریفی خلاصه می توان گفت، بازاریابی بانکی عبارتست از:

- شناسائی مشتریان، رقبا و کل بازاربانکی
- شناساندن محصولات و خدمات به مشتریان بانکی
- ترغیب مشتریان به استفاده از محصولات و خدمات بانکی
- و کسب رضایت مشتریان و سازمان

سال ها پیش بانک ها درک یا توجه خاصی به بازاریابی نداشتند، بانکداران نیازی به بررسی و توجه به حساب جاری، پس انداز، وام و صندوق های امانات نمی دیدند. ساختمان بانک به سبک معماری معابد یونانی ساخته می شد و تصور می شد اینگونه معماری در اذهان عمومی اهمیت و استحکام بانک را بالا می برد.

داخل ساختمان بانک بسیار ساده و فارغ از هرگونه وسایل راحتی یا زینتی بود و تحویلداران به ندرت خنده بر لبان شان نقش می بست، کارمند پرداخت کننده وام دفتر کار خود را به گونه ای ترتیب می داد که وام گیرنده ناگزیر بود در جلوی میز بزرگ او روی یک صندلی کوتاه تر بنشیند. پنجره این دفتر کار پشت سر کارمند قرار می گرفت.

به طوری که خورشید مستقیماً بر مشتری نگون بخت می تابید و مشتری می کوشید برای کارمند مسئول پرداخت توضیح دهد که وام را برای چه مصرفی درخواست می کند. این بود سیمای بانک در عصر قبل از بازاریابی و اما بعد:

■ بازاریابی یعنی تبلیغات پیشبرد فروش و کسب شهرت

■ بازاریابی یعنی تبسم و فضای دوستانه

■ بازاریابی یعنی تقسیم بندی و نوآوری

■ بازاریابی یعنی جایگاه یابی

■ بازاریابی یعنی تجزیه و تحلیل برنامه ریزی - اجرا و کنترل

یک مفهوم بالاتر از بازاریابی بانک وجود دارد. بحث اینجاست که آیا بانک برای تجزیه و تحلیل برنامه ریزی، اجرا و کنترل بازاریابی سیستم های موثر را پیش بینی و برقرار کرده است؟ یکی از بانک های بسیار بزرگ با وجود اینکه در زمینه تبلیغات دوستانه بدون تقسیم بندی بازار، نوآوری و جایگاه یابی بسیار پیشرفته بوده اما در زمینه برنامه ریزی و کنترل بازاریابی از سیستم های مطلوب برخوردار نبود، کارمندان مسئول پرداخت وام در این بانک در هر سال مالی حجم وام های پرداختی سال بعد را با حدود ۱۰ درصد افزایش نسبت به سال قبل در قالب گزارش به مدیریت ارائه می کردند. آنها به موازات ارائه این گزارش یک افزایش ۱۰ درصدی را نیز در بودجه خود درخواست می کردند. این گزارش ها و درخواست ها فاقد هرگونه طرح منطقی بود و مدیریت سطح بالا نیز از اینکه کارمندان همواره به اهداف خود دست می یابند بسیار خوشنود می نمود. تا اینکه یکی از این کارکنان که ظاهر از کارکنان خوب قسمت پرداخت وام بود بازنشسته شد و جوان تازه واردی جای او را گرفت.

این کارمند جوان در آغاز ورود حجم وام های پرداختی را برای سال بعد تا ۵۰ درصد افزایش داد و مدیریت بانک تازه به زحمت دریافت که در زمینه های بسیار ورزیده است.

استفاده از تحقیقات بازاریابی برای اندازه گیری توان بالقوه بانک در بازارهای مختلف - ارائه طرح های بازاریابی و سرانجام تعیین استفاده از محرک های مناسب برای ایجاد انگیزه در مدیران به منظور نیل به اهداف عالی بانک بویژه در یک محیط رقابتی بسیار ضروری است.

برندینگ

شاید اغراق نباشد اگر بگوییم بیش از نیمی از تبلیغات و ارتباطات در رسانه های تصویری، صوتی و محیطی به بانک ها و موسسات مالی اختصاص یافته است. در سال های نه چندان دور که هنوز خبری از محصولات و خدمات نوآورانه نبود، محصور تبلیغات و ارتباطات بانک ها عموماً یکسان و مبتنی بر جوایز قرعه کشی حساب های قرض الحسنه بود و عمدتاً شاهد تصویری از یک خودرو و یا منزل مسکونی یا تعداد زیادی سکه بودیم. با افزایش محصولات و خدماتی که در روند بانکی نیز تمایز ایجاد می نمود، تبلیغات بانک ها رنگ و شکل دیگری گرفت و عمدتاً

بر محصولات و خدمات بانکی استوار شد.

امروزه اما، برخی بانک‌های پیشرو در تبلیغات با درک مفاهیم برندینگ به دنبال تصویرسازی در ذهن و دل مشتریان خود هستند که با برنامه‌های مدون جایگاه برند خود را با تکیه بر مفاهیم مرتبط با خدمات نوآورانه مشخص می‌کنند. اکنون بانکداری الکترونیکی دیگر نه به عنوان یک پشتیبان برای این صنعت، که به عنوان عامل و محرک کسب و کار بانکی مطرح است، آنچه به عنوان یک روند است. بدین معنا که می‌توان (Line Brending) مطرح نمود تغییر و نگاه به برندینگ خطی، تصویرسازی و جایگاه بانی مستقلاً برای حوزه بانکداری الکترونیکی یک بانک در نظر گرفت. این امر از یک سو اهمیت بانکداری الکترونیکی را در ذهن مخاطبان دو چندان می‌کند و از سوی دیگر فضای مناسب‌تری برای طراحی برند فراهم می‌کند، در فرایند برندینگ بانک‌ها به صورت سنتی القای مفاهیمی چون اعتماد محور اصلی شعارها بوده است. در حالیکه با نگاهی به مفاهیم بازاریابی و با توجه به بخش بندی بازار، می‌توان دریافت طیف مخاطبان بانکداری الکترونیکی انتظار بیشتری از بانک دارند و اعتماد نه به عنوان وجه تمایز که به عنوان یک ضرورت پیش فرض انتخاب‌شان است.

آنچه در برندینگ خطی برای طیف مخاطبان بانکداری الکترونیکی می‌توان در نظر گرفت چیزی نیست جز نوآوری؛ حال یک نمونه از نوآوری در زمینه بانکداری الکترونیکی به اختصار معرفی می‌گردد.

حال که با این دو مفهوم مهم -بازاریابی و برندینگ- آشنا شدیم با سبکی متفاوت و جذاب به مقایسه این دو موضوع می‌پردازیم.

اکثریت اهالی بازار رکن اصلی و کار خود را بازاریابی می‌دانند و توجه کمتری به برندینگ دارند، برخی گمان می‌کنند که برندینگ ابزاری است در جهت پیشبرد اهداف بازاریابی و عده‌ای هم کاملاً خلاف این می‌اندیشیدند.

■ برندینگ یک استراتژی است و بازاریابی یک تاکتیک بازاربایی ارتقای محصول یا سازمان است. بازاریابی یک تاکتیک جلورونده است در حالیکه برندینگ یک استراتژی نگاه دارنده و ثبات دهنده است. برندینگ آن تصویر واضح، روشن و قابل لمس است که پس از رفت و روب بازار توسط بازاریابی باقی می‌ماند و در واقع برند ذهنیتی است که از یک سازمان یا محصول از خود به جامی گذارد و حتی اگر مشتری توان خرید آن را نیز نداشته باشد باز هم این تصویر در پی افکار وی نقش می‌بندد.

این نکته طلایی را همیشه به یاد بسپارید که بازاریابی نیازهایی را برآورده می‌سازد و برندینگ آرزوهای را.

ممکن است بازاریابی فردی را متقاعد به خرید بکند ولی برندینگ است که نهایتاً مشخص می‌کند که مخاطب به مشتری وفادار تبدیل می‌شود یا خیر. بی‌شک کاشتن دانه و بذر کسب و کار توسط بازاریابی انجام می‌شود اما این برندینگ است که با آبیاری و مراقبت دانه را تبدیل به درختی تنومند و پایدار می‌کند.

به قول دانکنست استاد بزرگ حوزه بازاریابی شما سطل آبی در اختیار دارید که کف آن سوراخ است و قرار است سطل همیشه پراز آب باشد.

این آب فروش شماست. بازاریابی شلنگی است که سطل را و برندینگ ابزاری است که سوراخ را پر می‌کند، یعنی برندینگ مشتری فعلی را حفظ می‌کند. اگر چه فعالیت‌های بازاریابی در پوسته بازار باعث فروش می‌شود اما برندینگ است که به جان و قلب بازار رخنه می‌کند و با توسعه فعالیت‌های پیشبرد برنده، نه تنها مشتریان افزایش پیدا خواهند کرد بلکه آنها تبدیل به سفیران، وکلا و فروشندگان شما خواهند شد.

بازاریابی و برندینگ جنسیتی کاملاً متفاوت دارند که با هدفی مشترک به هم گره خورده اند تا موجب سهم از بازار محصول شوند. من بازاریابی را با جنسیت مردانه و برندینگ را با جنسیت زنانه به تصویر کشیده‌ام، چرا که بازاریابی شخصیتی خشک، با انعطاف پذیری کم، اثرگذاری مستقیم، مردانه و زنانه، مغرور و با اعتماد به نفس بالا را دارد در حالیکه برندینگ باوقاری زنانه به دنبال طنازی و اثرگذاری خوب از خود در محیط است.

برندینگ را حس می‌کنند، ردپایش را می‌بینند و آن را دوست دارند، البته اگر استراتژی آن به درستی تدوین گردد. حال نظر آقای بازاریابی و خانم برندینگ را از زبان خودشان بشنویم !!!

آقای بازاریابی باصراحت چنین می‌گوید:

■ مرا بخیرید! - من تنها ترینم

■ من اولینم! - شما مشکل دارید؟ من مشکل شمارا حل می‌کنم

■ من بهترینم! - همه مرا انتخاب می‌کنند، شما هم مرا انتخاب کنید

خانم برندینگ با خرد زنانه خود هیچگاه سخنی به زبان نمی‌آورد، وی از خود تصویر می‌سازد:

■ این چیز است که من هستم.

■ این تمام حقیقت من است.

■ آنچه بوده‌ام، آنچه هستم و آنچه شما می‌بینید.

■ این دلیل بودن من است.

■ اگر با من موافقت کنید.

■ اگر مرا دوست دارید.

■ اگر مرا همانطور که هستم می‌پذیرید.

■ آنوقت می‌توانید مرا بخیرید.

■ می‌توانید دوست همیشگی من باشید.

■ می‌توانید مرا به دیگران هم معرفی کنید.

■ اگر ارزش مرا بدانید، می‌توانم برایتان ارزش‌هایی خلق کنم.

■ می‌توانم به عقیده تان تبدیل شوم.

■ می‌توانم به شما هویت دهم.

■ حتی می‌توانم عشق زندگیتان باشم.

طبیعی است که به هر دو مهارت بازاریابی و برندینگ نیاز است، این دو مکمل یکدیگرند و این تعامل و سازش زمانی که اتفاق می‌افتد به جادوی شگرف تبدیل می‌شود. کیمیاگری که این جادو را انجام می‌دهد، کارگردان برند است.

منابع:

ماهنامه پرداخت و بانکداری الکترونیک ش ۱۶

Asre bank.ir

مشارکت فکری کارکنان در سازمان

محمد کرمی

(متصدی امور بانکی شعبه آفریقا)



چکیده:

نتیجه استفاده از روش های دستی و سنتی در تعاملات موجود این نظام در سازمان می باشد. این موضوع قابلیت جهش و پیشبرد اهداف سازمان را برای دستیابی به ایده آل های خود در نظام مشارکت کند و تا حدی غیرممکن ساخته است.

مقدمه:

مدیریت مشارکتی عبارت است از عملیاتی که طی آن کارکنان یک سازمان را در روند تصمیم گیری ها دخالت و شرکت می دهند تأکید این شیوه مدیریت بر همکاری و مشارکت داوطلبانه کارکنان استوار است و می خواهد از اندیشه ها ، نظرات و ابتکارات آنها در حل مشکلات و مسائل سازمان استفاده کند. البته نظام مشارکتی با افزایش رضایت مندی، انگیزه کارکنان را نیز بهبود می بخشد. کارکنان با انگیزه، توانایی های بیشتری داشته و می توانند در سازمان خلاقیت و نوآوری را افزایش دهند. بزرگترین پشتوانه جهت اعمال مدیریت مشارکتی، تعهد، ایمان و اعتقاد مدیران سازمان ها است. تا زمانی که مدیریت سازمان اعتقاد به مشارکت کارکنان نداشته باشد مدیریت مشارکتی تحقق پیدا نخواهد کرد. مکانیزم های متفاوتی برای عملی کردن مدیریت مشارکتی وجود دارد که عمده ترین

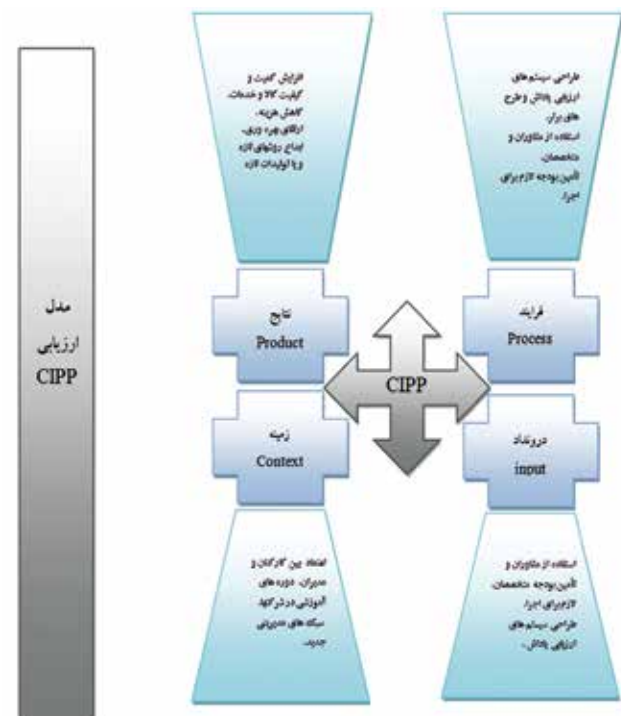
در هر موسسه یا سازمان همواره می توان برای انجام امور به راه حل هایی بهتر و مؤثرتر از آنچه در حال حاضر معمول است دست یافت. برای دست یافتن به چنین اهدافی باید بستر مناسب جهت اجرای نظام مدیریت مشارکتی که در جهان امروز به عنوان یکی از اصلی ترین راهبردهای مدیریت مطرح می باشد را ایجاد کرد که در آن مشارکت فکری کارکنان یک سازمان زیربنای مدیریت مشارکتی است.

نظام پیشنهادها در جهان به عنوان (Suggestion System) و همچنین به عنوان پایه نظام کایزن (بهبود مستمر) در ژاپن شناخته شده است.

در بررسی ها و عارضه یابی در بیش از ۱۰۰ سازمان دولتی و خصوصی کشور و با همکاری بسیاری از مشاوران و طراحان نظام مشارکت ، نتیجه اینگونه بود که یکی از معضلات و چالش های موجود در نظام پیشنهادها (علاوه بر ساختار سازمان و نظر مدیران و ...) عدم پویایی و کارایی دبیرخانه های نظام پیشنهادها در ارائه خدمات به موقع و قابل اطمینان برای کارکنان سازمان بوده که این

تکنیک برای مشارکت کارکنان استقرار نظام پیشنهادات در یک سازمان است. (آنکه بیشتر مشورت می‌کند کمتر اشتباه می‌کند) **نظام پیشنهادات (Suggestions system)**

نظام یا سیستم پیشنهادات، تکنیکی است که می‌توان از فکر و اندیشه‌های کارکنان برای مسئله‌یابی، چاره‌جویی و حل مسائل و مشکلات سازمانی بهره‌جست. بر اساس نظام پیشنهادات کلیه کارکنان از عالی‌ترین رده سازمانی تا پایین‌ترین سطح آن می‌توانند پیشنهادات، ایده‌ها، ابتکارات و نظرات خود را برای رفع نارسایی‌های موجود در روند کاری و یا بهبود روش‌های انجام کار و یا افزایش کیفیت تولید ارائه دهند. البته نظام پیشنهادات فقط انتقاد نیست بلکه در آن راه‌چاره نیز ارائه می‌گردد.



اهداف نظام پیشنهادات:

استقرار سیستم پیشنهادات در هر سازمانی منافع خوبی برای همه دارد. کارکنان، مدیران، سهام‌داران، مشتریان، جامعه، دولت و ... از جمله ذی‌نفعان استقرار نظام پیشنهادات به‌شمار می‌روند. سازمان‌هایی که نظام فوق را اجرا کرده‌اند دستاوردهای خوبی داشته‌اند که در زیر به چند نمونه آن اشاره می‌شود:

- اشاعه فرهنگ همکاری داورطلبانه و خودجوش
- بهبود روحیه و انگیزه کارکنان
- افزایش میزان خلاقیت، نوآوری و ابتکار
- تقویت مسئولیت‌پذیری و تعلق سازمانی
- بهبود بهره‌وری، کیفیت و ارائه بهتر خدمات پس از فروش
- کاهش مقاومت در مقابل تغییر
- افزایش توانمندسازی مدیران و کارکنان

- افزایش پویایی و انعطاف‌پذیری
- گردش بهتر اطلاعات و اطلاع‌رسانی
- افزایش درآمدها و کاهش هزینه‌ها
- افزایش میزان وقت، سرعت و صحت

در بعضی از شرکت‌ها و سازمان‌ها هدف از استقرار نظام پیشنهادات را افزایش درآمد و کاهش هزینه‌ها می‌دانند در حالی که هدف اصلی باید ایجاد انگیزه، رضایت شغلی و ایجاد زمینه‌های مناسب برای تعامل گروهی در محیط غیر رسمی باشد.

معایب نظام پیشنهادها به روش سنتی:

- عدم آگاهی پیشنهاد دهنده از پیشنهادهای ارائه شده تا کنون
- وابستگی شدید ارائه پیشنهاد به محبوبیت فرد مسئول دبیرخانه نظام پیشنهادها در سازمان
- وابستگی به وارد شدن پیشنهاد به بروکراسی اداری با نامه‌نگاری‌های متعدد

- عدم توانایی در ارائه گزارشات و آمارهای به موقع و صحیح
- افزایش احتمال مفقود شدن پیشنهاد و کپی برداری از آن

مزایای نظام پیشنهادها نوین:

- افزایش قابلیت کنترل اطلاعات و استفاده از ابزار هوشمند در دریافت اطلاعات مورد نیاز
- ساده‌سازی فرایندهای پیشنهاد
- عدم نیاز به نیروی انسانی زیاد در دبیرخانه نظام پیشنهادها جهت انجام امور پیشنهادها
- عدم ایجاد گلوگاه و معطلی بیش از حد پیشنهاد در دبیرخانه نظام پیشنهادها
- شفاف بودن بررسی پیشنهاد و عدم برخورد سلیقه‌ای با پیشنهاد

نتیجه‌گیری:

موارد ارائه شده را می‌توان اهم نکات و فاکتورهای قابل توجه در مکانیزاسیون نظام پیشنهادها دانست، ولی توجه به موارد دیگر از جمله تجربه موفق در سازمان‌ها، پشتیبانی و ارائه خدمات به موقع، راحتی استفاده از سیستم، استفاده از جدیدترین روش طراحی نظام پیشنهادها یا نظام مدیریت ایده‌ها در دنیا و کشور و ... نیز در انتخاب یک سیستم نرم‌افزاری مناسب دخیل خواهد بود.

یکی از مهم‌ترین اهداف نظام پیشنهادها نیز ایجاد بهبود روش‌های سازمانی و تحقق وضعیت مطلوب می‌باشد. بنابراین بدیهی است که استفاده از نرم‌افزار مناسب و کارا در اجرای بهینه نظام پیشنهادها امری اجتناب‌ناپذیر تلقی می‌گردد.

منابع و مأخذ:

- (۱) ذاکر، محمد علی، آشنایی با نظام مدیریت مشارکتی و نظام پیشنهادها، موسسه توسعه و فرهنگ مشارکت، ۱۳۷۸.
- (۲) Arnold, H.J & Feldman, D.C; Organizational Behavior; MCGRAW-HILL, COM; ۱۹۸۶.



کاربرد شبیه سازی در افزایش بهره وری شعب بانک

مهران علیدوست
(کارشناس بهبود و مدیریت فرایندها)

مقدمه

به منظور تعیین تعداد تجهیزات حمل و نقل یا برنامه ریزی سیستم. تعیین تعداد بهینه افراد در عملیات تعمیرات و نگهداری. شبیه سازی عملیات در فرودگاه های بزرگ به منظور آزمودن تغییرات خطی مشی ها.

معرفی نرم افزار های شبیه سازی

با توجه به مقدمه ای که از علم شبیه سازی بیان شد لزوم استفاده از ابزارهای فناوری اطلاعات در انجام محاسبات که بسیار طولانی و وقت گیر هستند احساس می شود. بدین منظور در این بخش به معرفی برخی از نرم افزارهای معروف و کاربردی شبیه سازی پرداخته می شود.

نرم افزار Enterprise Dynamics

این نرم افزار توسط یک شرکت هلندی به نام این کنترل طراحی شده و یکی از کاربردی ترین نرم افزارها در این زمینه می باشد. هر آن چه که در دنیای واقعی وجود دارد به نوعی در نرم افزار به شکل یک اتم درآمده است. به عنوان مثال برای باجه های خدمت دهی در شعب یک اتم خدمت دهنده با توزیع زمانی مشخص، یا برای صف های موجود در شعب یک اتم با ظرفیت قابل تغییر طراحی شده است. مدل های طراحی شده توسط این نرم افزار در دو نوع دو بعدی و سه بعدی قابل اجرا بوده و نرم افزار توانایی اجرای مدل های مربوط به دنیای واقعی که ممکن است چندین ماه به طول بیانجامد را در چند ثانیه دارا می باشد.

تصویر شماره ۱: نمای ۲ بعدی و ۳ بعدی یک مدل تولیدی در نرم

نرم افزار Enterprise Dynamics



در دنیای امروز دیگر نمی توان به تجربیات عملی زیاد دل بست چون هزینه به مقوله بسیار مهمی تبدیل شده است که می تواند یک سازمان را به بهترین جایگاه در نزد رقبا رسانده یا باعث ورشکستگی آن شود. راه حلی که طی سال های اخیر بدین منظور مطرح گردیده شبیه سازی است. این روش امکان مشاهده هر گونه تغییر در فرآیند را با کمترین هزینه و زمان فراهم می سازد.

تعریف شبیه سازی

شبیه سازی تقلیدی از عملکرد فرآیند یا سیستم واقعی با گذشت زمان است که می تواند از بهترین راهکارها در تصمیم گیری مدیران ارشد سازمان ها جهت اصلاح فرآیند انجام کار باشد. در شبیه سازی به جای ایجاد فرمولی ثابت برای به دست آوردن نتایج، مسئله چندین بار اجرا شده و هر بار نتایج یادداشت گردیده و در نهایت این دستاوردها مورد تجزیه و تحلیل قرار می گیرد.

مزایای شبیه سازی

انجام آزمایش و بررسی عملکرد سیستم های موجود در دنیای واقعی در کمترین زمان و با کمترین هزینه ممکن. مشاهده تأثیر تغییرات اطلاعاتی سازمانی و محیطی بر رفتار مدل مورد مطالعه.

عدم نیاز به مدل سازی و تحلیل های پیچیده ریاضی. امکان نمایش و بررسی بهتر عملکرد سیستم ها به دلیل بکارگیری نماهای گرافیکی در طراحی مدل ها. شناخت بهتر متغیرهای با اهمیت و چگونگی رابطه متقابل آنها با ایجاد تغییر در ورودی های شبیه سازی و بررسی خروجی های به دست آمده.

کاربرد های شبیه سازی

شبیه سازی عملیات تولید به منظور ارزیابی تغییرات در طرز انجام عملیات، ظرفیت و ترکیب منابع و امکانات. اصلاح طراحی سیستم های بزرگ توزیع و کنترل موجودی. شبیه سازی سیستم های خدماتی مانند بانک ها و بیمارستان ها به منظور بهبود در بهره وری و افزایش ظرفیت بکارگیری منابع. سیستم های حمل و نقل درون کارخانه ها، بنادر، شهر ها و ...

بسیار افزایش یافته است و با توجه به محدودیت های موجود در جذب مشتریان در اینگونه بازارها، راهکارهایی مانند ارائه خدمات الکترونیکی و نوین بانکی و افزایش بهره وری فرآیندهای کاری بیشتر مورد توجه قرار گرفته اند.

یکی از روش های افزایش بهره وری فرایندهای کاری در اینگونه سازمان ها شبیه سازی فضاهای کاری می باشد. به عنوان مثال با استفاده از روش شبیه سازی می توان قبل از هرگونه تصمیم گیری در تخصیص نیروی انسانی و تعیین چیدمان بهینه و نحوه ارائه خدمات در شعب بانک، از طریق مدل سازی فضای کاری شعبه در دنیای مجازی رایانه نتایج و خروجی های مختلف را که در دنیای واقعی با صرف هزینه و زمان بسیار زیاد قابل محاسبه هستند در مدت زمانی کوتاه و با کمترین زمان محاسبه نمود. در جدول زیر به طور خلاصه نحوه استفاده از روش شبیه سازی در ۲ فرآیند بسیار مهم در بانک ها تشریح شده است.

جدول شماره ۱: شبیه سازی فرایندهای کاری در بانک

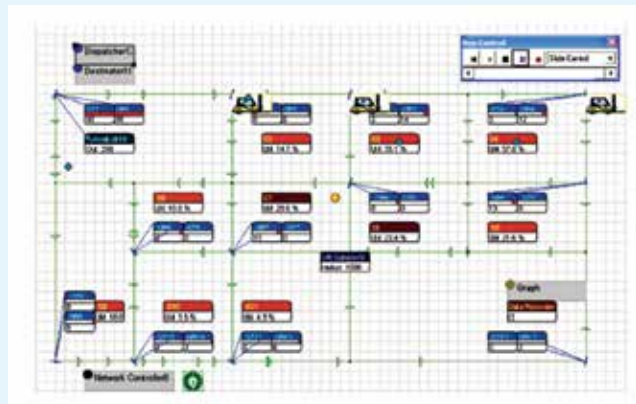
ورودی های مدل	فرآیند	نحوه محاسبه ورودی ها	استراتژی ارائه خدمات	خروجی های مدل
میانگین زمان بین ۲ ورود متوالی مشتریان درصدا تقاضای دریافت خدمات (ارزی، ریالی، تسهیلات و.....) زمان استاندارد خدمت دهی با توجه به انواع مختلف خدمات	طراحی شعب جدید	بررسی شرایط منطقه پیش بینی های کارشناسی	تعداد پرسنل نحوه گردش کار نحوه تخصیص وظایف به پرسنل فضای انتظار مشتری شرایط تخصیص نوبت در سیستم نوبت دهی	میانگین زمان انتظار طول صف حداکثر تعداد مشتریان قابل پاسخگویی استراتژی بهینه ارائه خدمت
بهبود وضعیت شعب موجود	استفاده از داده ها و اطلاعات موجود در پایگاه داده سیستم نوبت دهی شعبه			

نتیجه گیری

بنظر می رسد با توجه به فضای رقابتی بین موسسات مالی در کشور راهی جز کاهش هزینه های عملیاتی و افزایش بهره وری نیروی انسانی برای حفظ بقا و دستیابی به اهداف مورد نظر وجود نداشته باشد. لذا یکی از روش های موجود جهت بررسی راه حل ها و سناریوهای مختلف به منظور بهبود مستمر اینگونه سازمان ها در کوتاه ترین زمان و با کمترین هزینه ممکن، استفاده از شبیه سازی می باشد. لذا در این مقاله سعی شد تا به طور خلاصه مفاهیم مربوط به این روش و نحوه کاربرد آن در بانک ها تشریح شود.

منابع

- 1- P. Azimi, H. Haleh, and M. Alidoost, The Selection of the Best Control Rule for a Multiple-Load AGV System Using Simulation and Fuzzy MADM in a Flexible Manufacturing System, Islamic Azad University (Qazvin Branch), Department of Mechanical and Industrial Engineering, P.O. Box ۳۴۱۸۵۱۴۱۶, Qazvin, Iran.
- 2- Chung, Chris. Simulation modeling handbook a practical approach, ISBN ۸-۱۲۴۱-۸۴۹۳-۰ (alk. paper)



نرم افزار ShowFlow

این نرم افزار جهت مدل نمودن و شبیه سازی عملکرد سیستم ها در دنیای واقعی، به کار می رود. این سیستم ها می توانند تولیدی یا خدماتی باشند، لیکن معمولاً از این نرم افزار به منظور شبیه سازی و مدل نمودن سیستم های تولیدی و لجستیک استفاده می شود.

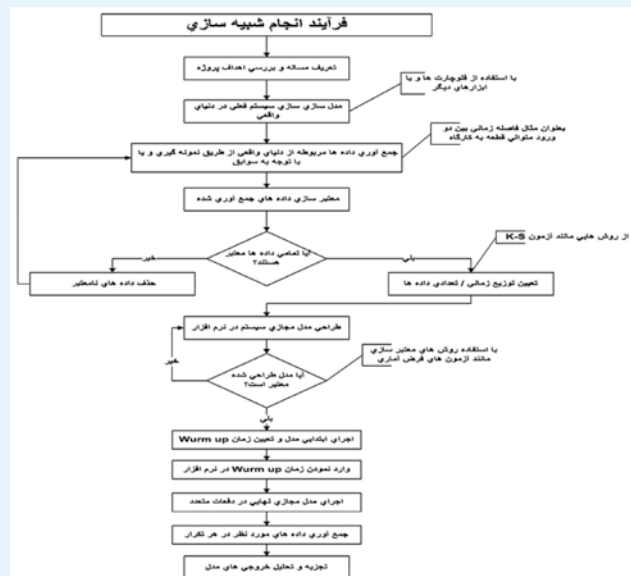
نرم افزار Arena

نرم افزاری تحت ویندوز بوده که محصول شرکت نرم افزاری راکول می باشد. این نرم افزار در نسخه های حرفه ای و عمومی طراحی گردیده و ویرایش های جدید آن دارای امکان نمایش ۳ بعدی است.

الگوریتم انجام شبیه سازی

شبیه سازی با طی نمودن مراحل مختلفی اجرا می شود که در تصویر شماره ۲ نمودار مربوط به این الگوریتم قابل مشاهده است.

تصویر شماره ۲: فرایند انجام شبیه سازی



کاربرد شبیه سازی در افزایش بهره وری شعب در سال های اخیر تعداد بانک ها و موسسات مالی مختلف

کمیته بال

پریا سرخ دینی
(کارشناس مالی اداره آمار و اطلاعات بانکی)



اصلاح مقررات ناظر بر اندازه مناسب سرمایه بانکها درکانون توجه مجامع نظارت بانکی قرار گرفت. درک این ضرورت، کمیته مقررات و نظارت بانکی بازل سوئیس را بر آن داشت تا با درنظر گرفتن اهمیت مقررات پیشگیرانه در زمینه داشتن سرمایه مناسب، تدوین استانداردهای مناسب کفایت سرمایه بانکها را در دستور کار خود قرار دهد که به همین دلیل در سالهای بعد جایگاه مهمی در محافل بانکی و حرفه ای جهان به دست آورد. پیشینه تشکیل کمیته بال به اواخر سال ۱۹۷۴ میلادی بازمی گردد. در این سال روسای بانکهای مرکزی کشورهای موسوم به گروه ۱۰ این کمیته را پایه گذاری کردند. نمایندگی کشورهای عضو نیز برعهده بانکهای مرکزی آنها بوده و در صورتی که بانک مرکزی مقام رسمی نظارت بانکی نباشد، با مقامی است که رسماً مسئولیت نظارت احتیاطی بر فعالیت های بانکی را برعهده دارد. کمیته از قدرت نظارت فراملی بر اعضای خود برخوردار نمی باشد و نتایج تصمیماتش نیز ضمانت اجرایی و قانونی ندارد. با این وجود استانداردها و دستورالعمل های کلی نظارتی، از جمله استانداردهای

فعال ترین نهاد بین المللی درگیر نظارت بانکی، کمیته بال (بازل) است. این کمیته (BCBS) مرکب است از نمایندگان ارشد بانکهای مرکزی تعدادی از کشورهای عمده صنعتی دنیا از جمله آرژانتین، استرالیا، بلژیک، برزیل، کانادا، چین، فرانسه، آلمان، هنگ کنگ، هند، اندونزی، ایتالیا، ژاپن، کره جنوبی، لوکزامبورگ، مکزیک، هلند، روسیه، عربستان سعودی، سنگاپور، آفریقای جنوبی، اسپانیا، سوئد، سوئیس، ترکیه، بریتانیا و ایالات متحده آمریکا، که معمولاً هر سه ماه یک بار توسط بانک تسویه های بین المللی به عنوان دبیرخانه دائمی آن در شهر بازل سوئیس تشکیل می گردد. به دلیل تشکیل جلسات مذکور در شهر بازل این کمیته به کمیته بازل معروف شده است.

پیشینه کمیته بال

مشکلات پدید آمده در بازپرداخت وام های بانکی در دهه های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ میلادی اهمیت برخورداری بانکها از سرمایه کافی درمواجهه با خطرهای ناشی از عدم ایفای تعهدات ازسوی وام گیرندگان را آشکار ساخت. لذا برای مقابله با این تجربه ناخوشایند

دیگر دلایل مهم در تلاش کمیته بال برای تدوین نخستین بیانیه سرمایه ای، ناهمخوانی در میان بازارهای بانکی مهم جهان در آن زمان در گروه کشورهای گروه ۱۰ بود. در آن زمان الزامات سرمایه ای در هریک از این کشورها با استانداردهای متفاوتی وضع شده بود. برای مثال، بانکهای بریتانیایی از الزام حداقل سرمایه ای به میزان ۸ درصد، وضع شده توسط بانک مرکزی انگلیس پیروی می کردند در حالی که بانکهای ژاپنی خود را با الزامی در حدود ۲ درصد سازگار کرده بودند. این ناهمخوانی، همراه با لزوم تقویت بانکهای گروه ۱۰ در مقابل زیانهای غیر منتظره بزرگ، کمیته بال را ترغیب کرد تا از طریق ایجاد استاندارد کفایت سرمایه مبتنی بر ریسک کشورها را در حاکمیت مقررات ناظر بر کفایت سرمایه بانکها یاری کند تا از این طریق بانکهای فعال بین المللی به صورت یکسان وادار به پیروی از مقررات احتیاطی الزام آور شوند.

اجرای مقررات بازل و سایر مقررات مربوط به کفایت سرمایه در ایران

در حال حاضر بانک مرکزی ج.ا.ا، گزیده هایی از مقررات بازل ۲ را برای بانک های ایرانی لازم الاجرا کرده است. از سوی دیگر با توجه به قانون پولی و بانکی کشور مصوب سال ۱۳۵۱، در ارتباط با تفویض اختیار به بانک مرکزی ج.ا.ا برای مداخله و نظارت بر مسائل بانکی و پولی، بانک مذکور براساس مصوبه شورای پول و اعتبار «آیین نامه کفایت سرمایه» را به بانک ها ابلاغ کرده است. براساس ماده ۳ آیین نامه مذکور، حداقل نسبت کفایت سرمایه برای کلیه بانکها و موسسات اعتباری (اعم از دولتی و غیردولتی) ۸ درصد تعیین می شود. بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران می تواند در مواردی که استانداردهای بین المللی و یا ضرورت حفظ سلامت بانک ها و موسسات اعتباری اقتضا نماید حدود بالاتری را برای تمام یا برخی از بانکها و موسسات اعتباری تعیین نماید.

گفتنی است طی سال های اخیر رتبه بانک ها از لحاظ میزان توانایی آنها در مقابله با مشکلات و چالش های اقتصادی مورد بررسی قرار می گیرد و از آنجا که سرمایه مناسب و کافی یکی از شرایط حفظ سلامت نظام بانکی و رکن مهمی از پشتوانه ملی هر بانک به هنگام رویارویی با مشکلات اقتصادی اعم از بازپرداخت بدهی است، هریک از بانک ها و موسسات اعتباری برای تضمین ثبات و پایداری فعالیت های خود باید همواره نسبت مناسبی را میان سرمایه و ریسک موجود در دارایی های خود برقرار نمایند.

منابع

- ۱) اعظم احمدیان، ارزیابی شاخص های سلامت بانکی، در بانک های ایران (۱۳۹۰-۱۳۹۱)، پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی
- ۲) کتایون ولی زاده و مهدی محمدی کهورین، بازل ۳ و تأثیر منفی آن بر تأمین مالی تجاری بین المللی و بیمه های اعتباری

<http://fa.wikipedia.org> (۳)

نگهداری سرمایه مناسب در بانکها را در قالب بیانیه هایی تدوین و اجرای آنها را به اعضای خود از طریق برقراری ترتیبات قانونی در داخل مرزهای ملی آنها توصیه می کند که تاکنون از سوی بسیاری از کشورهای جهان مورد پذیرش و اجرا قرار گرفته است. در سال ۱۹۸۸ کمیته، سیستم اندازه گیری حداقل سرمایه مناسب را طی بیانیه ای موسوم به بیانیه شماره یک سرمایه ای بازل یا آنچه به بازل I معروف شده، معرفی کرد. از آن به بعد این سیستم به صورت گسترده ای نه تنها در بین کشورهای عضو، بلکه در سایر کشورهای جهان معرفی و اجرا شد و توانست تحول عمده ای در روشها و ادبیات نظارت بانکی ایجاد کند. در اواخر دهه ۱۹۹۰ میلادی با آشکار شدن نقاط ضعف بیانیه اولیه، راه برای بازنگری و تجدید نظر در آن هموار شد و در ژوئن ۱۹۹۹ نخستین پیش نویس بیانیه دوم سرمایه ای موسوم به بازل شماره ۲ (یا اختصاراً بازل II) انتشار یافت تا در پایان سال ۲۰۰۶ جایگزین بیانیه قبلی شود. همچنین پس از بحران مالی سال های ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹ روسای بانک های مرکزی و قانون گذاران ارشد جهان بر سر یکسری مقررات جدید بانکداری توافق کردند تا بدین وسیله از تکرار بحران مالی اخیر دنیا پیشگیری کنند. اجلاسی که در ۱۲ سپتامبر ۲۰۱۰ برپا شد، منجر به صدور بازل ۳ و توافق بر سر نگهداری سرمایه بیشتر در خزانه بانک های جهان شد. این شرط برای بانکها بدان معنا است که آن ها باید در آینده از توانایی بیشتری برای مقابله با زیان ها برخوردار باشند، به طوری که به کمک دولت ها نیازی نداشته باشند. هدف از تدوین این مجموعه مقررات، تعیین نحوه عملکرد مدیران بانک ها و سرمایه گذاران در بستر مسیرهای ناآزموده است. برای نمونه، مهار کردن اعطای وام در روزهای خوب با هدف آن که منجر به ایجاد حباب دارایی و در نهایت صدمه به فعالیت های بانکی و تجاری نشود، از اهداف این مجموعه است.

چارچوب های مقرراتی و شکل گیری بیانیه های سرمایه ای بازل

مهمترین دلیل شکل گیری بیانیه های سرمایه ای موسوم به بازل از جمله بیانیه شماره یک اقدامات پیشگیرانه در مقابله با بحران های مالی بین المللی است. تحقیقاتی به نقل از «گوردن» (۲۰۰۵)، نیز حاکی است که یکی از تفاوتهای موجود در بحرانهای مالی دهه های ۱۹۲۰ و ۱۹۹۰ میلادی که به توضیح این موضوع کمک می کند که چرا بحران های مالی کشورها در دهه های اخیر پیامدهای منفی ملایم تری نسبت به دهه های پیشین دارد، وجود نظارت و چارچوب های مقرراتی نیرومندتر از جمله مقررات الزام آور برای بانکها در نگهداری حداقل سرمایه اجباری می باشد. از این رو کمیته بال نیز با درک مشکلات و هزینه های ناشی از درگیری بانکها در بحران های بزرگ مالی و اینکه توسعه و تکامل چارچوب های مناسب مقرراتی و نظارت بانکی به مقابله با نابسامانی های مالی بین المللی کمک شایانی می نماید دست به تدوین استانداردهای جدیدی در زمینه نسبت کفایت سرمایه با در نظر گرفتن ریسک دارایی های مختلف زده است. علاوه بر این از

بررسی بازاریابی و سنجه های رضایتمندی و وفاداری مشتریان در صنعت بانکداری ایران



امیررضا قهرمانیان
(متصدی امور بانکی شعبه تبریز)

مقدمه:

اعتماد مردم است و اگر مردم به یک بانک اعتماد نکنند، مشتری اش نمی شوند و آن بانک می میرد. بانک ها هم برای اینکه مورد اعتماد قرار گیرند، باید ضوابط و مقررات و کارکردشان کاملاً شفاف و پایدار باشد و هیچ گونه ابهام و مجامله و پشت پرده و زیر میز نداشته باشند، تا مردم در هر شرایطی با آگاهی و اطمینان از جزییات سازوکارهای بانکی بتوانند انواع واکنش های بانک در برابر درخواست های خودشان را پیش بینی کنند. یک بانک قابل پیش بینی حتماً باید متعهد و مسئولیت پذیر باشد، یعنی منافعی مستقیماً در گرو منافع مشتریان باشد و تمام منابع و امکانات خود را هم به صورتی واقعی و صادقانه در خدمت مشتریان قرار دهد و شش دانگ بانک هم در قبال مشتری احساس تعهد و مسئولیت بکند و از آنجایی که احساس مسئولیت و مسئولیت پذیری دارای ابعاد اخلاقی نیز هست پس مشتری مداری هم یک امر اخلاقی به شمار می رود. در واقع جایگاه اخلاق و میزان اخلاقی بودن یک بانک، تعیین کننده سهم بازار آن بانک خواهد بود. چنین بانکی در همان حال که به طور طبیعی در اندیشه سودآوری و موفقیت های مالی خود می باشد، باید در اندیشه مشتری هم باشد و باید برای نظارت بر عملکرد اخلاقی مجموعه کارکنانش، یک نظام نظارتی کارآمد داشته باشد و در دوره های زمانی، عملکرد اخلاقی تک تک کارکنان، ادارات، شعب، سرپرستی ها را مورد نقد و ارزیابی قرار دهد و به اصطلاح مستمر خود بپردازد، و در عین حال، رفتارهای واکنشی مشتریان را هم به دقت زیر نظر داشته باشند و از میزان رضایت یا ناراضی آنان و علل و عوامل آن آگاه باشند. اعتماد مشتری به یک بانک در صورتی اعتمادی معتبر و قابل اعتناست که

بانک به عنوان یک سازمان برای بقا و رشد خود به ناچار باید با استفاده از بازاریابی رابطه مند به اولویت بندی مشتریان اقدام کند و با هدف ایجاد حداکثر بهره وری از ارائه خدمات و با توجه به ارزش افزوده ای که مشتریان برای بانک ایجاد می کنند، آنها را دسته بندی نماید. با توجه به محدودیت منابع بانکی برای دستیابی به حداکثر بهره وری از مصرف این منابع، باید در روابط میان صنعت بانکداری و مشتریان به عنوان منبع اصلی درآمد و موفقیت سازمان، تجدید نظر اساسی صورت گیرد. عملکرد نظام بانکداری زمانی بهره ور است که منابع، صرف بهترین مشتریان شود و مشتریانی که خدمت دریافت می کنند رضایت و وفاداری نسبت به سازمان پیدا کنند. به عبارتی فعالیت های سازمان با کیفیت مناسب باشد تا حداکثر بهره وری از صرف منابع به دست آید. مشتریان را باید دلیل وجودی سازمان به حساب آورد بنابراین نه تنها شناخت نیازهای آشکار آنان بلکه پیش بینی، هدایت و تعیین نیازهای پنهان مشتریان، طراحی و اجرای برنامه های ارائه خدمات در راستای رفع این نیازها برای جذب مشتری، از ارکان اساسی هرگونه فعالیت در سازمان است. شعار معروف «همیشه حق با مشتری است» اگر به درستی اجرا شود می تواند باعث ارتقای کارایی و اثربخشی فعالیت های صنعت بانکداری شود. به کارگیری جدیدترین روش های بازاریابی در زمینه مشتری مداری و کسب رضایت مشتری می تواند موجب موفقیت سازمان شود. زمانی سازمان موفق خواهد داشت که بتوانیم نیازهای مشتریان را زودتر از رقبای دیگر تشخیص و به دنبال آن راهکارهای مناسب ارائه دهیم. آب حیات بانک ها،

در آن واحد، عمیق و پایدار و اصیل و فراگیر باشد، نه سطحی و متزلزل و کاذب و ناقص.

شکستن حصارها از طریق توجه به کارکنان و مشتریان

وضعیت بازگشت سرمایه، سود فروش، رشد سهم بازار، کاهش هزینه ها، رشد قیمت سهام، کاهش در گریز مشتری و ماندگاری مشتریان وفادار در سازمان های مشتری مدار تفاوت چشمگیری دارند.

اهمیت مشتری

(۱) هزینه جذب یک مشتری جدید، بین ۵ تا ۱۱ برابر نگهداری یک مشتری قدیم است.
(۲) برای افزایش ۲ درصدی مشتری باید ۱۰ درصد هزینه کرد.
(۳) ضرر و زیان از دست دادن یک مشتری در حکم فرار ۱۰۰ مشتری دیگر است.

(۴) رضایت مشتری، مهم ترین اولویت مدیریتی در مقابل اهدافی چون سودآوری، توسعه محصول است.

(۵) ارزشمندترین دارایی هر سازمان، اعتماد و اطمینان مشتری است.

(۶) انتخاب مشتری دائمی و وفادار، تنها شرط بقای دائمی و استمرار فعالیت های کارآمد هر شرکتی است.

(۷) برای جلب اعتماد مشتریان، کمتر از توان خود قول بدهید و بیشتر از قولی که داده اید، عمل کنید.

(۸) معادل ۹۸ درصد مشتریان ناراضی، بدون شکایت به سمت رقبا می روند.

(۹) احتمال خرید مشتریان کاملاً راضی از شرکت شما، ۶ برابر مشتریان فقط راضی است

(۱۰) گوش دادن به شکایت مشتری، ۹۰ درصد کار است و حل کردن آن ۷ درصد و پیگیری برای اطلاع از راضی شدن مشتری هم ۳ درصد دیگر است.

برنامه کاربردی مشتری مداری

■ تدوین آرمان ها، رسالت نامه و ارزش های سازمان در راستای رضایت مشتریان.

■ کیفیت به عنوان یکی از مهم ترین عوامل رشد و توسعه سازمان ها و رضایت مشتریان

■ درک انتظارات مشتریان

■ اهداف خدمت در هر شرکت به انتظارات مشتریان؛ رقابت و اهداف خدماتی آن شرکت بستگی دارد به همراه

الف) نسبت ارزش به قیمت، ب) کیفیت خدمت یا محصول پ) ضمانتنامه

ت) تجربه خرید

کلید راضی کردن مشتریان در دست مدیریت صحیح منابع انسانی است

■ شرکت ها با توجه به اصول اساسی مهم (گزینهش، آموزش، حمایت، پرداخت) می توانند نسبت به مطلوبیت کارکنان خود

اطمینان حاصل کنند.

ایجاد تعهد به ارائه خدمت در تمام سطوح سازمان

■ نباید فقط مدیرعامل شرکت متعهد به ارائه خدمات خوب به مشتریان باشد، یا فقط کارمندان متعهد به این امر شوند، بلکه باید همه افراد سازمان در این کار مشارکت داشته باشند.

■ کاستن از وظایف اجرایی بخش های ستادی و هدایت آنها به سوی امور کارشناسی، نظارت و برنامه ریزی

وقتی که سازمان گسترده می شود و تخصص های مختلف در آن شکل می گیرد، یک مدیر نمی تواند قدرت هماهنگی و فرماندهی در همه زمینه ها و بدون کمک های جنبی و تخصصی افراد دیگر را داشته باشد. بدین ترتیب قسمت هایی به نام ستاد، مسوولیت کمک به مدیریت را بر عهده می گیرند.

مهندسی مجدد (مدیریت دگرگون سازی سازمان ها)

مهندسی مجدد یعنی دگرگون سازی و طرح نو در انداختن، دگرگونی در ذهن (طرز فکر و نگرش مدیران و کارکنان) در فرهنگ و نظام ارزشی، در فرایندها و پردازش ها، در ساختار و سازماندهی و در روش استفاده از منابع و امکانات و دگرگونی در روش استفاده از تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات در سازمان ها.

مدیریت شکایات مشتریان

نارضایتی مشتریان باعث می شود که آنها به رقبا روی آورند و درک علت نارضایتی آنان و پاسخگویی به نارضایتی ها به طور قابل توجهی سهم بازار و سودآوری شرکت را افزایش می دهد.

اجزای مدیریت روابط با مشتری:

الف) مدیریت ب) مشتری ج) روابط

اهداف مدیریت روابط با مشتری

۱) تفکیک مشتریان با توجه به درجه ارزش افزایی برای سازمان، افزایش سودآوری مشتریان فعلی سازمان و تقویت روابط با آنها، کاهش فاصله بین فروش و خدمات پس از فروش، برقراری رسانی موثر و مستمر با مشتریان بر اساس بانک اطلاعات شکل گرفته درباره سوابق و عملکرد مشتریان، پاسخگویی بهتر به مشتریان به علت دسته بندی صورت گرفته بر اساس ارزش آفرینی مشتریان برای سازمان، دسته بندی مناسب در خدمت سازمانی و تطبیق آن با دسته بندی مشتریان

فرایند مدیریت روابط با مشتری

فرایند مدیریت روابط با مشتری شامل مواردی همچون شناسایی مشتریان سازمان، جذب مشتری، اولویت بندی مشتریان حین انجام فرایند جذب است.

شناسایی مشتریان سازمان

شناسایی مشتریان سازمان فرایند یافتن افرادی است که خدمات و محصولات ما برطرف کننده نیازهای آشکار و پنهان آنها می باشد. الف) تعریف خدمات و محصولات تولیدی، ب) مشتریان خود را تعریف کنید ج) مشتریان را بر اساس محصولات و محصولات را بر اساس مشتریان تعریف کنید:

وفاداری احساسی است.

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

یک برنامه جلب وفاداری مشتری که توسط بانک رقیب به صورت موفقیت آمیزی اجرا شده است، موفقیت بانک دیگر را تضمین نمی‌کند. لذا یک برنامه از این دست، هنگام مقایسه با برنامه بانک رقیب، باید فاکتور متمایزکننده‌ای داشته باشد. اینگونه برنامه‌ها باید به شکلی باشند که مشتریان از آنها لذت ببرند. در صورت لزوم این برنامه‌ها را می‌توان با فواصل زمانی به صورت ادواری اجرا کرد. این شیوه می‌تواند برای مشتریان غیرمنتظره و هیجان آور باشد. وفاداری مشتری، یعنی سود. هرچه مشتری نسبت به بانک وفادارتر باشد، سودرسانی او به بانک نیز بیشتر است. برای افزایش وفاداری مشتری، یک بانک ناگزیر از توسعه برنامه‌های جدید و خلاقانه جهت جلب وفاداری مشتری است. وفاداری لزوماً به معنی صرف هزینه‌های بالا نیست، چرا که وفاداری مشتری، اصولاً قابل خریداری نیست. اندازه‌گیری رضایت پس از رتبه‌بندی، هدفمندتر و کاربردی‌تر است. شاخص‌های رتبه‌بندی مشتریان بر اساس هدف‌های استراتژیک بانک استخراج می‌گردد، در نتیجه مشتریانی که نقش بیشتری در برآورد اهداف بانک داشته باشند از جایگاه مناسب‌تری برخوردار هستند. رتبه‌بندی مشتریان با توجه به استراتژی‌های بانک به تدریج مفهوم مشتریان استراتژیک را برای بانک نهادینه می‌کند. هرچه اشتیاق مشتری برای توصیه بانک خود به دیگران کمتر باشد، وفاداری او نیز کمتر است و این معضل هنگامی بیشتر می‌شود که مشتری نسبت به بانک عقاید منفی ابراز نماید. این دسته از مشتریان تصویر مثبت یک بانک را مخدوش می‌نمایند، لذا رشد تعداد مشتریان و تکرار و حجم مبادلات با مانع مواجه می‌شود. مطمئناً این امر در آینده تهدیدی جدی برای بقای بانک خواهد بود. مشتری بانک را می‌توان با روشی مقایسه‌ای و با در نظر گرفتن جنبه تعیین‌کننده شامل رضایت، تداوم، مهاجرت و دلبستگی مورد سنجش قرار داد. ۲ جنبه نخست، یعنی رضایت و تداوم (تکرار مبادلات بانکی) بر پایه رفتار منطقی مشتری هستند. در این مراحل، تصمیم‌گیری مشتری در مورد سرمایه‌گذاری در یک بانک، مبتنی بر قضاوت‌های منطقی است. برای تعیین وفاداری مشتری به یک بانک، فاکتورهای عملی (قابل لمس و اندازه‌گیری) را در مدنظر قرار می‌دهد. بر این اساس هنگامی که یک مشتری خود را راضی از خدمات یک بانک معرفی می‌کند، مطمئناً مبادلات مکرری را با بانک انجام می‌دهد تا وفاداری خود را به بانک نشان دهد. در حقیقت یک مشتری که وانمود به رضایت از یک بانک نماید، لزوماً جنبه تداوم رابطه را اعلام نکرده است و مشتری وفادار آن بانک نخواهد بود. سطوح متفاوت انتظارات مشتریان، از موانع اصلی پیش روی یک بانک در تأمین سهولت انجام امور و افزایش مزایا جهت افزایش رضایت مشتریان است. جنبه‌های رضایت و تداوم، تنها گام‌های نخست در مسیر داشتن مشتریان صادق و وفادار هستند.



جذب مشتری

الف) شناسایی مشتریان بالفعلی که از محصولات سازمان استفاده می‌کنند مشتریانی می‌باشند که روابط تجاری با سازمان دارند و سازمان تقریباً اطلاعاتی کاملی از آنها در اختیار دارد.

ب) شناسایی مشتریان بالفعلی که از محصولات ما استفاده نمی‌کنند: همان مشتریان رقبای سازمان می‌باشند. در بازار رقابت نباید تفکر تقسیم مشتریان به نسبت‌های تقریباً مشابه بین سازمان‌هایی که یک نوع خدمت را ارائه می‌کنند، وجود داشته باشد. هر سازمانی باید سعی کند حداکثر تعداد مشتریانی که می‌تواند جذب کند.

ج) شناسایی مشتریان بالقوه‌ای که می‌توانند مشتری محصولات ما باشند. با شکل‌دهی به خدمات نوین می‌توان مشتریان بالقوه را به مشتریان بالفعل تبدیل کرد.

رتبه‌بندی مشتریان

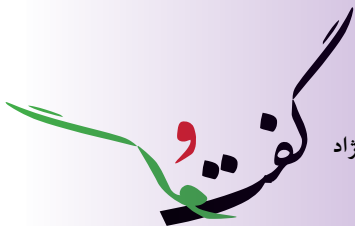
یکی از دلایل پرداختن به موضوع اولویت‌بندی مشتریان، محدودیت منابع سازمانی می‌باشد. محدودیت منابع باعث می‌گردد که سازمان در پی کسب حداکثر ارزش افزوده از فروش محصولات و خدمات خود باشد. در محیط بازار رقابت کامل، سازمانی موفق خواهد بود که حداکثر ارزش افزوده را از فروش محصولات و خدمات خود کسب نماید که این همان تعریف کارایی و اثربخشی سازمانی است.

وفاداری مشتریان بانکی

وفاداری مشتریان بانکی برای سپرده‌گذاری و استفاده از خدمات کارت‌های اعتباری موضوعی است که باید در مورد آن به خوبی اندیشید. مشتریان زیادی هستند که شکایت‌های متعددی را طرح می‌کنند، اما کماکان در زمره مشتریان وفادار یک بانک باقی می‌مانند. مشتریان وفادار اشخاصی هستند که به نام تجاری و محصولی که از آن استفاده می‌کنند، دلبستگی فراوانی دارند. هرچه دلبستگی مشتری بیشتر باشد سود حاصل برای آن نام تجاری بیشتر خواهد بود.

جنبه‌های وفاداری مشتری

مشتریان در مرحله تصمیم‌گیری به صورت فزاینده‌ای تحت تاثیر احساسات قرار دارند. مضاف بر آن امروز تمامی بانک‌ها مزایا و تسهیلات نسبتاً یکسانی را ارائه می‌کنند. در این شرایط، تصمیمات اتخاذ شده توسط مشتریان، بر اساس ملاحظات مربوط به تکرار مبادلات، حجم مبادلات، تعداد خدمات مورد استفاده و مبلغ سرمایه‌گذاری شده آنها در یک بانک است. این امر به معنای



گفت و گو: محمد علی عرفی نژاد
عکس: محمد حقیقت طلب

بانک سامان
Saman Bank



شعبه‌ای مورد توجه و VIP در بالاترین نقطه تهران

گشت و گذار در شعبه‌های بانک سامان

این بار به سراغ شعبه آقا بزرگی رفته‌ایم

به موازات شکل‌گیری بانک‌ها و دیگر ملحقات مربوطه، با جمع شدن محله‌های کوچک در بالای شهر تهران تا تجریش و دربند اولیه، امامزاده قاسم در بالاترین نقطه شهر و البته امامزاده صالح در بخش میانی منطقه که بازارچه‌ای دراز و بلند را به وجود آورد، انواع مشاغل با حجره‌ها و دکان‌ها در این بازار سربسته به وجود آمد و بازار منشعب از سرپل معروف تجریش، تبدیل به قدمگاهی برای خرید و رفت و آمد و تهیه مایحتاج مردمی شد و به دنبال این اتفاق و وسعت‌گیری فضا برای تازه از راه رسیده‌ها که می‌توانستند هم در بخش جنوبی تهران و نزدیک بازار و اطراف آن خانه زمستانی داشته باشند و خانه‌باغی هم در دامنه کوه و اطراف تجریش و منطقه کاخ‌ها برای زندگی تابستانی و سفری ۴ ماهه از پایین تهران و گذر از دشت‌های میانه تا رسیدن به امامزاده صالح و شمیران و دربند.

و آقابزرگی

آقابزرگی در همین منطقه بالای تهران که حالا میانه برج‌ها و آسمان‌خراش‌های ایرانی قرار گرفته، محل دیدار دیگری است با یک شعبه خیلی قشنگ و دل‌باز بانک سامان، اصولاً طراحی و دیزاین شعبه‌های بانک سامان چشم‌بیننده و هر عابری را به تماشا دعوت می‌کند. حضور برویچه‌های جوان و سرزنده و شاد که در کمترین زمان کار مراجعان را به انجام رسانده و با لبخند و محبت و ارائه اطلاعات مورد نیاز، خاطره همیشگی را در یاد و ذهن مراجعان و سپرده‌گذارها ثبت می‌کند، شایان توجه است.

شعبه آقابزرگی «سامان»

شعبه آقابزرگی زیردست برج‌های قدیمی شمال تهران گرچه کوچک به نظر می‌رسد، اما وقتی در مقابلش قرار می‌گیری آن حالت رفاقت و مهربانی و صمیمیت افراد داخل شعبه را می‌توانی



تهران در دو نقطه‌اش گذشته را به‌خوبی تعریف می‌کند، یکی در جنوب و مرکز که منزلگاه اولیه تشکیل گروه‌های مردمی و خانوادگی بوده است، از همان آغاز به قول معروف کلنگ‌زنی برای این نقطه جنوبی همه چیز دیده شد، از بازار و بازارچه و حمام و انواع دکان‌ها و حجره‌های درون بازار و مردمی که از چهارسویه اطراف این شهر کوچک کم‌کم آمدند و جا باز کردند، همه هم تقریباً در یک ردیف، کارگر و زحمت‌کش که می‌خواستند با تشکیل یک زندگی کوچک، درون یک اتاق آینده‌شان را بسازند و به عبارتی آینده این شهر را بسازند، وقتی نخستین بانک‌ها کارشان را آغاز کردند، مردمی که به‌سختی می‌پذیرفتند پول‌هایشان را در جایی مثل بانک سپرده‌گذاری کنند و از تسهیلات اعلام شده بهره‌برداری کنند، کم‌کم متوجه شدند، هیچ جا بهتر و سالم‌تر از این بانک‌ها نیست.

بانک‌های اولیه و شعبه‌هایشان که چندان هم چشمگیر و زیاد نبود، اشتغال‌زایی لازم را به وجود آورد و کارمندی بانک تبدیل شد به یک موقعیت اجتماعی که بسیار مورد توجه هم قرار گرفت.





بودند. این تعامل فرصت خوبی برای بالابردن اطلاعات و دانش خود در حوزه های مختلف شد تا همواره آمادگی پاسخگویی مناسب به مشتریان را داشته باشیم.

من اصلاً فکر نمی‌کردم روزی بخواهم در بانک کار کنم، اما بعد از مصاحبه‌ها خوشم آمد، هم‌وجه اجتماعی خوب داشت و هم ارتباط مستقیم با مردم داشتم، تازه این زمانی بود که تنها یک کاربر بودم. من پس از فعالیت به مدت ۱۰ سال مسئول شعبه شدم و همواره راز موفقیت ام را در سخت کوشی، صداقت و تعهد می‌دانم. اما دلایل مقبولیت این بانک از نظر من اول عدم حضور نگاه مردسالاری بود، مدیران سامان اصل را بر توانمندی گذاشته بودند، بنابراین هر کس توانمندی داشت، به تبع آن موفق هم می‌شد.

در این ۱۱ سال حضور چه برداشته‌هایی از کار و فعالیت در زمینه اقتصادی و بانکداری داشته‌اید و چه مراحل را طی کردید؟

مدیر جوان شعبه آقابرگی با خنده می‌گوید:
اول اینکه بسیار خاطره‌ها را در زندگی کاری به دست آوردم،

احساس کنی، دم دست‌ترین و راحت‌ترین برنامه‌ریزی ارتباط لبخندی است که نثار مراجعان می‌شود، مدیریت شعبه به عهده خانمی است جوان که کمی هم منتظر مانده و خبر ندارد تمام راه را در سربالایی چگونه طی کرده‌ایم؛ اما در همان لحظه نخست سلام و هم‌کلام شدن با این خانم که همه نشانه‌ها را در نام کوچکش جمع کرده (نازنین) و نیز رحم آوردن به تازه واردان خسته از سرما که باز با نام فامیلش همخوانی دارد (رحیمی)، خونگرمی اش به چشم می‌آید. حرف از آمدن اش به بانک می‌شود و ماندن و دل‌بستن به کار اقتصادی، نازنین خانم رحیمی که پس از یک دهه فعالیت و کار با پست مدیریت برای شعبه بانک سامان به رتق و فتق کارها می‌پردازد وی که با کارشناسی مدیریت بازرگانی مشغول به کار شده در زمینه ورود و فعالیت‌هایش می‌گوید:

من در اهواز زندگی می‌کردم، دانشگاه را یک ترم زودتر به پایان رسانده بودم و مشتاق کسب تجربه در بازار کار بودم که روزی عمویم که دندانپزشک هستند به من گفتند که در ساختمانی که مطب وی قرار دارد در حال تأسیس شعبه‌ای از یک بانک خصوصی و جذب نیرو هستند. من هم مدارک ام را ارسال کردم و پس از چند روز به مصاحبه دعوت شدم. خدا را شکر، اولین و تنها مصاحبه استخدامی من به حسن برخورد آقای خلیلی آذر و آقای حیدری برگزار شد. در پایان همان جلسه ورود من را به بانک سامان خوش آمد گفتند.

اولین خاطره ام از کار در سامان دریاغ فردوس به عنوان کارآموز بود بعد شعبه اهواز. از همان نخست دانستم که با یکی از جدی‌ترین وجوه زندگی مردم سر و کار دارم که از حساسیت ویژه‌ای برخوردار است و مستلزم دقت، هوشیاری و شکیبایی بالا در برخورد با مشتریان مختلف با دیدگاه‌ها و نگرش‌های مختلف



و اما، درباره رشد سپرده‌ها باید بگویم، در همین مدت سپرده‌هایمان ۱۵۰ درصد رشد کرده و باز در حال بالا رفتن است که البته با لطف و تلاش همکاران خیلی خوب و معاونت پرکار شعبه... به عبارتی الان شاهد رشد ۳۴۰ درصد در بخش اعطای تسهیلات هستیم که در مدت ۶ ماه رسیدن به این رقم مرا که خوشحال کرده است و خبر دیگر اینکه حتی یک فقره معوق هم نداریم چون به طور روزانه کنترل می‌کنیم.

چگونه به این موفقیت دست یافتید؟

مهم‌ترین فاکتور ما با همکاران، صحبت کردن با مشتریانمان بوده، بعد هم کاملاً صادقانه حرف زدیم و عمل کردیم، این ارتباط دوسویه و صادقانه که توسط همکاران با مشتریان برقرار شده جواب داده و در زمینه تماس و ارتباط دیگر می‌دانیم، ما هر چه را که در این همکاری و گفت‌وگوها بلد شده‌ایم در اختیار همکاران و مشتریان قرار داده‌ایم، با این حرکت یک رابطه خوب و اندیشمندانه برقرار شده، به طوری که مشتری پس از بررسی و تامل تشکر کرده و ما هم موفق شدیم.

دیگر به نزدیک‌های پایان کار رسیده‌ایم که سراغ معاونت شعبه می‌رویم، خانم دلربا سغایی.

شعبه خوش‌قدم

جالب اینجاست که همکاران شعبه زیبای سامان در آقابزرگی این شعبه را خوش‌قدم لقب داده‌اند و دلربا خانم سغایی هم همین نظر را دارد. وی در مورد خودش و این شعبه می‌گوید:

از مهرماه سال ۸۳ به بانک سامان آمدم، آن هم به دلیل علاقه به سوی کار بانک آمدم. این بود که پس از اعلام آمادگی و انجام مصاحبه در مرکز کالج، یکبارہ احساس کردم با اینکه در یک دانشگاه سراسری در زمینه حسابداری تحصیلاتم را ادامه دادم، اما اصولاً از کار حسابداری چندان خوشم نمی‌آمد، در کار

از همه مهم‌ترینش یک حادثه تروریستی انفجار بمب در اهواز بود که به شدت روی من تاثیر بد گذاشت، آن زمان مسئول بخش تسهیلات شعبه اهواز بودم بعد از سه ماه کار در باجه، مسئول تسهیلات و با یک سال سابقه امضادار شدم و دو سال به عنوان رئیس دایره سپرده‌ها و سپس رئیس دایره اعتبارات منصوب شدم. در این مدت علاوه بر شعبه اهواز در شعب دولت، قلعهک، آفریقای شمالی میرداماد، باغ فردوس و در نهایت هم در شعبه آقابزرگی-الهیه فعالیت داشتم. و در پایان تیر ماه ۹۳ ابلاغ ریاست در پرونده‌ام ثبت شد. به طور کلی خوشحالم که از ابتدایی‌ترین بخش فعالیت بانکی تا زمانی که مدیریتم برای شعبه ابلاغ شد، همه بخش‌ها را کار کردم و هرگز هم احساس خستگی نکردم، چرا که کارم را دوست دارم و البته خودم را خوش‌شانس می‌دانم، چون همه دوره‌ها را با کار و فعالیت مورد قبول طی کردم و شاید به همین دلیل هم باشد که این قدرت را درخودم می‌بینم که در لحظه تصمیم بگیرم و کار را به انجام کامل برسانم.

اگر قرار می‌شد به همان دوره پایان تحصیلات دانشگاهی و آن سال‌ها برگردید، چه کاری را دنبال می‌کردید؟

دقیقاً از همان مسیری که تا امروز رسیدم آغاز می‌کردم، من همه تجربه‌هایم را در «سامان» کسب کردم و هیچ دلیلی ندارم که کار دیگری را دنبال کنم، حتی در خیال، باور کنید سامان بخشی از وجود من شده. الان مثل مدیران بازنشسته بانک ملی و یا سپه و ... شده‌ام، از همان روز ورودم به شعبه اهواز با انرژی کامل کارم را ادامه دادم و دل‌بستگی بسیاری به کارم پیدا کرده‌ام. حال، اگر در بانک نبودم قطعاً طراحی لباس و نقاشی را ادامه می‌دادم.

از وضعیت شعبه و نیروهای فعال در آنجا می‌پرسم.

در اینجا معاون شعبه با سه مسئول باجه، مسئول صندوق، به عبارتی روی هم ۴ همکار و یک نیروی خدماتی فعال هستند.



پس از آزمون در دبیرستان البرز سال ۹۰ کارم را شروع کردم در شعبه‌های آفریقای شمالی، باغ فردوس و ۳ سال و سه ماه هم اینجا بودم و اولین نفر ورودی به شعبه آقابرگی هستم. من این بانک را دوست دارم. اما فکر می‌کنم هنوز برای موفقیت بیشتر و رسیدن به خواسته‌های اصلی باید کار کنیم. البته گفتنی است پژمان شمس از اسفند ۹۳ در شعبه هایپر استار مشغول به کار شده است.

حمیدرضا سروش

مسئول مشتریان ویژه

خدمات بیمه‌ای هم برای مشتریان ویژه انجام می‌دهد هدف اصلی رسیدگی کامل به آنهایی است که با ۳۵ میلیارد ریال جزو مشتریان خاص هستند باید همه چیز مطابق خواسته مشتری باشد. درست کار کنیم مشتری هم می‌آید. من از سال ۹۰ با آزمون و مصاحبه استخدامی در دبیرستان البرز شروع به کار کردم. در مورد کار در بانک سامان باید بگویم از کار رییس و معاونت شعبه راضی هستیم. همکاری‌ها خوب است، موقعیت خوب است، مشکلی که مطرح شود نداریم. می‌گویند خانم لاله مقصودی همسرش هم سامانی است.

خانم مروارید رفیعی

از ورودم به سامان ۲ سال و ۶ ماه گذشته، ۶ شهریور ۹۱ پس از آزمون و مصاحبه در حال گرفتن فوق‌لیسانس بودم و رشته مدیریت بازرگانی با گرایش بازاریابی را می‌گذرانم که سامانی شدم. در کارم ارتباط با مشتری را بهترین راه موفقیت می‌دانم.

پدرم هم در صنعت بیمه هستند - پدر بزرگم، رییس شعبه بانک ملی - بودند که مشوق شدند برای ورود من به بانک.

اولین تجربه کاری ام در شعبه بهشتی بود و پس از آن به این شعبه منتقل شدم و در حال حاضر در قسمت تسهیلات کار می‌کنم، از

بانکی هم آشنایی را نداشتم، تنها یک حس عجیب و آشنا به من می‌گفت. این کار عاقبت خوش خواهد داشت. از ۱۰ سال فعالیت ام در بانک، ۸ سال اش در شعبه آفریقا بودم و از مرداد ۹۱ به شعبه باغ فردوس رفتم، اما به محض ورود به شعبه آقابرگی ابلاغ معاونتم آمد، خوشحال شدم، اما بودن در سامان را یک موفقیت پرهیجان می‌دانم، چون تازه ازدواج کرده بودم که خوشبختانه در بانک سامان پذیرفته شدم، در اثنای کار در سامان دخترم «آریانا» هم آمد که شد دو اتفاق خیلی خوب و اتفاق خوب بعدی هم همانطور که اشاره کردم دریافت ابلاغیه معاونتم در این شعبه بود، به هر حال باید اقرار کنم کارم را خیلی دوست دارم و در تمام مدت فعالیت تا اینجا در هیچ لحظه‌ای کوتاه نیامدم، حالا هم در بخش بانکداری الکترونیک فعالیت بیشتری دارم، امید زیادی به آینده کارم در سامان و اصولاً کار بانکی دارم، خیلی در فکر پست و مقام نیستم، مهم کارم است و ارتباطی که با مشتریان شعبه سامان دارم، چون معتقدم، بانک سامان از نظر نوع حضور و فعالیت خیلی ویژه و خاص عمل می‌کند و باز نظرم این است که سامان متفاوت‌تر از دیگر بانک‌های خصوصی در حال کار است. از همین جا بگویم، کلاس‌های آموزشی آتیه روشن برای زندگی شخصی و جمعی خیلی خوب است و آخر اینکه عاشق گل و گلدان هستم و خوشحالم که می‌دانم سامان خودش یک دسته گل است. در این مدت دیدم آقای رضاپور در شعبه آفریقا به گل روی میز و دور و بر اهمیت می‌داد. آقای جناب هم دیده‌ام که گل را دوست دارد. با حرف از گل و بانک و سامان و سنبل می‌رویم سراغ دوستان دیگر.

پژمان شمس

دانشجوی ارشد بازرگانی هستم. بانک و ارتباط با مردم را دوست دارم.



رییس و معاون شعبه بسیار راضی ام و از اینکه سامان هستم خیلی راضی‌ام.

آقای حامد محمدی

شرکتی است و آخرین نفری است که فرصت پیدا می‌کند برای یک گپ کوتاه، دیپلم دارد و از شهرری می‌آید. همه از او تعریف می‌کنند.

او اینگونه می‌گوید: مرداد ۸۴ وارد بانک شدم و در خدمت آقای حقانی و مرحوم آقای احمدی شروع به کار کردم و سپس در بخش سرمایه‌انسانی و چند شعبه دیگر همکاری داشتم. در طول این سال‌ها آقایان سخایی، عطائی فر و البرزی از رؤسای موفق شعب مرا بسیار یاری کردند. اکنون هم که پس از سال‌ها کار در بانک در این شعبه مشغول به خدمت هستم.

■ با دیدار از یک شعبه قابل توجه مشتری‌های منطقه فرشته و میدان آقابزرگی بار دیگر به لحظه ورود و آمدن به این شعبه فکر می‌کنم و تعریف درست اینکه از وسط‌های خیابان فرشته و جایی که به کوهپایه تهران بزرگ می‌رسد، خیابان باریکی است رو به بالا و میدانگاه کوچکی که توسط ساختمان‌های سر به فلک

کشیده احاطه شده به نام خیابان بوسنی هرزگوین و به بالاتر که می‌رویم در بخشی از این کوهپایه که به هر طرف می‌نگری ساختمان‌هایی است بلند یا همان آسمانخراش که حتما نمی‌گذارد باد رها شده در کوه‌ها به طرف تهران حرکت کند و نتیجه را همه می‌دانیم ... و در این خیابان، زیبایی شعبه بانک سامان چشم هر بیننده‌ای را جذب می‌کند. با طی چند پله از خیابان به شعبه سامان رسیدیم که کاملاً مشخص است از نظر مشتری‌مداری و ارتباط با سپرده‌گذارها در ردیف شعبه‌های VIP قرار دارد و هنگامی که با رییس شعبه، یعنی خانم نازنین رحیمی روبه‌رو شدیم که نشان داد خوی و رفتار مردمان جنوب ایران را دارد درمی‌یابیم، این شعبه بی‌جهت جزو شعبه‌های مورد علاقه صاحبان نقدینگی و سپرده‌گذاران منطقه فرشته و بوسنی هرزگوین قرار نگرفته، چرا که در شناخت مشتری، نوع ارتباط و رفتار با مشتریان بسیار موفق عمل کرده است. این هم تعریفی دوباره برای نخستین بار درباره یک شعبه دیدنی بانک سامان که معروف است در طراحی و زیباسازی و نیز نماسازی مقام بالایی را به خود اختصاص داده است؛ تا دیدار از شعبه‌های بعدی ... فعلاً بدرود.



گزارش

گزارش ماهانه تحلیل بازار

(تحلیل دوره فروردین ۱۳۹۴)

اقتصاد سیاسی

بیانیه لوزان

در واپسین روز تعطیلات نوروزی، سرانجام طرفین مذاکرات مسأله هسته‌ای ایران در لوزان سوئیس به راه‌حلی در مورد مولفه‌های «برنامه جامع اقدام مشترک» دست یافتند اما آینده مذاکرات همچنان در حاله‌ای از ابهام است و برای مشخص شدن نتایج مذاکرات باید منتظر نیمه نخست تیر ماه بود.

بازار مالی

شاخص کل بورس در پایان فروردین ماه در مقایسه با اسفند ماه ۶/۵ درصد افزایش یافت.

اقتصاد بین الملل

بر اساس آمار و اطلاعات منتشر شده در ماه گذشته، روند اقتصادی آمریکا و اروپا مثبت و ژاپن منفی ارزیابی شده است.

ارز

در ماه گذشته، یورو در برابر دلار تضعیف شد. مهمترین عامل تقویت دلار در برابر یورو در ماه گذشته اجرای سیاست انبساط

پولی از طرف بانک مرکزی اروپا و اخبار مثبت از اقتصاد آمریکا بوده است.

نفت

در فروردین ماه قیمت نفت روند صعودی داشت. مهمترین عوامل افزایش بهای نفت، ناآرامی‌های یمن، اخبار مثبت از اقتصاد اروپا و افزایش پیش‌بینی تقاضای جهانی نفت برای سال جاری است.

بازار طلا

در فروردین ماه نیز روند قیمت طلا صعودی بود. مهمترین علت افزایش بهای طلا در این ماه احتمال به تعویق افتادن سیاست افزایش نرخ بهره از سوی فدرال رزرو آمریکا بوده است.

پولی و بانکی

وضعیت تسهیلات در سال ۹۳

بنا به گزارش بانک مرکزی، تسهیلات پرداختی بانک‌ها طی ۱۲ ماهه سال ۱۳۹۳ به کل بخش‌های اقتصادی مبلغ ۳۴۱۴/۲ هزار میلیارد ریال بوده که در مقایسه با سال ۱۳۹۲، مبلغ ۱۰۵۱/۹ هزار میلیارد ریال معادل ۴۴/۵ درصد افزایش داشته است.



۱- اقتصاد سیاسی

بیانیه لوزان

در ابتدای سال ۹۴، سرانجام طرفین مذاکرات مسأله هسته‌ای ایران در لوزان سوئیس به راه‌حلی در مورد مولفه‌های «برنامه جامع اقدام مشترک» دست یافتند و بیانیه مشترکی را قرائت نمودند که به مهمترین مفاد آن در ذیل اشاره شده است:

۱- سطح و ظرفیت غنی‌سازی و میزان ذخایر ایران برای دوره‌های زمانی مشخص، محدود خواهد شد و نظارت تنها مرکز غنی‌سازی ایران خواهد بود.

۲- فردو از یک سایت غنی‌سازی به یک مرکز هسته‌ای، فیزیک و فن‌آوری تبدیل خواهد گردید.

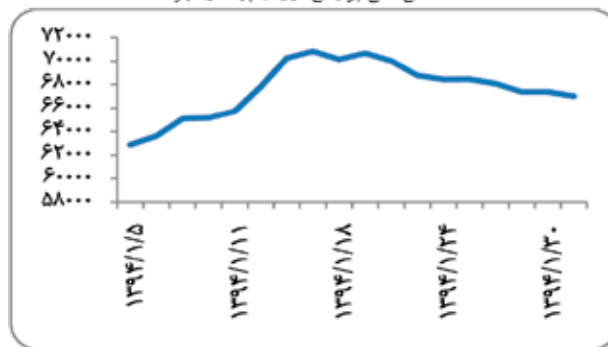
۳- راکتور تحقیقاتی پیشرفته آب سنگین در اراک بازرراحی و نوسازی خواهد شد به گونه‌ای که پلوتونیوم با قابلیت تسلیحاتی در آن تولید نگردد.

۴- آژانس بین‌المللی انرژی اتمی از فن‌آوری‌های مدرن نظارتی استفاده خواهد کرد و از دسترسی‌های توافقی شده بیشتری برخوردار خواهد شد.

۵- اتحادیه اروپایی، اعمال تحریم‌های اقتصادی و مالی مرتبط با موضوع هسته‌ای خود را خاتمه خواهد داد و ایالات متحده نیز اجرای تحریم‌های مالی و اقتصادی ثانویه مرتبط با هسته‌ای را، همزمان با اجرای تعهدات عمده هسته‌ای ایران به نحوی که توسط آژانس بین‌المللی انرژی اتمی راستی‌آزمایی شود، متوقف خواهد کرد.

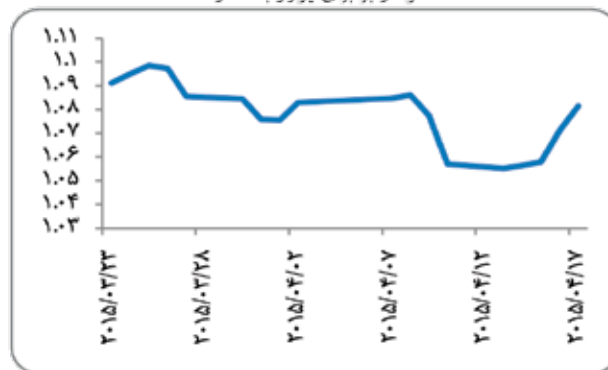
۶- یک قطعنامه جدید شورای امنیت سازمان ملل متحد صادر خواهد شد که در آن برنامه جامع تأیید شده، کلیه قطعنامه‌های قبلی مرتبط با موضوع هسته‌ای لغو خواهد گردید و برخی تدابیر محدودیت‌ساز مشخص، را برای یک دوره زمانی مورد توافق، لحاظ خواهد کرد.

شاخص کل بورس اوراق بهادار تهران



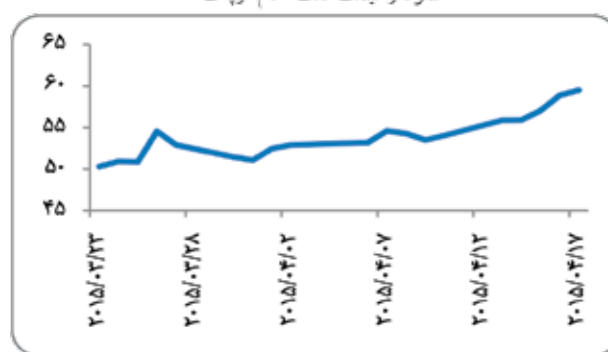
www.irbourse.com

نمودار برابری یورو به دلار



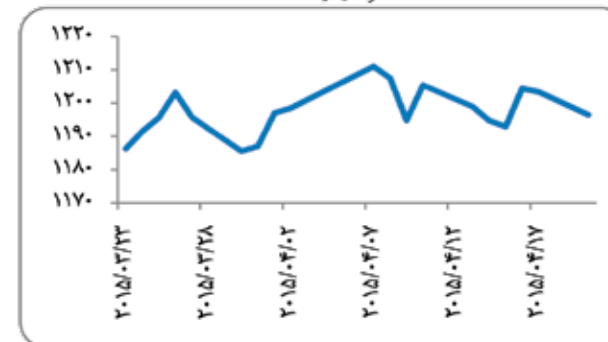
www.imf.org

نمودار قیمت نفت خام اوپک

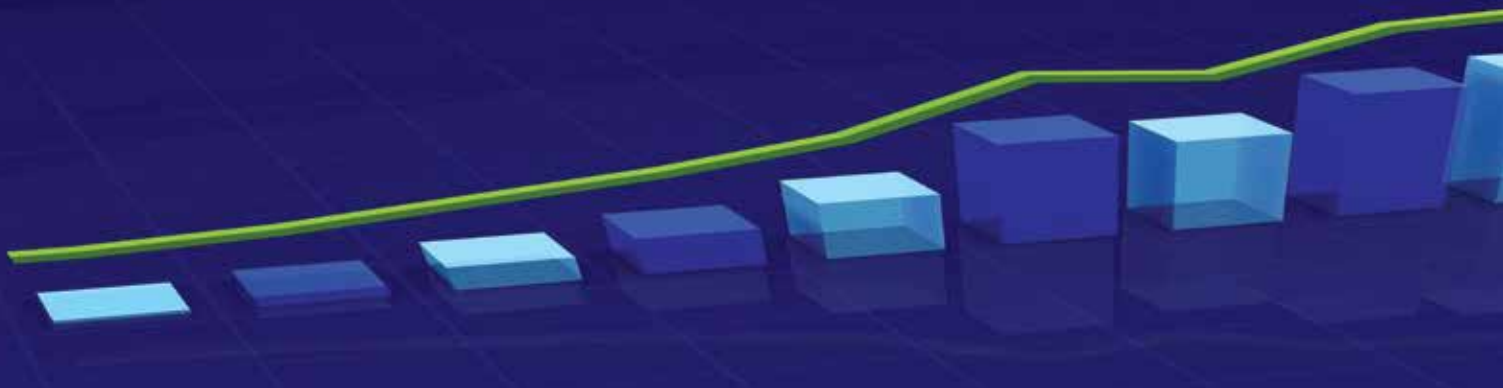


www.opec.org

نمودار قیمت طلا

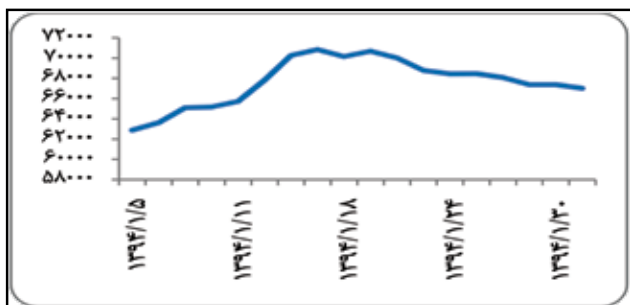


www.lbma.org.uk



همتایان غربی آنها بود؛ در حالی که در داخل کشور، از لغو یکجای تحریم‌ها سخن گفته می‌شد، دیپلمات‌های کشورهای غربی به تعلیق تحریم‌ها و لغو مدت دار آن اعتقاد داشتند. به این ترتیب، در نیمه دوم فروردین، از ۳۶ گروه بورسی، ۲۹ گروه روند منفی را سپری کردند. در این میان، گروه خودرو بدترین عملکرد را به ثبت رساند و زیان بیش از ۱۰/۵ درصدی را تجربه کرد. این موضوع نیز بار دیگر بیانگر اثر قابل توجه این عامل غیراقتصادی بر بازار سرمایه است.

نمودار شماره ۱- شاخص کل بورس در فروردین ماه



مأخذ: www.irbourse.com

۳- اقتصاد بین‌الملل

آمریکا: گرچه اطلاعات اقتصادی آمریکا در ماه گذشته چندان مطلوب نبوده است اما اقتصاد آمریکا با روندی آرام در حال پیشرفت است. مطابق آخرین بازبینی وزارت بازرگانی آمریکا، رشد اقتصاد این کشور در سه ماهه چهارم سال گذشته میلادی ۲/۴ درصد بوده است. همچنین بنا به جدیدترین گزارش وزارت کار آمریکا، کارفرماها در بخش غیرکشاورزی این کشور در ماه مارس کمترین تعداد فرصت‌های شغلی را در یک سال اخیر، برابر ۱۲۶ هزار

مطابق برنامه زمانی از پیش تعیین شده، طرفین باید تا ۱۰ تیر ماه راه‌حل‌های پیشنهادی را قطعی کرده و در صورت توافق برنامه جامع اقدام مشترک را به عنوان سند بلندمدت هسته‌ای امضا نمایند. اما با توجه به موضع گیری‌های متضاد سران سیاسی دو طرف، نیل به توافق نهایی هنوز قطعی نمی‌باشد؛ به طور نمونه مقام معظم رهبری در باره مسأله هسته‌ای فرموده‌اند: «تحریم‌ها بایستی در همان روز توافق به‌طور کامل لغو بشود» اما به نظر می‌رسد طرف آمریکایی مایل به پذیرش چنین شرطی نیست و مخالفت‌هایی از سمت کنگره آمریکا شنیده شده است. از همین رو، آینده مذاکرات همچنان در هاله‌ای از ابهام است و برای مشخص شدن نتایج مذاکرات باید منتظر نیمه نخست تیر ماه بود.

۲- بازار مالی

شاخص بورس در پایان فروردین ماه ۹۴ در مقایسه با آغاز آن به میزان ۴۱۳۲ واحد، برابر با ۶/۵۷ درصد افزایش یافت و از ۶۲۸۸۵ واحد به ۶۷۰۱۷ واحد رسید. مهمترین علت صعود شاخص کل بورس در ماه گذشته خوش بینی فعالان بازار سرمایه نسبت به نتایج تفاهم سیاسی در زمینه مسأله هسته‌ای بوده است. بازار سهام، فروردین ماه دو روند متفاوت را تجربه کرد به گونه‌ای که تا ۱۷ فروردین ماه صعودی بود و پس از آن رو به نزول گذاشت. پیرو خوش‌بینی‌ها به مذاکرات هسته‌ای و رسیدن به تفاهم سیاسی در لوزان، موجی از خریداران، به ویژه حقیقی‌ها، وارد بازار شدند و تقریباً تمام صنایع با رشد قیمت همراه شد. البته این افزایش تنها ناشی از اثر روانی تفاهم سیاسی بوده و اثرگذاری تفاهمات بر بخش واقعی اقتصاد مستلزم گذر زمان بیشتری است. اما در نیمه دوم ماه (۱۷ فروردین به بعد)، وضعیت کاملاً معکوس شد و شاخص کل افت نمود. علت اصلی این امر، نظر متفاوت مقامات کشورمان با



قرضه دولت‌های عضو منطقه یورو خریداری شود تا نقدینگی لازم در اختیار بانک‌ها و دولت‌ها قرار گیرد. اجرای این برنامه باعث شد تا در این ماه نسبت برابری یورو به دلار تا سطح ۱/۰۵۷ تنزل یابد و همین امر باعث شده برخی کارشناسان پیش‌بینی کنند که به‌زودی ارزش این دو ارز برابر خواهد شد. علاوه بر برنامه سیاست انبساط پولی اروپا، آمارهای مثبت از اقتصاد آمریکا نیز بر صعود ارزش دلار مؤثر بود. بنا به گزارش وزارت کار آمریکا، در ماه مارس تعداد فرصت‌های شغلی ایجاد شده در بخش غیرکشاورزی آمریکا ۱۲۵ هزار مورد بوده که گرچه آمار خوبی است اما در مقایسه با ماه پیش از آن چندان مطلوب نیست. ماه پیش اعضای کمیته سیاست‌گذاری فدرال رزرو اعلام کردند قبل از بالا بردن نرخ‌های بهره باید نرخ تورم افزایش یابد و همچنین می‌بایست وضعیت بازار کار بهتر شود؛ تاکنون تنها وضعیت بازار کار بهتر شده بنابراین برخی تحلیلگران معتقدند رشد ارزش دلار ادامه می‌یابد اما نه با همان سرعتی که در ماه‌های اخیر مشاهده شد زیرا بانک مرکزی آمریکا نگران تأثیر منفی ضعف اقتصاد جهان بر اقتصاد این کشور و نیز پایین باقی ماندن نرخ

فرصت شغلی، ایجاد کردند؛ با وجود این امر، نرخ بیکاری در حد مطلوب ۵/۵ درصد باقی مانده است. از دید تحلیلگران، رشد ارزش دلار، شرایط بد آب و هوایی، کاهش قیمت نفت و رشد اندک سطح دستمزدها بر وضعیت اقتصاد آمریکا در سه ماهه نخست سال جاری تأثیر گذاشته است.

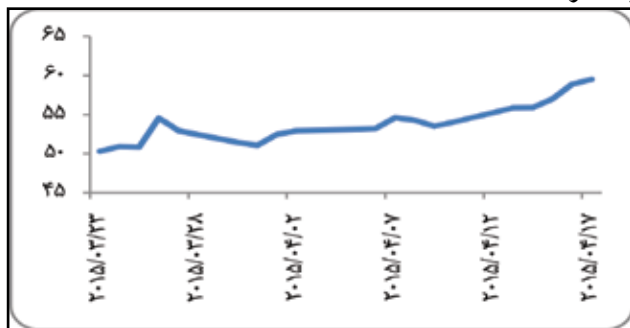
اروپا: با وجود وضعیت نامناسب اقتصادی منطقه اروپا، ماه گذشته اخبار امیدوارکننده‌ای از این منطقه اقتصادی منتشر شد. ارقام مربوط به شاخص‌های مدیران خرید نشان می‌دهد که اعتماد اقتصادی در سطح منطقه افزایش یافته که علائم مثبتی از نتایج اجرای سیاست‌های پولی انبساطی قلمداد می‌شود. بر اساس تازه‌ترین تحقیقات، شاخص مدیران خرید در منطقه یورو، در ماه مارس به بالاترین سطح در ۱۰ ماه اخیر رسیده است. کارشناسان اقتصادی، دلیل افزایش این شاخص را سیاست‌های انبساطی جدید بانک مرکزی اروپا همزمان با کاهش ارزش یورو در ماه‌های اخیر می‌دانند. اما با وجود بهبود نسبی در شاخص‌های نظرسنجی و اعتماد اقتصادی، هنوز تورم منفی مهم‌ترین نگرانی در اقتصاد منطقه یورو محسوب می‌شود. بر اساس آمارها، تورم از ۰/۶- درصد در ماه ژانویه به ۰/۳- درصد در ماه فوریه و سپس به ۰/۱- درصد در ماه مارس رسیده است که گرچه نشان از بهبود دارد اما همچنان در ناحیه منفی قرار دارد. همچنین بر اساس آخرین آمارها، نرخ بیکاری در منطقه یورو از ۱۱/۴ درصد در ماه ژانویه به ۱۱/۳ درصد در ماه فوریه کاهش یافته است.

ژاپن: از اقتصاد ژاپن در ماه گذشته توأمان اخبار مثبت و منفی منتشر شد که مجموعاً نشانگر وضعیت شکننده اقتصادی این کشور است. صادرات ژاپن در ماه ژانویه به بالاترین سطح در یک سال اخیر رسید که دلیل آن تقاضای قوی‌تر در آسیا، افزایش قدرت خرید آمریکایی‌ها و افت ارزش ین می‌باشد. بر همین اساس، میزان کسری تجاری این کشور از رقم ۲/۸ تریلیون ین در ژانویه ۲۰۱۴ به رقم ۱/۲ تریلیون ین در ماه ژانویه ۲۰۱۵ رسید. اما از سوی دیگر، نرخ تورم در ماه‌های اخیر مجدداً روند نزولی به خود گرفته است. نرخ تورم ماه ژانویه که رقم ۲/۴ درصد را ثبت کرده بود در ماه فوریه به ۲/۲ درصد تنزل کرده است. تا اوایل ماه فوریه شاخص‌های مختلف اقتصادی حکایت از تداوم رشد اقتصادی داشت که از سه ماهه چهارم سال میلادی قبل آغاز شده بود اما از این زمان به بعد، آمارها حکایت از آن داشته که بار دیگر اقتصاد ژاپن به دست انداز افتاده و روند بهبود اقتصادی مطلوب نیست.

۴- ارز

در ماه گذشته، یورو در برابر دلار تضعیف شد. مهمترین عامل تقویت دلار در برابر یورو در ماه گذشته اجرای سیاست انبساط پولی از طرف بانک مرکزی اروپا و اخبار مثبت از اقتصاد آمریکا بوده است. عامل اصلی افول شدید ارزش یورو، برنامه انبساطی ۱/۱ هزار میلیارد یورویی بانک مرکزی اروپاست که از ماه مارس آغاز شده و قرار است تا سپتامبر سال آینده هر ماه ۶۰ میلیارد یورو از اوراق

نمودار شماره ۳- قیمت سبد نفتی اوپک طی ماه گذشته (بشکه به دلار)

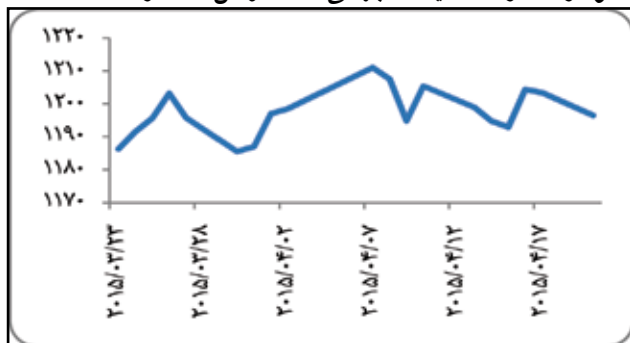


ماخذ: www.opec.org

۶- بازار طلا

در ماه گذشته روند قیمت طلا صعودی بود. بهای هر اونس طلا در آغاز فروردین ماه در بازار لندن برابر ۱۱۸۶/۲۵ دلار بود که در پایان این ماه به ۱۱۹۶/۵ دلار رسید. مهمترین علت افزایش بهای طلا در این ماه احتمال به تعویق افتادن سیاست افزایش نرخ بهره از سوی فدرال رزرو آمریکا بوده است. طی ماه گذشته، قیمت طلا بسیار نوسانی بود که عامل اصلی آن اخبار مثبت و منفی منتشره از اقتصاد آمریکا بود. قیمت طلا نسبت به سیاست های پولی بانک مرکزی آمریکا بسیار حساس است به گونه ای که هر خبر منفی از اقتصاد آمریکا با کاهش احتمال بالا رفتن نرخ های بهره در آینده نزدیک، کاهش ارزش دلار و رشد قیمت طلا را در پی دارد. بر همین اساس در ماه اخیر، برخی خبرها درباره وضعیت شاخص های اقتصادی آمریکا منفی بود که سبب شد عده ای از تحلیلگران به این نتیجه برسند که بانک مرکزی آمریکا در آینده نزدیک یعنی طی سه ماه آینده نرخ های بهره را بالا نخواهد برد و همین باور مهمترین عامل رشد قیمت طلا بود. همانطور که در بخش اقتصاد بین الملل تشریح شد مهمترین اخبار اقتصادی آمریکا در ماه پیش، تعداد شاغلین جدید، باز بینی نرخ رشد فصل چهارم سال ۲۰۱۴ و آمار رشد مصرف بود که دو مورد نخست موجب نوسان صعودی طلا شد و مورد سوم با کاهش قیمت طلا نوسان بهای این فلز گرانبها را رقم زد.

نمودار شماره ۴- قیمت جهانی طلا (اونس - دلار)

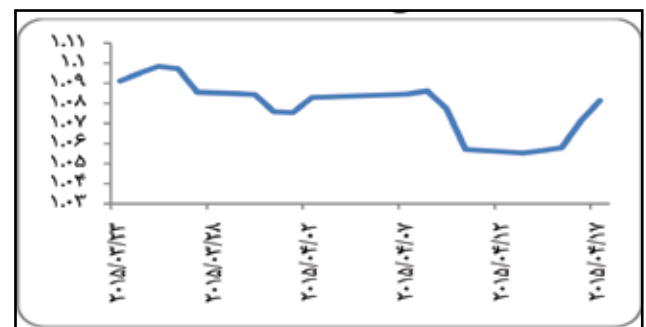


ماخذ: www.lbma.org.uk

تورم است.

در بازار داخلی نیز، قیمت دلار در بازار غیر رسمی با کاهش ۳۸ تومانی از ۳۳۸۰ تومان در آغاز فروردین به ۳۳۴۲ تومان در پایان فروردین ماه رسید. هر یورو که در آغاز فروردین ماه در بازار غیر رسمی به قیمت ۳۶۶۰ تومان مبادله می شد به دلیل کاهش بین المللی ارزش یورو با افت شدید ۴۷ تومانی به ۳۶۱۳ تومان در پایان فروردین ماه نزول کرد. شایان ذکر است نرخ رسمی دلار با افزایش ۲۷۶ ریالی از ۲۷۹۹۴ ریال در آغاز فروردین ماه به ۲۸۲۷۰ ریال در پایان فروردین ماه صعود کرد.

نمودار شماره ۲- نرخ برابری یورو به دلار در ماه گذشته



ماخذ: WWW.imf.org

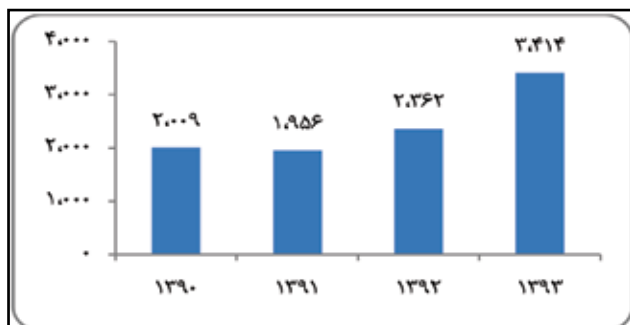
۵- نفت

قیمت نفت در فروردین ماه، روند صعودی داشت. سبد نفت خام اوپک، این ماه را با قیمت هر بشکه ۵۰/۳۰ دلار آغاز کرد و در پایان ماه با ۹/۲۲ دلار افزایش به ۵۹/۵۲ دلار رسید که این به معنای افزایش ۱۸ درصدی قیمت نفت طی یک ماه است. مهمترین عوامل افزایش بهای نفت در ماه گذشته، ناآرامی های یمن، اخبار مثبت از اقتصاد اروپا و افزایش پیش بینی تقاضای جهانی نفت برای سال جاری است. در ماه گذشته تهدیدات عربستان مبنی بر حمله نظامی به یمن، با حملات هوایی عملی شد و این اقدام عربستان به عنوان بزرگترین تولید کننده نفت اوپک منجر به افزایش تنش ها در منطقه شده که افزایش بهای نفت را به همراه داشت. عامل بعدی افزایش دهنده قیمت نفت بهتر شدن شرایط اقتصادی در منطقه یورو طی ماه های آینده است. بانک مرکزی اروپا از ماه گذشته میلادی خرید اوراق قرضه دولت های عضو منطقه یورو را آغاز کرده و این برنامه تا سپتامبر سال آینده ادامه پیدا می کند و نشانه هایی از بهبود اقتصادی در این قاره ظاهر شده است؛ برای نمونه، نرخ بیکاری در منطقه یورو از ۱۱/۴ درصد در ماه ژانویه به ۱۱/۳ درصد در ماه فوریه کاهش یافته است. عامل بعدی رشد قیمت نفت، وضعیت تقاضای جهانی نفت است. آژانس بین المللی انرژی در گزارش جدید خود پیش بینی کرده تقاضای جهان برای نفت خام در سال جاری ۹۳/۶ میلیون بشکه در روز خواهد بود که این رقم نسبت به پیش بینی قبلی این نهاد ۹۰ هزار بشکه بالاتر است.

۷- بخش پولی و بانکی

تسهیلات پرداختی بانک‌ها در سال ۹۳:

۲۰۷۰/۷ هزار میلیارد ریال) می باشد. با توجه به اینکه از ۱۰۶۴/۹ هزار میلیارد ریال تسهیلات پرداختی در بخش صنعت و معدن معادل ۸۰/۹ درصد آن (مبلغ ۸۶۱/۶ هزار میلیارد ریال) در تأمین سرمایه در گردش پرداخت شده، این امر حاکی از اولویت بانک‌ها به تأمین سرمایه در گردش بخش صنعت و معدن در سال ۱۳۹۳ بوده است.



بنا به جدیدترین گزارش بانک مرکزی، تسهیلات پرداختی بانک‌ها طی ۱۲ ماهه سال ۱۳۹۳ به کل بخش‌های اقتصادی مبلغ ۳۴۱۴/۲ هزار میلیارد ریال می باشد که در مقایسه با سال ۱۳۹۲، مبلغ ۱۰۵۱/۹ هزار میلیارد ریال معادل ۴۴/۵ درصد افزایش داشته است. بر اساس این گزارش؛ سهم تسهیلات پرداختی بانک‌ها به بخش صنعت و معدن طی سال ۱۳۹۳ بالغ بر ۱۰۶۴/۹ هزار میلیارد ریال (معادل ۳۱/۲ درصد) گردید که نسبت به سال ۱۳۹۲ مبلغ ۳۵۸/۹ هزار میلیارد ریال تسهیلات بیشتری به بخش صنعت و معدن کشور پرداخت شده است. همچنین سهم تسهیلات پرداختی بابت تأمین سرمایه در گردش بخش صنعت و معدن در سال ۱۳۹۳ معادل ۸۶۱/۶ هزار میلیارد ریال بوده است که حاکی از تخصیص ۴۱/۶ درصد از منابع تخصیص یافته به سرمایه در گردش کلیه بخش‌های اقتصادی (مبلغ

جدول ۳- شاخص‌های کلان اقتصادی

شاخص	ابتدای ماه	انتهای ماه	تغییرات (درصد)
نرخ ارز (دلار به ریال)	۲۷۹۹۴	۲۸۲۷۰	۰/۹۹
نرخ ارز (یورو به ریال)	۳۰۱۵۶	۳۰۵۳۰	۱/۲۴
شاخص بورس اوراق بهادار تهران	۶۲۸۸۵	۶۷۰۱۷	۶/۵۷
قیمت هر اونس طلا (دلار)	۱۱۸۶/۲۵	۱۱۹۶/۵	۰/۸۶
قیمت هر بشکه نفت اوپک (دلار)	۵۰/۳۰	۵۹/۵۲	۱۸/۳
نرخ تورم (دوازده ماه منتهی به فروردین ماه ۱۳۹۴ نسبت به دوازده ماه منتهی به فروردین ماه ۱۳۹۳)	۱۵/۵		

ماخذ: نرخ ارز مبادله‌ای: بانک مرکزی، سایت بورس اوراق بهادار تهران، قیمت طلا: بورس لندن، قیمت نفت: سایت اوپک، نرخ تورم: بانک مرکزی

جدول ۴- پیش‌بینی متغیرهای رشد اقتصادی مناطق مختلف جهان در سال ۲۰۱۵

مناطق	۲۰۱۵ (درصد)
منطقه اروپا	۱/۲
امریکا	۳/۱
ژاپن	۱/۰
چین	۶/۸
جهان	۳/۵

ماخذ: IMF

جدول ۵- پیش‌بینی متغیرهای کلان اقتصادی ایران در سال ۱۳۹۴

متغیرها	۱۳۹۴
رشد اقتصادی	۰/۵۵
تورم	۱۶/۵
مازاد حساب جاری درصد از (GDP)	۰/۷۷

ماخذ: IMF

انواع نگاه به فروش

محمد رضا ملاپراهمی
(کارشناس فروش شعبه مدرس مشهد)



شما چه می‌فروشید؟

شاید باور نکنید که بسیاری از کسانی که در کار فروش هستند، پاسخهای ساده و پیش پا افتاده به این سوال می‌دهند. مثلاً به سادگی نام کالائی را که می‌فروشند، می‌گویند. اما واقعیت و رای این‌هاست. شما یک کالا یا یک خدمت را نمی‌فروشید.

سوال بعدی که با سوال پرسش قبلی سخت گره خورده است، این است که شما چگونه می‌فروشید؟ این چطور فروختن هم انواع و اقسام دارد. از یک نگاه می‌توان به شیوه‌هایی که فرد در فروش به لحاظ رفتاری به کار می‌برد نگاه کرد. از سوی دیگر می‌توان به راهبردهای فروش فکر کرد. اما غرض ما اینجا این است که شما چه چیزی از محصول خود را می‌فروشید؟ یکی از معضلات ما در کار فروش این است که متصدیان کار فروش در سازمان‌های ما کمتر به کارشان عاشقانه فکر می‌کنند. کمتر خود را جای مشتری می‌گذارند و از چشم او نگاه می‌کنند. بلکه پیشتر به جای او فکر می‌کنند و برایش تصمیم می‌گیرند که معمولاً هم این تصمیم‌ها مورد پذیرش مخاطب قرار نمی‌گیرد و در نتیجه فروش مورد انتظار رخ نمی‌دهد. در یک نگرش شما می‌توانید ۳ چیز را در مورد محصول خود بیان کنید تا آن را بفروشید:

می‌توانید امکانات محصول خود را بیان کنید و آن را بفروشید. مثلاً بگوئید که این موبایل دوربین ۸ مگا پیکسلی دارد. خوب این خیلی خوب است، اما زود اثربخشی‌اش را از دست می‌دهد. چون در دنیای رقابتی امروز، رقبا خیلی به شما زمان نمی‌دهند که از این مزیت خود استفاده کنید. این بیشتر به درد مشتریانی می‌خورد که دوست دارند چیزهای عجیب و خاص داشته باشند. پس برد این روش هم کم است.

می‌توانید منافع محصول خود را بیان کنید و از آن برای فروش استفاده کنید. مثلاً بگوئید که این گوشی موبایل خیلی کم‌هنگ می‌کند، چون پردازشگر فلان دارد. در واقع یک امکان را تبدیل به یک دستاورد می‌کنید. خوب این هم خوب است، اما باز هم محدود است. اینها باعث نمی‌شود که مشتری به شما وفادار شود. چون جای دیگر، ممکن است منفعتی دیگر برایش حاصل شود. مثل سود بانکی، که هر بانکی که نیم درصد بیشتر سود بدهد، مشتریان سرمایه خود را به آنجا می‌برند. اما شما می‌توانید ارزشی

که محصول شما برای مشتری خواهد آورد را بفروشید. این به راحتی و به زودی از بین نمی‌رود. این سبب می‌شود که مشتری به شما وفادار بماند. اما آیا ارزش‌های محصول خود را می‌شناسید؟ این کاری است که فروشندگان باید دائم (بله، دائم) به آن فکر کنند. چون ارزش از حرف و عمل مشتریان قبلی شناسائی می‌شود. به گمانم بیهوده نیست که این حجم سرمایه‌گذاری می‌شود تا فضائی برای تبادل نظر مشتریان ایجاد شود. آنها می‌خواهند بدانند که مشتریان خوشحال از چه چیزی از محصول آنها خوشحال هستند. روی آن کار کنند و آن ارزش را به مشتری بعدی بفروشند. مثال معروفی که در مورد فروش ارزش‌ها زده می‌شود، مثال ماشین‌های هیبریدی است. خب اینها هم ماشین هستند، اما ماشین‌هایی هستند که محیط زیست را آلوده نمی‌کنند، پس شما یک آلوده کننده محیط زیست نخواهید بود. شما وقتتان در پمپ بنزین تلف نخواهد شد. اینها ارزش‌هایی هستند که این ماشین‌ها برای شما خواهند آورد.

در مورد ارزش یک نکته مهم هست که معمولاً از آن غفلت می‌شود. ارزش این نیست که شما مسائل کیفی را مطرح کنید. روزگاری اینها کافی بوده اما اکنون دیگر نیست. حالا شما باید ارزش‌های خرید از خود را به صورت ملموس و کمی برای مشتری مطرح کنید. برای توفیق در این کار دائم باید فکر کنید: به محصول یا خدمتی که ارائه می‌کنید، به آورده‌ای که نصیب مشتری خواهد شد، به ارزش واقعی و ملموس آن آورده و... بله، دائم باید به اینها فکر کنید. همین جنبه کار فروش است که زیباست. اگر حوصله این کارها را ندارید، به نظرم شاید بهتر باشد که شانس خود را در حوزه دیگری جستجو کنید. یک فروشنده موفق، باید دائم در فکر راههای جدید و بهتر باشد.

بائید از همین امروز شروع کنید و روی ارزش‌هایی که محصول یا خدمت شما برای مشتری می‌آورد فکر کنید و حتماً افکارتان را ثبت کنید. شک نکنید که به چیزهای جدیدی خواهید رسید و لذت خواهید برد. از این ارزش‌ها، در تبلیغات موثر هم می‌توانید خیلی استفاده کنید. به تبلیغ‌های دور و برتان نگاه کنید. هر کدام چه جنبه‌ای از محصول را تبلیغ می‌کنند؟

منبع: <http://www.uveco.ir>

نکات حقوقی برای تنظیم قراردادها

شیما کلانتری
(کارشناس حقوقی مدیریت بانکداری اختصاصی)



بی شک امروزه یکی از دلمشغولی های افرادی که در موقعیت تنظیم قرارداد قرار میگیرند حصول اطمینان از نگارش صحیح قرارداد است قطعاً اگر به دنبال تنظیم قرارداد بیع، اجاره، مشارکت مدنی و هر نوشته ای که تعهدات و آثار مالی را به همراه دارد باشیم، بهتر است تنظیم آن را به یک فرد متخصص و حقوقدان واگذار کنیم تا حتی المقدور از تهدیدات و خطرات در امان باشد ولی از آنجا که بیشتر افراد بدون توجه به آثار قانونی نوشته ها و قراردادها اقدام به نگارش آنها می نمایند لذا ضرورت دارد با بخشی از نکات مهم آشنا شده تاریخک آن را کاهش دهیم.

در نوشتار حاضر به نکات نسبتاً مهم و کاربردی اشاره شده که مطالعه و توجه به آنها قطعاً خالی از لطف نخواهد بود:

- تاریخ دقیق تنظیم سند رسمی با قید شماره دفتر خانه و آدرس آن جهت تعیین دقیق موعد ایفای تعهدات و عنداللزوم مطالبه خسارات ضروری بوده، دقت شود روز تعیین شده مصادف با تعطیلی نباشد، از تعیین زمان بین دو تعطیلی و ایامی که احتمال تعطیلی آنها بیشتر است خودداری شود.
- رعایت خط خوش ضروری است و حداقل آنکه قرارداد تنظیمی خوانا باشد.
- سعی شود که قلم خوردگی پیش نیاید و در این صورت حتماً توضیح آن قید شود.

■ در صورتی که قرارداد به صورت تایپی تهیه می شود حتماً به تعداد طرفین به علاوه یک عدد اضافه پرینت گرفته شود و حتی الامکان نسخه

اضافه در اختیار شخص معتمد طرفین قرار بگیرد.

- در صورتی که قرارداد به صورت دستنویس تهیه می شود نیز از کاربن سالم و نواستفاده شود به کیفیتی که همه نسخ قرارداد خوانا و قابل استناد باشد.

- در صورت امکان تمامی صفحات قرارداد توسط طرفین امضا شود.
- اگر نمی توانید در یک مرحله و بدون غلط بنویسید ضروری است ابتدا پیش نویس آن را تهیه و سپس تایپ یا رونویسی نمایید.
- قبل از نوشتن هر متنی تصمیم بگیرید که چه مطلبی را می خواهید بنویسید، دقت شود مطالبی نوشته شود که مورد قبول طرفین باشد و در نتیجه متن نوشته شده دستخوش تغییرات نگردد.

- مطالب به نحوی صریح و شفاف تحریر گردد که هم مقصود طرفین را به طور کامل بیان نماید و هم آنکه امکان تفسیرهای مختلف را نداشته باشد.

- در هنگام امضای قرارداد کاربن ها را حتماً خارج نموده و علاوه بر امضا حتماً اثر انگشت متعاملین با استامپ سالم اخذ گردد و اگر طرفین معامله باسواد هستند نام و نام خانوادگی و تاریخ را شخصاً نوشته و سپس امضا نمایند.

- شهود می بایست حداقل دو نفر مرد باشند، وجود شهود معتمد بیشتر موجب استحکام قرارداد خواهد بود. قید نام و نام خانوادگی شاهد ضروری است، در خصوص متعاملین پیر و بیمار یا خیلی جوان و همچنین

متعاملین بی سواد و کم سواد توصیه می شود تعداد شهود از بین بستگان معتمد و باسواد ایشان باشد.

■ آن قسمت هایی از قرارداد که می بایست قلم زده شود، با آرامش و دقت روی آنها خط بکشید. مثلاً زمانی که فروشنده یک نفر است روی قسمت «فروشنده گان» را خط بکشید.

■ در صورتی که قراردادها برای تعیین مزایا و امکانات مورد معامله، دارای محل های خاصی برای علامت زدن باشد با دقت این کار را انجام دهید... آن قسمت هایی از قرارداد که ضمانت اجرای تخلیه یا تحویل مورد معامله و غیره به صورت نقطه چین (.....) درج شده است را با توافق طرفین تکمیل و یا در صورت توافق ایشان بر روی آنها خط بکشید تا مورد سوء استفاده بعدی قرار نگیرند.

■ در معاملاتی که دارای سند رسمی هستند در جلوی نام فروشنده نام مالک رسمی قید شود و به طور مثال اگر (علی) مالک رسمی است و (حسن) با وکالتی که از وی دارد قصد انجام معامله را دارد قید نمایند: «فروشنده: علی با وکالت حسن به موجب وکالت نامه رسمی شماره ... تنظیمی دفتر خانه شماره تهران، البته نگارش آن به شرح زیر نیز خالی از اشکال است: «فروشنده: حسن به وکالت از علی به موجب وکالت نامه رسمی شماره ... تنظیمی دفتر خانه شماره تهران.

■ اگر طرفین معامله متعدد هستند و امکان درج نام تمامی آنها به نحو روشن و خوانا وجود ندارد ضمن ذکر مشخصات یک نفر از ایشان در محل مربوطه اعلام شود مثلاً «اسامی بقیه فروشنده گان به شرح ستون توضیحات.

■ اگر میزان مالکیت فروشنده گان متفاوت است میزان مالکیت هریک قید شود.

■ در صورتی که مورد معامله جز ماترک می باشد می بایست اصل و کپی گواهی انحصار وراثت مطالبه شود چه آنکه با ملاحظه گواهی انحصار وراثت معلوم می گردد چه کسانی وارث هستند و می توانند معامله نمایند و افزون بر آن میزان مالکیت هر یک از ایشان در گواهی مزبور معلوم گردیده است. و قابل ذکر آنکه در زمان تنظیم سند رسمی علاوه بر مدارک لازم دیگر گواهی نامه واریز مالیات بر ارث نیز ضروری است لذا در صورتی که قبلاً گواهی واریز مالیات بر ارث اخذ نشده باشد، دقت شود زمان تنظیم سند رسمی به کیفیتی تعیین گردد که وراثت بتواند گواهی نامه مربوطه را اخذ نمایند.

■ اگر خریداران متعدد هستند میزان مشارکت ایشان قید شود که مثلاً بالمنصفه یا علی السویه و ... اگر معامله به نمایندگی است قید شود مثلاً فروشنده آقای با وکالت آقای به موجب وکالت نامه تنظیمی دفتر تهران. یا فروشنده آقای با قیمومت خانم به موجب قیم نامه شماره صادره از شعبه دادگاه عمومی

■ اگر معامله با وکالت تفویضی است قید شود مثلاً: فروشنده آقای با وکالت مع الواسطه آقای به موجب وکالت نامه تفویضی شماره تنظیمی دفتر خانه شماره تهران. که در این مرحله به آخرین وکالت نامه اشاره نموده و بهتر آن است که در ظهر قرارداد به سلسله وکالت نامه ها و

محل تنظیم آنها تا وکالت نامه اول اشاره گردد.

■ در نوشتن میزان مورد معامله دقت شود مثلاً شش دانگ یا سه دانگ و با قید حروف باشد که مشکلی حاصل نشود.

■ مورد معامله را به درستی تعریف کنید مثلاً برای زمین و باغ و باغچه از واحد شمارش (قطعه) برای آپارتمان از واحد شمارش (دستگاه) و برای مغازه، خانه از واحد شمارش (باب) استفاده نمائید.

■ اگر مورد معامله دارای کاربری اداری یا تجاری می باشد قطعاً مساحت فضای اداری و تجاری قید شود.

■ اگر مورد معامله دارای خصیصه ممتاز دیگری همانند کنتور برق سه فاز می باشد مراتب در قرارداد تصریح گردد.

■ حتماً شماره پلاک فرعی و اصلی و در صورتی که سابقه تفکیک دارد شماره قطعه و بخش و شهر و منطقه ثبتی قید شود.

■ نشانی مورد معامله به طور کامل با قید خیابان، کوچه، پلاک، طبقه و شماره واحد و اینکه غربی است یا شرقی، جنوبی است یا شمالی و یا هر موقعیت دیگری که دارد قید گردد به طوری که هیچ اختلافی در تعیین مورد معامله نباشد.

■ مساحت بر طبق سند مالکیت قید شود و اگر مورد معامله اصلاحی دارد مراتب قید گردد.

■ اگر مورد معامله انباری و پارکینگ دارد شماره قطعات تفکیکی قید شود، مساحت انباری فراموش نشود.

■ توابع و لواحق مورد معامله حتی المقدور قید و تصریح شود.

■ ثمن معامله مقطوعاً به عدد و حروف و به ریال و تومان معلوم گردد.

■ سعی شود تمامی پرداخت ها به صورت چک تضمینی باشد و بهتر است این چک در وجه فروشنده و حسب تقاضای خریدار صادر شده باشد و اگر قراض است که ثمن معامله با چک شخصی پرداخت شود در متن چک به شماره قرارداد و پلاک ثبتی اشاره گردیده و در وجه فروشنده صادر و روی قسمت آورنده آن قلم خط بخورد. توصیه می شود در صورت امکان از چک های تسلیمی کپی تهیه و نگهداری شود. تمامی چک ها می بایست در حضور صادر و امضای گردند.

توجه: دارنده چک هایی که وعده دار صادر می شوند فاقد وصف کیفی بوده و اگر چک مزبور با برگشت مواجه شود، دارنده چک فقط حق وصول وجه آن را دارد و علی الاصول برگشت شدن چک خدشهای به معامله وارد نمی سازد لذا ضروری است برای تمامی پرداخت ها ضمانت اجرا تعیین نمود، مثلاً برای چک بیعانه شرط شود در صورت برگشت شدن آن، معامله منفسخ است و در خصوص سایر پرداخت ها به فروشنده حق داده شود مثلاً ظرف ۱۵ روز از تاریخ برگشت چک معامله رافسخ نماید و در این حالت ضروری است طبقه اعلام فسخ به نحو کاملاً شفاف که محل تردید و تامل نباشد تعیین گردد. به طور مثال قید شود فروشنده با ارسال «اظهار نامه» معامله رافسخ نموده و در این خصوص نیازی به اخذ مجوز یا تأییدیه از هیچ مرجعی نمی باشد.

■ اگر ثمن معامله توسط چک شخصی غیر از خریدار پرداخت می گردد، در چک ها امضای خریدار نیز اخذ گردد زیرا با تسلیم چک توسط شخص ثالث و قبول آن از ناحیه خریدار، تبدیل تعهد به اعتبار تبدیل مدیون واقع

گردیده و ذمه خریدار در قبال فروشنده بری می‌گردد و در صورت برگشت شدن چک، فروشنده تنها حق مراجعه به صادر کننده چک را داشته، لذا ضروری است در جهت حفظ حقوق فروشنده و امکان مراجعه ایشان به خریدار، مقرر نمایند که خریدار ظهر تمامی چک‌ها را امضا نماید. **چک‌ها فاقد قلم خوردگی باشد و از حیث امضا و مهر دارای شرایط قانونی پرداخت باشند.**

اگر طرفین بخواهند مورد معامله را با وام منتقل نمایند می‌بایست نهایت دقت اعمال شود و حتماً میزان اصل بدهی و میزان اقساط معوقه و تعداد و مبلغ اقساط باقیمانده و سود متعلقه و... کاملاً معلوم بوده و خواسته شود که طرفین معامله با مراجعه حضوری به بانک و اخذ پرینت بانکی تمامی مراتب فوق را تعیین و بر آن مبنا قرارداد تنظیم گردد.

در صورتی که فروشنندگان متعدد هستند همانند ورثه، در صورت تمایل متعاملین و به خصوص در صورت موافقت فروشنندگان می‌توان یک نفر از ایشان را نماینده وصول ثمن نمود و در این صورت ضروری است قید گردد که «فروشنندگان تماماً موافقت نمودند که تمامی ثمن معامله به آقای/ خانم..... پرداخت گردد و بدیهی است اگر خریدار ثمن را به نامبرده پرداخت نماید فروشنندگان حق طرح هیچ گونه ادعایی را در این خصوص علیه خریدار نخواهند داشت.»

تاریخ دقیق تحویل مورد معامله تعیین و برای تخلف فروشنده وجه التزام به صورت روزانه یا مقطوعاً تعیین شود.

ضمانت اجرای عدم حضور متعاملین به تفکیک تعیین شود، به طور مثال «اگر فروشنده در موعد مقرر حاضر نشود و یا مقدمات قانونی تنظیم سند را حاضر نماید روزانه..... ریال (یا مقطوعاً..... ریال) به عنوان خسارت تاخیر در تنظیم سند رسمی پرداخت و این خسارت بدل از اصل تعهد نبوده و فروشنده به هر کیفیت موظف به تنظیم سند رسمی می‌باشد» و در خصوص خریدار شرط شود «در صورتی که خریدار در دفتر خانه حاضر نشود و یا تمه ثمن معامله را به همراه نداشته باشد به جز در موارد فورس ماژور (سیل، زلزله، جنگ، فوت....) فروشنده حق فسخ معامله را داشته و در این صورت می‌بایست حداکثر ظرف ۱۵ روز از تاریخ عدم حضور خریدار معامله را فسخ و مراتب را به موجب یک فقره اظهارنامه اعلام و در این حالت کیفیت استرداد ثمن نیز تعیین گردد.

گواهی دفتر خانه ملاک عدم حضور تعیین گردد. توجه دارید که صدور گواهی عدم حضور صرفاً در خصوص انتقال قطعی و رسمی املاک بوده و دفاتر اسناد رسمی در زمان تعهد طرفین به انتقال و کالتی مورد معامله تعهدی به صدور گواهی عدم حضور ندارند مع الوصف به نظر می‌رسد در این حالت نیز طرفین می‌توانند به شرح لایحه‌ای مراتب حضور خود را جهت تنظیم سند و کالت اعلام نموده و درخواست نمایند که مراتب در دفتر اندیکاتور دفتر خانه ثبت گردد.

توصیه می‌شود آثار و تبعات گواهی عدم حضور و چگونگی اخذ آن برای متعاملین تشریح گردد.

اگر فروشنندگان یا خریداران متعدد هستند شرط تضامن در جبران خسارات و پرداخت وجه التزام توصیه می‌شود. چه آنکه می‌دانیم مسئولیت تضامنی خلاف قاعده بوده و در صورت وجود متن قانونی یا

شرط قراردادی امکان برخورداری از مزایای آن وجود دارد. **در جهت حفظ حقوق فروشننده توصیه می‌شود در قرارداد قید گردد که: «خریدار قبل از پرداخت تمام ثمن معامله حق انتقال و واگذاری مورد معامله را به دیگری ندارد مگر با رضایت مکتوب فروشننده در غیر این صورت خریدار و منتقل الیه هم بعدی جهت پرداخت ثمن و خسارات قراردادی در قبال فروشننده متضامناً مسئول می‌باشند.»**

در صورتی که ملک دارای پایان کار قدیمی است معلوم نمایند که آیا خریدار با همان پایان کار قبلی حاضر به انجام معامله است یا اینکه بر فروشنده شرط می‌نماید که حتماً پایان کار جدید اخذ و تنظیم سند منوط به ارائه پایان کار جدید می‌باشد؟

در صورتی که بنا به هر علتی توافق گردد که فروشننده به جای تنظیم سند رسمی، وکالت در تنظیم سند به خریدار تفویض نماید توصیه می‌شود تمامی اختیارات قانونی از فروشننده اخذ و در این خصوص ضمن مشاوره با سردفتران محترم توصیه می‌شود حداقل اختیارات «انجام تمامی معاملات و به خصوص در فروش و اجاره و رهن و... به هر شخص اعم از حقوقی و حقیقی ولو به خود... به هر مبلغ و با هر شرط و... با حق فسخ و اقاله و... و حق اخذ وجه و اجاره بها و ثمن معاملات و... با حق مراجعه به کلیه ادارات و سازمان‌ها و موسسات و شهرداری و ثبت و... با حق شرکت در کلیه کمیسیون‌ها و... مراجعه به بانک‌ها و پرداخت بدهی و فک رهن و... و با حق اقامه همه نوع دعوی با جامع اختیارات قانونی.....» (که هر یک می‌بایست تحریر گردد) با حق صدور اجرائیه و تعقیب عملیات اجرایی و اخذ وجه و سپرده و محکوم به و... با حق انتخاب و کلاهی دادگستری و عزل آنها ولو کراراً و... و با حق توکیل به غیر ولو کراراً و... و ضمن عقد خارج لازم حق عزل وکیل از موکل سلب گردد و همچنین موکل حق ضم وکیل دیگر و انجام مورد وکالت از سوی خود و انجام عمل معارض با مفاد وکالت نامه را از خود سلب و ساقط نماید و.....» اخذ گردد.

در صورتی که مورد اجاره در تصرف مستاجر باشد، نحوه تخلیه و تحویل مورد معامله معلوم و معین گردد و لازم به ذکر است که با تنظیم سند رابطه فروشنده با ملک و مستاجر قطع و تعهد فروشنده به تخلیه عین مستاجر آن هم پس از تنظیم سند اساساً فاقد اعتبار است.

توصیه می‌شود در قرارداد بابت ضمانت اجرای مستحق للغير در آمدن مورد معامله قید گردد که: «هرگاه مورد معامله مستحق للغير باشد و یا این امر بعداً محقق گردد معامله باطل و فروشنده موظف است قیمت روز مورد معامله (یوم الاداء) را با احتساب کلیه خسارات وارده به خریدار یا قائم مقام قانونی وی پرداخت نماید.»

نظر به اینکه تصرف در مورد معامله فوق العاده حائز اهمیت می‌باشد توصیه می‌شود تا زمان تسویه حساب نهایی از تسلیم آن خودداری و یا تسلیم آن منوط به پرداخت بخش اعظم ثمن معامله گردد.

توصیه می‌شود که متعاملین پس از تنظیم سند رسمی قرارداد خود را معدوم نکرده و آن را نگهداری نمایند.

خواسته شود که متعاملین کپی تمامی اسنادی که جهت انجام معامله ارائه می‌نمایند را برابر اصل نمایند. و یا حداقل در حضور شما آن‌ها را امضا نموده و جهت بایگانی نمودن به شما تسلیم نمایند.

■ توصیه می شود اکیداً (حق پشیمانی) که موجب تزلزل معامله می گردد را در قراردادها استعمال ننمایید و به همین منظور در هنگام تنظیم قرارداد به صراحت اعلام و تفهیم شود که طرفین در صورت اسقاط کافه خیارات حق فسخ معامله را نداشته مگر در موارد تخلف از شرایط قراردادی. ولیکن در صورتی که طرفین تمایل داشته باشند که حق پشیمانی و اختیار فسخ برای ایشان تعیین گردد مراتب به طور صریح و با قید زمان و مهلت در قرارداد درج گردیده و در صورتی که اعمال این حق منوط و مشروط به پرداخت وجه یا خسارتی باشد مبلغ آن نیز صریحاً مورد اشاره قرار گیرد.

■ در صورت توافق طرفین بر اینکه حق فسخ نداشته باشند بهتر است قید نمایند: «اسقاط تمامی خیارات ولو اختیار غبن فاحش حتی به اعلائی درجه آن از طرفین به عمل آمد به استثنای اختیار تدلیس»

■ از درج شروط متعارض به شدت پرهیز گردد و اگر طرفین مثلاً بر خلاف متن چایی توافقی دارند در ستون توضیحات قید شود: «طرفین ضمن حذف بند..... از متن چایی توافق نمودند که.....»

■ در زمانی که مقرر است مورد معامله با وام بانکی منتقل گردد توصیه می شود با مراجعه به بانک طرف قرارداد تمهیداتی اتخاذ گردد که سند مالکیت به نام خریدار منتقل و تضمینات تسهیلات ماخوذه نیز به نفع فروشنده تعویض گردد ولیکن در صورت عدم امکان این مهم، جهت پرهیز از سوء استفاده احتمالی خریدار، در قرارداد تنظیمی برای عدم پرداخت اقساط یا تاخیر در پرداخت اقساط وام، ضمانت اجرای قاطعی قرار داده تا خریدار مکلف باشد در مواعد مقرر به نسبت به پرداخت اقساط اقدام نماید.

■ حکمیت یا داوری عبارت است از اینکه افراد جامعه، اختلافات بین خود را توسط یک یا چند نفر معتمد، به انتخاب خود حل و فصل کنند. داوری به دو نوع اختیاری و اجباری تقسیم می شود، داوری اجباری همانند ارجاع امر به داوری در دعای طلاق است که به حکم قانون انجام می پذیرد و داوری اختیاری، آنکه طرفین قرارداد همزمان با تنظیم قرارداد و یا پس از بروز اختلاف، بنا به تمایل و خواست خود، موضوع اختلاف را به داوری ارجاع می نمایند. در صورت درج شرط داوری و حکمیت در قراردادها، محاکم، صلاحیت رسیدگی به اختلاف و صدور حکم قضایی را نداشته و موضوع را به داوری ارجاع می دهند. داوری فاقد تشریفات رسیدگی بوده و هزینه کمتری دارد، جهت جلوگیری از بروز مشکلات بعدی در صورت درج شرط حکمیت ضروری است که نام حکم تعیین و مراتب موافقت ایشان نیز اخذ گردد، تعداد داوران باید فرد باشد، افراد ورشکسته و محجور نمی توانند به عنوان داور انتخاب شوند. داوران بایستی بر طبق قوانین و مقررات، رای خود را صادر نمایند. رای صادره به طرفین ابلاغ و می بایست ظرف ۲۰ روز اجرا گردد، در غیر این صورت بنا به تقاضای ذی نفع اجرائیه صادر و رای داوری از طریق اجرای احکام دادگستری اجرا خواهد شد.

برگ سبز تخلیه - در هنگامی که طرفین قبل از تحویل مورد معامله جهت تنظیم سند انتقال قطعی ملک اقدام می نمایند، خریدار می تواند مراتب را به سردفتر تنظیم کننده قرارداد اطلاع داده و اعلام نماید که تاکنون مورد معامله تحویل ایشان نشده و در این حالت حسب تقاضا، برگه ای به امضای فروشنده خواهد رسید که به موجب آن ایشان متعهد می گردد مورد معامله را در موعد معینی تخلیه کرده و تحویل خریدار دهد. در این برگه ضمانت

اجرا و خسارات قراردادی نیز تعیین می گردد و در صورتی که فروشنده در موعد مقرر از تحویل و تخلیه ملک امتناع نماید خریدار به جای مراجعه به دادگستری و اقامه دعوی تحویل مبیع و یا خلع ید، با مراجعه به دفتر خانه تنظیم کننده سند، درخواست صدور اجرائیه جهت تخلیه مورد معامله و خسارات قراردادی را خواهد نمود، اجرائیه مذکور پس از ابلاغ از طریق دایره اجرای اسناد رسمی ادارات ثبت اسناد و املاک اجرا خواهد شد

در خصوص معامله با شرکت ها و اشخاص حقوقی ضروری است با ملاحظه اساسنامه و آخرین آگهی تغییرات مدیریتی مندرج در روزنامه رسمی بررسی گردد که چه کسانی دارای نمایندگی و حق امضای اسناد و قراردادها بوده و در صورت تنظیم قرارداد، ممهور نمودن قرارداد به مهر شرکت نیز ضروری می باشد.

هرگاه مورد معامله فاقد سند رسمی مالکیت باشد، انجام معامله دارای مخاطرات بسیار زیادی بوده چه آنکه می دانیم اولاً: تقریباً قریب به اتفاق املاک کشور ثبت شده و دارای سابقه ثبتی هستند و برابر ماده ۲۲ قانون ثبت، دولت فقط کسی را مالک می شناسد که ملک در دفتر املاک به نام ایشان ثبت شده باشد و برابر مادتين ۴۷ و ۴۸ همان قانون کلیه معاملات راجع به اموال غیر منقول می بایست به صورت رسمی انجام پذیرفته و در دفتر املاک منعکس گردند و برابر ماده ۴۸ قانون ثبت، معاملاتی که می بایست به طور رسمی منعقد می شده ولیکن با اسناد عادی انتقال یافته اند در هیچ یک از ادارات و محاکم قابلیت استناد ندارند. ثانیاً: حتی معامله املاکی که دارای سند رسمی هستند ممکن است در آینده بنا به دلایلی خاص و از جمله احراز عدم وجود شرایط اساسی صحت معامله باطل گردند و همچنین در املاکی که اسناد مالکیت آنها بر اساس مواد ۱۴۷ و ۱۴۸ قانون ثبت صادر گردیده چه بسا پس از سالیان طولانی مالکین واقعی املاک مذکور مراجعه و ضمن بطلان اسناد رسمی اخیر الذکر دعوی خلع ید و قلع و قمع بنا علیه متصرفین اقامه نمایند.

■ نظر به مراتب یادشده معامله املاکی که فاقد سابقه ثبتی بوده و یا اینکه مورد معامله دارای سند مالکیت مادر بوده و مکرراً به صورت اسناد عادی انتقال یافته اند دارای مخاطرات بیشماری بوده و بایستی خریدار بداند که هر آن و هر لحظه ممکن است مالک رسمی مورد معامله با در اختیار داشتن سند مالکیت جهت خلع ید ایشان مراجعه نماید و از این جهت مالکیت و تصرفات خریدار همواره متزلزل خواهد بود.

■ ضمن اعلام این تذکر که از انجام چنین معاملاتی می بایست پرهیز نمود لازم به ذکر می داند در صورتی که طرفین اصرار به انعقاد معامله نمایند بایستی فروشنده کلیه مبیعه نامه های قبلی ایادی ماقبل را ارائه داده و در قرارداد تنظیمی حتی الامکان به شماره پلاک رسمی اصلی ملک مورد معامله اشاره نمود و مخاطرات آن به خریدار تفهیم شده و بایستی توجه داشت که تصرف مورد معامله از اهمیت فوق العاده ای برخوردار بوده و تحویل مورد معامله به خریدار می بایست منوط به تسویه حساب نهایی گردد.

منابع: نکات حقوقی قراردادها، جلیل پورسلیم بناب، نشر عدالت

قانون مدنی

قانون ثبت

برخی نکات کاربردی سفته و ضمانت نامه

محمدرضا ایران نژاد
(مشاور مدیرعامل)



مقدمه

طرف دیگر این اسناد، بانک ها می باشند. البته لازم به ذکر است که موارد کاربرد سفته، محدود به بانک ها نیست و آحاد مردم، برای انجام امور تجاری یا به منظور ضمانت در برخی از مراودات روزمره، از سفته استفاده می نمایند. درخواست صدور ضمانتنامه بانکی از سوی مشتریان نیز برای انجام امور تجاری، شرکت در مناقصه و مزایده های دولتی و خصوصی، ارائه به برخی سازمان ها و ارگان های دولتی و خصوصی و... می باشد. لذا آگاهی از قوانین و مقررات مرتبط و برخی نکات کاربردی، ضروری به نظر می رسد. البته در این نوشتار، فقط به ذکر برخی نکات، بسنده می شود و مطالب کامل، در کتاب (مباحث کاربردی سفته، ضمانت نامه، مبارزه با پولشویی و حقوق بانکی) که به امید ایزد منان، تابستان ۱۳۹۴ به چاپ خواهد رسید، قابل بهره برداری خواهد بود.

سفته (فته طلب)

طبق ماده ۳۰۸ قانون تجارت، «فته طلب علاوه بر امضا یا مهر باید دارای تاریخ و متضمن مراتب ذیل باشد:

امروزه بانک ها و موسسات اعتباری، به منظور انجام امور بانکی مشتریان و به ویژه به هنگام اعطای تسهیلات، با سفته (به عنوان تمام یا بخشی از وثیقه) و قراردادهای داخلی (در حکم اسناد لازم الاجرا)، مواجه می باشند. پیدایش سفته در گذشته به دلیل خطر انتقال پول از جایی به جای دیگر بوده است. تجار به کمک بانک ها در معاملات خارجی و نیز داخلی خود از سفته استفاده می کردند و در برابر، کارمزدی برای صدور سفته به نام خود و دریافت مبلغ آن درجایی دیگر به بانک می پرداختند. امروزه سفته به عنوان یک سند تجاری، نقش مهمی در اقتصاد و شبکه بانکی کشور ایفا می کند. بدیهی است که استقبال نظام بانکی به این قبیل اسناد، از عوامل اساسی اعتبار و رواج آنها به شمار می رود. از سوی دیگر، بانک ها به منظور ارائه خدمات بانکی رقابتی، می بایست درخواست مشتریان برای صدور انواع ضمانتنامه را اجابت نمایند. بنابراین، یک سوی سفته، قراردادهای بانکی و ضمانتنامه ها، مشتریان و

مبلغی که باید تأدیه شود با تمام حروف؛
گیرنده وجه؛

تاریخ پرداخت.

نکته (۱): بر اساس عرف موجود، فقدان نام گیرنده وجه و تاریخ بر روی سفته، خدشه ای بر اعتبار آن وارد نمی نماید. ولی فقدان هریک از دیگر موارد اعلامی در ماده ۳۰۸ قانون تجارت، موجب سقوط اعتبار سفته به عنوان یک سند تجاری می شود.

نکته (۲): دارنده سفته مکلف است وجه سفته را ظرف مدت یک سال از تاریخ مندرج در آن، مطالبه نماید (چه در ایران صادر شده باشد چه در خارج)، در غیر این صورت، حق رجوع به ظهرنویس ها را نخواهد داشت.

نکته (۳): دعاوی راجع به سفته ای که از طرف تجار یا برای امور تجارتی صادر شده است، با گذشت ۵ سال از تاریخ صدور و اخواست و یا آخرین تعقیب قضایی، در محاکم مسموع نخواهد بود. مگر اینکه در ظرف این مدت، رسماً اقرار به دین واقع شده باشد که در این صورت، مبدأ مرور زمان از تاریخ اقرار محسوب می شود. در صورت عدم اعتراض یا وخواست، مدت مرور زمان از تاریخ انقضای مهلت اعتراض شروع می شود. اگر وجه سفته را نتوان به واسطه حصول مرور زمان ۵ سال مطالبه کرد، دارنده سفته می تواند تا حصول مرور زمان اموال منقول، وجه آن را از کسی که به ضرر او استفاده بلاجهت کرده است، مطالبه نماید.

توضیح: با دقت در نکته فوق که مستخرج از ماده ۳۱۸ قانون تجارت است، این گونه استنباط می شود که حکم این ماده مربوط به سفته هایی است که توسط تجار و برای امور بازرگانی صادر شده باشند. لذا چنانچه سفته ای برای امور غیر تجاری و توسط اشخاص غیر بازرگان صادر شده باشد مشمول این حکم نیست. برای اثبات این استدلال، می توان به دو نمونه از آرای دیوان عالی کشور به شرح زیر اشاره نمود:

حکم شماره ۲۱۱۱۲۸-۳۳۵۸-شعبه ۱: «مطابق ماده ۳۱۸ قانون تجارت مدت مرور زمان فته طلب بین تجار و در امور تجاری ۵ سال است نه مطابق اسناد و قبوض راجع به دیون که مطابق ماده ۷۴۱ قانون آئین دادرسی مدنی مدت مرور زمان آن ۱۰ سال مقرر گردیده است.»

حکم شماره ۲۰۸۲۸-۸۲۷۳-شعبه ۱: «مقصود از وضع مادتين ۳۱۸ و ۳۱۹ قانون تجارت آنست که دعوی که مستقیماً از برات و فته طلب و چک ناشی میشود یعنی دعوی دارنده برگ های مزبور و جانشین او بر قبول کننده و صادر کننده و ظهرنویس بر ظهرنویس ماقبل خود پس از انقضای مدت ۵ سال در دادگاه مسموع نیست ولی اگر کسی برگ های مزبور را به دیگری برای وصول و یا ایصال وجه آن داده یا شخصی به محال علیه وجهی برای پرداخت برات و فته طلب و چک قرض داده..... چون اشخاص مزبور از اوراق مذکوره استفاده بلاجهت نموده اند مرور زمان ۵ سال در آن جاری نیست بلکه مدت مرور زمان در این قبیل دعاوی.... همان مرور

زمان اموال منقوله است.»

برای وصول وجه سفته از ۲ طریق می توان اقدام کرد :

اجرای اسناد رسمی: سفته از اسناد لازم الاجرا و مشمول مقررات این اسناد است. لذا، در صورت عمل به وظایف قانونی، دارنده سفته می تواند علیه صادرکننده، ظهر نویس و ضامن/ضامین به اجرای اسناد رسمی واقع در اداره ثبت مراجعه و تقاضای توقیف اموال بلامعارض اشخاص فوق (که جزء مستثنیات دین نباشد) و وصول طلب خود را کند.

مراجع قضایی دادگستری: دارنده سفته می تواند با تقدیم دادخواست حقوقی علیه متعهد یا ضامین یا هر دوی آن ها، اقامه دعوا کند و در صورتی که به محکومیت قطعی صادرکننده منجر شود و اموالی از محکوم تحصیل نشود، می تواند به استناد قانون نحوه اجرای محکومیت های مالی، تقاضای بازداشت شخص محکوم را کند.

پرسش: آیا می توان روی عبارت (حواله کرد) را در سفته خط کشید؟

پاسخ: با عنایت به مواد ۳۰۸ و ۲۴۵ قانون تجارت، انتقال سفته از طریق ظهرنویسی به عمل می آید. لذا ظهرنویسی، جزء حقوقی قانونی دارنده سفته است و حقوق قانونی اشخاص را نمی توان بدون نص صرح قانون، تحدید یا سلب نمود. بنابراین مانند مقررات جاری چک، خط زدن عبارت (حواله کرد)، تأثیری در حقوق قانونی دارنده سفته برای انتقال آن به شخص ثالث، ندارد. پرسش: تکلیف سفته ای که ضامن و متعهد، جابجا امضاء کرده باشند، چیست؟

پاسخ: با عنایت به اینکه سفته، بیانگر وجود دین و بدهی متعهد در برابر دارنده یا تضمین پرداخت بدهی از سوی مشتری (در خصوص سفته های تضمین تسهیلات و تعهدات) است، می بایست به درستی تحریر و امضاء شود. لذا در صورت احراز این مورد، می بایست در اسرع وقت، اقدام به اصلاح آن نمود. در غیر این صورت، اقامه دعوا برای اخذ وجه سفته، ممکن است با مشکلات حقوقی مواجه شود. اگرچه، متعهد اصلی و ضامن/ضامین، مسئولیت تضامنی در پرداخت وجه سفته دارند.

۲- ضمانت نامه

ماده ۶۸۴ قانون مدنی اشعار می دارد: «عقد ضمان عبارت است از اینکه شخصی مالی را که بر ذمه دیگری است به عهده بگیرد. متعهد را ضامن، طرف دیگر را مضمون له و شخص ثالث را مضمون عنه یا مدیون اصلی می گویند.»

پرسش: آیا می توان دینی را که هنوز سبب آن ایجاد نشده است، ضمانت نمود؟

پاسخ: بر اساس ماده ۶۹۱ قانون مدنی، پاسخ، منفی است.

پرسش: آیا ضمانت نامه بانکی را می توان بر اساس مواد قانونی راجع به عقد ضمان، صادر نمود؟

پاسخ: همان گونه که از ماده ۶۹۱ قانون مدنی استنباط می شود،

ابلاغی از سوی بانک یا موسسه اعتباری، پذیرفته یا رد شود. لذا درج هرگونه شرطی در ضمانت نامه، بر خلاف موارد معنونه، نادیده انگاشته می شود. البته اصلح است که برای اخذ موافقت کتبی ذی نفع یا ضمانت خواه، زمان معقولی در نظر گرفته شود. لازم به ذکر است که حتی پس از قبول ذی نفع، ضامن (موسسه اعتباری) می تواند اصلاحیه را رد کند.

نکته (۵): طبق ماده (۱۹) مقررات متحد الشکل ضمانت نامه های عندالمطالبه، اگر مدرکی که در ضمانت نامه به آن اشاره نشده است ارائه شود، نادیده انگاشته می شود. همچنین لازم نیست ضامن (موسسه اعتباری)، محاسبات ذی نفع را دوباره محاسبه نماید. در خصوص لزوم وجود امضا، علامت، مهر یا برچسب بر روی مدارک ارائه شده نیز، در صورت مطابق بودن ظاهر این اسناد با شرط تعیین شده، درخواست مطالبه، منطبق تشخیص داده می شود.

نکته (۶): طبق ماده (۲۰) مقررات متحد الشکل ضمانت نامه های عندالمطالبه، چنانچه هنگام ارائه مدارک، اشاره شود که متعاقباً تکمیل خواهد شد، تا زمان تکمیل مدارک، بررسی شروع نخواهد شد. لازم به ذکر است اگر تکمیل مدارک، بعد از تاریخ خاتمه اعتبار صورت پذیرد، به چنین درخواستی، ترتیب اثر داده نمی شود؛ اگرچه بخشی از مدارک، پیش از خاتمه اعتبار، تحویل موسسه اعتباری شده باشد.

نکته (۷): طبق ماده (۲۸) مقررات متحد الشکل ضمانت نامه های عندالمطالبه، ضامن (موسسه اعتباری) هیچ گونه تعهد و مسئولیتی در مورد پیامدهای ناشی از تأخیر، مفقود شدن، نقص یا سایر اشتباهاتی که هنگام ارسال اسناد پیش می آید، ندارد.

نکته (۸): طبق ماده (۲۶) مقررات متحد الشکل ضمانت نامه های عندالمطالبه، چنانچه درخواست مطالبه ارائه و بررسی صورت پذیرفته، ولی وجهی پرداخت نشده باشد پس از پایان شرایط قهری، حتی اگر اعتبار ضمانت نامه خاتمه یافته باشد باید پرداخت صورت پذیرد (البته در صورت مطابق بودن درخواست). در حالت دیگر، اگر درخواست، ارائه شده ولی بررسی صورت نپذیرفته باشد؛ موسسه اعتباری باید پس از بازگشایی مجدد و اتمام شرایط اضطراری، بررسی را طبق زمانبندی تعیین شده، انجام و در صورت مطابق بودن درخواست، وجه درخواستی را پرداخت نماید.

نکته (۹): طبق ماده (۳۴) مقررات متحد الشکل ضمانت نامه های عندالمطالبه، قانون حاکم بر ضمانت نامه، قانون محل شعبه یا اداره ضامن (موسسه اعتباری) است، مگر اینکه در ضمانت نامه، طور دیگری مقرر شده باشد.

نکته (۱۰): بر خلاف تصور برخی، ضمانت نامه حسن انجام (اجرای) کار و ضمانت نامه حسن انجام تعهد، با یکدیگر متفاوت می باشد. در واقع، ضمانت نامه حسن انجام تعهد، در حین اجرای کار و پروژه توسط پیمانکاران، موضوعیت دارد، اما ضمانت نامه حسن انجام کار، پس از اتمام پروژه و به منظور تضمین کیفیت کار تا مدتی معین، موضوعیت پیدا می نماید.



ضمانت نامه بانکی را نمی توان در قالب مواد قانونی مرتبط با عقد ضمان مندرج در قانون مدنی صادر نمود. زیرا در زمان صدور برخی از انواع ضمانت نامه، هنوز سبب دین، ایجاد نشده است. تنها استناد قانونی برای صدور ضمانت نامه های بانکی، ماده ۱۰ قانون مدنی می باشد.

ضمانت نامه بانکی: سندی است که به موجب آن، موسسه اعتباری یا بانک به طور غیر قابل برگشت متعهد می شود به محض اعلام و مطالبه هر میزان از وجه مندرج در آن توسط ذی نفع، با رعایت مفاد دستورالعمل ناظر بر ضمانت نامه بانکی (ریالی)، وجه مطالبه شده را به ذی نفع پرداخت نماید.

نکته (۱): به موجب ماده (۴) مقررات متحد الشکل ضمانت نامه های عندالمطالبه، ضمانت نامه زمانی صادر شده تلقی می شود که از کنترل ضامن خارج شود. یعنی بانک یا موسسه اعتباری، آن را ابلاغ و در اختیار ذی نفع قرار دهد. لذا باید توجه نمود که ضمانت نامه صادره، غیر قابل بازگشت و معتبر است.

نکته (۲): طبق ماده (۷) مقررات متحد الشکل ضمانت نامه های عندالمطالبه، در صورت عدم امکان احراز تحقق شرط مندرج در ضمانت نامه، ضامن، آن شرط را نادیده خواهد گرفت که این موضوع، در دستورالعمل ابلاغی بانک مرکزی نیز به درستی اشاره شده است.

نکته (۳): طبق ماده (۸) مقررات متحد الشکل ضمانت نامه های عندالمطالبه، اصلح است زبانی که مدارک مشخص شده و در ضمانت نامه باید به آن زبان باشد نیز مشخص شود.

نکته (۴): طبق ماده (۱۱) مقررات متحد الشکل ضمانت نامه های عندالمطالبه، اگر اصلاحیه ای بدون رضایت ذی نفع صادر شده باشد، برای وی الزام آور نیست و ذی نفع می تواند تا وقتی که قبول اصلاحیه را اعلام ننموده است، هر زمان آن را رد نماید. همچنین بر اساس همین ماده، پذیرش بخشی از اصلاحیه توسط ذی نفع، به منزله رد آن تلقی می شود. بنابراین، می بایست تمام مفاد اصلاحیه

ساحه خيال

غروب تاک

محمود رحمانی رنانی
(رئیس شعبه اصفهان)

در غروبی زیبا
در میان باغی
شاخه تاک کهنسال به گلها می گفت :
که منم دختر دردی کش این گلبن سبز
منم آن دلشده یار همه دلشدگان
خون من داروی درد همه عشاق است
سبب شور و نشاط چمن این باغ است
باغبان فرتوت ، که گذر میکرد از محور بالا دست
این سخن چون بشنید ،
گفت ای بی خرد ، ساده دل باده بدوش
داد و فریاد مکن ، این همه بیهوده مجوش ، ناز کم کن ، مخروش
این رجز خوانی تو ، خود دلیلی است ز نادانی تو
بارها از سر صدق ، با تو گفتم که خود از شهد سبوت ، نه بنوش
که چنین مست شوی
فارغ از خویش شوی ، نیست شوی ، پست شوی
چه بسا آدمیانی که شدند از می نابت سر مست
وز سبوت سیراب
و شکستند همه عهد و وفا
و بریدند طناب الفت
همه از حسن می و لطف و صفایت گفتمی ، عیب می نیز بگو
شاخه ی تاک که این طرفه سخن ها بشنید
در دل خود لرزید
و زبانش بگرفت
رنگ چشمانش نیز ، به سپیدی گردید
و چنان گشت خمار
و شد از خود بیزار
که دگر در گلشن
چمن و لاله ندید

۷ سین سامان



مدیریت تحقیقات، برنامه ریزی و بودجه



مدیریت مشتریان ویژه



مدیریت بهبود و کیفیت



مدیریت روابط عمومی و ارتباط با مشتریان



کریم خان



امین حضور



میدان نبوت



اراک



گرگان



خانه اصفهان



مرکزی



سجاد مشهد



ساری



قزوین



توحید کرج



زاینده رود اصفهان

شعرهای سامانی

احسان فارغ دفاعی
(متصدی امور بانکی شعبه بلوار کشاورز)

در رسم رسوایی ما گر طالب دردی درآ
اینجا بجز تیر بلا ، هدیه نمی آید تو را
آمد نگارم عشوه گر، کارم دگر آمد به سر
وای از من خونین جگر! رحمی نما رحمی نما
اشک از مژه ام چون می رود، مانند جیحون می رود
جیحون چه پر خون می رود... ای بی وفا ای بی وفا
آن تُرک جانان آمده، قتال میدان آمده
از خاطر جان آمده، اینک بیا! اینک بیا!
گیسو چو باز می کند، چشم نماز می کند
او را که ناز می کند، یا رب ثنا! یا رب ثنا!
جانم به لب آمد خدا! زان دلبر بی اعتنا
گفتا مکش دست از دعا، آید ندا، آید ندا
دل بنده ی رویش شود، محرابم ابرویش شود
کی کعبه ام کویش شود، سویش کنم تا اقتدا؟
بس ناز یارش می کند زاری سیاوش می کند
جانش در آتش می کند آن مه لقا، آن مه لقا
آرام جان آسای من، زلفت غم شب های من
ای ماتمت دنیای من، دوری چرا؟ دوری چرا؟

راز شب

شهاب فرجی جوفقانی
(متصدی امور بانکی شعبه حافظ اصفهان)

در دل شب راز است....
رازی از جنس سکوت! راز بی پایانی که پر از لمس
غریبانه عشقست انگار....
سینه ام سنگینست! غرق فریادم من! حنجره ، پنجره
ایست رو به دریای خیال!
در خیالم ماهیست! ماه من حال غریبی دارد....
حس دوری از او غم بی پایانیست...
ماه من در دل من ، نقش عمیقی دارد... ماهم انگار
تویی!!! روشن بی پایان....
تا ابد در دل من ، تا ته عشق و جنون ، همچو دیروز
و هنوز ، همچو موجی از نور ،
غرق نورانیت و سادگی عشق بمان...

به سمت تو

محسن نخعی
(معاون آصف)

من درد مانده ام که تو درمان کنی مرا
عیب عیان شدم که تو پنهان کنی مرا
یک عمر بی نشانیم از عافیت که نیست
من باز می رسم که تو هجران کنی مرا
با من هزار بال کبوتر به سمت توست
ای گنبد طلا که تو مهمان کنی مرا
آن خالقی که خلق مرا شاعرانه کرد
در من دمید جان که تو بی جان کنی مرا
دی شیخ با چراغ همی گشت گرد شهر
من دیو گشته ام که تو انسان کنی مرا
شعرم اگرچه در خور شمس الشموس نیست
من کفر گفته ام که تو ایمان کنی مرا

اسماعیل خورشیدی
(کارمند اداری شعبه مرکزی)

با تو می گویم ...
ای همراه !!!
ای هم سرنوشت !!!
هر دومان حیران بازی های دوران های زشت
شعرهایم را نوشتی ...
دست خوش ، اشک هایم را کجا خواهی نوشت

دلدادگی

فرامرز همتی
(کارشناس امور بازرسی)

روزگاریست که دل در پی دلدار روان است هنوز
در پی عاقبت فرغت یار است هنوز
شامگاهان به دم روح نواز مهتاب
تا سحر در طلب دقه ی در، چشم براه است هنوز
شاهد آن لحظه بدرود که با آه و فغان
اشک من تا به کنون در فوران است هنوز
مرهم اشک اگر سرد کند این دل عصیان گر را
دل من خون به جگر بی تب و تاب است هنوز
چه بگویم که چه کردست غم هجران
به فدایت همه جان و همه تن در هیجان است هنوز
شیر بی یال دُم در پس معرکه این گرگان
گر به فریادم برسی شیر، ژبان است هنوز
ساقی امشب اگرم باده ی می بر لب نیست
بر لب جام دلم خون جگر در جَرّیان است هنوز
غرقه در حسرت دیدار مهت ای جانا
همه سو بحر شرر در قلیان است هنوز
دم اگر این دم و دل اگر این درمان است
دم به دم این دل من مویه کنان در صَرّیان است هنوز
سر به راهت اگر این دم بنهم باکی نیست
دل من تا به ابد دلنگران است هنوز
خوشبحال تو که خوشحالی و نیست تو را غم در دل
کار من سجده غم بر حرم کلبه احزان است هنوز

مشتری مداری و ارائه خدمت در این بانک موجب تعجب من گشته بود

حسین حبیبی
(خبرنگار اجتماعی ماهین نیوز)

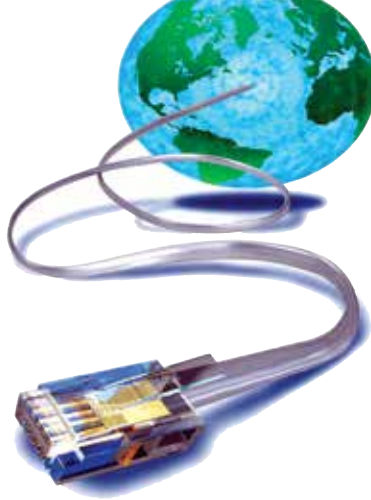


۱ ایران است.

ریاست شعبه: آقای میرزاخانی / معاونت شعبه: خانم زینب فرحی / کارشناس الکترونیک: آقای سید عرفان رسول زاده / کارشناس تسهیلات: آقای علی واقعی / کارشناس بانک و بیمه: خانم بهاره هادی قره / متصدیان امور بانکی: آقایان رضا ارشادی فر، سعید الفت اغمیونی، حسین خمیده‌ی، علیرضا فلاحی، بهرام ایزدی، مسعود شرفی، محسن حسن نژاد و خانم نگین شفاف / کارمند اجرایی: آقای نقی ساوری / کارمند خدماتی: جواد نقابی امید است طرح پیشنهادی موجب تعالی ارائه خدمت و مشتری مداری هرچه بیشتر از طرف کارمندان شعبه مربوطه شد.

در بانک سامان روی صندلی کنار مشتریان و کلر بانک منتظر نشسته بودم. با کمال تعجب می‌دیدم که مشتریان بانک یکی پس از دیگری کارهای بانکی خود را انجام داده و می‌رفتند. مشتری مداری و ارائه خدمت در این بانک موجب تعجب من گشته بود. اگر بزرگنمایی نباشد این بانک شاید نخستین شعبه‌ای بود که با چنین سرعت عمل و بدون فوت وقت در امر خدمت رسانی به مردم نهایت تلاش را داشت. به وضوح دیدم که ریاست شعبه در برخی موارد همراه کارمندان جهت تسریع در امور به مردم یاری می‌رساند. این بانک، بانک سامان واقع در یافت آباد شرقی، بازار میل شماره

اخبار



کسب تقدیرنامه دو ستاره تعالی سازمانی توسط سامان ماهواره



گروه ارتباطات ماهواره‌ای سامان موفق به کسب تقدیرنامه دو ستاره تعالی سازمانی شد. به گزارش اداره روابط عمومی بانک سامان، حسین علیزاده مدیرعامل گروه ارتباطات ماهواره‌ای سامان ضمن اعلام این خبر، گفت: با تلاش مدیران و کارشناسان شرکت و حضور مستمر در جلسات خودارزیابی، تدوین اظهارنامه و انجام ارزیابی، با تایید کمیته داوران جایزه ملی تعالی، در نخستین سال حضور موفق به دریافت تقدیرنامه دو ستاره تعالی سازمانی شدیم. مدیرعامل گروه ارتباطات ماهواره‌ای سامان تصریح کرد: در مراسم پایانی دوازدهمین دوره همایش جایزه ملی تعالی سازمانی که با حضور محمدرضا نعمت‌زاده وزیر صنعت، معدن و تجارت برگزار شد، تقدیرنامه دو ستاره تعالی به شرکت اعطا شد. علیزاده گفت: جایزه ملی تعالی سازمانی از معتبرترین و جامع‌ترین ارزیابی‌های ملی در کشور است و عملکرد سازمان‌هایی که در فرآیند دریافت جایزه شرکت می‌کنند، بر اساس معیارهای تعالی مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. وی افزود: این شرکت علاوه بر کسب عنوان برترین شرکت SAP در ۴ دوره جشنواره فاوا، به‌عنوان نخستین و تنها شرکت SAP به این سطح تعالی دست یافته است.

با #۷۲۴* با هر سوتی پولدار می شوید



از ۱۷ اسفند ماه به مدت ۲ ماه، با هر سوتی پولدار می شوید. به گزارش روابط عمومی شرکت پرداخت الکترونیک سامان، جشنواره #۷۲۴* با عنوان با هر سوتی پولدار می شوید، از ۱۷ اسفند ۹۳ تا ۱۷ اردیبهشت ۹۴ برگزار می‌گردد. این جشنواره مخصوص افرادی است که از خدمات #۷۲۴* استفاده می‌کنند. در این طرح تشویقی، به ازای هر بار فعالیت کاربر در سامانه #۷۲۴*، مبلغی پول نقد در حساب وی ذخیره می‌شود که در صورت برنده شدن معادل مبلغ ذخیره شده در بازه‌های زمانی روزانه، هفتگی و پایان جشنواره به برندگان اهدا می‌گردد. کاربران با هر بار خرید شارژ، دریافت موجودی و پرداخت قبض می‌توانند مبلغ ۱۰۰ هزار ریال در حساب خود ذخیره کنند. ورود به عنوان کاربر جدید، شرکت در نظرسنجی، تکمیل پروفایل کاربری بر روی سایت و گذشت هر ماه از عضویت از دیگر فعالیت‌هایی است که به ازای آنها کاربران می‌توانند موجودی حساب را در مدت زمان برگزاری جشنواره افزایش داده و شانس خود را برای برنده شدن بیشتر کنند. در این جشنواره هر روز یک برنده به قید قرعه، هر هفته یک برنده برتر و ۳ برنده به قید قرعه و برترین برنده در پایان جشنواره معادل ریالی مبلغی که به عنوان امتیاز در حساب خود ذخیره کرده‌اند را به عنوان جایزه دریافت می‌کنند. جوایز دیگری نیز به عنوان سورپرایز و برای غافلگیری کاربران در نظر گرفته شده است. علاقه‌مندان جهت کسب اطلاعات بیشتر می‌توانند به نشانی اینترنتی www.724sep.ir مراجعه کرده و یا با شماره گیری کد #۷۲۴* وارد منوی جشنواره شوند.

#۷۲۴*، حامی برنامه تلویزیونی خندوانه



از ۳۱ فروردین، سری جدید برنامه پرمخاطب خندوانه به کارگردانی و اجرای رامبد جوان، با حمایت #۷۲۴* بر روی آنتن شبکه سراسری نسیم خواهد رفت. بر این اساس، به مدت ۵۰ شب، ۷۲۴ با هدایا و پیام های آموزشی خود میهمان مخاطبین این برنامه خواهد بود. برنامه خندوانه هر شب ساعت ۲۲ از شبکه نسیم پخش می شود.

حمایت بانک سامان در تأمین بخشی از هزینه های نگهداری فرزندان بنیاد خیریه سپهر



بانک سامان در راستای پیشبرد اهداف خیرخواهانه اش توانست تأمین بخشی از هزینه های نگهداری و سرپرستی فرزندان سپهر و همچنین عیدی فرزندان آن خیریه را یاری رساند.

بنیاد خیریه سپهر به عنوان یک مؤسسه غیر انتفاعی، غیر سیاسی و غیر تجاری بعد از زلزله تأسیس بار بم در پنجم دیماه ۱۳۸۲ به منظور خدمت رسانی به بخشی از آسیب دیدگان زلزله پس از دریافت پروانه تاسیس برای فعالیت در سطح کشور از سازمان بهزیستی تاسیس شد و در خرداد ماه ۱۳۸۳ در اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیرتجاری تهران تحت شماره ۱۶۶۸۳ به ثبت رسید و همچنین بخش عمده فعالیت های بنیاد خیریه سپهر در شهرستان بم و حومه آن متمرکز می باشد. درحال حاضر بنیاد خیریه سپهر در بخش های زیر فعالیت می کند:

- نگهداری و سرپرستی فرزندان سپهر
- حرفه آموزی، اشتغال و توانبخشی مصدومین ضایعه نخاعی و معلولین جسمی و حرکتی
- حرفه آموزی و اشتغال زنان سرپرست خانوار و دختران خود سرپرست
- نگهداری و مراقبت سالمندان تنها
- آموزش، توانبخشی و حرفه آموزی نوجوانان معلول ذهنی
- آموزش و توانبخشی خانواده و کودکان ناشنوا و کم شنوا
- مدیریت کلینیک مددکاری اجتماعی

شماره حساب خیریه سپهر در بانک سامان: ۸۰۱-۸۱۰-۲۳۶۵۲۱-۱

آدرس سایت خیریه سپهر: www.sepehrcharity.com



ایجاد امکان درخواست افتتاح حساب در وبسایت بانک سامان

بانک سامان با هدف گسترش خدمات بانکداری الکترونیک و سرعت بخشیدن به ارائه خدمات در شعب، امکان افتتاح حساب از طریق وبسایت را فراهم کرد.

به گزارش اداره روابط عمومی بانک سامان، دکتر رضا آقابابایی معاون بانکی با اعلام این خبر گفت: این خدمت جدید، برای کاهش نیاز مشتریان به مراجعه به شعب، کاهش زمان انتظار مشتریان و تسهیل در استفاده از خدمات بانکی ایجاد شده است.

آقابابایی گفت: این خدمت، نخستین مرحله شناسایی و تعریف مشتری در بانک است و تمام اشخاص حقیقی که تاکنون در بانک سامان به عنوان مشتری تعریف نشده اند می توانند از آن بهره مند شوند.

معاون بانکی بانک سامان درباره چگونگی بهره مندی مشتریان از این خدمت تصریح کرد: برای افتتاح حساب، متقاضیان می توانند فرم الکترونیکی مشتریان حقیقی را از وبسایت بانک سامان، بخش دستیار بانکی تکمیل و کد رهگیری دریافت کنند.

آقابابایی افزود: پس از تکمیل فرم مربوطه، فرایند افتتاح حساب متقاضیان با مراجعه به یکی از شعب بانک سامان در سراسر کشور، به سرعت انجام می شود.

علاقه مندان برای اطلاع از جزئیات بیشتر این خدمت و سایر خدمات بانک سامان، می توانند به شعب بانک در سراسر کشور مراجعه کنند یا با مرکز سامان ارتباط با شماره تلفن ۰۲۱-۶۴۲۲ تماس بگیرند.

ساعت کار شعب بانک سامان در بهار و تابستان ۹۴

ساعت خدمات رسانی شعب بانک سامان در نیمه نخست سال ۱۳۹۴ اعلام شد. به گزارش اداره روابط عمومی بانک سامان، عباس جناب مدیر امور شعب در این باره گفت: شعب بانک در استان های تهران، البرز، قم، اصفهان، فارس، قم، آذربایجان شرقی و خراسان رضوی در ۶ ماه آینده، در روزهای شنبه تا چهارشنبه از ساعت ۸ تا ۱۶ و روزهای پنجشنبه از ساعت ۸ تا ۱۳ آماده ارائه خدمات بانکی خواهند بود. شعبه هایپراستار تهران نیز به صورت ویژه، از شنبه تا چهارشنبه از ساعت ۸ تا ۱۸ و پنجشنبه از ساعت ۸ تا ۱۳ در خدمت مشتریان خواهد بود. مدیر امور شعب بانک سامان گفت: شعب سایر شهرستان ها و مناطق آزاد اروند و قشم بانک سامان هم در بهار و تابستان ۹۴، شنبه تا چهارشنبه از ساعت ۷،۳۰ تا ۱۴ و روزهای پنجشنبه از ساعت ۷،۳۰ تا ۱۳ ارائه خدمت خواهند کرد.

باجه های عصر این شعب نیز از ساعت ۱۷ تا ۱۹ فعال خواهند بود. وی خاطرنشان کرد: بر اساس این گزارش، شعبه بانک سامان در منطقه آزاد کیش در نیمه نخست سال در روزهای شنبه تا چهارشنبه از ساعت ۷،۳۰ تا ۱۴ و در باجه عصر از ساعت ۱۷،۳۰ تا ۱۹،۳۰ ارائه خدمت می کند. این شعبه روزهای پنجشنبه نیز از ساعت ۷،۳۰ تا ۱۳ فعال است. جناب افزود: شعبه فرودگاه بین المللی امام خمینی (ره) و واحد CIP نیز همانند دیگر ایام سال، به صورت ۲۴ ساعته در خدمت هموطنان است. گفتنی است، مرکز سامان ارتباط با شماره ۰۲۱-۶۴۲۲ در تمام ساعات شبانه روز، آماده پاسخ گویی و ارائه خدمات لازم به مشتریان است.

شعب	شنبه تا چهارشنبه	باجه عصر	پنجشنبه ها
استان های تهران، البرز، قم، فارس، اصفهان، آذربایجان شرقی و خراسان رضوی	۸ تا ۱۶	-	۸ تا ۱۳
شعب شهرستان ها، مناطق آزاد قشم و اروند	۷،۳۰ تا ۱۴	۱۷ تا ۱۹	۷،۳۰ تا ۱۳
شعب منطقه آزاد کیش	۷،۳۰ تا ۱۴	۱۷،۳۰ تا ۱۹،۳۰	۷،۳۰ تا ۱۳
شعبه هایپراستار تهران	۸ تا ۱۸	-	۸ تا ۱۳
شعبه فرودگاه امام خمینی (ره) و باجه CIP			۲۴ ساعته

آزمایشگاه مرکز طبی کودکان تهران با کمک بانک سامان مجهز به دستگاه های پیشرفته شد



بانک سامان در راستای پیشبرد اهداف انسان دوستانه اش آزمایشگاه تخصصی مرکز طبی کودکان تهران را مجهز به دستگاه های پیشرفته به منظور درمان کودکان مبتلا به بیماری «عفونت خون» و «نقص ایمنی اولیه» کرد.

پیش از این به علت نبود آزمایشگاه تخصصی در این مرکز نمونه های خون این کودکان به خارج از کشور فرستاده می شد که تشخیص ژنتیکی نوع بیماری، بین ۶ تا ۱۲ ماه زمان می برد و متأسفانه به علت پیشرفت بیماری این طولانی شدن فرایند درمان موجب مرگ کودکان می شد.

اما خوشبختانه اکنون با خرید ۳ دستگاه میکروسکوپ معکوس، هود ایمنی بیولوژیک و انکوباتور برای آزمایشگاه تخصصی و فوق تخصصی نقص ایمنی توسط بانک سامان در بیمارستان مرکز طبی کودکان آزمایش های تشخیصی و ژنتیکی برای این کودکان رایگان می شود.

انتظار می رود که با تجهیز کامل این آزمایشگاه دیگر نیاز نباشد که نمونه خون های این کودکان برای تشخیص به خارج از کشور فرستاده شود و مدت زمان تشخیص ژنتیکی بیماری بین ۶ تا ۲ ماه کاهش می یابد.

در ادامه آزمایشگاه مرکزطبی کودکان تهران توضیحاتی برای شناخت هر چه بیشتر با منشأ و تشخیص اولیه این بیماری ها ارائه کرده است:

نقص ایمنی اولیه چیست ؟

نقایص ایمنی اولیه به بیماری هایی گفته می شود که در آن سیستم ایمنی بدن فاقد اجزای اصلی و ضروری خود جهت دفاع در مقابل عوامل خارجی و عفونت ها می باشد. این نقص یک نقص ژنتیکی است و از این طریق می تواند از نسلی به نسل دیگر انتقال داده شود. این مسئله به این معنا است که افراد مبتلا به نقص ایمنی اولیه با شرایطی به دنیا می آیند که به سختی می توانند با عفونت ها مبارزه کنند و این افراد دچار یک عفونت پس از دیگری می شوند. علاوه بر این که عفونت های طولانی، شدید و غیر قابل تحمل در این بیماران می تواند باعث آسیب های بافتی شود، در موارد شدیدتر حتی این عفونت ها می توانند موجب مرگ بیمار شوند.

اما همه نقص های ایمنی ارثی شدید نیستند، تعداد کمی از آنها بلافاصله پس از تولد نوزاد ظاهر می شوند. بیشتر آنها در سال های اول زندگی تشخیص داده می شوند و سایر انواع آن تا زمانی که فرد به سن نوجوانی یا بزرگسالی برسد ممکن است بروز نکند و این مسئله می تواند تشخیص بیماری را مشکل کند، خصوصاً هنگامی که علائم، ساده تر و غیرمعمول باشند.

تشخیص

گاهی نشانه ها و علائم بیماری های نقص ایمنی اولیه بسیار واضح هستند و تشخیص معلوم است ولی در اکثر موارد علائم واضح

نیست. کارشناسان تخمین می زنند در حدود نیمی از کودکانی که به دلیل عفونت های مکرر به پزشک مراجعه می کنند طبیعی هستند.

۱۰ علامت برای تشخیص نقص ایمنی اولیه :

- ۸ بار یا بیشتر عفونت گوش در یک سال
 - ۲ یا بیشتر عفونت سینوسی شدید در یک سال
 - ۲ ماه یا بیشتر مصرف آنتی بیوتیک بدون تاثیر کافی و لازم
 - ۲ یا بیشتر پنومونی در یک سال
 - از دست دادن وزن و یا عدم رشد طبیعی در کودک
 - آبسه های عمیق و مکرر در پوست
 - برفک (عفونت قارچی) و طولانی مدت در دهان و یا روی پوست بعد از یک سالگی
 - نیاز به آنتی بیوتیک های تزریقی برای درمان کامل عفونت ها
 - ۲ یا بیشتر عفونت های شدید و عمقی در یک زمان مانند مننژیت، استئومیلیت، سلولیت
 - وجود تاریخچه فامیلی از نقص ایمنی اولیه
- گفتنی است، این مرکز در تهران انتهای بلوار کشاورز، خیابان دکتر قریب، جنب بیمارستان امام خمینی، بیمارستان تخصصی و فوق تخصصی مرکز طبی کودکان واقع شده و تلفن های مرکز ۶۶۹۳۸۵۴۵ و ۶۶۹۰۵۵۵۳ است.

در ضمن، آدرس سایت مرکز نامبرده www.rcid.tums.ac.ir است.

اولین قرعه کشی طرح تشویقی خدمات مسافرتی ویژه سامانیان

اولین جلسه قرعه کشی با حضور نماینده مدیریت امور بازرسی در تاریخ ۴ بهمن ماه ۹۳ در محل مدیریت امور مشتریان ویژه ساختمان عاطفی با جزییات ذکر شده در جداول زیر برگزار گردید.

قرعه کشی در یک نوبت و برای ۲ نفر از مشتریان واجد شرایط برگزار شد برای و هر کدام از برندگان میزان ۵۰ میلیون ریال اعتبار به مدت یکسال از تاریخ قرعه کشی به منظور استفاده از خدمات بیمه ای و مسافرتی مرکز رزرو سامان در نظر گرفته شد.

ردیف	نام و نام خانوادگی	نام پدر	شماره مشتری	گروه مشتری	میزان امتیاز کسب شده	بازه امتیازی	عدد برنده
۱	مهدی علی عباس شهیر	جواد	۱۱۳۱۹۷۱	ویژه	۴۴۷	۴۴۷-۱	۶۱
۲	شیرین سیاوشی	سیاوش	۲۶۲۴	خاص	۷۴	۲۶۳۴-۲۵۶۱	۲۵۸۹

راه اندازی سامانه استعلام ضمانت نامه های صادره بانک سامان

با هدف گسترش خدمات بانکداری الکترونیک و افزایش رضایت مندی مشتریان، سامانه استعلام ضمانت نامه های صادره توسط بانک سامان از طریق وبسایت و بدون نیاز به مراجعه حضوری راه اندازی شد.

به گزارش اداره روابط عمومی بانک سامان، دکتر رضا آقابابایی معاون بانکی با اعلام این خبر گفت: در این خدمت، ذی نفعان ضمانت نامه های صادره توسط شعب بانک سامان می توانند با تکمیل اطلاعات درخواستی در سایت، از اصالت ضمانت نامه صادره و مفاد آن از جمله مبلغ ضمانت نامه، تاریخ اعتبار و تعهدات بانک اطمینان حاصل کنند.

معاون بانکی بانک سامان درباره چگونگی استفاده مشتریان از این خدمت تصریح کرد: برای استفاده از این خدمت، ذی نفعان ضمانت نامه ها می توانند فرم استعلام ضمانت نامه را از وبسایت بانک سامان، بخش دستیار بانکی تکمیل و اطلاعات ضمانت نامه صادره را مشاهده کنند. علاقه مندان برای اطلاع از جزییات بیشتر این خدمت و سایر خدمات بانک سامان، می توانند به شعب بانک در سراسر کشور مراجعه کنند یا با مرکز سامان ارتباط با شماره تلفن ۰۲۱-۶۴۲۲ تماس بگیرند.

تسهیلات ویژه خرید خودرو به مشتریان برتر بانک سامان



بانک سامان در راستای گسترش خدمات خود برای مشتریان خاص و ویژه، تسهیلات ویژه خرید نقدی و اقساطی خودرو ارائه می کند.

به گزارش اداره روابط عمومی بانک سامان، رضا حیدری مدیر مشتریان خاص و ویژه ضمن اعلام این خبر تصریح کرد: در خدمت خرید خودرو، بانک سامان به عنوان واسطه میان خریداران خودرو و فروشندگان آن، فرآیند خرید خودرو را با پرداخت تسهیلات، صدور ضمانت نامه، تبادل مدارک و قراردادهای طرفین و غیره تسهیل می کند.

به گفته حیدری، حداکثر مبلغ تسهیلات قابل اعطاء معادل ۷۰ درصد بهای خودرو تا سقف یک میلیارد ریال است.

وی گفت: سند مالکیت خودروی خریداری شده به نام مشتری صادر خواهد شد و نزد بانک یا شرکت فروشنده تهرین

نمی شود. ضمن اینکه اعطای این تسهیلات مشمول هزینه کارشناسی نمی شود.

مدیر امور مشتریان خاص و ویژه بانک سامان اظهار داشت: علاقه مندان به کسب اطلاعات بیشتر می توانند به بانکدار ویژه مستقر در شعب مراجعه کنند یا با شماره ۲۲۶۶۲۱۰۵ داخلی ۱۱۱ و ۱۱۷ تماس بگیرند.

قرعه کشی نظرسنجی بازی های رایانه ای بانک سامان

قرعه کشی نظرسنجی بانک سامان درخصوص نگرش جامعه به بازی های رایانه ای برگزار شد. به گزارش اداره روابط عمومی بانک سامان، مرتضی حسینی نژاد مدیر تحقیقات و برنامه ریزی بانک سامان ضمن اعلام این خبر، درخصوص این نظرسنجی اظهار داشت: یکی از اهداف اصلی بانک سامان از زمان تأسیس تاکنون، ارائه محصولات و خدماتی متناسب با فناوری و نیاز روز مشتریان است و براین اساس، به طور مستمر نسبت به بررسی و شناخت نیازهای گروه های مختلف مشتریان اقدام می کند.

وی افزود: در این راستا برای طراحی محصولات جدید در حوزه گروه های سنی نوجوان و جوان، نظرسنجی از طریق وبسایت بانک، در ارتباط با میزان و نحوه استفاده این گروه ها از بازی های مبتنی بر کارافزارهای گوشی های هوشمند، طی ۳ ماه گذشته انجام شد.

مدیر تحقیقات و برنامه ریزی بانک سامان ضمن تشکر از تمام کسانی که در این نظرسنجی شرکت و بانک را در راستای ارائه بهتر خدمت یاری کردند گفت: با پایان این نظرسنجی، میان تمام شرکت کنندگان قرعه کشی انجام شد که به قید قرعه به ۱۰ نفر برگزیده کارت هدیه ای به ارزش یک میلیون ریال اهدا می شود.

اسامی نفرات برگزیده به شرح زیر است:

ابراهیم فکرآزاد - ستار حاجی رضا - یوسف امینی یکتا- امیرحسین محمدی کوهساره- خشایار لشگری - علی رضایی- مرضیه دوستی زاده مهویزانی- غلامعلی اکبری- سیدمحمد صالح مداح- محمد فرمانی خواجوی

نرخ حق الوکاله بانک سامان ۲/۵ درصد تعیین شد

هیئت مدیره بانک سامان، نرخ حق الوکاله سال ۱۳۹۴ را معادل ۲/۵ درصد تعیین کرد. به گزارش اداره روابط عمومی بانک سامان، هیئت مدیره بانک در مصوبه ای، نرخ حق الوکاله به کارگیری سپرده های سرمایه گذاری مدت دار برای سال ۱۳۹۴ را معادل ۲,۵ درصد (دو و نیم درصد) اعلام کرد.

دیدار بازرگانان عمانی با مدیر عامل بانک سامان



هیئت تجاری، بازرگانی کشور عمان به همراه سفیر این کشور در ضیافت ناهار بانک سامان شرکت و با سیداحمد طاهری مدیرعامل بانک سامان دیدار و گفت و گو کردند.

به گزارش اداره روابط عمومی بانک سامان، در این ضیافت که با حضور رییس و ۵۷ نفر از اعضای اتاق بازرگانی عمان ازجمله مدیران تعدادی از بانک های این کشور برگزار شد، طرفین به بحث و تبادل نظر درخصوص گسترش همکاری های دوجانبه پرداختند. براساس این گزارش، این هیئت، شامل ۶۰ شرکت و گروه بزرگ اقتصادی عمان در زمینه های مالی و بانکی، بازرگانی، نفت و گاز، حمل و نقل و صنعت و معدن بود که در راستای توسعه روابط اقتصادی به ریاست سعید بن صالح الکیومی رئیس اتاق بازرگانی و صنایع عمان به کشورمان سفر کرد. گفتنی است، حجم مبادلات تجاری دو کشور در حال حاضر ۳۳۷ میلیون ریال عمان (معادل ۸۷۷ میلیون دلار) است.

اسامی برندگان چهارمین قرعه کشی سپرده وین بانک سامان اعلام شد

چهارمین دوره قرعه کشی سپرده وین بانک سامان با حضور نماینده بانک مرکزی و مدیران ارشد بانک انجام شد. به گزارش اداره روابط عمومی بانک سامان، در این قرعه کشی همچون ۳ دور گذشته، اسامی برندگان خوش شانس ۱۵ جایزه ۱۵۰ میلیون ریالی و ۱۰۰ جایزه ۵ میلیون ریالی در مجموع به ارزش ۲۷۵ میلیون تومان مشخص شد. مرتضی حسینی نژاد مدیر امور تحقیقات و برنامه ریزی بانک سامان درخصوص این سپرده و چگونگی شرکت در این قرعه کشی اظهار داشت: تمام دارندگان سپرده وین می توانند از طریق کارتخوان سامان و سایر بانک ها، خودپردازهای بانک سامان و سایر بانک ها، تلفن بانک سامان، نت بانک و فروشگاه اینترنتی سامان، سامانک و سامانه #۷۲۴* و درگاه اینترنتی شرکت پرداخت الکترونیک سامان کسب امتیاز کنند. گفتنی است، هم وطنان برای دریافت اطلاعات بیشتر در این خصوص به صفحه سپرده وین در وبسایت بانک سامان مراجعه کنند یا در تمام ساعت های شبانه روز با مرکز سامان ارتباط به شماره ۰۲۱-۶۴۲۲-۰۲۱ تماس بگیرند.

کیوسک های نظرسنجی بانک سامان



مدیریت امور تحقیقات و برنامه ریزی

ارائه خدمات مطلوب به مشتری مستلزم ایجاد سیستمی است که توانایی کسب نظرات مشتریان را در اختیار داشته و پیش بینی های دقیقی برای تأمین نیازهای آنان نماید. مشتریان به عنوان یکی از مهمترین شرکای ما، نقش بسزا و مهمی در مدیریت موثر امور دارند. این واقعیت که خواسته ها، نیازها و انتظارات مشتریان تغییر می یابد، به مفهوم ضرورت بررسی نظرات مشتریان به صورت پیوسته است. بانک سامان به منظور حداکثرسازی نقش مشتریان در سازمان، برنامه های نظرسنجی و رضایت سنجی از مشتریان را به طور مستمر از طریق روش های مختلفی نظیر مصاحبه های حضوری، پرسشنامه های آنلاین و پستی، ارسال پیامک و کیوسک های نظرسنجی و ... اجرا می نماید. در این برنامه ها که به صورت دوره ای صورت می گیرد، نظرات مشتریان در مورد موضوعات مختلف از قبیل فرآیند ارائه

خدمات، عملکرد پرسنل، نحوه برخورد، سرعت انجام کار و ... جمع آوری شده و مورد بررسی قرار می گیرد و در نهایت بر اساس این نظرات، اصلاحات و بهبودهای مورد نیاز در رویه های داخلی انجام می شود.

یکی از مهمترین کانال های ارتباطی مشتریان با بانک کیوسک های نظرسنجی مستقر در شعب می باشد که به جهت سنجش رضایت مشتریان در محل و در زمان ارائه خدمات، سرعت، دقت و راحتی مشتری در فرآیند نظرسنجی از اهمیت بسیار بالایی برخوردارند. باتوجه به اهمیت بالای کسب نظرات مشتریان از این طریق و لزوم تقویت فرهنگ نظرسنجی و مشتری مداری در بانک سامان، به مکانیزم های انگیزشی برای جذب مشتریان نیز اندیشیده شده است.

بدین منظور و برای تشویق مشتریان به ارائه نظرات از طریق کیوسک های نظرسنجی جوایزی برای شرکت کنندگان در نظر گرفته شده که به صورت قرعه کشی آنلاین و پس از ثبت نظر و تکمیل فرآیند از طریق نمایش بر صفحه دستگاه به مشتریان برنده اعلام می گردد. مشتری منتخب با ارائه کد مربوطه به ریاست شعبه، جایزه خود را دریافت خواهد نمود. بر این اساس اسامی برندگان به شرح جدول زیر می باشد.

ردیف	کد شعبه	نام شعبه	نام دریافت کننده	تاریخ برنده شدن
۱	۹۲۴۱	کرمانشاه	کوروش کریمی	۱۳۹۳/۱۲/۰۲
۲	۸۷۶	خیابان آقابزرگی - الهیه	محمد مهدوی هزاوه	۱۳۹۳/۱۲/۰۲
۳	۹۵۴۱	یزد	مهدی زارع	۱۳۹۳/۱۲/۰۲
۴	۹۱۰۲	فلکه گاز - جام جم	حمیدرضا قاسمی نیک	۱۳۹۳/۱۲/۰۲
۵	۹۵۰۲	کوثر کرمان	احسان طغرلی	۱۳۹۳/۱۲/۰۲
۶	۸۷۳	کریم خان زند	محسن حدادیان	۱۳۹۳/۱۲/۰۳
۷	۹۵۲۱	زاینده رود	لی لی ملک نیا	۱۳۹۳/۱۲/۰۳
۸	۸۰۶	بازار	آهو مرادی نسب	۱۳۹۳/۱۲/۰۴
۹	۹۶۸۲	سعدی شمالی زنجان	محمدامین اسکندری	۱۳۹۳/۱۲/۰۴
۱۰	۹۶۲۲	خیابان سرداران ارومیه	اکبر رحیم پور	۱۳۹۳/۱۲/۰۵
۱۱	۹۴۰۱	گلزار رشت	سیده یسنا سادات چوبه	۱۳۹۳/۱۲/۰۵
۱۲	۸۲۶	میدان آرژانتین	ناهید جوکار	۱۳۹۳/۱۲/۰۶
۱۳	۹۸۰۱	کیش	علیرضا پورعسگری	۱۳۹۳/۱۲/۰۷
۱۴	۸۴۲	دلاوران	امیر اسماعیل زاده اصطهباناتی	۱۳۹۳/۱۲/۰۷
۱۵	۸۴۹	سی تیر	محمد مقدسی	۱۳۹۳/۱۲/۰۷
۱۶	۸۷۱	آجودانیه	محمد مهدی بنی کریم	۱۳۹۳/۱۲/۰۷
۱۷	۹۲۵۱	یاسوج	فهیمة حسینی	۱۳۹۳/۱۲/۰۷
۱۸	۸۶۵	خیابان جمهوری اسلامی - ابوریحان	مهدی خاکشور محمد آبادی	۱۳۹۳/۱۲/۰۹
۱۹	۸۳۳	خیابان کارگر شمالی	جلال ایرانپرست	۱۳۹۳/۱۲/۰۹
۲۰	۸۲۸	قیطریه	مهدی الماسی کوپانی	۱۳۹۳/۱۲/۱۰
۲۱	۹۱۳۱	زاهدان	محمد حسین بطا	۱۳۹۳/۱۲/۱۰
۲۲	۸۰۸	سه راه اقدسیه	سامان برزی طهرانی	۱۳۹۳/۱۲/۱۰
۲۳	۹۶۰۳	۱۷ شهریور تبریز	وحید جعفری	۱۳۹۳/۱۲/۱۰
۲۴	۹۱۲۱	بندر عباس	مجید کریمی	۱۳۹۳/۱۲/۱۱
۲۵	۹۳۰۲	مدرس مشهد	مجتبی مضبوط	۱۳۹۳/۱۲/۱۲
۲۶	۸۲۷	خیابان ملت اکباتان	شیرین جعفری	۱۳۹۳/۱۲/۱۲
۲۷	۸۲۱	جام جم	هما زندبیگلری	۱۳۹۳/۱۲/۱۴
۲۸	۹۶۸۱	زنجان	جمشید افشاری	۱۳۹۳/۱۲/۱۴
۲۹	۸۰۴	باغ فردوس	شبنم کارگر شیراز	۱۳۹۳/۱۲/۱۴
۳۰	۸۰۵	پاسداران	عسکری جعفری	۱۳۹۳/۱۲/۱۴
۳۱	۸۳۵	خیابان ولیعصر - پارک ساعی	علی اصغر قانع	۱۳۹۳/۱۲/۱۴
۳۲	۸۷۴	نیاوران	احمد قائمی	۱۳۹۳/۱۲/۱۴
۳۳	۸۴۸	نازی آباد	مجید باقری	۱۳۹۳/۱۲/۱۴
۳۴	۹۰۰۲	فلکه جهاد	رضا زاده	۱۳۹۳/۱۲/۱۴

۱۳۹۳/۱۲/۱۶	جواد رحیم پور	شهر قدس	۸۷۸	۳۵
۱۳۹۳/۱۲/۱۶	علی بهرامی کیا	جهانشهر کرج	۹۰۱	۳۶
۱۳۹۳/۱۲/۱۶	مهدی محقق	مهرشهر کرج	۹۰۵	۳۷
۱۳۹۳/۱۲/۱۶	فرهاد عسکری	اصفهان	۸۰۳	۳۸
۱۳۹۳/۱۲/۱۶	علی وجدی	فلکه اول تهرانپارس	۸۳۶	۳۹
۱۳۹۳/۱۲/۱۶	مسعود سوخته	ایلام	۹۲۶۱	۴۰
۱۳۹۳/۱۲/۱۶	پگاه محب الحسینی	بلوار میرزای شیرازی	۹۱۰۴	۴۱
۱۳۹۳/۱۲/۱۶	کوشان حسین زاده	رسالت-مجیدیه	۸۷۹	۴۲
۱۳۹۳/۱۲/۱۷	سیدحسین عمادی استرآبادی	مقدس اردبیلی	۸۵۸	۴۳
۱۳۹۳/۱۲/۱۷	مجید مجیدی بالان	خیابان دکتر بهشتی	۸۳۲	۴۴
۱۳۹۳/۱۲/۱۷	نادر هرسینی	شهران	۸۴۴	۴۵
۱۳۹۳/۱۲/۱۷	سهیلا اصلاان پرویز	پونک	۸۷۰	۴۶
۱۳۹۳/۱۲/۱۸	عباس حسین زاده	تهرانسر	۸۵۶	۴۷
۱۳۹۳/۱۲/۱۹	امین فغاتی	بلوار کشاورز	۸۸۲	۴۸
۱۳۹۳/۱۲/۱۹	محمدصادق قشمی	اهواز	۹۷۰۱	۴۹
۱۳۹۳/۱۲/۱۹	صدراله کبوتری	جنت آباد	۸۱۲	۵۰
۱۳۹۳/۱۲/۲۱	سید رضا دشتکی	قلهک	۸۶۸	۵۱
۱۳۹۳/۱۲/۲۱	پونه امیرصالحی	آمل	۹۴۳۱	۵۲
۱۳۹۳/۱۲/۲۱	اصغر جلیل زاده	قم	۹۰۰۱	۵۳
۱۳۹۳/۱۲/۲۱	مهدی دوست محمدی	پل رومی	۸۱۹	۵۴
۱۳۹۳/۱۲/۲۳	مهدی فردی قاضی جهانی	استادشهریار تبریز	۹۶۰۴	۵۵
۱۳۹۳/۱۲/۲۳	طاهره ناظمی	میدان آرژانتین	۸۲۶	۵۶
۱۳۹۳/۱۲/۲۳	بهزاد آذری	بلوار مرزداران	۸۸۱	۵۷
۱۳۹۳/۱۲/۲۳	منصور اورعی مفتخری	اردبیل	۹۶۴۱	۵۸
۱۳۹۳/۱۲/۲۳	مرتضی گودرزی	ولنجک	۸۲۳	۵۹
۱۳۹۳/۱۲/۲۴	سیدعلی قدیتی	بلوار ۲۴ متری سعادت آباد	۸۷۵	۶۰
۱۳۹۳/۱۲/۲۴	رضا اسدی	منیریه	۸۳۹	۶۱
۱۳۹۳/۱۲/۲۴	محمد شاکری داریان	شمس آباد- میدان ملت	۸۷۲	۶۲
۱۳۹۳/۱۲/۲۴	عفت خواجه	سنندج	۹۲۷۱	۶۳
۱۳۹۳/۱۲/۲۵	جعفر افشاری	خیابان ملت اکباتان	۸۲۷	۶۴
۱۳۹۳/۱۲/۲۸	پدرام پوشیدنی	ملاصدرا	۸۲۹	۶۵
۱۳۹۳/۱۲/۲۸	رامیتن رهنمای هدایت سرخابی	گنبد کاووس	۹۴۴۲	۶۶
۱۳۹۳/۱۲/۲۸	سید کامران باقری	گیشا	۸۸۴	۶۷

بانک سامان هم‌زمان با بدرقه تیم ملی والیبال از تندیس آب رونمایی کرد

عکس: آرش عاشوری پنا



کرده اند که آب یک ثروت است و باید در حفظ این ثروت کوشا باشیم. همچنین ریاست محترم جمهوری به ضرورت صرفه جویی در مصرف آب برای عبور از وضعیت بحرانی تاکید دارند. تنها راه این است که مردم خود دغدغه آب داشته باشند و لازمه این جوش و خروش، همان فرهنگ سازی است.

به گفته طاهری، بانک سامان در نظر دارد در سال جاری بیش از سال‌های گذشته فضاها و ظرفیت‌های تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی خود را در بخش ورزش به کمپین آب هست ولی کم است اختصاص دهد.

قدردانی والیبال از بانک سامان

محمدرضا داورزنی رییس فدراسیون والیبال نیز در این مراسم، با قدردانی از حمایت‌های بی‌دریغ بانک سامان از فدراسیون و تیم‌های ملی اظهار داشت: این حمایت کامل، سبب شد فدراسیون والیبال بدون دغدغه به برنامه ریزی برای موفقیت در عرصه‌های جهانی بپردازد.

وی افزود: این تنها تیم ملی بزرگسالان ایران نیست که راهی مسابقات جهانی می‌شود. بلکه تمام تیم‌های ما در رقابت‌های جهانی حاضر هستند.

رییس فدراسیون والیبال تصریح کرد: سفر ۳۶ روزه تیم ملی والیبال ایران به فنلاند و سپس رقابت‌های لیگ جهانی از ۲۰ اردیبهشت ماه آغاز می‌شود.

داورزنی گفت: لیگ جهانی در سطح جهان بیش از ۵۰۰ میلیون نفر بیننده دارد که ۴۰ میلیون آن در ایران هستند. این فرصت خوبی است تا از مقبولیت بازیکنان تیم ملی والیبال برای رساندن یک پیام فرهنگی که بحران آب است استفاده کنیم.

فرهنگ‌سازی آب با چهره‌های محبوب

محمود گودرزی وزیر ورزش و جوانان نیز در مراسم بدرقه والیبال‌یست‌ها و رونمایی از تندیس آب، گفت: در اقتصاد جهان امروز از چهره‌های مشهور برای فروش کالا و خدمات

مراسم رونمایی از تندیس آب و بدرقه تیم ملی والیبال برای حضور در لیگ جهانی، بعدازظهر شانزدهم اردیبهشت ماه برگزار شد.

به گزارش اداره روابط عمومی بانک سامان، این مراسم به میزبانی بانک سامان با حضور وزیر نیرو، وزیر ورزش و جوانان، مدیران ارشد بانک سامان، رئیس و اعضای هیئت‌رئیس فدراسیون والیبال، اعضای تیم ملی والیبال، جمعی از مدیران شرکت‌های آب و فاضلاب کشور و پیشکسوتان والیبال برگزار شد.

در ابتدای این مراسم سیداحمد طاهری بهبهانی مدیرعامل بانک سامان در سخنانی با اشاره به اقدامات بانک سامان در حوزه مسئولیت‌های اجتماعی اظهار داشت: ما از ابتدای تاسیس تاکنون در کنار فعالیت‌های تاثیرگذار در حوزه کسب‌وکار همچون تامین بخش عمده‌ای از ارز موردنیاز واردات غذا و دارو در دوره تحریم اخیر، تلاش کرده‌ایم در انجام مسئولیت‌های اجتماعی و حمایت از فعالیت‌های عام‌المنفعه نقش موثری ایفا کنیم و حمایت از فرهنگ، محیط‌زیست و سلامت جامعه را بخشی مهم از وظایف خود دانسته‌ایم.

طاهری با بیان اینکه بانک سامان در این راستا دو گام بزرگ برداشته است گفت: گام نخست ما، حمایت کامل از فدراسیون و تیم‌های ملی والیبال کشورمان از سال ۱۳۹۲ تاکنون است که در این راستا، تمام تلاش و همکاری خود را با فدراسیون انجام می‌دهیم.

وی افزود: از طرف دیگر، بانک سامان بر اساس مطالعات و برنامه‌ریزی‌های انجام‌شده از سال ۱۳۹۳، کمپین «آب هست ولی کم است» را با رویکرد ارتقا آگاهی عمومی نسبت به مساله کمبود آب در کشور آغاز کرده‌است که امسال با توسعه این کمپین تلاش می‌شود در بالا بردن دانش جامعه در خصوص بهینه‌سازی مصرف آب، نقش موثرتری ایفا شود.

مدیرعامل بانک سامان تصریح کرد: مقام معظم رهبری تاکید

یک فرهنگ صحیح مصرف هستیم و گروه‌های مرجع جامعه مثل دانشمندان، اساتید دانشگاه‌ها، ورزشکاران و هنرمندان که در قلب های مردم جای دارند می‌توانند در ایجاد این فرهنگ صحیح تاثیرگذار باشند.

وزیر نیرو گفت: از بازیکنان تیم ملی والیبال ایران که عازم مسابقات جهانی هستند درخواست داریم که به عنوان سفیران آب کشور پیام ما را به مردم دنیا و پیام آنها را برای مردم کشور به ارمغان بیاورند. چیت چیان تاکید کرد: این سفیران آب می‌توانند الگویی برای جوانان در بهبود فرهنگ مصرف آب باشند.

در پایان این مراسم با حضور وزرای نیرو و ورزش و جوانان و قهرمانان والیبال کشورمان، از تندیس آب رونمایی شد. این تندیس با ابتکار بانک سامان توسط محمدمهدی آشوری از طراحان بنام کشورمان و برای ارتقای آگاهی عمومی نسبت به مساله کمبود آب، طراحی شده است که در مسابقات بین‌المللی تیم ملی والیبال، توسط کاپیتان تیم کشورمان به تیم‌های حریف اهدا خواهد شد. همچنین بانک سامان برای بالا بردن روحیه اعضای تیم ملی، ضمن اهدای کارت طلایی مشتریان ویژه، هدایای نقدی بازیکنان را به آنها اهدا کرد.

استفاده می‌کنند. خیلی خوب است با استفاده از این فضا به سمتی برویم تا در حوزه فرهنگی هم برای توسعه امور از چهره‌های مشهور و محبوب استفاده کنیم.

وی افزود: خوشبختانه ورزشکاران و چهره‌های محبوب والیبال در بین مردم ایران و جهان شناخته شده‌اند. ورزشکار با فکر و منش پهلوانی برای مردم الگو است و رفتارشان تقلید می‌شود. طبیعتاً اگر آنها رفتارهای شایسته‌ای انجام دهند، بخشی از جامعه نیز آن رفتارها را تکرار می‌کند.

وزیر ورزش و جوانان با ستایش از ابتکار بانک سامان در رونمایی از تندیس آب با شعار «آب هست ولی کم است» خاطرنشان کرد: قهرمانان ملی می‌توانند روی رفتار مردم در حوزه‌های مختلف به‌ویژه در حوزه مصرف انرژی و آب تاثیرگذار باشند.

گودرزی خاطرنشان کرد: والیبال رشته‌ای است که در سال‌های گذشته موفقیت‌های زیادی داشته و می‌تواند الگویی برای سایر رشته‌ها باشد.

تاکید ویژه وزیر نیرو بر شعار «آب هست ولی کم است»
حمید چیت‌چیان وزیر نیرو هم با اشاره به شعار «آب هست ولی کم است» گفت: برای مدیریت درست آب در کشور نیازمند



شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه	کد شعبه	آدرس	تلفن	نماینده	نام مسئول شعب/باجه‌ها
۱	آفریقا	۸۰۱	تهران، بزرگراه آفریقا، نرسیده به چهارراه جهان کودک، پلاک ۳۱	۸۸۷۴۴۵۷-۶۱	۸۸۷۳۷۷۳	آقای ساعی نیا
۲	مرکزی	۸۰۲	تهران، خ انقلاب، بین چهارراه کالج و چهارراه ولیعصر، شماره ۸۰۳	۶۶۹۵۹۰۵۰	۶۶۹۶۴۹۹۸	آقای تفرشی
۳	باغ فردوس	۸۰۴	تهران، خ ولیعصر، رو به روی باغ فردوس، بالاتر از سه راه زعفرانیه، پلاک ۱۶۳۸	۲۲۷۴۰۷۷۵	۲۲۷۴۰۷۱۵	آقای باقی
۴	پاسداران	۸۰۵	تهران، خ پاسداران، مقابل بوستان ششم، جنب برج سفید، شماره ۲۳۸	۲۲۵۹۵۶۵۷-۸	۲۲۵۹۷۵۴۰	آقای رضا زاده
۵	بازار	۸۰۶	تهران، بازار، خ ۱۵ خرداد غربی، بین چهار راه گلوندک و ابوسعید، شماره ۶۸۱	۵۵۵۷۵۳۸-۹	۵۵۵۷۶۴۹۵	آقای اختیاری
۶	صادقیه	۸۰۷	تهران، ضلع جنوب شرقی فلکه اول صادقیه، پلاک ۹۱۸	۴۴۲۵۴۵۱۸-۲۱	۴۴۲۵۴۵۱۷	آقای رضائی
۷	سه راه اقدسیه	۸۰۸	تهران، خ پاسداران، نبش نارنجستان یازدهم، پلاک ۶۷	۲۲۸۲۱۹۱۸-۲۰	۲۲۸۲۲۲۲۳	آقای سیفی
۸	میرداماد	۸۰۹	تهران، خ میرداماد، نرسیده به میدان مادر، جنب آزمایشگاه پیشگام شماره ۱۴۸	۲۲۹۲۴۴۵۱-۳	۲۲۹۲۴۴۳	خانم طرفی نژاد
۹	دکتر فاطمی	۸۱۰	تهران، خ دکتر فاطمی، روبروی خ کاج، نبش کوچه ششم	۸۸۹۸۲۱۸۱-۸۵	۸۸۹۸۲۱۹۴	آقای ملامحمدی
۱۰	سعادت آباد	۸۱۱	تهران، خ سعادت آباد، میدان کاج، ضلع شمال غربی میدان، جنب مسجد الرسول	۲۲۰۸۶۱۹۶-۹۹	۲۲۰۸۷۷۰۸	آقای یوسفی پور
۱۱	جنت آباد	۸۱۲	تهران، خ جنت آباد، نبش لاله شرقی، مجتمع سمرقند	۴۴۴۹۲۰۱-۹	۴۴۴۹۵۲۲۸	آقای رضائیان
۱۲	دولت	۸۱۳	تهران، خ دولت-نرسیده به ۴راه پاسداران- جنب ایران خودرو- پ ۱۸	۲۲۷۶۴۲۸۲-۷	۲۲۷۶۰۳۳۸	آقای رسائی فر
۱۳	میدان ونک	۸۱۴	تهران، خ ولیعصر، بالاتر از میدان ونک نبش خیابان شریفی، پلاک ۱۳۲۵	۸۸۲۰۵۴۵۵-۵۹	۸۸۲۰۵۴۴۸	آقای نیری
۱۴	ایران زمین	۸۱۵	تهران، شهرک غرب، خ ایران زمین، پاساژ ایران زمین پلاک ۱۳ و ۱۴	۸۸۵۷۷۶۰۵-۱۰	۸۸۵۷۱۲۱۵	خانم میزان
۱۵	اریکه ایرانیان	۸۱۶	تهران، بلوار فرحزادی، نبش ارغوان غربی، مجتمع تجاری اریکه ایرانیان	۲۲۳۵۹۲۷۵-۷۸	۲۲۳۵۳۵۱۶	خانم قندیان
۱۶	یافت آباد	۸۱۷	تهران، تقاطع جاده ساوه و یافت آباد، مجموعه بازار میل، پلاک ۲۰/۵	۶۶۲۱۱۰۱۴-۱۷	۶۶۲۳۷۱۱۰	آقای میرزاخانی
۱۷	شهرری	۸۱۸	تهران، شهر ری، خ ذکریای رازی- پلاک ۲۵۷	۵۵۹۷۰۷۴۲-۳	۵۵۹۷۰۷۳۰	آقای دانش بقا
۱۸	پل رومی	۸۱۹	تهران، خ شریعتی، بعد از پل رومی، نبش کوی سلمان، پلاک ۱۷۶۹	۲۲۲۱۳۱۹۴ و ۹۶	۲۲۲۱۳۱۹۵	خانم خسروی
۱۹	آفریقای شمالی	۸۲۰	تهران، بلوار آفریقای شمالی، تقاطع دستگردی، پلاک ۱۷۲	۸۸۸۸۸۳۱۱ و ۳۱	۸۸۷۷۳۱۵۱	خانم بابائی
۲۰	جام جم	۸۲۱	تهران، خ ولیعصر، نرسیده به چهار راه پارک وی، نبش کوچه ترکش دوز، پلاک ۳	۲۶۲۱۰۹۱۲-۱۴	۲۶۲۱۰۹۱۷	آقای سماک
۲۱	پیروزی	۸۲۲	تهران، خ پیروزی، نبش خ عادل، پلاک ۵۱۹	۳۳۳۲۳۱۴۰-۴۱	۳۳۳۲۳۱۴۳	آقای حمیدیا
۲۲	ولنجک	۸۲۳	تهران، خ ولنجک، خ چهاردهم، پلاک ۳	۲۲۴۲۱۲۲۷-۳۱	۲۲۱۷۲۵۹۰	آقای قاسمی
۲۳	آذربایجان	۸۲۴	تهران، خ آذربایجان، نبش آزادی، روبروی یهودی، پلاک ۱۰۷۶	۶۶۰۶۷۸۸۲-۶	۶۶۰۶۷۸۸۰	آقای صالحی کیا
۲۴	شهرک اکباتان	۸۲۵	تهران، شهرک اکباتان، انتهای فاز ۲، بلوار گلها، مجتمع تجاری گلها، پلاک ۱	۴۴۶۳۶۳۰۹-۱۸	۴۴۶۵۶۸۹۶	آقای امین کاهه
۲۵	میدان آرژانتین	۸۲۶	تهران، خ بیهقی، ضلع غربی محوطه فروشگاه شماره یک شهروند پلاک ۲۱۰	۸۸۵۱۷۴۱۸-۱۹	۸۸۵۱۷۳۸۱	آقای سلمانی
۲۶	ملت/اکباتان	۸۲۷	تهران، خ سعدی جنوبی، خ اکباتان، پلاک ۹۳	۳۳۹۹۸۰۰۴-۷	۳۳۹۹۸۰۰۹	آقای حاجی پور
۲۷	قیطریه	۸۲۸	تهران، بلوار ۳۵ متری قیطریه، روبروی درب شمالی پارک قیطریه، پلاک ۱۶۱	۲۲۲۳۴۰۹۷	۲۲۲۳۴۲۵۸	آقای عباس محمدی
۲۸	ملاصدرا	۸۲۹	تهران، خ ملاصدرا، بعد از چهار راه شیراز، پ ۱۳۲	۸۸۶۲۷۴۴۸-۸۸۶۲۷۵۱۷	۸۸۶۲۶۷۳۱	آقای مصطفی محمدی
۲۹	اسدآبادی	۸۳۰	تهران، خ سیدجمال الدین اسدآبادی، نبش خ ۵، پلاک ۳۸۳	۸۸۰۵۵۴۶۱-۴	۸۸۶۱۰۲۹۵	خانم آیت‌النبی
۳۰	میدان قزوین	۸۳۱	تهران، خ کارگر جنوبی، ضلع شمال شرقی میدان قزوین، پلاک ۱۸	۵۵۴۸۱۱۷۲-۴	۵۵۴۸۱۱۷۹	آقای پاکزاد
۳۱	دکتر بهشتی	۸۳۲	تهران، خ شهید دکتر بهشتی، بعد از چهار راه سه‌رودی، پلاک ۱۳۶	۸۸۵۱۳۶۰۳-۸	۸۸۷۴۶۶۹۹	آقای نصیری
۳۲	کارگر شمالی	۸۳۳	تهران، خ کارگر شمالی، بالاتر از خ دکتر فاطمی، پلاک ۲۴۳	۸۸۹۹۱۳۴۵-۸	۸۸۹۹۱۳۵۰	آقای جمشیدیان
۳۳	فلکه سوم تهرانپارس	۸۳۴	تهران، خ تهران پارس، بالاتر از فلکه سوم، نبش خ ۱۴ شرقی، پلاک ۴۴۳	۷۷۳۷۰۳۶۸-۷۷۳۷۰۱۸۶	۷۷۳۷۰۴۴۱	خانم کسرائی پور
۳۴	پارک ساعی	۸۳۵	تهران، خ ولیعصر، بالاتر از خ شهید دکتر بهشتی، نبش کوچه کوزه گر، پلاک ۲۱۳۳	۸۸۷۰۹۴۸۱-۲	۸۸۵۵۶۹۶۶	آقای اعتمادیه
۳۵	فلکه اول تهرانپارس	۸۳۶	تهران، خ تهرانپارس، فلکه اول تهرانپارس، نبش خ ۴۸ غربی، پلاک ۳۲	۷۷۷۲۳۲۵۰-۵۴	۷۷۷۲۳۲۵۵	آقای کریمی
۳۶	بازار کفاش‌ها	۸۳۷	تهران، بازار بزرگ، انتهای بازار کفاش‌ها، مقابل سرای مشکوه، ساختمان ضیای	۵۵۱۵۱۸۰۵	۵۵۶۱۶۰۷۳	آقای سروری
۳۷	الهیه	۸۳۸	تهران، الهیه، خ مریم شرقی، نبش خ شریفی مش، پلاک ۶۰	۲۶۲۰۳۴۷۰-۱	۲۲۰۲۷۹۳۰	خانم ترابی
۳۸	منیریه	۸۳۹	تهران، خ ولیعصر، میدان منیریه، خ معیری، نبش بن بست ناظمی، پلاک ۵۳	۶۶۴۹۱۰۷۵ و ۸۸	۶۶۴۹۱۰۷۳	آقای رسولی
۳۹	شهرک راه آهن	۸۴۰	تهران، شهرک راه آهن، میدان امیر کبیر، خ امیر کبیر، پلاک ۵۳	۴۴۷۳۸۹۶۹ و ۵۹	۴۴۷۳۷۸۸۸	آقای بخشی
۴۰	میدان نبوت	۸۴۱	تهران، ضلع جنوبی میدان نبوت، پلاک ۵۶۰	۷۷۹۴۰۴۲۸-۹	۷۷۹۴۰۴۱۸	آقای سلیمان بیات
۴۱	دلاوران	۸۴۲	بلوار دلاوران، بعد از چهارراه آزادگان- پلاک ۳۴۰	۷۷۲۱۱۶۵۱-۷۷۲۱۱۹۳۴	۷۷۲۱۳۷۷۷	آقای نودست
۴۲	شهران	۸۴۴	تهران، شهران، فلکه دوم شهران، ابتدای خیابان یکم، پلاک ۴	۴۴۳۲۸۱۴۷	۴۴۳۲۸۳۲۹	آقای اسلامی
۴۳	بلوار فردوس	۸۴۵	تهران، بلوار فردوس، بزرگراه شهید ستاری، ابتدای بلوار فردوس شرقی، پلاک ۴۴۸	۴۴۰۰۰۳۸۵-۶	۴۴۰۰۰۶۸۲۶	آقای پرند

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه	کد شعبه	آدرس	تلفن	نمابر	نام مسوول شعب/باجه‌ها
۴۴	فرودگاه امام خمینی	۸۴۶	تهران، کیلومتر ۳۰ اتوبان تهران - قم، فرودگاه بین‌المللی امام خمینی، سالن ورودی، طبقه همکف	۰۱۱-۵۵۶۷۸۴۰۸	۵۵۶۷۸۴۱۰	آقای حسینی
۴۵	میدان تجریش	۸۴۷	تهران، میدان تجریش، خ شهرداری - جنب سینما آستارا - پلاک ۸۱	۰۲۲۷۳۳۳۵۲-۲۲۷۳۳۱۳۹	۲۲۷۳۳۴۴۸	آقای دادخواه
۴۶	نازی آباد	۸۴۸	تهران، نازی آباد، خ مدانی، بعد از ایستگاه برق، پلاک ۱۱۸ و ۱۱۶	۰۷-۵۵۳۳۱۰۰۶	۵۵۳۵۶۰۵۱	آقای میرحسینی
۴۷	سی تیر	۸۴۹	تهران، خ سی تیر، جنب بانک ملی شعبه سی تیر، نبش کوچه بهزاد، پلاک ۸۳	۰۱۸-۶۶۷۵۰۴۱۲	۶۶۷۵۰۲۳۶	آقای عطائی فر
۴۸	باجه هواپیمائی ماهان	۸۵۱	تهران، اول اتوبان کرج، خ آزادگان، برج هواپیمائی ماهان	۰۹۴-۴۸۳۸۱۴۹۲	۴۸۳۸۱۴۹۵	---
۴۹	مهرآباد ترمینال ۲	۸۵۲	تهران، فرودگاه مهرآباد، پروازهای داخلی، ترمینال ۲	۰۹۰-۴۴۶۹۰۰۹۰	۴۴۶۶۲۵۲	آقای حسینی
۵۰	امین حضور	۸۵۳	تهران، میدان پارس‌ستان، خیابان مصطفی خمینی، خیابان امیرکبیر شرقی نبش کوچه علیرضا جاویدی، پلاک ۱۲۰	۰۳۳۱۳۷۸۹۶	۳۳۱۳۸۳۱۴	آقای فکوری
۵۱	مولوی	۸۵۴	تهران، میدان محمدیه، خ مولوی شرقی، ایستگاه سعادت‌نبش کوچه شهید علی اکبر قاسمی، پلاک ۵۱۸	۰۹-۵۵۱۵۶۱۰۹	۵۵۱۵۴۷۲۹	آقای امیری
۵۲	لواسانی	۸۵۵	تهران، خ کامرانیه، شهید لواسانی غربی، نبش دو راهی آریا، پلاک ۵	۰۵-۲۲۸۱۶۶۹۰	۲۲۸۱۶۶۸۹	آقای پوریایی امیری
۵۳	تهرانسر	۸۵۶	تهران، بلوار اصلی تهرانسر، نبش خ چهاردهم، پلاک ۶۴	۰۶-۴۴۵۱۷۵۵۶	۴۴۵۱۷۶۶۲	آقای صفری
۵۴	هاپیر استار	۸۵۷	تهران، بزرگراه شهیدستاری، بلوار فردوس غربی، بزرگراه شهیدباکری، مرکز خرید هاپیر استار	۰۸۷-۴۴۱۶۷۱۸۲	۴۴۱۶۷۱۹۹	آقای البرزی
۵۵	آصف	۸۵۸	تهران، زعفرانیه، بلوار بهزادی، نبش غربی خیابان ماکونی پور، پلاک ۱۹	۰۴۱ و ۰۲۶۳۰-۲۶۸	۲۲۴۳۲۶۹۲	خانم قدمی
۵۶	میدان حسین آباد	۸۵۹	تهران، چهارراه پاسداران، میدان حسین آباد، ساختمان مهدی، پلاک ۱۲۰	۰۹۷۹۰۹۶۹۷۹	۲۲۹۵۹۹۰۹	آقای ملک شاهی
۵۷	اختیاریه	۸۶۰	تهران، خ شهید کلاهدوز (دولت)، خ اختیاریه جنوبی، نبش کوچه خداجو، پلاک ۲۶	۰۷۳ و ۰۲۲۷۷۶۵۷۲	۲۲۷۷۶۵۷۱	آقای صدقیانی
۵۸	مقدس اردبیلی	۸۶۱	خیابان زعفرانیه - خیابان مقدس اردبیلی - نبش شرقی خیابان فرخ - پلاک ۱	۰۴۵۳-۲۶۸	۲۶۸۰۲۴۶۱	خانم حکیمی
۵۹	ولیعصر - زرتشت	۸۶۲	تهران، بالاتر از میدان ولیعصر، نرسیده به کوچه ناصر، پلاک ۱۷۷۷	۰۸۸۹۰۶۱۷۸	۸۸۸۰۷۵۹۲	آقای اطهری
۶۰	دزاشیب - سه راه عمار	۸۶۳	تهران، میدان قدس، خیابان شهید کبیری (دزاشیب)، سه راه عمار، پلاک ۱۵۸	۰۱۸-۲۲۷۵۳۹۱۴	۲۲۷۵۳۹۱۳	آقای علیخانی
۶۱	بورس کالا	۸۶۴	تهران، خ طالقانی، نبش خیابان بندر انزلی، ساختمان بورس کالا، طبقه همکف	۰۵۲-۸۸۹۴۱۷۵۲	۸۸۹۴۵۱۹۲	آقای آهنگری
۶۲	جمهوری - ابوریحان	۸۶۵	تهران، خ جمهوری، پس از تقاطع فلسطین، جنب اورژانس تهران پ ۱۰۴۰	۰۶۶۴۷۷۶۶۶	۶۶۴۷۷۶۵۵	خانم پور اقدامی
۶۳	سرو	۸۶۶	سعادت آباد - سرو غربی - میدان سرو - ضلع جنوب شرقی میدان - پلاک ۷	۰۴-۲۲۱۴۶۰۸۳	۲۲۱۴۵۸۳۲	خانم رضایی
۶۴	دهکده المپیک	۸۶۷	تهران، بلوار دهکده المپیک، خ شهید یعقوبی، پلاک ۲	۰۱۴۶۷-۴۴۷۰	۴۴۷۱۱۷۸۲	آقای اصلان زاده
۶۵	قلهک	۸۶۸	خیابان شریعتی - قلهک - نبش کوچه خلیل پور - پلاک ۱۴۹۸	۰۸-۲۶۶۰۱۵۰۵	۲۶۶۰۱۵۰۹	آقای علی اصغر بیات
۶۶	ستارخان	۸۶۹	میدان توحید - ابتدای خیابان ستارخان - نبش کوچه ستایش - پلاک ۲	۰۶۶۵۲۶۶۱۵	۶۶۵۲۲۸۶۵	آقای اسلامی
۶۷	پونک	۸۷۰	خیابان اشرفی اصفهانی - بالاتر از میدان پونک - نبش کوچه نوزدهم - پلاک ۱	۰۱۰-۴۴۴۶۲۵۱۰	۴۴۴۶۲۸۱۵	آقای رشیدی
۶۸	آجودانیه	۸۷۱	خیابان اقدسیه - بعد از خیابان سپند - نبش کوچه نسیم - پلاک ۶۳	۰۴۹-۲۲۸۲۳۲۴۹	۲۲۸۲۳۲۴۵	خانم قاسمی
۶۹	شمس آباد - میدان ملت	۸۷۲	خیابان استاد حسن بنا، بالاتر از میدان ملت - نبش شهید عبیدی، پلاک ۱	۰۶۹ و ۰۲۲۳۱۷۹۶۸	۲۲۵۳۰۱۴۶	آقای صفری
۷۰	کریم خان زند	۸۷۳	تهران، خ کریم خان زند، نرسیده به میدان هفت تیر، ضلع جنوبی، پلاک ۴۲	۰۴۲-۸۸۸۴۵۹۴۲	۸۸۸۴۶۱۹۰	آقای حیدر هانی
۷۱	نیاوران	۸۷۴	خیابان دکتر باهنر (نیاوران)، دروپی پل پارک باهنر، پلاک ۱۴۸	۰۱-۲۶۱۱۷۲۰۱ - ۲۶۱۱۷۱۹۲	۲۶۱۱۷۱۹۵	خانم یدیسار
۷۲	بلوار آفری سادات آباد	۸۷۵	سعادت آباد، میدان فرهنگ، بلوار ۲۴ متری، نبش کوچه چهارم غربی	۰۷-۲۲۳۷۸۸۵۶	۲۲۳۵۷۶۰۵	خانم حاجی بابایی
۷۳	آقابزرگی - الهیه	۸۷۶	تهران، الهیه، خ شهید آقابزرگی، نبش استانبول، پلاک ۳۰	۰۵۲-۲۲۶۹۶۴۵۱	۲۲۶۹۶۴۵۳	خانم رحیمی
۷۴	بزرگراه فتح	۸۷۷	بزرگراه فتح، جاده قدیم کرج، بعد از شیر پاستوریزه، مجتمع تجاری تهران، پلاک ۲۳۸	۰۹۷ و ۰۲۸ و ۰۶۶۸۱۵۹۶۵	۶۶۸۱۶۰۰۸	آقای احسنی
۷۵	شهر قدس	۸۷۸	شهر قدس (قلعه حسن خان) بلوار ۴۵ متری انقلاب، جنب بانک ملت، پلاک ۱۱۲	۰۳۰-۴۶۸۳۲۲۳۰	۴۶۸۳۲۲۴۱	آقای اسدیان
۷۶	دروس	۸۷۹	خیابان شریعتی، دروس، بلوار شهرزاد، خیابان شیدایی، کوچه اسپند، پلاک ۲، کدستی: ۱۹۴۹۹۴۵۵۱۳	۰۳۳۲-۲۶۶۴	---	آقای عظیمی
۷۷	بلوار مرزداران	۸۸۱	شهرک ژاندارمری، بلوار مرزداران، پلاک ۱۳۶	۰۴۰-۴۴۲۱۱۰۴۰	۴۴۲۱۱۸۴۱	آقای جلالی
۷۸	بلوار کشاورز	۸۸۲	بلوار کشاورز - رویروی وزارت کشاورزی، پلاک ۱۷۸	۰۶-۸۸۹۸۳۱۵۴	۸۸۹۸۳۱۵۷	آقای جلیل زاده
۷۹	بلوار دریا	۸۸۳	سعادت آباد، بلوار دریا، پلاک ۵۰	۰۱۸ و ۰۸۸۳۳۳۱۷۱	۸۸۳۶۶۷۶۹	خانم سعیدی
۸۰	گیشا	۸۸۴	کوی نصر (گیشا)، نبش خیابان نوزدهم، پلاک ۳۶۲	۰۹۱-۸۸۴۵۷۲۶۲	۸۸۴۵۷۲۸۴	آقای احمدی
۸۱	جهان شهر کرج	۹۰۱	کرج، میدان سپاه، اول خ جهان شهر، نبش نیلوفر، پلاک ۱	۰۲۰-۰۲۶-۳۴۴۶۶۱۱۵	۰۲۶-۳۴۴۴۴۱۴۴۵	آقای ملکی
۸۲	میدان توحید کرج	۹۰۲	کرج، خ شاه عباسی، بین میدان توحید و میدان قدس، برج سامان	۰۹-۰۲۶-۳۲۲۰۶۴۷۲	۰۲۶-۳۲۲۵۴۸۶۲	آقای سامانی پور
۸۳	بورس کرج	۹۰۳	کرج، میدان هفت تیر، ابتدای بلوار شهدای دانش آموز، تالار بورس	۰۱۹۵-۰۲۶-۳۲۷۷۰	۰۲۶-۳۲۷۷۰۱۹۶	خانم سمرمدی
۸۴	مهرشهر کرج	۹۰۵	مهرشهر، بلوار شهرداری، فاز ۲، نبش خیابان ۲۰۸، پلاک ۵۴۳	۰۵-۰۲۶-۳۳۴۱۵۷۳۳	۰۲۶-۳۳۴۱۷۹۰۵	آقای رضایی
۸۵	شهریار	۹۰۴	شهریار، خ ولیعصر، ضلع شرقی میدان امام، پلاک ۱۳۰	۰۲۱ و ۰۲۱۰۶۵۳۶۹۰	۰۲۱-۶۵۳۶۹۸۶۶۲	آقای ایرج کاوندی
۸۶	تبریز	۹۶۰۱	تبریز، خ امام خمینی، بالاتر از میدان شهید بهشتی، جنب کوی فرهنگ، پلاک ۵۲۱	۰۲۰-۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۰	۰۴۱-۳۳۳۶۵۱۶۰	آقای فرامرز زاده

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه	کد شعبه	آدرس	تلفن	نمابر	نام مسئول شعب/باجه‌ها
۸۷	ولیعصر تبریز	۹۶۰۲	تبریز، خیابان ولیعصر، حد فاصل فلکه بازار و ایردک، پلاک ۲۷	۰۴۱-۳۳۳۲۷۰۸۵	۰۴۱-۳۳۳۱۹۸۶۴	خانم هریسچی
۸۸	۱۷ شهر یور تبریز	۹۶۰۳	تبریز، ابتدای خیابان ۱۷ شهر یور جدید، جنب ساختمان آبان، پلاک ۱۴	۰۴۱-۳۵۵۷۳۶۷۱-۲	۰۴۱-۳۵۵۷۳۶۷۳	آقای رضایی
۸۹	استاد شهریار	۹۶۰۴	تبریز، ابتدای جاده اتل گلی، بالاتر از هتل شهریار، نبش کوی الهی پرست، پلاک ۳	۰۴۱-۳۳۲۹۳۶۶۳-۴	۰۴۱-۳۳۲۹۳۶۶۰	آقای محمودی
۹۰	بازار تبریز	۹۶۰۵	تبریز، بلوار جمهوری اسلامی، ابتدای خ دارایی، پلاک ۱۴۲۷	۰۴۱-۳۵۲۴۴۰۴۹	۰۴۱-۳۵۲۴۲۶۲۳	آقای میرزایی
۹۱	ارومیه	۹۶۲۱	ارومیه، خ کاشانی، روبروی مرکز بهداشت، پلاک ۱۵۶	۰۴۴-۳۲۲۴۳۶۶۸-۹	۰۴۴-۳۲۲۴۰۳۹۲	خانم امامی
۹۲	سرداران ارومیه	۹۶۲۲	ارومیه، خ سرداران، جنب مسجد قدس، پلاک ۱۶۹	۰۴۴-۳۲۲۵۰۵۲۲-۲۴	۰۴۴-۳۲۲۲۷۸۴۶	آقای نامی‌فر
۹۳	اردبیل	۹۶۴۱	اردبیل، خ شیخ صفی، پلاک ۱۶۰	۰۴۵-۳۳۲۵۲۶۰۱-۸	۰۴۵-۳۳۲۵۳۵۰۱	آقای ستاری
۹۴	شریعتی اردبیل	۹۶۴۲	اردبیل، خیابان امام خمینی (ره) - مابین ایستگاه سرعین و میدان شریعتی - پلاک ۵۵۵	۰۴۵-۳۳۲۵۴۰۹۱-۸	۰۴۵-۳۳۲۵۴۰۹۹	آقای هوشیاری
۹۵	اصفهان	۸۰۳	اصفهان، خ فردوسی، نبش منوچهری، ساختمان امیر، پلاک ۱۳	۰۳۱-۳۲۲۳۰۴۲۴-۷	۰۳۱-۳۲۲۳۰۴۲۸	آقای رحمانی
۹۶	زاینده رود اصفهان	۹۵۲۱	اصفهان، خ توحید، پلاک ۵	۰۳۱-۳۶۲۸۲۵۷۲-۸	۰۳۱-۳۶۲۶۹۴۰۹	آقای سیف‌الدینی
۹۷	چهار باغ بالا	۹۵۲۲	اصفهان، میدان آزادی، خ چهار باغ بالا، نبش کوچه بهار آزادی	۰۳۱-۳۶۲۰۶۰۷۴	۰۳۱-۳۶۲۹۱۳۲۹	آقای غیور
۹۸	حافظ اصفهان	۹۵۲۳	اصفهان، میدان نقش جهان، ابتدای خیابان حافظ	۰۳۱-۳۲۲۰۹۴۷۶-۹	۰۳۱-۳۲۲۳۷۴۲۶	آقای سبزه‌زار
۹۹	خانه اصفهان	۹۵۲۴	اصفهان، خانه اصفهان، ابتدای خیابان گلستانه، پلاک ۶۰	۰۳۱-۳۴۴۱۲۲۷۲-۵	۰۳۱-۳۴۴۱۳۶۸۸	آقای کیلانی‌فر
۱۰۰	ایلام	۹۲۶۱	ایلام، خ طالقانی، روبه روی فرمانداری ایلام، پلاک ۳۵۱	۰۸۴-۳۳۳۳۳۱۷۳	۰۸۴۱-۳۳۳۳۱۵۲	آقای کریمی
۱۰۱	خرم آباد	۹۲۸۱	خرم‌آباد، بلوار علوی، نرسیده به میدان امام، پلاک ۴۲۲	۰۶۶-۳۳۳۳۵۵۹۰	۰۶۶-۳۳۳۳۵۵۹۱	آقای راهنمایی
۱۰۲	بوشهر	۹۱۴۱	بوشهر، میدان امام خمینی، ابتدای فرودگاه، پلاک ۳۷	۰۷۷-۳۳۵۶۲۳۱۹-۲۴	۰۷۷-۳۳۵۶۲۳۲۵	آقای فرشیدفر
۱۰۳	بجنورد	۹۳۲۱	بجنورد، تقاطع بلوار امام خمینی و میرزا رضای کرمانی	۰۵۸-۳۲۲۴۴۳۲۰	۰۵۸-۳۲۲۴۷۳۴۸	آقای تیموری
۱۰۴	مشهد	۹۳۰۱	مشهد، بلوار احمد آباد، سی متری اول، نبش کوچه رضای دوم	۰۵۱-۳۸۴۴۴۴۶۰-۱	۰۵۱-۳۸۴۴۳۹۱۴	آقای آرزومندان
۱۰۵	مدرس مشهد	۹۳۰۲	مشهد، بلوار مدرس، نبش مدرس ۵، پلاک ۳۷	۰۵۱-۳۲۲۸۳۸۰۲-۷	۰۵۱-۳۲۲۴۱۰۴۶	آقای تونزنده جانی
۱۰۶	بلوار سجاد مشهد	۹۳۰۳	مشهد، بلوار سجاد، نبش سجاده یا خ لاله جنوبی	۰۵۱-۳۷۶۴۸۲۰۸-۹	۰۵۱-۳۷۶۷۴۰۴۶	خانم سازگار
۱۰۷	فرامرز عباسی مشهد	۹۳۰۴	مشهد، بلوار فرامرز عباسی، بین عباسی ۳، پلاک ۱۶۸	۰۵۱-۳۶۰۹۷۸۹۲۵۴	۰۵۱-۳۶۰۹۷۸۹۵	آقای حاتمی
۱۰۸	هاشمیه مشهد	۹۳۰۵	بلوار هاشمیه، بین هاشمیه ۱۶ و ۱۸، پلاک ۱۴۴	۰۵۱-۳۸۸۳۴۸۴۴	۰۵۱-۳۸۸۴۱۵۲۹	آقای طوسی
۱۰۹	نیشابور	۹۳۱۶	نیشابور، خیابان امام خمینی، روبروی کوچه واعظی، پلاک ۱۳۸۸	۰۵۱-۴۳۳۴۹۴۱۳-۵	۰۵۱-۴۳۳۴۹۴۱۶	آقای علی ابراهیمیان
۱۱۰	بیرجند	۹۳۴۱	بیرجند - خیابان مدرس - نبش چهارراه دوم - مقابل حسینیه گزاری‌ها - کدپستی ۹۷۱۸۶۹۷۱۵	۰۵۶-۳۴۴۵۰۹۷۰-۴	۰۵۶-۳۴۴۵۰۹۷۵	آقای نیک کار
۱۱۱	اهواز	۹۷۰۱	اهواز، خ کیانپارس، حدفاصل خیابان‌های ۳ و ۴ شرقی، پلاک ۲۰۵	۰۶۱-۳۳۲۹۰۵۲۴-۶	۰۶۱-۳۳۲۹۰۷۴۵	خانم حیاتی
۱۱۲	زنجان	۹۶۸۱	زنجان، میدان آزادی، ابتدای خ امام	۰۲۴-۳۳۳۲۰۶۵۴-۶۰	۰۲۴-۳۳۳۲۷۷۳۳	آقای فنفوری
۱۱۳	سعدی شمالی زنجان	۹۶۸۲	زنجان، خ سعدی شمالی، نبش کوچه روشن، ساختمان اشراق، پلاک ۷۲	۰۲۴-۳۳۵۶۸۶۵۱	۰۲۴-۳۳۵۶۸۶۸۱	آقای دارویی
۱۱۴	زاهدان	۹۱۳۱	زاهدان، میدان امام علی (ع)، ابتدای بلوار شهید مطهری	۰۵۴-۳۳۲۶۰۱۷۸	۰۵۴۱-۳۲۲۶۲۸۲	آقای شهرکی
۱۱۵	شیراز	۹۱۰۱	شیراز، خ زند، بین خ فلسطین و ۲۰ متری سینما سعدی، پلاک ۳۹۶، ساختمان پاسارگاد	۰۷۱-۳۲۳۱۹۵۲۱-۲۷	۰۷۱-۳۲۳۱۹۵۱۳	آقای آزادی
۱۱۶	فلکه گازجام جم شیراز	۹۱۰۲	شیراز، فلکه گاز، ابتدای خیابان جهاد سازندگی، جنب فروشگاه رفا، پلاک ۲۰	۰۷۱-۳۲۲۶۲۸۵۲-۴	۰۷۱-۳۲۲۷۴۸۳۴	آقای باری‌فر
۱۱۷	قصرالدشت شیراز	۹۱۰۳	شیراز، خ قصرالدشت، روبروی خلد برین، پلاک ۷۵	۰۷۱-۳۶۲۷۹۱۸۰ و ۸۹	۰۷۱-۳۶۲۷۹۲۱۶	آقای بردبار
۱۱۸	معالی آباد شیراز	۹۱۰۴	شیراز، معالی آباد، نبش کوچه ۲۷، کدپستی ۷۱۸۷۷۱۱۶۴۵	۰۷۱-۳۶۳۴۱۳۹۷	۰۷۱-۳۶۳۴۱۴۰۶	آقای جمسی
۱۱۹	پاسداران شیراز	۹۱۰۵	شیراز، بلوار پاسداران، بین خ مبعث و مطهری	۰۷۱-۳۸۳۳۳۸۱۱-۱۲	۰۷۱-۳۸۳۳۳۸۱۴	آقای نظری
۱۲۰	قزوین	۹۲۰۱	قزوین، خ خیام شمالی، جنب بانک ملی شعبه خیام شمالی، پلاک ۵۶۰	۰۲۸-۳۳۳۵۷۳۰۵-۸	۰۲۸-۳۳۳۵۸۰۹۵	آقای فرضی
۱۲۱	قشم	۹۸۲۱	قشم، بلوار امام قلی خان، روبروی مرکز تجاری خلیج فارس و مرجان	۰۷۶۳-۵۲۴۲۶۴۰-۴۷	۰۷۶۳-۵۲۴۲۶۵۰	آقای بهاری
۱۲۲	قم	۹۰۰۱	قم، بلوار امین، نبش کوچه ۴۱	۰۲۵-۳۲۹۴۰۶۰۱-۳	۰۲۵-۳۲۹۱۶۶۱۶	آقای درویشی
۱۲۳	فلکه جهاد قم	۹۰۰۲	قم، فلکه جهاد، خ ۱۹ دی، پلاک ۵۵۵ و ۵۵۷	۰۲۵-۳۷۷۰۸۸۴۱	۰۲۵-۷۷۰۵۹۴۹	آقای مجاهدی
۱۲۴	سنندج	۹۲۷۱	سنندج، خ سید قطب، پلاک ۳	۰۸۷-۳۳۲۴۵۴۳۱-۴	۰۸۷۱-۳۲۴۵۴۳۶	آقای سخاوی
۱۲۵	کرمان	۹۵۰۱	کرمان، خیابان سپهبد قرنی، نبش سپهبد قرنی ۸	۰۳۴-۳۲۲۳۳۸۶۷-۷	۰۳۴-۳۲۲۶۷۹۶۰	آقای ابراهیمی
۱۲۶	کوثر کرمان	۹۵۰۲	کرمان، شهرک باهنر، میدان کوثر، جنب شهرداری منطقه ۲	۰۳۴-۳۲۴۷۶۷۶۱	۰۳۴-۳۲۴۷۶۷۶۵	آقای شفیع
۱۲۷	رفسنجان	۹۵۱۱	ابتدای خیابان مطهری، بعد از پل فجر، ساختمان محمد عسکری	۰۳۴-۳۴۳۲۱۰۴	۰۳۴-۳۴۳۲۱۰۲	آقای علی‌پور
۱۲۸	کرمانشاه	۹۲۴۱	کرمانشاه، میدان فردوسی، جنب بیمارستان معتضدی، پلاک ۱۲	۰۸۲-۳۷۲۵۹۹۶۳-۴	۰۸۳-۳۷۲۵۹۹۷۱	آقای توحیدلی
۱۲۹	یاسوج	۹۲۵۱	یاسوج، بلوار مطهری، پلاک ۴۰۰	۰۷۴-۳۳۲۳۵۳۴۸	۰۷۴۱-۲۲۳۵۳۷۵	آقای حسینی
۱۳۰	کیش	۹۸۰۱	کیش، خ فردوسی، مجتمع تجاری کیش، طبقه همکف، پلاک ۶۴ و ۶۷	۰۷۶۴-۴۴۵۲۴۹۰-۹۵	۰۷۶۴-۴۴۵۲۴۵۹	آقای خیاطی

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه	کد شعبه	آدرس	تلفن	نمابر	نام مسوول شعب/پاچه‌ها
۱۳۱	گرگان	۹۴۴۱	گرگان، خ ولیعصر، بین عدالت ۱۰ و ۸	۰۱۷-۳۳۳۶۹۰۰۲-۸	۰۱۷-۳۳۳۶۹۰۱۶	آقای میدانی
۱۳۲	گنبد	۹۴۴۲	گنبد کاووس، خ امام خمینی جنوبی، بین خ گلشن و شهدای شرقی پلاک ۱۸۳۹	۰۱۷-۳۳۴۷۶۱۲-۱۹	۰۱۷-۳۳۴۷۶۲۴	آقای قاضوی
۱۳۳	گلزار رشت	۹۴۰۱	رشت، میدان باستانی شعار، اول بلوار گلزار	۰۱۳-۳۳۱۱۴۷۱۰	۰۱۳-۳۷۲۲۴۷۱۳	آقای بابک دولتی
۱۳۴	آمل	۹۴۳۱	آمل، خیابان امام خمینی، حد فاصل آفتاب ۱۸ و ۲۰	۰۱۱-۴۴۲۹۶۴۲۱	۰۱۱-۴۴۲۹۶۴۳۵	آقای ملکی پاشا
۱۳۵	ساری	۹۴۰۲	ساری، خ فرهنگ، بعد از تقاطع قارن	۰۱۱-۳۳۲۵۹۷۶۲-۶	۰۱۱-۳۳۲۵۹۷۶۱	آقای اساسه
۱۳۶	بابل	۹۴۲۱	بابل، میدان ولایت، ابتدای خ مدرس، روبروی شهرداری	۰۱۱-۳۲۱۹۷۱۴۱	۰۱۱-۳۲۱۹۷۱۴۸	آقای عبدالمجید طاهری
۱۳۷	تنکابن	۹۴۲۲	تنکابن، خ امام خمینی، نبش شهید مروتی	۰۱۱-۵۴۲۱۰۲۶۱-۴	۰۱۱-۵۴۲۱۰۲۷۴	آقای قنبرزاده
۱۳۸	اراک	۹۵۶۱	اراک، خ شهید رجایی، پلاک ۸۸۳۷	۰۸۶-۳۲۲۱۴۵۰۴-۱۰	۰۸۶-۳۲۲۲۵۹۵۷	آقای کریمی
۱۳۹	بندرعباس	۹۱۲۱	بندر عباس، خیابان امام خمینی، سه راه دلگشا، برج نیلوفر، طبقه همکف	۰۷۶-۳۲۲۳۵۳۰۲-۸	۰۷۶-۳۲۲۳۵۳۳۰	آقای گوری
۱۴۰	همدان	۹۲۲۱	همدان، خ جهان نما، روبروی خ آزادی، پلاک ۱۵۳، برج شهیار، طبقه همکف	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۹۰-۲	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۸۹	آقای تریان
۱۴۱	خواجه رشیدهمدان	۹۲۲۲	همدان، خ شریعتی، نرسیده به چهارراه خواجه رشید، روبروی کوچه نبوی، پلاک ۲۷۳	۰۸۱-۳۲۵۷۷۳۳۲	۰۸۱-۳۲۵۷۷۳۳۸	آقای سعید طاهری
۱۴۲	یزد	۹۵۴۱	یزد، خ امام خمینی، جنب کوچه شهید صدوقی، پلاک ۲۷۴	۰۳۵-۳۶۲۲۱۶۹۱-۲	۰۳۵-۳۶۲۶۹۵۲۵	آقای رشیدی
۱۴۳	جمهوری اسلامی یزد	۹۵۴۲	یزد، بلوار جمهوری اسلامی، نبش کوچه وحدت، پلاک ۷۹	۰۳۵-۳۵۴۸۲۰۳-۵	۰۳۵-۳۵۴۸۲۰۶	آقای زارع
۱۴۴	سمنان	۹۴۵۱	سمنان، خ مولوی، سه راه فرمانداری سابق، پلاک ۲۲۴	۰۲۳-۳۳۳۲۰۲۸۹	۰۲۳-۳۳۳۲۰۴۷۶	آقای شهاب
۱۴۵	شهرکرد	۹۵۷۱	شهرکرد، خ ملت، نرسیده به چهار راه بازار، پلاک ۳۹۲	۰۳۸-۳۲۲۷۷۵۸۳	۰۳۸-۳۲۲۷۷۵۸۰	آقای یزدانی
۱۴۶	منطقه آزاد اروند	۹۸۵۱	منطقه آزاد اروند، بلوار شهید منتظری (شاهپور سابق) نبش خیابان امیری	۰۶۱-۵۳۲۲۶۷۲۴-۵	۰۶۱-۶۳۲۲۶۷۳۱	آقای بهرامی

شعب بانک سامان پاسخگوی همیشگی شما

شعب	شنبه تا چهارشنبه	پنجشنبه
شعب استان‌های تهران، فارس، اصفهان، آذربایجان شرقی، خراسان رضوی، قم و البرز	۸ تا ۱۶	۸ تا ۱۳
شعبه هایپراستار	۸ تا ۱۸	۸ تا ۱۳
فرودگاه امام خمینی (ره) و واحد CIP	۲۴ ساعته	۲۴ ساعته
شعب شهرستان و مناطق اروند	۷:۳۰ تا ۱۴	۷:۳۰ تا ۱۹
شعبه منطقه آزاد قشم	۷:۳۰ تا ۱۴	۷:۳۰ تا ۱۹
شعبه منطقه آزاد کیش	۷:۳۰ تا ۱۴	۷:۳۰ تا ۱۹/۳۰ تا ۱۹/۳۰

لیست مشخصات مربوط به سرپرستی‌ها

نام	سمت	آدرس
عزیزاله عزیزی	سرپرست منطقه ۱	خیابان دزاشیب سه راه عمار، پلاک ۱۵۸- طبقه فوقانی شعبه دزاشیب- تلفن: ۲۲۳۹۷۶۳۹- نمابر: ۲۶۸۵۰۴۶۰
هادی صدیقی	سرپرست منطقه ۲	خیابان ولی عصر، بالاتر از خیابان دکتر شهید بهشتی، نبش کوچه کوزه گر، پلاک ۲۱۳۳، طبقه فوقانی شعبه پارک ساعی. تلفن: ۸۸۴۸۱۲۷۸- نمابر: ۸۸۴۸۱۴۰۱
محمد غفاری	سرپرست منطقه ۳	سعادت آباد- خ سرو غربی- میدان سرو- پ۷- طبقه فوقانی شعبه سرو- تلفن: ۲۲۰۷۵۴۹۸- نمابر: ۲۲۰۷۸۵۵۴
تقی لقمانی	سرپرست استان‌های مرکز	اصفهان - خیابان توحید میانی- نبش کوچه شهید نقی آبادی- پلاک ۵- ط اول - تلفن: ۳۶۲۸۴۰۸۰- نمابر: ۳۶۲۸۴۰۹۰
منصور صرافی	سرپرست استان‌های جنوب شرق	کرمان- خیابان سپهبد قره نی- نرسیده به میدان سپهبد قره نی (ژاندارمری سابق)- جنب تیمچه- پلاک ۲۱۶- تلفن: ۰۳۴-۳۲۲۶۸۷۹۴- نمابر: ۰۳۴-۳۲۲۶۶۳۲۴
احمد ابراهیمیان	سرپرست استان‌های شرق و شمال شرق	مشهد- بلوار سجاده- نبش سجاده۸- (خیابان لاله جنوبی)- ساختمان بانک سامان طبقه ۶- تلفن: ۳۷۶۹۱۴۳-۴۴- نمابر: ۰۵۱-۳۷۶۹۱۴۳
عبداله اصفهانی	سرپرست استان‌های شمال غرب	تبریز- خ امام خمینی- بالاتر از میدان شهید بهشتی، جنب کوی فرهنگ- پلاک ۵۲۱- طبقه چهار ساختمان شعبه تبریز- تلفن: ۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۴۳- نمابر: ۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۳۷
محمد نبی وفا	سرپرست استان‌های جنوب و جنوب غرب	شیراز، خ زند، بین خ فلسطین و ۲۰ متری سینما سعدی، ساختمان پاسارگاد تلفن: ۳۲۳۱۹۴۵۷- نمابر: ۳۲۳۱۹۴۶۶-۰۷۱
طاهر احمد زاده	سرپرست استان‌های شمال	ساری- خیابان فرهنگ- بعد از سه راه قارن- طبقه فوقانی شعبه ساری- تلفن: ۳۳۲۵۹۷۸۴- نمابر: ۰۱۱
ابوالحسن گروسی	سرپرست استان‌های غرب	زنجان، میدان آزادی، ابتدای خ امام- تلفن: ۰۱-۳۳۳۶۵۸۶۰- نمابر: ۰۲۴-۳۳۳۶۵۸۶۴

نرخ سود سپرده‌های ارزی و ریالی

جدول نرخ سود سپرده‌های سرمایه‌گذاری مدت‌دار ارزی
از تاریخ ۹۳/۱۱/۳۰ (نرخ‌ها به درصد)

نوع ارز	۱ ماهه	۲ ماهه	۳ ماهه	۶ ماهه	۹ ماهه	۱ ساله
یورو	۱/۷۵	۲	۳/۲۵	۴/۷۵	۵/۲۵	۶
درهم امارات	۱/۷۵	۲	۳/۳۰	۴/۳۰	۴/۷۵	۵/۷۵
پوند انگلیس	-----	-----	۰/۶	۰/۸	-----	۱
دلار آمریکا	۰/۵	۱	۱/۵	۳/۲۵	۳/۵	۵

جدول نرخ سود علی‌الحساب سپرده‌های سرمایه‌گذاری
مدت‌دار ریالی از تاریخ ۹۴/۰۲/۱۶

نوع سپرده	نرخ سود سالانه
سپرده سرمایه‌گذاری کوتاه مدت	٪۱۰
سپرده کوتاه مدت ویژه ۳ ماهه	٪۱۴
سپرده کوتاه مدت ویژه ۶ ماهه	٪۱۸
سپرده کوتاه مدت ویژه ۹ ماهه	٪۲۰
سپرده بلندمدت یک ساله	٪۲۰

نرخ سود اندوخته‌های بیمه نامه عمر و تشکیل سرمایه سامان



نرخ سود فنی با تضمین ۱۰ ساله	نرخ سود قطعی سال ۱۳۹۲	
٪۱۵	٪۱۸	اندوخته‌های با ریسک کم
٪۱۴	٪۱۹/۵	اندوخته‌های با ریسک متوسط
٪۱۲	٪۲۵	اندوخته‌های با ریسک زیاد





آب هست
ولی کم است!

ویژه بودن، بیشتر از یک ویژگی است.

بیمه | بورس | املاک | مسافرت | تشریفات فرودگاهی | مراکز رفاهی

باشما هستیم

مرکز رزرو سامان، ۰۲۱-۲۲۶۶۲۱۰۵

booking@sb24.com

اطلاعات کامل تر را از بانکداران ویژه و اختصاصی ما دریافت کنید.
یا واژه VIP را به شماره ۰۲۱-۲۲۶۶۲۱۰۵ ارسال کنید.

شماره مدیریت امور مشتریان ویژه: ۰۲۱-۲۲۰۱۷۹۱۷





برنده بعدی شما باشید.

● مشاهده اسامی برندگان در سایت www.sb24.com

● قرعه‌کشی ماهانه ۱۱۵ جایزه نقدی به ارزش ۲۷۵ میلیون تومان

● افزایش امتیاز با تراکنش‌های بیشتر (سامانی و شتابی) و مانده حساب بیشتر

باشما هستیم

مرکز سامان ارتباط: ۰۲۱-۶۴۲۲

www.sb24.com