

سامان

سال هفدهم، شماره ۱۷۵
دی ۱۴۰۰

بانک سامان
Saman Bank



Mobillet

now

موبایلت،

با امکان افتتاح حساب آنلاین به روز شد!



تالاب ازگن، لرستان



برای خرید مطمئن
کافیه کارتخوان سپ رو انتخاب کنی



سرعت ، امنیت ، نوآوری



www.sep.ir



بامجله سلام همراه باشید

گروه مالی سامان

پوداخت الکترونیک سامان کیش

تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از میدان ونک، انتهای خیابان خدامی، بعد از تقاطع آفتاب، پلاک ۱۰۴
تلفن: ۸۴۳۴۵۰۰۰ مرکز ارتباط با مشتریان: ۸۴۰۸۰۸۲۱۹۱۴۰ نمابر: ۸۸۲۱۹۱۴۰
www.sep.ir



بیمه سامان

تهران، خیابان سیدجمال‌الدین اسدآبادی، پلاک ۴۳۳
تلفن: ۰۲۱-۸۹۴۳۰۲۱ نمابر: ۸۸۷۰۰۲۰۴
www.si24.ir



کارگزاری بانک سامان

تهران، خیابان نلسون ماندلا (آفریقا)، پایین‌تر از چهارراه جهان کودک، نبش کوچه ۲۵، پلاک ۲۹، طبقه همکف
تلفن: ۸۸۷۷۴۶۶۹-۷۱ نمابر: ۸۸۷۷۴۶۸۹
www.samanbourse.com



صرافی سامان

شعبه مرکزی: تهران، خیابان خالد اسلامبولی (وزرا)، خیابان هفتم، پلاک ۱۱
تلفن: ۸۸۷۰۵۸۰۳ و ۱۹۷۰۵۸۰۳ نمابر: ۸۸۷۰۹۲۱۰
www.samanexchange.com



اعتبارسنجی حافظ سامان ایرانیان

تهران، خیابان شریعتی، نرسیده به همت، نبش کوچه اتوبانک، برج سامان
تلفن: ۴۱۷۲۶۰۰۰ نمابر: ۴۱۷۲۶۰۰۱
www.icbs.ir



خدماتی آفتاب تجارت سامان

تهران، خیابان خالد اسلامبولی (وزراء)، کوچه ۲۰ (شهید رفیعی)، پلاک ۴، طبقه اول
تلفن: ۴۷۷۰۲۰۰۰ نمابر: ۴۷۷۰۲۲۲۲
www.aftabts.com



تأمین سرمایه کاردان

تهران، خیابان نلسون ماندلا (آفریقا)، خیابان کاج آبادی، شماره ۱۱۴، طبقه ۳
تلفن: ۹۶۶۲۱۱۱۱ نمابر: ۹۶۶۲۱۱۳۳
www.kardan.ir



کیش سل پارس

تهران، سعادت‌آباد، ضلع شمال شرقی چهارراه سرو، جنب بانک سامان، پلاک ۷۷
تلفن: ۰۲۱-۸۷۶۴۰۰۰ نمابر: ۰۲۱-۲۶۶۵۴۸۰۹
www.samantel.ir



پردازشگران سامان

تهران - محله امانیه - بلوار نلسون ماندلا - خیابان شهید محمد علی رحیمی - پلاک ۴۳
تلفن: ۰۲۱-۲۶۲۹۳۹۴۲ نمابر: ۰۲۱-۲۶۲۹۳۹۴۲
www.samanpr.net



تندر نور

تهران، میدان رسالت، خیابان هنگام، بلوار دلاوران، بین چهارراه آزادگان و تکاوران، پلاک ۳۷۷
تلفن: ۰۲۱-۷۷۴۴۴۴۶۴ - ۰۲۱-۷۷۱۸۲۸۴۴
www.thunder-light.com





صاحب امتیاز: بانک سامان
مدیر مسئول: فرشته ضرابیه
سر دبیر: ناصر بزرگمهر
مدیر هماهنگی: راضیه غنچه
مدیر فنی و هنری: مهدی نجفی

همیشه منتظر آثار شما هستیم

- از دریافت مقالات و دیدگاه‌های صاحب نظران استقبال می‌کنیم.
- از ارسال مطالب چاپ‌شده در مطبوعات خودداری شود.
- لطفا مطالب منابع در گیومه مشخص شود.
- مقالات ترجمه‌شده همراه با کپی اصل مقاله ارسال شود.
- مطالب ارسالی پس فرستاده نمی‌شود.
- لطفا مطالب تایپ‌شده و یا به صورت ایمیل ارسال شود.
- مقالات کوتاه و حداکثر برای ۴ صفحه نشر به تهیه شود.
- عکس و طرح مناسب همراه مقاله ارسال شود.
- عکس نویسنده یا مترجم همراه مقاله باشد.
- بی‌نوشته و هرگونه توضیح در مورد منابع در انتها قرار گیرد.
- کلماتی که مخفف نوشته می‌شود، یک بار کامل درج شود.
- تیر و سوتیرهای مناسب به وسیله نویسنده مشخص شود.
- مطالب چاپ‌شده الزاماً نظر رسمی مجله نیست.
- تا حد امکان از کلمات خارجی استفاده نشود و معادل فارسی به کار رود.
- اعداد به صورت 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 تلخیص مقالات آزاد است.

- یادداشت سردبیر/ ۶
- باز آفرینی تولید و اشتغال در ذوب آهن سپهر شرق/ ۸
- افتتاح کارخانه تولید دستگاه‌های کارت خوان با حمایت بانک سامان/ ۱۰
- اخلاق حرفه‌ای در حسابرسی/ ۱۲
- بانکداری باز/ ۱۶
- کارت بانکی و انواع آن: نقدی، پیش پرداخت و اعتباری/ ۱۷
- افزایش فروش در شرایط رکود و بازار دشوار/ ۱۸
- نسل Z گروه هدف بانکداری دیجیتال/ ۲۰
- آشنایی با نتخواه کارت شرکت‌ها؛ معجزه‌ای در امور بانکی و شرکتی/ ۲۸
- تصمیم‌گیری در زمان‌های بحرانی/ ۳۰
- با موبایل، آنلاین حساب باز کن/ ۳۰
- فضایی صمیمانه، به دور از بروکراسی/ ۳۱
- عقد جعاله و تفاوت آن با سایر عقود اسلامی/ ۳۶
- نفرت برگزیده فستیوال پلنت مشخص شدند/ ۳۸
- تسهیلات کارساز بانک سامان یک میانبر برای دور زدن مشکلات مالی/ ۴۰
- کارگاه یکروزه آموزشی بانکداران اختصاصی برگزار شد/ ۴۱
- تعریف بازاریابی نوین/ ۴۲
- کرونابار خود را از دوش اقتصاد برمی‌دارد/ ۴۴
- نرخ سود باید متناسب با تورم باشد/ ۴۵
- مبنای تجارت باید آمار باشد/ ۴۶
- اهمیت رفع موانع تولید رقابتی/ ۴۷
- کیک اقتصاد بزرگ تر می‌شود/ ۴۸
- درس‌هایی درباره نابرابری‌های تازه جهانی/ ۴۹
- نیازمند نگاه نو به کسب و کار هستیم/ ۵۰
- ماینر تحقق رشد در اقتصاد/ ۵۱
- اخذ گواهینامه میزان رضایتمندی مشتریان توسط بانک سامان/ ۵۲
- اسامی برندگان وین/ ۵۴
- شعب بانک سامان/ ۶۰

دفاتر بانکداری شرکتی بانک سامان

نام دفتر	نشانی	تلفن	نمابر	نام رئیس
دفتر بانکداری شرکتی شهر مشهد	مشهد، بلوار سجاد، بین چهارراه بزرگمهر و بهار، نبش خ لاله، ساختمان بانک سامان، طبقه دوم	۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۳۹ و ۴۱	۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۴۰	نقیسه سلماسی
دفتر بانکداری شرکتی واحد اصفهان	اصفهان، خیابان توحید میانی، نبش کوچه تقی آبادی، ساختمان بانک سامان، طبقه اول	۰۳۱-۳۶۲۷۴۰۷۰	۰۳۱-۳۶۲۸۶۰۲۸	زهرا ایلخانی
دفتر بانکداری شرکتی تهران	تهران، خیابان ولی عصر، چهارراه پارک وی، کوچه ترکش دوز، ساختمان اداری بانک سامان	۰۲۱-۲۳۰۹۵۶۱۱	-----	آقای عرب اسدی

نشانی اداره مرکزی بانک سامان:

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

نشانی روابط عمومی بانک سامان:

تهران، خیابان شریعتی، نبش کوچه اتوبانک، برج سامان
تلفن: ۰۲۱-۶۴۰۳۴۴۳۰ سایت: www.sb24.ir

نشانی دفتر مجله سامان:

خیابان قائم مقام فراهانی، مقابل خیابان فجر، پلاک ۷۴
تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۴۸۷۹۰ فاکس: ۰۲۱-۸۸۸۳۷۴۸۳

مسئولیت اجتماعی سازمانی یعنی سازمان‌های با اخلاق (۲)



ناصر بزرگمهر
nbozorgmehr@yahoo.com

به نام او که هرچه بخواهد همان می‌شود

فرهنگ هنرمندان است. اخلاق یک هنرمند یا ورزشکار و شیوه برخوردش با یک موضوع اجتماعی یا انسانی، سریعا از حوزه جغرافیایی عبور و انعکاس جهانی پیدا می‌کند.

همین بحث در زمینه تجارت نیز وجود دارد و اولین بار موضوع اخلاق و روش‌ها در کسب و کار با مسئولیت اجتماعی، در اوایل دهه بیست میلادی به صورت علمی مطرح شد؛ هرچند بدون شک در فرهنگ سنتی مشابه این موضوع و رعایت اخلاق‌مداری حتما در فرهنگ‌های گوناگون وجود داشته و دارد، به طور مثال در فرهنگ سنتی سرزمین خود ما، این ضرب‌المثل وجود دارد که «کاسب، حییب خداست» یا «تاجر درستکار، شریک مال مردم است» و بسیاری نگاه‌ها که نشانه اخلاق‌مداری و اعتماد مردم به حوزه کسب و کار و تاجران و بازاری‌ها در طول تاریخ بوده است.

اعتماد به کسبه در شهرها و محلات و خصوصا در بافت‌های سنتی و روستایی و کوچک، در طول تاریخ بسیار معمول و عادی بوده است.

اما نگرش‌های مربوط به مسئولیت اجتماعی مؤسسات و شرکت‌های بزرگ، سابقه چندانی ندارند.

همان‌طور که گفتیم، مقوله مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و سازمان‌های بزرگ، مقوله‌ای اخلاقی و اخلاق‌مدار در فرهنگ کسب و کار است و تلاش می‌کند به جامعه و افکار عمومی، دید خوبی درباره کلیات فعالیت شرکت‌ها در مسائل زیست‌محیطی، رعایت حقوق شهروندان، کمک به نیازمندان، انجام کارهای خیریه، توجه به مردم بومی مناطق مختلف، ساخت و سازهای مورد نیاز مثل مدرسه و بیمارستان، توجه به فرهنگ جامعه و توسعه پایدار بدهد و به همین خاطر، تاکنون هزاران مقاله و کتاب و سخنرانی درباره این حوزه به زبان‌های مختلف منتشر شده است.

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، به عبارتی اخلاق شرکت‌ها (corporate ethics) است.

در هر بخشی از جامعه، اخلاق یکی از مهم‌ترین معیارها برای بررسی و قضاوت کردن فرهنگ‌ها و حتی شیوه مدیریت دولت‌ها به شمار می‌رود، به طوری که اگر ورزشکاری اخلاق ورزشی نداشته باشد، هرچند که خوب بازی کند مورد تحسین و تمجید بزرگان و اجتماع پیرامون خود قرار نمی‌گیرد یا در مورد هنرمندان بارها گفته شده است که مهم‌تر از هنر، اخلاق و

سوئد، از پیشگامان استقرار نظام مسئولیت اجتماعی داوطلبانه در سازمان‌های دولتی است که روش‌ها و پیشنهاداتش در دهه بیست به دلیل رکود اقتصادی و جنگ جهانی دوم، جدی گرفته نشد و نتوانست به عنوان یک موضوع جدی تا دهه پنجاه میان رهبران کسب و کار جایگاهی بیابد.

اما اواخر دهه نود قرن بیستم ایده CSR در جامعه جهانی توسط دولت‌ها و سازمان‌های غیردولتی مورد تأیید قرار گرفت و برخی از کشورهای پیشرفته دنیا مانند سوئد که در این زمینه پیشگام بودند، موضوع را جدی‌تر پی گرفتند.

«مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها» که به معنی اخلاق در کسب و کار است، به نقشی که شرکت‌ها در حوزه اجتماعی بر عهده دارند مربوط می‌شود و در بیست، سی سال اخیر مورد توجه جدی دولت‌ها و شرکت‌های بزرگ قرار گرفته است.

کارشناسان بازار بر این باورند که شرکت‌ها و سازمان‌های بزرگ و کوچک و حتی فروشگاه‌های محلی برای اینکه در کسب و کار خود موفق باشند، باید مسئولیت اجتماعی خود را در قبال جامعه و تمام کسانی که تحت تأثیر فعالیت‌های آنها قرار می‌گیرند رعایت کنند و به کوچه و خیابان و محله و همسایگان نگاه ویژه‌ای داشته باشند.

مسئولیت اجتماعی بنگاه‌ها تمامی جنبه‌های مدیریتی شرکت و سازمان را پوشش می‌دهد و در مورد این است که چگونه شرکت‌ها و سازمان‌های خصوصی و حتی وزارتخانه‌های دولتی تجارتشان را به روش اخلاقی انجام دهند و اثر اقتصادی، محیطی و اجتماعی حقوق بشر را در نظر بگیرند و به کلیه مسائل برون سازمانی و حتی درون سازمانی توجه کنند و از رفتار و گفتار و کردار نیروی انسانی غافل نشوند.

با این حال، باید توجه داشت که یک شرکت یا سازمان یا یک واحد کسب و کار کوچک، زمانی به تعهد اجتماعی خود عمل می‌کند که مسئولیت‌های قانونی و اقتصادی خود را نیز اجرا کند؛ به عبارت دیگر، شرکت به حداقل مسئولیتی که قانون از او خواسته، عمل کند.

در حال حاضر با توسعه دنیای ارتباطات و به وجود آمدن شهروند خبرنگار و سهولت پخش خبر از طریق دنیای مجازی و فرستادن هرگونه صدا و تصویر روی آنتن‌های ماهواره‌ای، سازمان‌ها و شرکت‌ها به بازتاب اعمال خود خصوصاً در

حوزه‌های اقتصادی و مسئولیت اجتماعی توجه بیشتری معطوف می‌دارند و عملاً دیده‌اند که خطاهای آنها سریعاً اطلاع‌رسانی می‌شود و هر گونه پنهان‌کاری نتایج مخرب‌تری خواهد داشت. در حال حاضر یک حادثه طبیعی یا غیرطبیعی مثل ریزش یک معدن، بازتاب گسترده‌ای در حوزه مسئولیت اجتماعی برای دولت‌ها و شرکت‌ها و سازمان‌های مرتبط دارد که نمونه‌های داخلی و خارجی آن را به عینه دیده و تجربه کرده ایم.

مسئولیت اجتماعی، یک چارچوب مدیریت اخلاقی را به شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی اضافه می‌کند که بر اساس آن، شرکت‌ها به فعالیت‌های جدیدتری توجه و اقدام می‌کنند که وضع جامعه را بهتر می‌کند و از انجام کارهایی که باعث بدتر و وخیم‌تر شدن وضعیت جامعه خصوصاً در حوزه زیست محیطی می‌شود نیز پرهیز می‌کنند.

آن گونه که سازمان بین‌المللی استاندارد (ISO) عنوان می‌کند: در پی افزایش جهانی‌شدن، ما نه تنها نسبت به آنچه می‌خریم هوشیارتر شده‌ایم، بلکه نسبت به نحوه تولید محصولات و خدماتی که دریافت می‌کنیم نیز آگاهی بیشتری پیدا کرده‌ایم. محصولاتی که از نظر محیطی مضر هستند، کار کودکان، محیط‌های خطرناک کاری، مسائل زیست محیطی و سایر شرایط غیرانسانی، نمونه‌هایی از مسائل و مشکلاتی هستند که این روزها بطور مرتب از طرف NGO ها و خبرنگار شهروند و رسانه‌ها مطرح و پیگیری می‌شوند.

همه سازمان‌ها و شرکت‌ها که به دنبال سود و اعتبار طولانی مدت هستند کم‌کم متوجه شده یا می‌شوند که باید مطابق با هنجارها عمل کنند. مهم‌ترین قسمت مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها این است که اهداف خود را بر اساس راحتی و آسایش کل بشریت تنظیم کنند و به آینده انسان روی زمین به‌طور جدی بیندیشند. بانک‌ها در همه‌جای جهان از اولین سازمان‌هایی بودند که به موضوع مسئولیت اجتماعی خود توجه و در بسیاری از سرمایه‌گذاری‌های زیست محیطی و ساخت مدارس و بیمارستان در مناطق محروم اقدام کردند.

خوشبختانه بانک سامان و بیمه سامان و سایر شرکت‌های وابسته نیز در دو دهه گذشته، با تلاش و هزینه در حوزه مسئولیت اجتماعی و مواردی مثل مدرسه‌سازی در مناطق محروم، نقش خود را در حوزه مسئولیت اجتماعی فراموش نکرده است.

خدمات آتیه‌اندیشان سپهر شرق در خصوص آخرین وضعیت این شرکت انجام دادیم که در ادامه می‌خوانید.

● مهندس فتحیان با تشکر از زمانی که در اختیار نشریه سامان قرار دادید، لطفاً در خصوص آخرین وضعیت مجموعه تحت مدیریت خودتان گزارشی ارائه کنید.

من هم به شما و خوانندگان سلام عرض می‌کنم. در پاسخ به این پرسش باید بگویم که شرکت گسترش خدمات آتیه‌اندیشان سپهر شرق از ابتدای سال ۱۳۹۵ پس از تحویل گرفتن کارخانه ذوب آهن سپهر شرق توسط بانک سامان فعالیت خود را آغاز کرد. کارخانه ذوب آهن سپهر شرق، ۶ ست کوره ذوب القایی دارد که در حال حاضر ۵ ست از این کوره‌ها آماده به کار و تولید است.

در گذشته و پیش از در اختیار گیری مجموعه توسط بانک سامان، وضعیت کارخانه به شدت نامناسب بود و با مشکلات مختلفی مثل حقوق معوق کارکنان و همچنین مشکل در تامین مواد اولیه مواجه بوده و اینها تنها بخشی از مشکلات شرکت در آن زمان بود. همچنین متأسفانه در آن زمان تمام ظرفیت کارخانه به کار گرفته نشده بود و کارخانه با کمترین ظرفیت ممکن کار می‌کرد.

با این حال، پس از تحویل گرفتن این کارخانه توسط بانک سامان، مشکلات یکی پس از دیگری مرتفع شد. به نحوی که با تزریق نقدینگی از سمت بانک سامان، بخشی از بدهی‌های گذشته مثل حقوق معوق کارکنان تسویه شد و همین اتفاق باعث شد شرکت وارد فرآیند تولید شود و موضوع تولید به رغم تمامی ریسک‌های موجود، در مجموعه سپهر شرق در اولویت اصلی قرار گرفت.

در سال ۹۵ و ۹۶ کارخانه با مشکلات متعددی مواجه بود و به همین دلیل، بلافاصله موضوع تولید و رونق تولید در اولویت شرکت قرار گرفت و سال به سال وضعیت شرکت بهبود پیدا کرد. با این اتفاق در سال ۹۷ پس از تغییر مدیریت و تغییر روش‌های کاری، توانستیم کار تامین و فروش را در اختیار خود بگیریم و با روش تقدم در تامین و فروش محصول توانستیم مشکلات موجود را پشت سر بگذاریم.

یکی دیگر از راهکارهایی که باعث موفقیت شرکت شد، استفاده از آهن اسفنجی برای تولید محصولات بود. این اتفاق از آن جهت



به همت بانک سامان محقق شد

بازآفرینی تولید و اشتغال در ذوب آهن سپهر شرق

| گفت‌وگو: جعفر تکبیری |

ریخته‌گری و برشکاری انجام می‌شود. نقاط قوت شرکت گسترش خدمات آتیه‌اندیشان سپهر شرق، دسترسی به جاده اصلی ترانزیت، خط آهن، نیروگاه، خطوط انتقال گاز است و همین موضوع این شرکت را از سایر رقبا متمایز ساخته است. مدیریت این مجتمع در راستای تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی افزایش تولید باکیفیت، کاهش ریسک‌های ایمنی و بهداشت و آلاینده‌گی محیط زیست، پیاده‌سازی و اخذ استانداردهای ملی و بین‌المللی به منظور مدیریت یکپارچه را در رئوس استراتژی خود قرار داده است.

این شرکت به عنوان یکی از پتانسیل‌های اقتصادی و تولیدی منطقه در سال ۱۳۹۴ دچار مشکلات فراوانی بود که با تدبیر و حمایت و همراهی بانک سامان توانست بر همه مشکلات اجرایی و مالی فائق آید.

از این رو گفت وگویی با مهندس علیرضا فتحیان، مدیرعامل شرکت ذوب آهن گسترش

شرکت گسترش خدمات آتیه‌اندیشان سپهر شرق یک شرکت خصوصی پیشگام در تولید انواع شمش‌های فولادی است که در زمینی به مساحت حدود ۴۰ هکتار در سال ۱۳۸۸ در شهرک صنعتی خضربلو واقع در شهرستان عجب شیر احداث شد. این مجتمع با بهره‌گیری از تکنولوژی کوره‌های القای قابلیت تولید شمش‌های فولادی با سایز ۱۵۰*۱۵۰، ۱۳۰*۱۳۰، ۱۲۵*۱۲۵ در طول‌های مختلف را داراست. این شرکت با بهره‌گیری از ۶ ست کوره القایی برای تهیه مذاب از آهن قراضه و ماشین‌آلات ریخته‌گری مداوم کیفیت مطلوب را سرلوحه خود قرار داده و با در اختیار داشتن آزمایشگاه کوانتومتری و آزمایشگاه آب شده امروز سرآمد تولید باکیفیت در منطقه است.

فرآیند‌های این شرکت اعم از تفکیک و فرآوری قراضه به ترتیب در سه سایت فرآوری، تهیه مذاب از قراضه در کوره‌های القایی، انتقال مذاب به کوره‌های پاتیلی و



با اهمیت است که استفاده از آهن اسفنجی در کوره‌های القایی نیازمند دانش و تکنولوژی خاصی است که ما در شرکت توانستیم این تکنولوژی را در اختیار بگیریم و این دانش را به کارکنان خود منتقل کنیم و امروز امکان استفاده از آهن اسفنجی به میزان ۶۰ درصد را در تولیدات خود داریم.

در سال ۹۸-۹۷ اقدام به واردات مواد اولیه با کیفیت بسیار خوبی کردیم که باعث شد هم کیفیت محصولات ما بالاتر برود و هم هزینه تامین مواد اولیه ما کاهش پیدا کند. علاوه بر این مازاد نیاز خود را نیز به شرکت‌های متقاضی فروختیم.

در نهایت در سال ۱۴۰۰-۱۳۹۹ به دنبال توسعه تولید و بهینه کردن فرآیندهای تولیدی و ایجاد اشتغال بالاتر در سطح استان هستیم.

● رمز موفقیت و این جهش خوب شرکت را در چه چیز می‌دانید؟

در مجموع سازمان‌های موفق سازمان‌هایی هستند که بتوانند رضایت تمام ذینفعان را جلب کنند. سازمان‌ها معمولاً ۴ دسته ذینفع دارند.

دسته اول ذینفعان، تامین کنندگان هستند که با توجه به افزایش تولید صورت گرفته و رفع مشکلات مالی در مجموعه، این تامین کنندگان مایل بودند با ما کار کنند.

دسته دوم ذینفعان، کارکنان شرکت هستند که خوشبختانه تعلق خاطر بسیار خوبی به شرکت دارند، چراکه مشاهده می‌کنند که تولید در شرکت فعال است و این کارکنان علاوه بر دریافت حقوق، دریافت‌های دیگری نیز دارند که ناشی از همین فعال بودن تولید است.

به همین خاطر ما ادعا می‌کنیم که رضایت کارکنان مجموعه در بالاترین حد ممکن است و به رغم اینکه شرکت‌های دیگری در منطقه به آنها پیشنهاد کاری ارائه می‌کنند، به دلیل همین موفقیت در تولید حاضر به ترک شرکت نیستند. دسته سوم ذینفعان، مشتریان هستند. در اطراف کارخانه، شرکت‌های نوردکاری مستقرند که مشتریان ما هستند و خرید محصولات ما برای آنها جاذبه دارد. جاذبه نخست برای آنان کیفیت بالای تولیدات ما است و ما نیز از این جاذبه استفاده کردیم و با قیمتی مناسب محصولات خود را به مشتریان عرضه می‌کنیم. علاوه بر این جاذبه دیگر مسافت نزدیکی است که باعث شده هزینه حمل و نقل را برای مشتریان کاهش دهد. در نهایت چهارمین دسته از ذینفعان،

محصولات خود دارید؟

نوع محصول ما اصطلاحاً HSP است که این محصول در صنعت ساختمان و تولید میلگرد کاربرد دارد. ما در کنار این محصول برای توسعه سبد محصولاتمان، محصول دیگری به نام CK۴۵ هم تولید کردیم که عمدتاً مصرف خودروبی دارد. علاوه بر این ما آمادگی تولید محصولات با گریدهای مختلف برای صنعت ساختمان را نیز داریم.

● هم اکنون چه تعداد کارگر در مجموعه مشغول کار هستند؟

در مجموع ۴۳۰ نفر به صورت مستقیم با شرکت قرارداد دارند. علاوه بر این حدود ۸۰ نفر هم به صورت پیمانکاری با شرکت کار می‌کنند. این حجم از کارآفرینی با توجه به بضاعت و شرایط منطقه باعث افتخار و غرور است و ما از اینکه توفیق داشتیم در منطقه عجب شیر و استان آذربایجان شرقی پرچم کار و اشتغال را بالا نگه داریم به خود می‌بالیم و این همه را مرهون و مدیون حمایت بجا و به‌موقع بانک سامان می‌دانیم.

تصور بفرمایید اگر این حمایت و درایت نبود این تعداد افراد که همه از اقشار زحمتکش جامعه هستند چه شرایطی پیدا می‌کردند یا این مقدار تولید که باعث افتخار ملی است رخ نمی‌داد.

سهمداران و سرمایه‌گذاران شرکت هستند که انتظار تداوم فعالیت شرکت و افزایش اشتغال و بهره‌وری را دارند.

در نهایت ما با جلب نظر این ۴ دسته از ذینفعان، توانستیم شرکت را به موفقیت برسانیم و امیدواریم که با حمایت سهامداران و همچنین توسعه‌هایی که در شرکت انجام می‌شود در آینده شاهد رشد و شکوفایی بیش از پیش مجموعه باشیم.

● در حوزه صادرات چه اقداماتی در شرکت صورت گرفته است؟

در کنار بحث فروش داخل و همچنین تمایل بالای مشتریان برای خرید محصولات ما، در اواسط سال ۱۳۹۸ کار صادرات در شرکت کلید خورد و برای اولین بار با یکی از بازارهای هدف در کشور چین وارد مذاکره شدیم و توانستیم نخستین محموله صادراتی خود را به بازار چین صادر کنیم و از همان سال تاکنون این فرآیند ادامه دار است. لازم است این نکته را ذکر کنم که با برآورد قیمت جهانی محصول، توانستیم حجم قابل توجهی صادرات در نیمه دوم سال ۱۳۹۸، سال ۱۳۹۹ و سال ۱۴۰۰ داشته باشیم و خوشبختانه ارزآوری خوبی برای کشور انجام دهیم.

● معمولاً محصول در کدام صنایع استفاده می‌شود و آیا برنامه‌ای برای توسعه سبد



در سال تولید، پشتیبانی‌ها و مانع زدایی‌ها صورت گرفت: **افتتاح کارخانه تولید دستگاه‌های کارت‌خوان با حمایت بانک سامان**

| جعفر تکبیری |

شرکت تندر نور با حمایت بانک سامان و به‌کارگیری تکنولوژی روز دنیا، موفق به راه‌اندازی کارخانه تولید دستگاه‌های کارت‌خوان شد.

به گزارش سامان رسانه، مراسم افتتاح کارخانه تولید و ساخت دستگاه‌های کارت‌خوان شرکت تندر نور با حضور مدیران ارشد بانک سامان، شرکت پرداخت الکترونیک سامان و جمعی از مدیران ارشد شبکه بانکی کشور در پارک علم و فناوری پردیسان برگزار شد. در این مراسم هومن سپهری مدیرعامل شرکت تندر نور که یکی از شرکت‌های گروه مالی سامان است، طی سخنانی به تاریخچه شرکت تندر نور و فراز و نشیب‌های این شرکت اشاره کرد و گفت: شرکت تندر نور نخستین شرکت ایرانی بود که موفق به طراحی و ساخت نرم‌افزار سوئیچ بانکی شد و این نرم‌افزار تا سال‌ها در بانک سپه مورد استفاده قرار می‌گرفت؛ اما زمانی که بانک سامان این شرکت را خرید وضعیت چندان مناسبی نداشت و با مشکلات فراوانی روبرو بود.

وی سپس ادامه داد: پس از تملک شرکت توسط بانک سامان و با حمایت‌های خوبی که توسط مدیران ارشد این بانک و شرکت پرداخت الکترونیک سامان دریافت کردیم، توانستیم مشکلات را یکی پس از دیگری پشت سر بگذاریم و امروز به بزرگ‌ترین شرکت تعمیرات کارت‌خوان ایران تبدیل شویم. به‌طوری‌که امروز تنها شرکتی هستیم که توانایی تعمیر تمام برندهای کارت‌خوان اعم از Pax, Verifone, Bitel, Ingenico, Newland, Talento, Sagem را داریم و محدود به برند خاصی نیست.

مدیرعامل شرکت تندر نور در ادامه افزود: در سال ۹۷ و ۹۸ تصمیم گرفتیم که شرکت برند خاص خود را در حوزه کارت‌خوان داشته باشیم؛ از این‌رو پس از بررسی و مطالعه فراوان و بازدیدهای متعدد با شرکت Newland که دومین تأمین‌کننده دستگاه کارت‌خوان در سراسر جهان است به توافق رسیدیم و با انتقال دانش توانستیم نمایندگی این شرکت بزرگ را دریافت کنیم.

هومن سپهری در ادامه به شیوع کرونا در جهان اشاره کرد و ادامه داد: در سال ۹۹ به دلیل شیوع کرونا، گرایش بسیار زیادی به استفاده از دستگاه‌های کارت‌خوان ایجاد شد و به همین دلیل شرکت تندر نور تصمیم گرفت که برای رفع نیاز داخلی، اقدام به تولید دستگاه کارت‌خوان در داخل کشور کند. به همین دلیل پس



درست، مرحله به مرحله پشتیبانی دستگاه‌های کارت‌خوان خود را به شرکت تندرنور واگذار کردیم و سال پیش عملاً تمامی سرویس و تعمیرات کارت‌خوان‌های پرداخت الکترونیک سامان در اختیار تندرنور قرار گرفت و همین موضوع درآمد بسیار خوبی را عاید تندرنور به عنوان عضوی از گروه مالی سامان کرد.

وی ظرفیت شرکت پرداخت الکترونیک سامان را در حدود یک میلیون و صد هزار کارت‌خوان عنوان کرد و گفت: در مجموع ظرفیت جامعه در حدود ۹ میلیون دستگاه کارت‌خوان است و اکنون فرصت بسیار مناسبی برای تندرنور است که بتواند به ما و دیگر شرکت‌های پرداخت دستگاه بفروشد.

مدیرعامل پرداخت الکترونیک سامان وضعیت شرکت تندرنور از نظر دانش و تکنولوژی را بسیار مطلوب ارزیابی کرد و ادامه داد: برنامه شرکت پرداخت الکترونیک سامان و بانک سامان بر این است که با توجه به این توانمندی‌ها، شرکت تندرنور را تا سال ۱۴۰۴ وارد بورس کند.

قمصری به حمایت‌های بانک سامان از شرکت تندرنور اشاره کرد و افزود: بانک سامان برای راه‌اندازی این خط تولیدی حمایت‌های بسیار خوبی از مجموعه تندرنور کرد و یک خط اعتباری بسیار بزرگ برای تأسیس این کارخانه در اختیار شرکت قرار داد و امروز شاهد به ثمر نشستن این حمایت‌ها در قالب ایجاد اشتغال و افزایش تولید ملی هستیم.

برای حمایت از تولید، قدم‌های عملیاتی برمی‌داریم

سخنران دیگر این مراسم، علیرضا معرفت، مدیرعامل بانک سامان بود. وی در سخنان خود به گام‌های مؤثر بانک سامان برای حمایت و پشتیبانی از تولید اشاره کرد و گفت: بانک سامان همواره در راستای سیاست‌های اصولی و منویات نظام برای حمایت از تولید، قدم‌های عملیاتی برداشته به نحوی که امروز بیش از ۵۴ درصد از پرتفوی اعتباری بانک سامان به حوزه صنعت و تولید اختصاص دارد. مدیرعامل بانک سامان، ایفای نقش برای ایجاد اشتغال، حمایت از تولید و استفاده از دانش را بسیار مهم ارزیابی کرد و ادامه داد: همه تلاش ما در بانک سامان این است که در جهت حمایت از تولید و تأمین مالی صنعت حرکت کنیم و همواره به دنبال حمایت از صنعت خواهیم بود. البته ما هرگز بدون مطالعه دست به اقدام نمی‌زنیم و منافع مجموعه را نیز در نظر می‌گیریم.

معرفت به فرصت کرونا برای شرکت تندرنور اشاره کرد و گفت: از سال ۲۰۱۹ و با شیوع کرونا، استفاده از ابزارهای الکترونیک میزان استفاده از پول فیزیکی را ۴۲ درصد کاهش داد و امروز ۶۷ درصد از پرداخت‌ها در سطح جهان از مسیر ابزارهای الکترونیک می‌گذرد و این فرصت بسیار خوبی است که شرکت تندرنور با ارائه محصولات خود به بازار، سهمی از این بازار بزرگ را در اختیار بگیرد.

مدیرعامل بانک سامان، ارزش بازار ابزارهای پرداخت در جهان را حدود ۷۰ میلیارد دلار عنوان کرد و افزود: این بازار بزرگ می‌طلبد که ما در آن سرمایه‌گذاری کنیم و امروز ثمره این سرمایه‌گذاری را در افتتاح کارخانه تولید پوز شرکت تندرنور شاهد هستیم.



از اخذ مجوز هیات‌مدیره ما با شاپرک و وزارت صمت وارد مذاکره شدیم و در نهایت مجوز احداث کارخانه و تولید ۲۰۰ هزار دستگاه کارت‌خوان و ۵۰ هزار صندوق فروشگاهی در سال را دریافت کردیم و امروز در کمتر از یک سال شاهد افتتاح کارخانه و خط تولید دستگاه‌های کارت‌خوان شرکت تندرنور هستیم.

مدیرعامل تندرنور با اشاره به ظرفیت این کارخانه گفت: در حال حاضر ما ظرفیت تولید روزانه ۵۰۰ تا ۷۰۰ دستگاه کارت‌خوان را داریم ولی این امکان فراهم است که ظرفیت تولید تا ۱۵۰۰ دستگاه به صورت روزانه افزایش پیدا کند.

تندرنور را راهی بورس می‌کنیم

حسین واعظ قمصری مدیرعامل شرکت پرداخت الکترونیک سامان نیز در مراسم افتتاح کارخانه تولید دستگاه‌های کارت‌خوان با اشاره به توانمندی‌های بالای شرکت تندرنور، اظهار کرد: پرداخت الکترونیک سامان، سال‌ها از شرکت‌های دیگر خدمات سرویس و تعمیر و خرید کارت‌خوان را دریافت می‌کرد اما با یک برنامه‌ریزی

اخلاق حرفه‌ای در حسابرسی

| آرش آذین‌فر (شعبه بابل) |



تعریف اخلاق حسابداری

اخلاق حرفه‌ای عبارت است از اصول و معیارهای اخلاقی که توسط سازمان‌ها بر اساس الگوهای اخلاقی تدوین شده و تمامی اعضای سازمان ملزم به رعایت این اصول که هدایتگر رفتار آنان است، هستند. اخلاق حرفه‌ای تمامی مباحث مربوط به استانداردهای اخلاقی در حرفه‌های مختلف مثل حقوق، پزشکی، فلسفه، حسابداری و ... را پوشش می‌دهد و آنها را طبقه‌بندی می‌کند. باید توجه داشت که اخلاق حرفه‌ای صرفاً به مفهوم به‌کارگیری روش‌های فلسفی خاص در کار حرفه‌ای نیست؛ زیرا تمامی اعتقادات بر هم منطبق نیستند و این امر باعث می‌شود که فرد دست به انتخاب بزند و بر اساس اصول و کدهای اخلاق حرفه‌ای و شرایط تصمیم‌گیری نماید. لازمه دستیابی به اهداف توسط حسابداران حرفه‌ای، پایبندی به اصول بنیادی اخلاق حرفه‌ای است.

مفهوم اخلاق حرفه‌ای

اولین بار اصطلاح اخلاق در حسابداری توسط لوکا پاچولی در سال ۱۴۴۴ مطرح گردید که تا قبل از آن، استانداردهای اخلاقی از طریق گروه‌های دولتی، سازمان‌های حرفه‌ای و شرکت‌های مستقل توسعه یافته است. کار این گروه‌های مختلف حسابداری منجر به ایجاد کدهایی در زمینه اخلاق شده است. حسابداران باید منشور اخلاقی شکل حرفه‌ای که در آن عضو هستند را رعایت کنند. ویژگی‌های جهان در پایان هزاره دوم میلادی، اهمیت نقش حسابداری در اقتصاد و بروز مسائل اخلاقی در رفتار بنگاه‌های تجاری را موجب گردید تا ضرورت بازنگری در استانداردهای فنی و رفتار حرفه‌ای پدید آمد. در سال ۱۹۷۲، اندیشه هماهنگ‌سازی استانداردهای حسابداری در هشتمین کنفرانس بین‌المللی حسابداری مطرح شد و متعاقب آن، کمیته همکاری‌های بین‌المللی حرفه‌ای حسابداری کار تدوین استانداردهای بین‌المللی حسابداری را بر عهده گرفت. سپس در سال ۱۹۷۷ فدراسیون بین‌المللی حسابداران با شرکت ۶۳ انجمن از ۴۹ کشور، فرآیند هماهنگ‌سازی در حسابداری حرفه‌ای را در دستور کار خود قرار داد و برای رویه‌ها و ضوابط حسابداری، قواعد جهانی پیشنهاد کرد. علیرغم تلاش‌های صورت گرفته

اخلاق و رفتار حرفه‌ای برای حرفه حسابداری بسیار مهم است. بدون پذیرش و جلب اعتماد استفاده‌کنندگان ارائه خدمات از سوی حسابداران بیهوده است. اعتماد به خدمات، تابع اعتماد به ارائه‌کننده و آن نیز تابع درستکاری و پایبندی به اصول اخلاقی است. مقوله اخلاق و عمل کردن به اخلاق حرفه‌ای، از مباحث جدی و مورد توجه در حوزه حسابداری است که به‌طور مستقیم بر صداقت و توانایی حسابداران برای جلب اعتماد عمومی تأثیر دارد. به‌خصوص اینکه عدم آموزش صحیح و اخلاقی می‌تواند منجر به فعالیت‌های متقلبانه شود. فعالیت‌های متقلبانه تا اثرات مخربی بر سرمایه‌گذاری و بازارهای مالی دارند، زیرا مردم چنین استدلال می‌کنند که این اعمال به دلیل رفتارهای غیراخلاقی حسابداران و عدم درک صحیح آنها از اصول اخلاقی صورت گرفته است و این باعث بحران اخلاقی در حرفه حسابداری شده است. بنابراین با توجه به رسوایی‌های مالی متعدد در سال‌های اخیر، تأکید بر مسئله اخلاق در حسابداری مورد توجه قرار گرفته است، اشتباهات و لغزش‌های اخلاقی که در مورد برخی از حساب‌برسان مشاهده شده است، علت بسیاری از شکست‌های حسابرسی بوده‌اند که از همان روزهای اولیه تولد حرفه حسابرسی توجهات زیادی را به خود جلب کرده است. البته تمامی شکست‌های حسابرسی، به رفتارهای غیراخلاقی حساب‌برسان مربوط نمی‌شود، اما بسیاری از آنها به رفتارهای غیراخلاقی یا حداقل غیرحرفه‌ای بخش‌هایی از حساب‌برسان مربوط می‌شود. بنابراین، به دنبال شکست مؤسسات حسابرسی، قانون‌گذاران قوانین و استانداردهایی چون آیین رفتار حرفه‌ای را برای گسترش رفتار اخلاقی و حرفه‌ای میان حساب‌برسان وضع نمودند. در حقیقت نهادهای حرفه‌ای حسابداری، دستورالعمل‌هایی از طریق آیین رفتار حرفه‌ای برای ایجاد انگیزه در حساب‌برسان به‌منظور افزایش رفتارهای اخلاقی تدوین کرده‌اند.



و پیشرفت‌های چشمگیر علمی و فنی، بروز مسائل اخلاقی بنگاه‌های تجاری در دو دهه اخیر موجب گردید اعتماد جامعه جهانی به توانایی حرفه حسابداری و حسابرسی در حفظ منافع سرمایه‌گذاران کاهش یابد و استمرار رفتارهای غیراخلاقی نشان داد که اصول اخلاقی در حرفه حسابداری و حسابرسی فراتر از رعایت قواعد فنی است. بدین ترتیب ضرورت رعایت اخلاق بیش از پیش مورد توجه قرار گرفت و فدراسیون بین‌المللی حسابداران به کمیته‌ای مأموریت داد تا نسبت به تهیه آیین رفتار حرفه‌ای اقدام نماید. بدین صورت این آیین‌نامه در سال ۱۹۶۶ تدوین شد و به‌عنوان یک الگوی اخلاقی مورد استفاده قرار گرفت. عدم رعایت اخلاق حرفه‌ای حساب‌رسان موجب ناکافی بودن استانداردهای بین‌المللی حسابداری شده است. تعهد حساب‌رسان به استانداردهای حسابرسی و قواعد اخلاق حرفه‌ای، با پرسنل متخصص و دارای صلاحیت علمی بر کیفیت حسابرسی تأثیر مثبت دارد. مؤسسات حسابرسی با رعایت معیارهای کنترل کیفیت و حفظ استقلال حساب‌رسان خود باعث بهبود خدمات ارائه شده توسط حساب‌رسان می‌شوند. همچنین رابطه مثبتی بین استقلال، عینیت، صداقت و صلاحیت حساب‌رسان و کیفیت حسابرسی وجود دارد. افزایش اعتبار حرفه حسابرسی موجب مراقبت از منافع حساب‌رسان توسعه آرامش و اعتماد به نفس برای استفاده‌کنندگان، اجرای شرایط قانونی برای استفاده از دانش و تخصص حساب‌رسان و استقلال حساب‌رسان در محل کار می‌شود. اصول اساسی رفتار حرفه‌ای را می‌توان در راستی، صداقت، عینیت، بازدهی، مراقبت حرفه‌ای، محرمانه بودن اطلاعات، رفتار حرفه‌ای و استقلال دانست. البته برخی از محققان شش اصل دیگر را نیز معرفی کردند: پاسخگویی، رفاه عمومی، عینیت، استقلال، صداقت، مراقبت حرفه‌ای و توسعه ماهیت خدمات. حساب‌رسان باید صداقت و راستی را در تمام روابط حرفه‌ای خود رعایت نماید و این مستلزم این است که گزارش او، تحریف‌نشده باشد و دارای تضاد منافع نباشد و از طرفی در قضاوت، نباید تحت تأثیر محیط، افکار و نظریات افراد سودجو باشد. انجام این کار با صداقت تمام موجب بهبود اعتماد افکار عمومی خواهد شد. حساب‌رسان باید مهارت و دانش حرفه‌ای و تخصص لازم را برای انجام خدمات حرفه‌ای دقیق و مناسب و مطابق

با استانداردهای حرفه‌ای دارا باشد. حساب‌رسان باید تمامی شرایط عادی و غیرمعمول را با دقت در نظر بگیرد و از هرگونه شک و تردید و نگرانی خودداری نماید. در راستای انجام این مسئولیت، داشتن مدارک حرفه‌ای علمی عملی ضروری است. حساب‌رسان باید در نگهداری اطلاعات رازدار باشد و محتوای اطلاعات خود را افشا ننماید. پیروی از استانداردهای حرفه‌ای فنی و اخلاقی جزو الزامات مراقبت حرفه‌ای یک حساب‌رسان محسوب می‌شود و داشتن این ویژگی موجب می‌گردد که کیفیت خدمات بهبود یابد. اصول اخلاقی حسابداری که کم‌وبیش مورد توافق نظر همه انجمن‌های حرفه‌ای حسابداری بوده و رعایت آنها، موجب تأمین اهداف این حرفه می‌گردد به شرح زیر است:

(۱) درستکاری: حسابدار حرفه‌ای در انجام خدمات حرفه‌ای خود باید درستکار باشد. درستکاری در اخلاق حرفه‌ای، به‌عنوان اصلی‌ترین نیروی جهت دهنده حرفه حسابرسی است. در لحظه اعمال قضاوت حرفه‌ای، مکانیزم‌هایی نظیر نظارت حرفه‌ای، کنترل‌های دولتی و اقدامات قضایی حضور ندارند یا به دلایل زیادی نادیده گرفته می‌شوند اما وجدان حساب‌رسان همراه اوست.

(۲) بی‌طرفی: حسابدار حرفه‌ای باید بی‌طرف باشد و نباید اجازه دهد هیچ‌گونه پیش‌داوری، جانب‌داری، تضاد منافع یا نفوذ دیگران، بی‌طرفی او را در ارائه خدمات حرفه‌ای مخدوش کند.

(۳) صلاحیت و مراقبت حرفه‌ای: حسابدار حرفه‌ای باید خدمات حرفه‌ای را با دقت، شایستگی و پشتکار ارائه دهد. وی همواره موظف است میزان دانش و مهارت حرفه‌ای خود را در سطحی نگه دارد که بتوان اطمینان حاصل کرد، خدمات وی به‌گونه‌ای قابل قبول و مبتنی بر آخرین تحولات در حرفه و قوانین و مقررات ارائه می‌شود.

(۴) رازداری: حسابدار حرفه‌ای باید به محرمانه بودن اطلاعاتی که در جریان ارائه خدمات حرفه‌ای خود به دست می‌آورد توجه کند و نباید چنین اطلاعاتی را بدون مجوز صریح صاحب کار یا کارفرما، استفاده یا افشا کند؛ مگر آنکه از نظر قانونی یا حرفه‌ای حق یا مسئولیت افشای آن را داشته باشد.

(۵) رفتار حرفه‌ای: حسابدار حرفه‌ای باید به‌گونه‌ای عمل کند که با حسن شهرت حرفه‌ای او سازگار باشد و از انجام اعمالی که اعتبار حرفه او را مخدوش می‌کند، بپرهیزد.

(۶) پایبندی به اصول و ضوابط حرفه‌ای: حسابدار حرفه‌ای باید خدمات حرفه‌ای را مطابق اصول و ضوابط حرفه‌ای انجام دهد و همچنین درخواست‌های صاحب‌کار یا کارفرمای خود را به‌گونه‌ای بامهارت و دقت انجام دهد که با الزامات درستکاری، بی‌طرفی و نیز استقلال حسابداران حرفه‌ای مستقل، سازگار باشد.

گوتورب و بلاک در سال ۱۹۸۸ بیان نمودند که اخلاق حسابداری متضمن روشی است که به‌وسیله آیین رفتار حرفه‌ای تشریح شده است و تعریف کامل آن دلالت بر اینکه اخلاق حسابداری برای تجزیه و تحلیل رویه‌ها و موارد اخلاقی بکار رفته با توجه به موقعیت ممتاز از حسابداران به‌عنوان زبان گفت و گوی سیاسی عمومی باشد.

احدیت و مکی در سال ۱۹۹۳ پیشنهاد کردند که اخلاق حسابرسی شامل موارد زیر است:

(۱) صداقت و قابلیت اعتماد

(۲) در مورد نژاد، مذهب، جنسیت، سن و ملیت، اصل و نسب و



اجرای خدمات حسابرسی و سایر خدمات اعتباردهی استقلال داشته باشند.

آیین رفتار حرفه‌ای سنبلی از خودنظمی در حرفه است. آیین رفتار حرفه‌ای معرف انضباط فردی و تعهدات اجتماعی افراد حرفه‌ای است. آیین رفتار حرفه‌ای در ایران توسط سازمان حسابرسی در اسفند ۷۷ تصویب شده است. آیین رفتار

حرفه‌ای در ایران ترجمه شده IFAC است. مقر IFAC در شهر لندن است و استانداردهای بین‌المللی حسابرسی را تدوین می‌کند. زمانی که کمیته حسابداران آمریکا در سال ۱۹۳۳ تشکیل شد، حسابرسی الزامی شد. از دیدگاه آیین رفتار حرفه‌ای، اهداف حرفه حسابداری عبارت از دستیابی به بهترین اصول و ضوابط حرفه‌ای، اجرای عملیات در بالاترین سطح ممکن، براساس اصول و ضوابط مذکور و به‌طور کلی تأمین منافع عمومی است. تحقق این اهداف مستلزم تأمین موارد زیر است:

الف. اعتبار: جامعه به اطلاعات و سیستم‌های اطلاعاتی قابل اتکا و معتبر نیاز دارد.

ب. حرفه‌ای بودن: افراد حرفه‌ای در زمینه حسابداری حرفه‌ای باید به سادگی توسط صاحب‌کاران و سایر اشخاص ذینفع، قابل تشخیص باشند.

ج. کیفیت خدمات: اطمینان از اینکه کلیه خدمات توسط حسابداران حرفه‌ای با بالاترین کیفیت ممکن ارائه می‌شود.

د. اطمینان: استفاده‌کنندگان از خدمات حسابداران حرفه‌ای باید مطمئن شوند چارچوبی برای رفتار حرفه‌ای وجود دارد که ناظر بر ارائه آن خدمات است.

رقابت

مؤسسات حسابرسی در محیطی فعالیت می‌کنند که رقابت بسیار بالایی برای به دست آوردن صاحب‌کاران وجود دارد و صاحب‌کاران ممکن است حسابرسان فعلی را با حسابرسانی که سازگاری بیشتری دارند جایگزین کنند. بنگاه‌های اقتصادی با هدف درآمدزایی و سودآوری تشکیل می‌شوند و به فعالیت خود ادامه می‌دهند. موسسه‌های حسابرسی نیز برای تداوم فعالیت نیازمند درآمد هستند؛ بنابراین موسسه‌ای را می‌توان موفق دانست که از بیشینه ظرفیت خود برای ایجاد درآمد استفاده کند. کونی‌تاک و وایت در سال ۱۹۸۰ دریافتند که رقابت شدید بین حسابرسان برای حفظ و به دست آوردن صاحب‌کاران جدید، آنها را مجبور خواهد کرد تا با روش‌های غیرپذیرفته حسابداری موافقت کرده و همچنین گزارش‌های ارائه دهند که مطابق میل صاحب‌کار باشد تا بتوانند کار را حفظ کنند.

حل تضاد منافع

هیات استانداردهای بین‌المللی اخلاقی حسابداران، برای اینکه یک دستورالعمل جامع را برای حمایت از حسابداران در شناسایی، ارزیابی و مدیریت تضاد منافع فراهم کند اخیراً منشور اخلاقی خود را ویرایش

عقب‌ماندگی حساس نیست.

۳) وظایف حرفه‌ای را در انطباق با مقررات شرکت و استانداردهای اخلاقی هدایت می‌کند.

۴) وظایف حرفه‌ای را در انطباق با قوانین هدایت می‌کند.

۵) از اطلاعات پنهانی محافظت می‌کند.

۶) برای منافع عمومی احترام قائل است.

۷) محدودیت‌های حرفه‌ای و قضاوت‌های انجام‌شده را شناسایی می‌کند.

۸) برای حرفه‌ای اعتبار می‌کند.

۹) تضاد منافع را از بین می‌برد.

۱۰) برای سازمان تعهد و وفاداری ایجاد می‌کند.

۱۱) در مورد قراردادهایی که مستند شده و به تصویب رسیده‌اند، اطمینان ایجاد می‌کند.

۱۲) از فعالیت‌هایی که مخالف منافع عمومی است، اجتناب می‌کند.

۱۳) از گرفتن رشوه از مشتری یا صاحب کار خودداری می‌کند.

۱۴) استفاده از اموال و ملزومات شرکت را برای مقاصد شخصی جایز نمی‌داند.

۱۵) از دادن هدایایی که می‌تواند منافع سازمانی داشته باشد، خودداری می‌کند.

هدف اصول رفتار حرفه‌ای در حسابرسی

بالا بردن اعتبار حرفه حسابرسی، توسعه همکاری میان حسابداران و حسابرسان، مراقبت از منافع حسابرسان، توسعه آرامش و اعتماد به نفس برای استفاده‌کنندگان، اجرای شرایط قانونی برای استفاده از دانش و تخصص حسابرسی و استقلال حسابرسی در محل کار است.

ادبیات حسابرسی بیان می‌کند که وقتی حسابرسان نقش خود را مطابق با اخلاق حرفه‌ای انجام می‌دهند، تأثیر قابل توجهی بر تصمیمات آنها دارد. اخلاق حرفه‌ای تلاش‌های حسابرسان را در اعمال تدابیر قانونی و شک و تردید حرفه‌ای در انجام وظایف خود افزایش می‌دهد. علاوه بر این، اخلاق حسابداری، حسابرسان را محافظه‌کارتر می‌کند، یعنی حسابرسان احتمالاً وظایف را با شک و تردید بیشتری انجام می‌دهند. همچنین حسابرسان، زمانی که با استانداردهای اخلاقی رفتار می‌کنند، قضاوت‌های محافظه‌کارانه‌تری انجام می‌دهند. با بهبود اخلاق حرفه‌ای، انجام فرآیند حسابرسی توسط حسابرسان اثربخش‌تر خواهد شد.

آیین رفتار حرفه‌ای در ایران

آیین رفتار حرفه‌ای سازمان حسابرسی جمهوری اسلامی ایران در دو بخش اصول بنیادی و احکام تنظیم شده است. اصول بنیادی چارچوب کلی را برای اخلاق حرفه‌ای ایجاد و رفتارهای حرفه‌ای را تشریح می‌کند. احکام مجموعه‌ای از استانداردهای اخلاقی است که حسابرسان باید در انجام وظایف حرفه‌ای خود رعایت کنند. برای مثال، یک حکم مربوط به استقلال حسابرسان بیان می‌کند که اعضا باید در

کرده است.

پاسخ حسابرسان به فشارهای وارده ممکن است به پاسخ مقامات مافوق آنها به شرایط توأم با تضاد منافع بستگی داشته باشد. این موضوع از این جهت دارای اهمیت است که روش حل تضاد بین اهداف تجاری و اهداف حرفه‌ای، علامت فرهنگ سازمان خواهد شد و سطح اخلاقی شرکت را تعیین خواهد کرد و به صورت ضمنی یا صریح به تمام اعضای سازمان منتقل خواهد شد. اگر حسابرس بیش از حد اجتماعی باشد، هنگام رویارویی با تعارض اخلاقی، سعی خواهد کرد تصمیماتی بگیرد که تاجایی که امکان دارد با سیاست‌های شرکت همسو باشد. حتی اگر حسابرسان به طور واضح مسئولیت حرفه‌ای‌شان را درک کنند باز هم ممکن است برای اینکه از ارزیابی مثبت عملکرد مطمئن شوند یا اینکه به سادگی به عنوان یک بازیکن تیم مشاهده شوند، تصمیم بگیرند غیر اخلاقی عمل کنند.

فشار

بازار حسابرسی در دهه گذشته به شدت رقابتی شده است و در پی بحران‌های اقتصادی اخیر، شدت بیشتری نیز یافته است. این محیط منجر به فشار زیاد بر صاحب‌کاران مؤسسات حسابرسی شده است و بنابراین، فشارهایی که صاحب‌کاران بر حسابرسان وارد می‌کنند افزایش یافته است. این فشارها به صورت توافق بر سر حق الزحمه حسابرسی و همچنین، به قدرت صاحب‌کار در تحت تأثیر قرار دادن قضاوت حسابرس با توجه به یک رویه خاص حسابرسی، نمود پیدا می‌کند. هر قدر میزان رقابت بین مؤسسات حسابرسی بیشتر شود فشار برای کاهش حق الزحمه حسابرسی افزایش می‌یابد. حسابرسان با افزایش روزافزون دعاوی حقوقی مواجه هستند که باعث افزایش فشار بر حسابرسان برای مقابله با ریسک صاحب‌کاران می‌شود.

جایگاه قضاوت حرفه‌ای در حسابرسی

حسابرسی، حرفه‌ای است که شباهت زیادی به قضاوت در دادگاه‌ها دارد. هم قاضی و هم حسابرس با ادعاهایی مواجه هستند، شواهد پشتوانه ادعا را جمع‌آوری و ارزیابی می‌کنند و نهایتاً براساس معیارهایی که در اختیار آنها قرار داده شده، قضاوت می‌کنند. هردوی آنها در اظهار نظر و قضاوت خود باید جانب انصاف را رعایت کنند. انجمن حسابداران خبره کانادا در سال ۱۹۹۵، بیان می‌کند: قضاوت حسابرسی گوهر اصلی حسابرسی است. ارزشی که با حسابرسی صورت‌های مالی ایجاد می‌شود، ناشی از قضاوت حسابرس و در کل ناشی از مجموعه قضاوت‌های حرفه‌ای است که در چارچوب استانداردهای حسابداری و حسابرسی انجام می‌شود.

سخن آخر

رفتار حرفه‌ای نشان‌دهنده مجموعه‌ای از قوانین و فضایل اخلاقی است و این قوانین اخلاقی برای وجود و تداوم حرفه ضروری هستند. لذا با توجه به اهمیت اخلاق و رفتار حرفه‌ای و برای توانمندسازی افراد حرفه به انجام کار خود به طور کاملاً صادقانه، بی‌عیب و صحیح، سازمان‌دهندگان حرفه حسابرسی، قوانین، مقررات و اصول رفتار حرفه‌ای را وضع کردند. این قوانین به طور معمول شامل صداقت، راستی،

وفاداری، احترام، احساس مسئولیت و نگرانی برای منافع دیگران، احتیاط، عدالت و پابندی به قوانین و مقررات هستند. حسابرسان نیز مانند فعالان حرفه‌های دیگر نیاز به این اصول یا بیشتر از آن دارند چراکه نتایج کار آنها مشتریان، جامعه خود و دیگران را تحت تأثیر قرار می‌دهد؛ بنابراین، آنها باید به قوانین اخلاق و رفتار حرفه‌ای، به منظور تأثیر سازنده آنها، متعهد باشند. وجود رفتار حرفه‌ای برای حرفه حسابرسی ضروری است. رفتار حرفه‌ای نیازی اساسی برای جلب اعتماد استفاده‌کنندگان خدمات است که این خدمات نیازمند صداقت و عینیت در ارائه صورت‌های مالی هستند. مطالعات انجام‌شده در مورد سقوط شرکت انرون و حسابرسان آن (موسسه حسابرسی آرتور اندرسون) نشان داد که دلیل آن استانداردهای بین‌المللی حسابداری ناکافی یا استانداردهای حسابرسی نبود، دلیل اصلی عدم رعایت اخلاق حرفه‌ای خود آنها بود.

تعهد حسابرسان به استانداردهای حسابرسی و قواعد رفتار حرفه‌ای، با پرسنل متخصص و دارای صلاحیت علمی، بر کیفیت حسابرسی تأثیر مثبت دارد. مؤسسات حسابرسی با رعایت معیارهای کنترل کیفیت و حفظ استقلال حسابرسان خود باعث بهبود خدمات ارائه‌شده توسط حسابرسان می‌شوند. همچنین رابطه مثبتی بین استقلال، عینیت، صداقت و صلاحیت حسابرسان و کیفیت حسابرسی وجود دارد. حسابرس باید صداقت و راستی را در تمام روابط حرفه‌ای خود رعایت کند. این مستلزم آن است که نام او در هیچ گزارش تحریف، گزارش گمراه‌کننده، گزارش آماده‌شده با سهل‌انگاری و گزارش ناقص نیامده باشد. لازمه این امر داشتن صداقت، درستکاری، انصاف و اعتماد است. هنگام دادن گزارش، حسابرس باید با توجه به شواهد به دست آمده اظهار نظر کند و عاری از تضاد منافع باشد و قضاوت حرفه‌ای او نباید تحت تأثیر دیگران قرار گیرد. برای ایجاد اعتماد به حسابرس توسط افکار عمومی، حسابرس باید تمام مسئولیت‌های حرفه‌ای را با نهایت صداقت انجام دهد. حسابرس باید مهارت و دانش حرفه‌ای و تخصص لازم را برای انجام خدمات حرفه‌ای دقیق و مناسب و مطابق با استانداردهای حرفه‌ای دارا باشد. حسابرس باید اطلاعات کاری خود را محرمانه نگه دارد و چنین اطلاعاتی را به هیچ‌عنوان جز در موارد مورد نیاز قانون برای اختلافات حقوقی، گزارش به سازمان‌های ذی‌صلاح مربوط در صورت نقض قانونی، به عنوان یک نیاز حرفه‌ای در پاسخ به الزامات اخلاقی، در زمان‌های مورد نیاز برای حفاظت از منافع حسابرس و در زمینه کنترل کیفیت و بررسی دقیق افشا نکند. مراقبت حرفه‌ای مستلزم این است که حسابرس از استانداردهای حرفه‌ای فنی و اخلاقی پیروی کند و تلاش نماید که مسئولیت‌های حرفه‌ای خود را به بهترین شکل ممکن انجام دهد و کیفیت خدمات را بهبود بخشد. از این رو حسابرس ملزم به پیروی از رفتار حرفه‌ای در پاسخ به نیازهای حرفه‌ای صادر شده توسط مراجع ذی‌ربط است. حسابرس باید از انجام هرگونه رفتاری که ممکن است حرفه و تخصص او را زیر سؤال ببرد یا با عدم استفاده از روش‌ها و قوانین یا اغراق در معرفی خدمات ارائه‌شده توسط او به بدنام کردن حرفه یا حسابرسان دیگر بیانجامد، خودداری کند. رفتار حرفه‌ای همچنین نیازمند این است که حسابرس جانشین برای قبول یا رد قرارداد مشتری با حسابرس قبلی ارتباط برقرار کند.

بانکداری باز

بانکداری باز به عنوان «داده های باز بانک» نیز شناخته می شود. بانکداری باز یک رویه بانکی است که به ارائه دهندگان خدمات مالی شخص ثالث، به تراکنش ها و سایر داده های مالی بانک ها و مؤسسات مالی از طریق استفاده از رابط های برنامه نویسی کاربردی (API) دسترسی آزاد می دهد. بانکداری باز امکان شبکه سازی حساب ها و داده ها را در بین مؤسسات برای استفاده مصرف کنندگان، مؤسسات مالی و ارائه دهندگان خدمات شخص ثالث فراهم می کند. بانکداری باز در حال تبدیل شدن به یک منبع اصلی نوآوری بوده که سبب تغییر شکل صنعت بانکداری می شود.

در راستای تعریف بانکداری باز می توان گفت «این نوع بانکداری سیستمی است که امکان دسترسی و کنترل حساب های بانکی و مالی مصرف کننده را از طریق برنامه های شخص ثالث فراهم می کند و این پتانسیل را دارد که چشم انداز رقابتی و تجربه مصرف کننده صنعت بانکداری را تغییر دهد؛ اما این در حالی است که این نوع بانکداری، خطرات جدی را برای مصرف کنندگان به همراه دارد، زیرا اطلاعات بیشتری از آنها به طور گسترده به اشتراک گذاشته می شود» (وانگ و همکاران، ۲۰۱۹).

با این حال، تحت بانکداری باز، بانک ها به ارائه دهندگان خدمات شخص ثالث که معمولاً استارت آپ های فناوری و فروشندگان خدمات مالی آنلاین هستند، دسترسی و کنترل داده های مالی و شخصی مشتریان را می دهند؛ اما این در صورتی امکان پذیر است که مشتریان به نوعی رضایت خود را اعلام نموده باشند؛ مانند علامت زدن کادری در صفحه شرایط خدمات در یک برنامه آنلاین. سپس API های ارائه دهندگان شخص ثالث می توانند از داده های مشترک مشتری و داده های مربوط به طرف های مالی مشتری استفاده کنند. موارد استفاده ممکن است شامل مقایسه حساب ها و تاریخچه تراکنش های مشتری با طیف وسیعی از گزینه های خدمات مالی، جمع آوری داده ها در بین مؤسسات مالی شرکت کننده و مشتریان برای ایجاد نمایه های بازاریابی یا ایجاد تراکنش های جدید و تغییرات حساب از طرف مشتری باشد. بر همین اساس، بانکداری باز نیروی محرکه نوآوری در صنعت بانکداری است. بانکداری باز با تکیه بر شبکه ها به جای تمرکز، می تواند به مشتریان خدمات مالی کمک کند تا داده های مالی خود را به طور ایمن با سایر مؤسسات مالی به اشتراک بگذارند. به عنوان مثال، API های بانکداری باز می توانند فرآیند گاه دشوار تغییر استفاده از سرویس حساب جاری یک بانک به بانک دیگر را تسهیل کنند. API همچنین می تواند به داده های تراکنش های مصرف کنندگان نگاه کند تا بهترین محصولات و خدمات مالی را برای آنها شناسایی کند، مانند یک حساب پس انداز جدید که نرخ بهره بالاتری نسبت به حساب پس انداز فعلی دارد یا یک کارت اعتباری متفاوت با نرخ بهره پایین تر.

بانکداری باز از طریق استفاده از حساب های شبکه ای، می تواند به وام دهندگان کمک کند تا تصویر دقیق تری از وضعیت مالی و سطح ریسک مصرف کننده داشته باشند تا شرایط وام سودآورتری را ارائه دهند. همچنین می تواند به مصرف کنندگان کمک کند تا قبل از پرداخت بدهی، تصویر دقیق تری از امور مالی خود داشته باشد. یک برنامه بانکی

باز می تواند به طور خودکار آنچه را که مشتریان می توانند بر اساس تمام اطلاعات موجود در حساب هایشان هست، محاسبه کند، شاید تصویر قابل اعتمادتری نسبت به دستورالعمل های وام های رهنی در حال حاضر ارائه دهد. برنامه دیگری ممکن است به مشتریان کم بینا کمک کند تا از طریق دستورات صوتی، وضعیت مالی خود را بهتر درک کنند. بانکداری باز همچنین می تواند به کسب و کارهای کوچک کمک کند تا از طریق حسابداری آنلاین در زمان خود صرفه جویی کنند و به شرکت های کشف تقلب کمک کند تا برحساب های مشتریان بهتر نظارت کنند و مشکلات را زودتر شناسایی کنند.

بانکداری باز بانک های بزرگ و مستقر را مجبور می کند تا با بانک های کوچک تر و جدیدتر رقابت کنند که در ایده آل ترین حالت منجر به کاهش هزینه ها، فناوری بهتر و خدمات مطلوب تر به مشتریان می شود. بانک های مستقر باید کارها را به روش های جدیدی انجام دهند که در حال حاضر برای مدیریت آن تنظیم نشده اند و برای پذیرش فناوری جدید پول خرج می کنند. با این حال، بانک ها می توانند از این فناوری جدید برای تقویت روابط با مشتری و حفظ مشتری با کمک بهتر به مشتریان برای مدیریت امور مالی خود به جای تسهیل معاملات استفاده کنند.

قبل از اینکه بانک ها، بانکداری باز را ارائه دهند، نزدیک ترین چیزی که در دسترس بود، سایت هایی مانند Mint یا Personal Capital بود که اطلاعات حساب کاربران را از تمام مؤسسات مالی ترکیب می کرد تا بتواند آن را در یک مکان ببینند. چنین سرویس هایی این کار را با ملزم کردن کاربران به تحویل نام کاربری و رمز عبور برای هر حساب انجام می دهند و سپس داده ها را از صفحه نمایش آن حساب ها پاک می کنند. این عمل دارای خطرات امنیتی است و در مواقعی شناسایی تراکنش ها را برای کاربران دشوار می کند. علاوه بر این، کاربران ممکن است متوجه شوند که همه حساب های مالی آنها با خدمات تجمیع حساب ها سازگار نیست و از دریافت تصویری واقعی یا کامل امور مالی شان جلوگیری می کند. API ها گزینه ای امن تر در نظر می گیرند زیرا برنامه ها را قادر می سازند تا داده ها را مستقیماً بدون اشتراک گذاری اعتبار حساب به اشتراک بگذارند.

بانکداری باز ممکن است مزایایی را در قالب دسترسی راحت به داده ها و خدمات مالی برای مشتریان و ساده کردن برخی هزینه ها برای مؤسسات مالی ارائه دهد، اما همچنین به طور بالقوه خطرات شدیدی برای حریم خصوصی مالی و امنیت مالی مشتریان و همچنین بدهی های ناشی از آن به مؤسسات مالی ایجاد می کند. در این راستا، نگرانی های بسیار گسترده تر صرفاً نقض داده ها به دلیل امنیت ضعیف، هک، یا تهدیدات داخلی است که در عصر مدرن از جمله در مؤسسات مالی نسبتاً گسترده شده اند و احتمالاً با اتصال داده های بیشتر به روش های بیشتر، رایج باقی می ماند.

بنابراین با عنایت به مطالب فوق، «بانکداری باز احتمالاً چشم انداز رقابتی صنعت خدمات مالی را تغییر می دهد که می تواند با افزایش رقابت به نفع مشتریان باشد» (وانگ و همکاران، ۲۰۱۹).

منابع

Wang, H. Hong-Ning, S.M. Imran, M. Wang, T. 2019. Blockchain-based data privacy management with Nudge theory in open banking. Future Generation Computer Systems, Volume 110, September 2020, Pages 812-823.



کارت بانکی و انواع آن:

نقدی، پیش پرداخت و اعتباری

افراز صالحی |

مدیریت روابط عمومی و صدای مشتریان |

پول مواجه شد بتواند از آن استفاده کند. چون از اعتبار کارت استفاده می شود به آنها کارت اعتباری می گویند. بانک صادر کننده بر اساس معیارهای مختلفی می تواند برای استفاده از کارت سقف تعیین کند به عنوان مثال، فیش حقوقی، درآمد فرد، صورت های مالیاتی و غیره. دارندگان این کارت می توانند به راحتی خرید کالا و خدمات داشته باشند.

اگر برای خرید کالا یا دریافت یک خدمت با کمبود نقدینگی مواجه شدید می توانید با کارت اعتباری بانک سامان محصول مورد نظرتان را خریداری کنید و بعد مبلغی که از اعتبارتان استفاده شده است را به صورت یکجا یا اقساطی با بانک تسویه کنید. برای دریافت این کارت فرد باید حداقل ۱۸ سال داشته و در بانک سپرده سرمایه گذاری داشته باشد. علاوه بر این از بانک های دیگر هم کارت اعتباری دریافت کرده باشد. چک برگشتی یا هر نوع جرمه مالی هم نداشته باشد. اعتبار این کارت ها تا سقف ۵۰ میلیون تومان است. حداکثر بازه زمانی بازپرداخت ۳ سال است و فرد تا زمانی که بدهی را تسویه نکند امکان خرید مجدد با اعتبار کارت را نخواهد داشت.

همه کارت های اعتباری بانک سامان یک ساله هستند و امکان شارژ اعتبار بعد از هر بار خرید هم وجود دارد.

کارت پیش پرداخت (Pre-Paid Card): این نوع کارت خیلی شبیه کارت نقدی است با این تفاوت که به هیچ حساب بانکی متصل نیست. در بانک سامان کارت پیش پرداخت دو نوع کلی دارد: کارت های قابل شارژ و غیر قابل شارژ. کارت هدیه و کارت خرید از انواع این کارت ها هستند که حتماً اسمشان را قبلاً شنیده اید.

کارت های هدیه از نوع کارت پیش پرداخت غیر قابل شارژ بوده و یک گزینه خیلی خوب برای هدیه دادن برای مناسبت هایی مثل روز مادر، تولد، ازدواج و عید هستند. سقف موجودی کارت هدیه از ۵۰ هزار تومان تا یک میلیون تومان است. برای دریافت کارت هدیه بانک سامان می توانید یا از طریق شعب یا فروشگاه اینترنتی بانک سامان اقدام کنید.

کارت خرید بانک سامان جایگزین همان بن های کاغذی شده است که قدیم ها به کارکنان شرکت ها پرداخت می کردند با این تفاوت که حمل این کارت ها ساده تر است، امنیت بیشتری دارند و امکان شارژ مجدد هم وجود دارد. این کارت ها ماهیتاً پیش پرداخت هستند چون از قبل مبلغ کارت از طریق شرکت صادر کننده تعیین شده است. از این کارت فقط در دستگاه های پوز می توان استفاده کرد.

حالا متوجه شدی منظورم از کارت اعتباری چیه؟
با خوشحالی سر تکان دادم و در همان حال گوشی ام را برداشتم تا با سعید قرار فردا برای رفتن به بانک را بگذارم.

کلمات کلیدی اصلی:

بانک سامان؛ کارت بانکی

کلمات کلیدی جایگزین:

نقدی؛ اعتباری؛ پیش پرداخت

من و سعید سال ها است که با هم دوست هستیم؛ از بچگی. به تازگی به فکر راه انداختن یک کسب و کار کوچک افتادیم تا هم درآمدی داشته باشیم و هم بتوانیم از تخصصمان استفاده کنیم. همه کارهای اداری اش را انجام داده ایم و الان در حال تهیه تجهیزات لازم برای شروع کار هستیم. دیشب که با پدرم درباره خریدهایی که قرار است با سعید برای شرکتان انجام دهیم حرف می زدیم درباره نگرانی ام از نداشتن پول کافی برای خرید همه وسایل گفتم. اینکه نکند زمان خرید وسیله پول کم بیاوریم. پدرم گفت: "مشکلی نیست هر چقدر کم داشتی می توانی از خودم فرض بگیری". لبخندی زدم و گفتم: "من و سعید از همان اول کار به هم قول دادیم از اطرافیانمان هیچ پولی نگیریم و آنها را به مشکلات پولی مان وارد نکنیم. از طرفی دوست ندارم اول کاری وام بگیریم". پدرم کمی فکر کرد و گفت: "خب می توانی از اعتبار بانکی استفاده کنی. اینطوری نه وام گرفته ای و نه از اقوام قرض کرده ای". پرسیدم: "اعتبار؟ چه اعتباری؟ کارهای بانکی خیلی دردسر دارد. خیلی وقت می گیرد". پدرم لبخند زد و گفت: "می توانی از کارتت استفاده کنی. هم سریع تر است هم راحت تر". گفتم: "منظورت همین کارت بانکی است که همه داریم؟" گفت: "نه، مثل اینکه واقعاً هیچی نمی دانی. بگذار از اول همه چیز را برای توضیح دهم. این را هم بگویم چون خودم در بانک سامان حساب دارم پس بر اساس خدمات همین بانک هم توضیح می دهم. ببین ما در ایران سه نوع کارت بانکی داریم.

انواع کارت بانکی

کارت نقدی (Debit Card): یکی از انواع خیلی معروف کارت بانکی کارت نقدی است. این همان کارتی است که اغلب زمان برداشت و انتقال وجه و خرید از آن استفاده می شود. کارت نقدی بانک سامان به یک یا چند سپرده فرد متصل می شود و امکان استفاده از خدمات مختلف بانکی مثل پرداخت با پایانه های فروش یا همان دستگاه های پوز (P.O.S)، پرداخت آنلاین، انتقال وجه، استفاده از خدمات دستگاه های خودپرداز (ATM)، استفاده از نرم افزارهای بانکی و غیره را فراهم می کند. در این کارت ها شخص فقط می تواند تا سقف موجودی حساب پرداخت انجام دهد. از جمله مزایای این کارت امکان صدور مجدد، مسدود کردن کارت، امکان پیگیری اشتباهات بانکی، کم کردن ریسک دزدی پول و افزایش امنیت، عدم نیاز به حمل و جا به جایی فیزیکی پول، کم شدن هزینه ها و خرید ساده، سریع و مطمئن است. در ضمن در این شرایط بیماری کرونا که امکان انتقال بیماری با پول فیزیکی وجود دارد داشتن کارت بانکی واقعاً یک مزیت مهم محسوب می شود. کارت نقدی بانک سامان عضو شبکه شتاب بوده و در تمامی دستگاه های خودپرداز، پایانه های فروش و درگاه های اینترنتی قابل استفاده است. **کارت اعتباری (Credit Card):** اگر بخواهم به زبان ساده بگویم کارت اعتباری عملاً هیچ ارتباطی به موجودی حساب فرد ندارد و اعتبار اضافه ای است که بانک به دارنده کارت می دهد تا هر زمان که با کمبود

افزایش فروش در شرایط رکود و بازار دشوار



تصمیم‌های خریدی که پیش از این توسط مسئول خرید به تنهایی اتخاذ می‌شد، اکنون به وسیله کمیته‌های خرید یا سطوح بالاتر سازمان گرفته می‌شود. مشتریان بیشتر از گذشته تمایل دارند که پیش از خرید محصول، آن را آزمایش کنند و منافع منتج از آن را مورد ارزیابی قرار دهند. به آنچه که فروش‌شده می‌گوید کمتر اعتماد می‌کنند و تمایل بیشتری به کسب اطلاعات از طریق طرف سوم یا منابع اطلاعاتی دارند.

استفاده از راهبردهای چهارگانه مور

با در نظر گرفتن سه دسته کلی مشتری (یعنی مشتریان فعلی، مشتریان از دست رفته و مشتریان بالقوه) می‌توان چهار نوع راهبرد مختلف را جهت افزایش فروش مطرح کرد.

۱- حفظ و نگهداری مشتریان فعلی

در شرایط رکود و رونق بازار، شرکت‌ها باید از مشتریانی که با آنها دارای روابط تجاری هستند حفاظت و نگهداری کنند. از دست دادن چیزی که

مشتریان رفتار خرید خود را با تغییر شرایط اقتصادی (رونق به رکود و بالعکس) تغییر می‌دهند. نیروهای فروش اگر به دنبال موفقیت در هر دو محیط هستند باید رویکردهای فروش خود را تغییر دهند.

در شرایط رکود اقتصادی، ترس و تعویق در خرید گریبان‌گیر بسیاری از مشتریان است. نیروهای فروش به دلیل آنکه بازارها دچار افول هستند و شرکت‌ها به اهداف درآمدی فروش دست پیدا کرده‌اند، به طور ناخواسته مشتریان را تحت فشار قرار می‌دهند و موجب تشدید ترس از خرید آنها می‌شوند. بدون شک مشتریان امروز بسیار تغییرپذیر هستند و رفتار خریدشان به طور چشمگیری در حال تغییر است. بعضی از مواردی که فعالیت فروشندگان را در شرایط رکود سخت‌تر می‌کند عبارت‌اند از: هنگامی که بودجه مشتریان محدود است، آنها ترس بیشتری از اتخاذ تصمیم نادرست دارند.

در شرایط رونق اقتصادی، مشتریان تنها درباره نرخ بازگشت سرمایه سوال می‌کنند، در حالی که در شرایط رکود، مشتریان در پی اثبات ادعای فروش‌شده هستند.

استفاده از راهکار مدیریت تاثیر

استفاده از ابزارهایی مانند ملاقات چهره به چهره، برنامه‌های تفریحی، تماس‌های تلفنی، نامه‌ها و کارت‌های تبریک و غیره راهکارهای مدیریت تاثیر را تشکیل می‌دهند. فروشندگان حرفه‌ای تماس‌های بیشتری از طریق کانال‌های مختلف با مشتریان برقرار می‌کنند. آنها همچنین دارای یک برنامه فصلی هستند که در آن تماس‌هایی که باید گرفته شود و اهداف این تماس‌ها مشخص شده‌است.

۲- فروش جدید

فروشندگان باید به دنبال شناسایی و سوژه‌یابی مشتریان جدید جهت توسعه فروش باشند. یکی از راه‌های توسعه فروش، توصیه‌ها و معرفی‌هایی است که از سوی مشتریان صورت می‌گیرد. تحقیقات نشان داده است اگر بدون معرفی و روابط با سوژه‌ها تماس بگیرید تنها ۲ درصد امکان صحبت کردن با آنها وجود خواهد داشت. اگر ارجاع داده شوید شانس‌تان تا ۲۰ درصد افزایش می‌یابد و در صورتی که توصیه شوید احتمال موفقیت تا ۶۰ درصد افزایش پیدا می‌کند؛ بنابراین از مشتریان قدیمی بخواهید که شما را به همکاران یا سازمان‌های دیگر جهت فروش معرفی کنند. هنگامی که مشتری از نتایج کالا یا خدماتتان رضایت دارد یا کاری را برای مشتری انجام می‌دهید که منجر به خشنودی او می‌شود، بهترین زمان برای ارائه درخواست توصیه است.

۳- بهبود روابط اولیه

به سوی مشتریان اولیه برگردید و با آنها ارتباط برقرار کنید. این مشتریان با شرکت، محصولات و فرآیندهای سفارش‌دهی آشنا هستند؛ بنابراین نسبت به مشتریان جدید، زمان کمتری برای پیگیری و سازمان‌دهی امور از سوی شما می‌طلبند. اگر ایشان ارتباط خود را با شما قطع کرده‌اند دلیل آن می‌تواند نارضایتی‌ها و رنجشی باشد که شرکت مسبب آن بوده است. البته عدم رضایت تنها عامل قطع ارتباط مشتریان با شرکت نیست گاهی دلیل آن ارائه پیشنهادات قیمتی پایین‌تر از سوی رقیب یا ارائه محصولی است که در موقعیت زمانی خاص به نیازهای مشتری نزدیک‌تر است.

۴- توسعه روابط موجود

چهارمین و آخرین راهبرد جهت رشد درآمد، علی‌الخصوص در شرایط رکود، توسعه روابط با مشتریان فعلی است. نزدیک شدن به مشتریان فعلی با وسواس و دقت زیاد به منظور شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها از اهمیت زیادی برخوردار است. اگر به اهداف فروش دست پیدا نکردید، این موضوع می‌تواند نشان‌دهنده آن باشد که نتوانستید از یکی از سه روش توسعه روابط استفاده کنید. این سه روش عبارت‌اند از:

فروش حجم بیشتری از محصول به خریدار فعلی.

فروش همزمان محصولات اضافی و مرتبط با محصول اصلی (مکمل) به مرکز خرید فعلی.

فروش محصول به مراکز خرید مختلف در یک شرکت (بخش‌ها و زیرمجموعه‌های دیگر شرکت). همچنین توصیه‌هایی که درون همان شرکت به بخش‌های دیگر صورت می‌گیرد که به مراتب آسان‌تر و کم‌هزینه‌تر از حضور در سایر شرکت‌هایی است که رقیب نیز وجود دارند.

<https://modiresabz.com>



داریم بسیار رنج‌آورتر از چیزی است که تاکنون آن را نداشته‌ایم. دلیل دیگر برای حفظ مشتریان فعلی این است که احتمال آنکه مشتریان فعلی خرید خود را تکرار کنند ۲۵ برابر بیشتر از مشتریانی است که تاکنون هیچ‌گونه خریدی از شما انجام نداده‌اند.

بررسی دوره‌ای مشتری

یکی از نکات کلیدی و مهم در حفظ مشتریان، برقراری جلسات دوره‌ای با تصمیم‌گیرندگان، تاثیرگذاران و افراد کلیدی در سازمان خرید است. اگر به عنوان یک نیروی فروش، بیشتر از ۶ ماه با مشتریان ارتباط نداشته باشید دیگر نباید به آنها به عنوان مشتری بالفعل نگاه کنید. به عنوان بخشی از راهکار حفظ و نگهداری باید با هر یک از مشتریان خود حداقل سالی دو بار در تماس باشید.

برای مشتریان مهم‌تر، چهار بار در سال و برای مشتریان رتبه A (مشتریانی که به صورت بالفعل و بالقوه حجم بالایی از فروش را تشکیل می‌دهند) حداقل ماهی یک بار و گاهی اوقات بیشتر در تماس باشید.

گروه هدف بانکداری دیجیتال

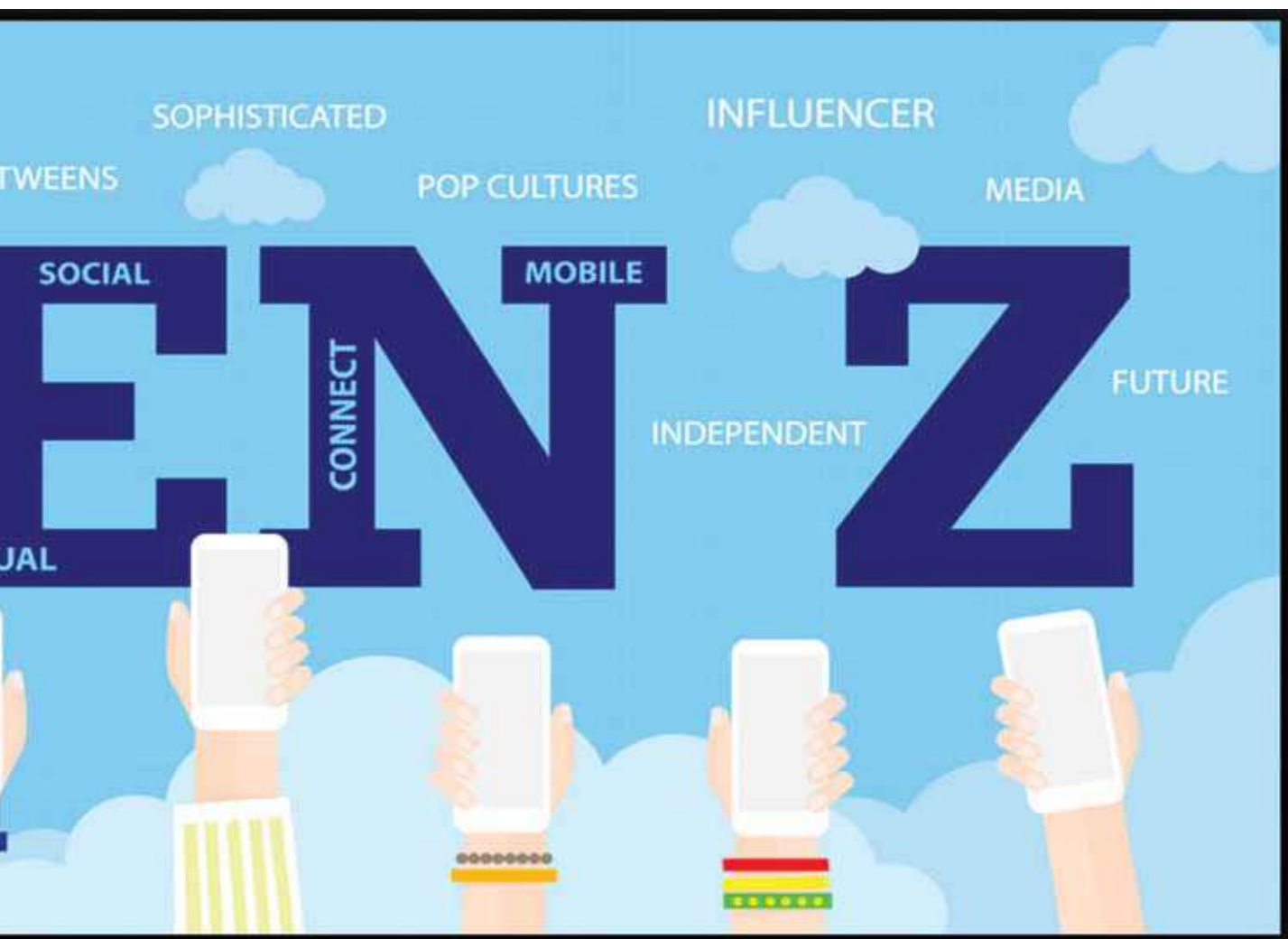


|پرستو نیک رنگ‌منفرد|

|کارشناس پژوهش و مطالعات اقتصادی|

نئوبانک‌ها، فین‌تک‌ها، مگابانک‌ها و رگ بانک‌ها وجود دارد، می‌بایست طراحی خدمات و محصولات از پاسخگویی صرف به نیاز مشتری فراتر رفته و آرمان‌ها، آرزوها و رؤیاهای گروه مشتریان هدف به مثابه انسان موردبررسی قرار گرفته و منبع خلق نوآوری و ابتکار قرار گیرد. درواقع بانک‌ها و ارائه‌دهندگان خدمات مالی می‌بایست از «تجربه مشتری» به «کاوش تجارب انسانی مخاطبین» خود سوق پیدا کنند؛ بنابراین انجام تحقیقات و همچنین مطالعات پیمایشی روی «نسل Z» به‌عنوان مشتریان آینده صنعت بانکداری و گروه هدف بانکداری دیجیتال از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. گزارش حاضر، تلاشی در راستای معرفی نسل Z، آشنایی با خصوصیات و روندهای اصلی این گروه نسلی، تأثیرات رفتارهای مالی و انتظارات آنها بر صنعت بانکداری و ارائه راهکارهایی برای «جذب» و «نگهداشت» موفقیت‌آمیز این نسل است.

بانکداری دیجیتال (بانکداری نسل Z) تأثیر گرفته از پیشران‌های متعددی از پیشرفت‌های چشمگیر تکنولوژی و علوم داده و تغییرات در قوانین و مدل‌های کسب‌وکار است، اما از آنجایی که «مشتری و انتظارات او» در قلب تصمیم‌گیری‌های کسب‌وکار قرار دارد، ظهور نسل جدید مشتریان بانکی که از آنها با نام نسل Z یاد می‌شود و تغییراتی که این نسل در رفتارها و انتظارات مشتریان ایجاد می‌کند، مهم‌ترین این پیشران‌ها قلمداد می‌شود. سردمداران خدمات مالی و بانکی در سطح جهانی، پا را از تمرکز بر تغییر انتظارات مشتری فراتر گذاشته و با تکیه بر رویکردی جدید به نام «رویکرد انسان‌محور» به طراحی و ارائه خدمات مالی می‌پردازند. رویکرد یادشده مبتنی بر تفکری است که افراد را یک درصد «مشتری» و ۹۹ درصد «انسان» در نظر گرفته و معتقد است جهت بقا در رقابت تنگاتنگی که در اکوسیستم بانکداری دیجیتال میان بانک‌ها،



و خدمات مالی بوده و در واقع این نسل گروه مشتریان هدف اصلی «بانکداری دیجیتال» را تشکیل می‌دهند.

از آنجایی که یکی از محورهای اصلی «روند تحولات و تکامل بانکداری دیجیتال»، «تمرکز بر مشتریان، بخش‌بندی آنها و ارائه راهکارهای شخصی‌سازی‌شده و سفارشی‌سازی شده» است، شناخت دقیق نسل Z، شاخصه‌ها، نیازها، انتظارات و رفتارهای مالی ایشان به‌عنوان گروه مشتری هدف «بانکداری دیجیتال» از الزامات عملیاتی سازی موفقیت‌آمیز بانکداری نسل Z است.

طبقه‌بندی نسل‌ها و خاستگاه آن: طبقه‌بندی و نام‌گذاری نسل‌ها توسط جمعیت‌شناسان در قرن بیستم آغاز شد. تئوری نسل‌ها برای اولین بار در سال ۱۹۲۳ توسط کارل مانهایم فیلسوف و جامعه‌شناس مجاری‌الاصل مطرح شد و بعدها توسط گریم کوردینگتون مورد بررسی و توسعه قرار گرفت. نسل‌ها در طبقه‌بندی مذکور عبارت‌اند از گروه‌های اجتماعی مختلفی که در یک بازه زمانی مشخص با فرهنگ‌ها، ارزش‌ها و اولویت‌های مشترک متولد شده‌اند. در حقیقت، یک نسل، از گروهی از افراد که در یک واحد زمانی متولد شده و تجارب مشترکی دارند تشکیل شده است. متخصصان علوم ارتباطاتی و جمعیت‌شناختی، نسل‌ها را بر اساس رویارویی با رخداد‌های اجتماعی (سیاسی و اقتصادی) و پدیده‌های دنیای مجازی طبقه‌بندی کرده‌اند، چرا که این عوامل پیشران‌های اصلی تفاوت بین نسل‌ها هستند.

هرچند که خاستگاه طبقه‌بندی نسل‌ها، آمریکای شمالی و اروپا بوده و دسته‌بندی‌های حاضر بر اساس شاخصه‌های آن جوامع است اما امروزه، آهنگ تغییر ارزش‌ها و نگرش بیش از آنکه تابعی از روندهای فراملی باشد، از گردش سریع ایده‌ها، ارزش‌ها و نگرش‌ها در سطح فراملی سرچشمه می‌گیرد. در واقع، به علت سرعت پیشرفت فناوری و ارتباطات، ارزش‌های ملی به‌تنهایی حائز اهمیت نبوده و ارزش‌های جهانی نیز در جامعه نفوذ کرده که نتیجه آن ظهور پدیده‌ای به نام «جوانان جهانی» و قابلیت تعمیم طبقه‌بندی یادشده نسل‌ها در سایر جوامع، از جمله جامعه ایران است.

نسل Z، گروه نسلی که بعد از ملنیال‌ها (نسل Y) به دنیا آمده‌اند، گونه‌ای جدید از مشتریان را در برابر بانک‌ها و مؤسسات مالی قرار داده‌اند. نسل Z (متولدین سال ۱۹۹۵ میلادی تاکنون) اولین نسلی است که با YouTube، Instagram و Netflix متولد و بزرگ شده است. برخلاف نسل ملنیال‌ها که شاهد ظهور عصر دیجیتال هستند، نسل Z هرگز جهانی بدون تلفن‌های هوشمند، رسانه‌های اجتماعی و دسترسی فوری به اطلاعات را نشناخته و تجربه نکرده است.

این نسل که «خوره تکنولوژی» و «تحصیل‌کرده» بوده و دسترسی «برخط» به آخرین روزرسانی‌های جهانی در تمامی حوزه‌ها را دارد، بانک‌ها و مؤسسات مالی را با «انتظارات»، «نیازها»، «طرز فکر» و «رفتار مشتری» کاملاً نوین خود غافلگیر کرده‌است. بانک‌ها و مؤسسات ارائه‌دهنده خدمات مالی جهت جذب و نگهداشت این گروه از مشتریان که پیش‌بینی شده است «پرجمعیت‌ترین» نسل تاریخ بشر باشد می‌بایست مسیر «تحول دیجیتال» را در پیش گرفته و با نئوبانک‌ها و فین‌تک‌ها رقابت تنگاتنگی داشته باشند.

همان‌طور که در گزارش چشم‌انداز بانکداری دیجیتال تشریح شد، ظهور نسل Z، از پیشران‌های اساسی تحول دیجیتال در صنعت بانکداری



طبقه‌بندی نسل‌ها در ایران:

مطالعات نسلی در جهان غرب نزدیک به یک قرن سابقه دارد اما قدمت این امر در ایران به کمتر از سه دهه می‌رسد. در میان جامعه شناسان ایرانی تا قبل از پایان دهه ۱۳۶۰ سخنی از مطالعه نسل‌ها وجود نداشت اما اوضاع جدید سیاسی و اجتماعی آن زمان کشور، موجب شد جامعه شناسان و سیاستمداران به تحقیق در مورد وضعیت نسلی در ایران بپردازند. علی‌رغم اهمیت مطالعات نسلی، تحقیقات پیمایشی منتشرشده‌ای در مورد نسل‌های متوالی جوانان در ایران وجود نداشته و بیشتر تأکید بر آمار و ارقام و مقایسه جمعیت آماری به لحاظ «رده‌های سنی» بوده است.

همان‌طور که پیشتر اشاره شد، طبقه‌بندی نسل‌ها در غرب بر اساس رویارویی با رخداد‌های اجتماعی (سیاسی و اقتصادی) و پدیده‌های دنیای مجازی است اما در ایران از شیوه‌های دیگری برای طبقه‌بندی نسل‌ها استفاده می‌شود. برخی هر نسل را معادل متولدین یک بازه زمانی ۱۰ ساله یا ۱۵ ساله در نظر می‌گیرند و برخی هم معتقدند این موضوع بیشتر به بستر زمانی شکل‌گیری تجربیات مشترک ارتباط دارد. طبقه‌بندی رایج نسلی در ایران، معادل متولدین ۴ دهه پس از انقلاب اسلامی است که به ۴ دسته «دهه‌شصتی‌ها»، «دهه هفتادی‌ها»، «دهه‌هشتادی‌ها» و «دهه نودی‌ها» تقسیم می‌شود.

اهمیت طبقه‌بندی نسل‌ها در صنعت بانکداری:

تئوری نسل‌ها از این جهت برای صنایع (دیدگاه کلان) و سازمان‌ها (دیدگاه خرد) حائز اهمیت است که آشنایی با هنجارها، باورها، ویژگی‌ها، صفات اخلاقی و رفتاری نسل‌های مختلف، اطلاعات بسیار مهمی در رابطه با یکی از حیاتی‌ترین اجزای هر کسب‌وکار یعنی «مشتریان» ارائه می‌کند. در گذشته هدف بازاریابی یافتن تکنیک‌هایی برای افزایش فروش بود اما در طول زمان بازاریابی به‌طور فزاینده‌ای بر درک ویژگی‌های مشتریان



خصوصیات
اصلی نسل ها

[illegible][illegible]

نسل ۲ (نسل هزاره)
1984-1997 (1368-1377 شمسی)

نسل ۲ یا نسل هزاره، نوجوانانی است که با فناوری دیجیتال و اینترنت به دنیا آمده و بزرگ شده‌اند. این نسل به اینترنت دسترسی دارد و به راحتی با آن کار می‌کند. این نسل به یادگیری و استفاده از فناوری‌های دیجیتال علاقه دارد و به راحتی با آن کار می‌کند. این نسل به یادگیری و استفاده از فناوری‌های دیجیتال علاقه دارد و به راحتی با آن کار می‌کند.

تعمیل Z

تعمیل Z (Z-Transformation) یک فرآیند آماری است که داده‌ها را به گونه‌ای استاندارد می‌کند که میانگین آن 0 و انحراف معیار آن 1 باشد. این فرآیند برای مقایسه داده‌ها از منابع مختلف و برای استفاده از روش‌های آماری مبتنی بر توزیع نرمال ضروری است.

فرمول تبدیل داده‌ها به Z-score به صورت زیر است:

$$Z = \frac{X - \mu}{\sigma}$$

که در آن:

- X : مقدار مشاهده شده
- μ : میانگین جامعه آماری
- σ : انحراف معیار جامعه آماری

این فرآیند به شما امکان می‌دهد تا داده‌های شما را به یک مقیاس استاندارد تبدیل کنید و بتوانید آن‌ها را با داده‌های دیگر مقایسه کنید.

فناوری مشتریانی با طرز فکر جدید و رفتاری نو برای بانک‌ها است.

نسل Z در یک نگاه:



متمرکز شده و امروزه هدف آن درک خریداران به صورت انفرادی یا شناخت یک بخش بازار است. یکی از چالش‌های اصلی صنایع امروز، رویارویی با گروه مشتریانی از نسل‌های متفاوت با ارزش‌ها و رفتارهای مختلف است که جذب و نگهداشت آنها روش‌ها و اصول منحصر به خود را می‌طلبد. این امر در «بانکداری دیجیتال» اهمیت ویژه‌ای پیدا کرده است، چراکه در بانکداری نسل Z، تمرکز از «محصول محوری» تماماً به «مشتری محوری» و ارائه خدمات و محصولات شخصی‌سازی شده و سفارشی‌شده برای هر یک از مشتریان سوق یافته است که در نتیجه آن «مشتری» و انتظارات او در قلب تصمیم‌گیری‌های کسب‌وکار قرار گرفته است. بسیاری از بانک‌ها و مؤسسات مالی همان اشتباهی که با نسل قبلی (ملنیال‌ها یا همان نسل Y) مرتکب شدند را با نسل جدید (نسل Z) در حال تکرار هستند. به زبان ساده آنها خیلی دیر به سراغ این گروه از مشتریان رفته و هنگامی که نسل Y در دوران نوجوانی خود قرار داشت، آنها را مورد مطالعه قرار نداده و محصولات و خدمات متناسب با آنها را طراحی نمودند. پرواضح است که نوجوانان از منظر بانک‌ها در رده سنی سودآوری قرار نمی‌گیرند اما همان نوجوانان نسل Y که زمانی توسط بانک‌ها نادیده گرفته شده بودند، امروز به سودآورترین گروه مشتریان آنها تبدیل شده‌اند و این روند در مورد نسل Z نیز صادق است. درسی که بانک‌ها و مؤسسات مالی از این موضوع باید بگیرند، این است که آنها می‌بایست در دوران نوجوانی با مصرف‌کنندگان خدمات مالی و بانکی (مشتریان آینده) ارتباط برقرار کرده، آنها را مورد مطالعه قرار داده، نیازها، انتظارات و رفتارهای مالی ایشان را شناسایی کرده و بر آن اساس جهت جذب و نگهداشت این گروه از مشتریان برنامه‌ریزی کنند. در غیر این صورت متحمل ریسک از دست دادن فرصت‌های «شکل‌دهی به چشم‌انداز مالی» و ایجاد «ترجیح برند» در گروه مشتریان آینده خود خواهند شد. درواقع نسل Z با دارا بودن دانش و مهارت بسیار در زمینه



آینده صنعت بانکداری در دستان نسل Z:

«آینده بانکداری در دست کودکان امروز است». ممکن است در وهله

Z

برای بزرگسالان نسل بعدی، ایجاد باورهای عمیق و ارزش‌های عالی در مورد پول و عادت‌ها و روش‌های پس‌انداز کردن است. بانک‌هایی که موفق می‌شوند در سنین جوانی مشتری خود را از طریق پس‌انداز پول توجیبی‌شان جذب کنند رابطه زود هنگامشان را تبدیل به یک رابطه وفادارانه با این گروه از مشتریان خواهند کرد. یکی از نکات قابل توجه این است که فرصت یادگیری نحوه گیمیفیکیشن تعاملات بانکداری از طریق تمرکز بر نسل Z برای بانک‌ها وجود دارد و بانک‌ها باید به جای این‌که تنها به ارائه خدمات بانکی به کودکان بپردازند، از این فرصت بهره‌برداری درست کنند. مشکل اینجاست که در بدنه بانک‌ها و فین‌تک‌ها، درک کافی و عمیقی از فناوری‌ها همچون بسترهای گیمیفیکیشن و یا بسترهایی که بین بانکداری امروز و نسل Z ارتباط برقرار می‌کند، وجود ندارد و تمرکز و سرمایه‌گذاری در این حوزه، فرصت‌های بی‌نظیری را برای بانک‌ها و فین‌تک‌ها به همراه خواهد داشت.

نسل Z به معنای واقعی «بومیان دیجیتال» هستند. از پخش و دانلود هم‌زمان محتوای ویدئویی تا به اشتراک‌گذاری بی‌وقفه آنلاین، افراد این نسل انتظار اتصال یکپارچه و پیوسته دارند و امور مالی آنها هم از این قاعده مستثنی نبوده و صنعت بانکداری را به سمت انعطاف دیجیتالی بسیار زیاد سوق داده‌اند. به بیانی دیگر نسل Z در حال بازتعریف مفهوم «بانکداری» هستند. اگرچه بانک‌های شعبه‌محور به اندازه کافی با تغییرات پیوسته فناوری سازگار شده و در حال حاضر همچنان محبوب‌ترین شیوه بانکداری هستند اما بانک‌ها چه به صورت آنلاین و چه در شعبه، می‌بایست با ارائه «راه‌حل‌های امن مالی» با «اتصال بی‌وقفه»، «رویکرد پشتیبانی مشتری‌محور» و گزینه‌های «شخصی‌سازی» شده متناسب با نسلی که به بزرگ‌ترین نسل تاریخ بشر تبدیل خواهند شد، برای آینده آماده گردند. تا چندی پیش، بانک‌های سنتی شعبه‌محور، انحصاری کامل بر بازار داشتند اما این انحصار در اثر عوامل متعدد که مهم‌ترین آن، تغییر انتظارات مشتریان بالاخص ظهور نسل Z می‌باشد، در حال ازهم‌گسیختگی است.

«تجربه کاربری» بهتر، «امنیت پیشرفته» و «دسترسی ۲۴/۷» باعث شده است که بانکداری دیجیتال به طرز شگفت‌آوری بر اذهان عمومی نسل Z تأثیر داشته باشد. این تأثیر چه در نتیجه «جنبش بدون تماس» ای باشد که در اثر همه‌گیری کووید-۱۹ سرعت یافته است و یا متأثر از مسیری که بازار در هر صورت در حال طی کردن آن بوده است، نتیجه نهایی یکسان خواهد بود؛ نسل Z انتظار در اختیار داشتن گزینه یک بانک کاملاً دیجیتال را دارد. با توجه به اینکه نسل Z قرار است به پرجمعیت‌ترین نسل تاریخ تبدیل شود، انتظارات آن‌ها از بانک‌ها، نه تنها بازار را به میل خود تغییر می‌دهد بلکه آن را در سلطه کامل خود در خواهد آورد و بانک‌های آینده‌نگر از همین حالا، این روند را شناسایی کرده و بر آن اساس حرکت می‌نمایند. حال که به اهمیت بانکداری دیجیتال در میان نسل Z پرداختیم، سؤال منطقی بعدی این است که انتظارات این نسل از بانکداری دیجیتال و یا آنلاین چیست؟

تحقیقات متعددی در زمینه خواسته‌های نسل Z از بانک‌ها و راه‌هایی که مدیریت سنتی پول می‌تواند با ذهنیت‌های در حال رشد مشتریان نسل Z تلاقی کند صورت گرفته است. یکی از این تحقیقات در آگوست ۲۰۲۰ روی نمونه‌ای ۵۰۰ نفره از نسل Z در آمریکا در قالب نظرسنجی

اول این جمله به نظر اغراق‌آمیز برسد اما حقیقتی است که صنعت مالی و بانکی دیر یا زود با آن مواجه خواهد شد. حدود ۲۰ سال پیش با تلاش شرکت‌هایی مانند نت‌اسکیپ و مایکروسافت که با محصولات خود اینترنت را برای مردم عمومی کردند، خدمات بانکی نیز به‌مرور زمان دیجیتالی شد. از آن زمان با رشد فناوری، تغییرات در مقررات و توزیع مجدد ثروت، تغییرات زیادی رخ داده است. همه این موارد باعث افزایش

سرویس‌های بانکی و انتظارات مشتریان از سرویس‌هایی که دریافت می‌کنند، شده است. تحقیقی که شرکت تل‌استارا (اپراتور تلفن همراه استرالیایی) انجام داده، نشان می‌دهد زمان زیادی تا تمام شدن تاریخ انقضای نسل قبلی مشتریان بانکی باقی نمانده و باید منتظر ورود نسل Z به صف مشتریان بانکی باشیم. این مشتریان بومیان «Mobile-First» (وب‌سایت‌هایی که در ابتدا به صورت responsive با صفحه موبایل بالا می‌آیند)، گیمرها و شبکه‌های دیجیتالی/اجتماعی بوده و با خواهر برادران بزرگ‌ترشان که بومیان اینترنتی هستند تفاوت دارند که این به لطف تلاش‌های نسل X است.

آینده بانکداری کتمان کردن بانکداری سنتی و استفاده از دسته‌چک‌ها به نحوی که نسل «انفجار جمعیت» آن را انجام می‌دادند نیست بلکه متناسب نمودن بانکداری با نسل امروز است که در اکوسیستمی فناورانه متولد شده‌اند که در آن دسترسی به حجم بالای اطلاعات، اتصال، تعامل، برنده شدن و لذت بردن از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. بانک‌ها و فین‌تک‌ها هرچه زودتر شروع به مطالعه و درک این نسل کنند بهتر در مورد آنها یاد می‌گیرند و خدمات بهتری را ارائه خواهند داد و این امر به هم به نفع ارائه‌دهندگان سرویس‌های مالی و بانکی است و هم به نفع مشتریان.

طبق نظرسنجی اخیر موسسه حسابداران رسمی دولتی آمریکا، والدین آمریکایی به فرزندانشان خود به‌طور متوسط ۸۰/۶۷ دلار پول توجیبی پرداخت می‌کنند. بانک‌هایی که موفق می‌شوند در سنین جوانی مشتری خود را از طریق پول توجیبی جذب کنند، فرصتی عالی برای ایجاد روابط زود هنگام و تبدیل آنها به مشتریان وفادار آینده خود، در اختیار خواهند داشت. بانک‌ها از این طریق می‌توانند حس اعتماد و ارزش را به جوانان نسل جدید القا و آنها را به مشتریان دائمی خود تبدیل کنند و هنگامی که زمان بهره‌گیری جوانان فردا (کودکان و نوجوانان امروز) از خدمات بانکی مثل اخذ وام فرا برسد، مزیت بسیار بزرگی نسبت به دیگر بانک‌ها و مؤسسات مالی داشته باشند؛ چراکه اولین حساب بانکی این نسل از مشتریان در بانک مذکور افتتاح گردیده و اعتماد به این برند بانکی در ضمیر ناخودآگاه آن‌ها شکل گرفته است. همچنین اگر بانک‌ها ارزش پیشنهادی خوبی به مشتریان خود ارائه کنند، فرصت پیدا خواهند کرد تا مادر، پدر، پدربزرگ، مادربزرگ و بقیه اعضای خانواده آنها را تبدیل به مشتریان خود بکنند. نکته‌ای که بانک‌ها، ثنویانک‌ها و فین‌تک‌ها می‌بایست جهت جذب زود هنگام نسل Z در نظر داشته باشند این است که بچه‌های نسل Z توسط «نیازهای بانکی» جذب نشده؛ بلکه این مهم از طریق ترکیبی از اهداف سرگرمی، یادگیری، دریافت خدمات با «سرعت» بالا و «اصطکاک» پایین، به همراه ویژگی‌ها و فیچرهای قدرتمندتر و گیمیفیکیشن محقق می‌شود. درواقع بانکداری برای جوانان، ترکیبی از توجه کمتر به مبالغ سپرده‌ها و تمرکز بیشتر بر خلق الگویی



نسل جدید است. آن‌ها دوست دارند حتی در ساده‌ترین شکل ممکن شاد باشند و سرگرم رخدادهای شادی بخش شوند. درحالی که طبق مطالعات بیش از ۶۰ درصد ترجیحات نسل قبلی به‌کارگیری اینترنت برای دسترسی به اطلاعات بوده است، مهم‌ترین اولویت نسل Z سرگرمی است و بیش از ۶۱ درصد ترجیحات نسل Z به‌کارگیری اینترنت جهت داشتن سرگرمی و اوقات خوش است. این درحالی که است که سرویس‌های بانکی و مالی و خدمات پرداخت فعلی، نه تنها دارای چنین ویژگی نیستند بلکه تا حدود زیادی خسته‌کننده نیز می‌باشند.

توجه به سبک زندگی پایدار و ارزش‌های محیط زیستی

نسل Z از رویکرد نسل‌های قبلی در قبال ارزش‌های محیط زیستی و حفظ کره زمین، ناراضی بوده و توجه شایانی به این موضوعات دارند. نهضت مبارزه با گرم شدن کره زمین که توسط «گرتا تونبرگ» پایه‌گذاری شده و تبدیل به جنبشی بزرگ در کل جهان گردید مثال بارزی از مطالبه‌گری نسل Z در رابطه با سبک زندگی پایدار و ارزش‌های محیط زیستی است. بانک‌ها و ارائه‌دهندگان خدمات مالی قدم‌های بزرگی در این رابطه می‌توانند بردارند. کاهش نیاز به رفت‌وآمد، کاهش مصرف کاغذ، کاهش اتلاف‌ها و تخصیص بهتر منابع و نتیجتاً کاهش تولید آلاینده‌ها و محاسبه این تأثیرات و نمایش آنها به مخاطبان این نسل می‌تواند برای آن‌ها بسیار ارزشمند و تعیین‌کننده باشد.

ارائه محتوای ویدئویی

نسل Z با شبکه‌های اجتماعی بالاخص تصویری مانند یوتیوب و اینستاگرام بزرگ شده است. بر اساس تحقیقی انجام شده در آمریکا مشاهده شده است که هر دو شبکه اینستاگرام و یوتیوب به‌صورت روزانه و به‌دفعات مورد مراجعه قریب به اتفاق این نسل هستند. آنها رسانه‌های ویدئویی را برای سرگرمی، آموزش و ارتباطات ترجیح می‌دهند و از تصاویر ثابت در تبلیغات

تک‌سوالی صورت گرفته که نتایج آن در نمودار زیر تشریح شده است.
راهکارهای پیشنهادی جذب و نگهداشت نسل Z:

ارائه سرویس‌های سریع و هوشمند

نسل Z اشتیاق بالایی برای سرعت داشته و حوصله طی کردن مراحل سیستماتیک و فرآیندهای تعریف‌شده سنتی بانکی را ندارند. در نتیجه سرویس‌های بانکی و خدمات مالی و پرداخت مناسب برای این نسل باید تا حد امکان ساده و سریع باشند، با کمترین کلیک به نتیجه برسند، فاقد مراحل اضافی و تکراری در ورود اطلاعات باشند، به گونه‌ای که با به‌کارگیری هوشمندی در تحلیل اطلاعات، بتواند داده‌های ورودی قبلی را بازیابی کرده، از ثبت مجدد پرهیز کند و با بررسی سوابق رفتاری و انتخاب‌های مشتری و نیز پیش‌بینی رخدادهای مرتبط با فرد، گزینه‌های پیشنهادی جدیدی ارائه کرده و مشتری را غافلگیر کند.

ارائه خدمات و سرویس‌های شخصی‌سازی شده

نسل Z خود را منحصر به فرد دانسته و در هر خرید یا سرویسی به دنبال مشخصه‌ای می‌گردد تا به ترجیحات و سلاقی او نزدیک باشد و با تداعی آن، خود را در سرویس یا محصول بیابد؛ بنابراین سرویس‌های بانکی و مالی و پرداخت مناسب این نسل باید به گونه‌ای باشد که به‌صورت شخصی‌سازی شده برای ایشان طراحی شده باشد. این نسل حاضر است ۲۵ درصد بیشتر از نسل قبل اطلاعات شخصی خود را با سازمان‌ها و شرکت‌ها به اشتراک بگذارد تا قابلیت تشخیص ترجیحات، رفتار، نیازهای فعلی و احتمالی آتی آن‌ها را داشته و خدمات و سرویس‌های شخصی‌سازی شده بهتری را به ایشان ارائه کنند.

برقراری ارتباط عاطفی و هیجانی

برقراری ارتباطات هیجانی لذت‌بخش و داشتن اوقات خوش از ترجیحات



ارائه آموزش‌های کاربردی و خدمات مشاوره‌ای تعاملی

نسل Z شیفته آموزش‌های کاربردی مؤثر در زمینه‌های حرفه‌ای و تکنیکی است تا بتواند سریع به درآمد و منفعت برسد و آرزوهای خود را محقق نماید و در نقطه مقابل آن از آموزش‌های کلاسیک و طولانی دانشگاهی و نظایر آن رویگردان است.

آنها حتی تحمل و صبر لازم برای آموختن با روش‌های غیرکارآمد سستی را هم ندارند. همچنین آنها به‌شدت نیازمند آموختن آموزه‌های مالی، بانکی، سرمایه‌گذاری و بورس و همچنین اصول اقتصاد هستند، چراکه علیرغم اهمیت فراوان این موضوعات جهت بقای در دنیای امروزی، درک حوزه‌های مذکور را پیچیده و مشکل می‌دانند.

بانک‌ها و ارائه‌دهندگان خدمات مالی فرصت بسیار ارزشمندی دارند تا با به‌کارگیری روش‌های مطلوب نسل Z از جمله، ویدئو، وبلاگ و پادکست و اپلیکیشن‌های تعاملی نسبت به ارائه آموزش‌های فوق در ضمن ارائه خدمات، اقدام کنند. با ارائه آموزش‌های مذکور به همراه ارائه خدمات مشاوره‌ای تعاملی، اعتمادبه‌نفس کافی در جوانان برای بهره‌گیری از مجموعه خدمات بانکی و مالی فراهم شده و با پاسخ به یکی از مهم‌ترین نیازهای آنها، جذب این نسل از مشتریان محقق می‌گردد.

ارائه سرویس پر بستر موبایل

جوانان نسل Z وابستگی غیرقابل جایگزینی به موبایل‌های هوشمند خود دارند. طی بررسی صورت گرفته در ایالات متحده ۷۵ درصد جامعه نمونه از این جوانان هر روز درگیر استفاده از موبایل خود هستند و آنهایی هم که کمتر درگیر موبایل خود هستند، با تبلت یا لپ‌تاپ سرگرم هستند. این نسل برای هر کاری اپلیکیشن مربوطه را در گوشی خود دارند و با کمی اغراق می‌توان گفت که درگوشی‌های همراه خود زندگی می‌کنند. بانک‌ها

و بنرها به راحتی عبور می‌کنند و حتی محتوای آنها را هم نمی‌خوانند. افراد این نسل حتی برای آموزش نیز به بروشورها و کاتالوگ‌ها سر نمی‌زنند و ترجیح می‌دهند در یوتیوب به دنبال کلیپ‌های راهنما بگردند. بانک‌ها و ارائه‌دهندگان خدمات مالی ای در جذب این نسل موفق خواهند بود که بتوانند محتوای تبلیغاتی و آموزشی خود را به صورت سرگرم‌کننده و پویا در کانال‌های پرمراجعه این نسل از مشتریان قرار دهند و حتی در سایت‌ها و اپلیکیشن‌های موبایلی خود نیز به همین روش با مشتری ارتباط برقرار کنند. کلیپ‌های کوتاه با مدت پخش کمتر از سه دقیقه، بسته‌های ارتباطی مطلوبی برای این نسل است که باید به شیوه‌ای نوآورانه، جذاب و سرگرم‌کننده ارائه شود.

حذف یا کاهش تبلیغات آنلاین

نسل Z کمترین توجه و اعتماد را به تبلیغات تصویری و حتی آنلاین دارند؛ تا آنجایی که یکی از محل‌های درآمد سایت‌ها، حذف این گونه تبلیغات در قبال دریافت وجه است. این نسل حاضر است پول پرداخت کند تا تبلیغ نبیند، چراکه تبلیغات را وقفه در جریان زندگی خود می‌بیند. درحالی که فیلم موردعلاقه خود را می‌بیند، یک تبلیغ آن را قطع می‌کند و در جریان احساس و عاطفه او وقفه ایجاد می‌کند. آنها حتی به‌مرور دریافته‌اند که تبلیغات واقعیت محصولات و سرویس‌ها را نمایان نمی‌کند و تجربه به آنها نشان داده که همیشه چیزی که دریافت داشته‌اند کمتر یا مغایر با آن چیزی بوده که در تبلیغات دیده‌اند. بانک‌ها و ارائه‌دهندگان خدمات مالی موفق در این حوزه حتماً به گونه دیگری عمل کرده‌اند. آنها باید اطلاعات درست را با به‌کارگیری داستان‌هایی جذاب از به‌کارگیری محصول یا سرویس ارائه کنند. مشتری باید با کارکرد محصول یا سرویس طی داستانی خوشایند آشنا شود تا بتواند آن را برای انتخاب برگزیند.

پس از آن تمامی اروپا در سال ۲۰۰۸ که رکود بزرگ لقب گرفت و نظایر آن در سایر کشورها، اصولاً به بانکها و مؤسسات مالی بی‌اعتمادند. آنها پیچیدگی‌های آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌ها را روشی برای سردرگم کردن مشتریان و نیرنگ توسط بانکها می‌دانند. طی نظرسنجی که در سال ۲۰۱۷ در ایالات متحده انجام شده، بیش از ۴۵ درصد از پرسش‌شوندگان این نسل نسبت به صداقت و انصاف بانکها بی‌اعتماد هستند و در مقابل برای خدمات مالی و پرداخت به گوگل، اپل و پی‌پال بیشتر اعتماد دارند. بانکها و ارائه‌دهندگان خدمات مالی می‌بایست با عملکردی کاملاً متفاوت، این دیدگاه را تغییر دهند؛ در غیر این صورت عرصه رقابت را به رقبای تازه‌وارد بانکداری دیجیتال (فین‌تک‌ها، تک‌فین‌ها و نئو بانکها) واگذار خواهند کرد. منظور از عملکرد متفاوت، ارائه شفافیت در بالاترین سطح است؛ به‌طوری که جای هیچ‌گونه ابهامی برای مشتریان جوان این نسل باقی نماند؛ از جمله مشخص کردن هزینه نهایی خدمات و کارمزدها و ارائه مشاوره مالی صادقانه به آنها حتی اگر منجر به عدم جذب آنها گردد. جوانان این نسل نوعاً به بانکها بی‌اعتماد هستند و احساس می‌کنند در هر قراردادی با این مؤسسات به‌احتمال زیاد کلاه سرشان می‌رود. آنها این مسیر را یک‌طرفه و به نفع بانکها می‌دانند. در چنین شرایطی بانکها و ارائه‌دهندگان خدمات مالی می‌توانند با شبیه‌سازی قرارداد، هزینه‌ها و کارمزدهای مربوطه را محاسبه کرده و قیمت نهایی سرویس را برای مشتریان این نسل تخمین بزنند. علاوه بر آن بانکها می‌توانند با طراحی محصولات با قابلیت «فسخ» (به‌عنوان مثال تا یک ماه) فضایی مشابه آنچه جوانان نسل Z در خریدهای اینترنتی تجربه کرده و از بانکها نیز انتظار دارند را برای ایشان ایجاد کنند.

منابع:

- Gen Z are the bank customers of the near future- Fintech Futures-2019
- GEN Z IS DEFINING DIGITAL BANKING- Fintech News-2021
- Generation Z: The Future of Banking- The Financial Brand 2021
- Generational Marketing Myths, From Boomers to Gen Z- 2020
- Generation Z as Consumers: Trends and Innovation- NC State University/ institute for Emerging Issues- 2020
- Kids are banking's future NOW- Fintech Futures- 2020
- Personalisation: the Gen Z banking imperative-Fintech Futures- 2021
- Gen Z marketing strategies for Banks-everfi.com-2021
- How Community Banks Can Attract Generation Z With Financial Lessons-The Financial Brand- 2021
- رسانه ابزاری برای طبقه‌بندی نسل‌ها در ایران- جامعه پژوهی فرهنگی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی- ۱۳۹۶
- فرآیند تغییر نسلی بررسی فراتحلیلی در ایران- جوانان و مناسبات نسلی- ۱۳۸۶
- مردم ایران از خدمات مالی چه می‌خواهند؟ گروه مشاورین ایلینا- ۱۳۹۹
- نسل زد و بانکداری در ایران- سیمای بانکداری- ۱۳۹۹
- ۷ نسل زد و آینده سیاست در ایران- فرارو- ۱۳۹۹



و ارائه‌دهندگان خدمات مالی موفق در سطح جهانی نیز تلفن‌های همراه را مهم‌ترین پلتفرم خدمات خود قرار داده و حتی فرآیندهای مولتی چنل آنها نیز به‌صورت کامل این پلتفرم را پوشش می‌دهد. شرط موفقیت در رقابت تنگاتنگ موجود در اکو سیستم بانکداری آن است که اپلیکیشن طراحی شده «ممتاز» بوده و در «نهایت کارایی» از «آخرین سطح فناوری» برخوردار بوده و با سرمایه‌گذاری و تحقیق و توسعه مستمر در «بالاترین سطح» باقی بماند. این اپلیکیشن‌ها باید تمامی روش‌های ارتباط با مشتری از جمله ویدئویی، چت، آموزش و سرگرمی را لحاظ کرده و با سرویس‌های اصلی هم‌افزایی داشته باشند.

توجه به گیمیفیکیشن

نسل Z با بازی (گیمینگ) قواعد زندگی را یاد گرفته است. این نسل نه تنها با گیمینگ سرگرم می‌شود؛ بلکه آموزش و تبلیغ را هم در همان فضا تجربه می‌کند و منطق داستان‌پردازی و بازی، روش مناسب درک و جذب جوانان این نسل است. بانکها و ارائه‌دهندگان خدمات مالی نیز می‌بایست برای موفقیت در این زمینه سرآمد باشند.

طراحی انواع سناریوها و داستان‌پردازی‌های جذاب و مبتنی بر منطق بازی برای معرفی، آموزش و ارائه سرویس‌ها و نیز حضور در واقعیت مجازی بازی‌ها و یا در بخش مالی و پرداخت بازی‌ها و نقدینگی‌های مجازی و شبیه‌سازی شده از جمله راهکارهای فعالیت بانکها و ارائه‌دهندگان خدمات مالی در این اتمسفر است.

شفافیت و صداقت

جوانان نسل Z به‌دلیل سوابق بحران‌های بزرگ اقتصادی که در دوران نسل پدران‌شان رخ داده، از جمله بحران وام‌های مسکن در آمریکا و

آشنایی باتنخواه کارت‌ها؛ معجزه‌ای در امور بانکی و شرکتی



با در نظر گرفتن همه این اوصاف و جلوگیری از بزرگ شدن مسائل و هزینه‌های ریزی که ممکن است به یک دردسر تبدیل شوند، ما تصمیم به نگارش این مطلب گرفتیم. با ما همراه باشید و ادامه این مطلب را با دقت مطالعه کنید تا با یکی از معجزه‌های بانکی در جهت رفع امور مربوط به حساب تنخواه به خوبی آشنا شویم.

فقط یک مسئله جزئی!

به داستان حساب تنخواه فقط باید در حد یک مسئله جزئی نگاه کرد و بس! بزرگ شدن مسائل این چنینی در رابطه با تامین هزینه خریدهای جزئی یا کلی برای شرکت‌ها تنها به یک دلیل است و آن هم چیزی جز عدم استفاده از سامانه‌های بانکی پیشرفته و مرتبط با امور شرکتی نیست. بسیاری از شرکت‌ها، مسئله تنخواه‌داری و تنخواه‌گردانی را جزو پروسه‌های سخت و طاقت‌فرسا می‌دانند، اما واقعیت امر چیست؟ از طرفی استفاده از روش‌های سنتی برای مسئله تنخواه‌گردانی در شرکت‌های پیمانکاری بزرگ که از کارگران متعدد و همچنین تهیه‌کنندگان بزرگ انواع محصولات و خدمات برخوردارند، واقعا هم کار را دشوار می‌کند.

تصور کنید که یک شرکت بزرگ، اعتبار در نظر گرفته‌شده برای حساب تنخواه یک شرکت را تنها به خرید محصولاتی خاص محدود می‌کند. در ادامه، این شرکت قادر نخواهد بود از خدمات منحصر به فرد فروشگاه‌های طرف قرارداد خود بهره‌مند شود و هیچ پشتیبانی هم نخواهد داشت.

برای بحث مهم تنخواه باید یک فکر اساسی کرد؛ از آن‌دسته فکرها که حتی مو هم لای درزشان نمی‌رود. با برچیده شدن بساط قدیمی و سنتی تنخواه در شرکت‌ها، گام مهم و بزرگی در راستای مکانیزه کردن امور حسابداری و از همه مهم‌تر در حوزه خرید انواع وسایل مورد نیاز کارفرماها برداشته می‌شود. اما اینکه چگونه می‌توان از شر روش‌های سنتی شارژ کردن حساب‌های تنخواه خلاص شد و دنیایی جدید از امور بانکی را تجربه کرد، سوال بسیار مهمی است.

امروز و در این مطلب، به سراغ بحث مهمی رفته‌ایم که می‌تواند برای همیشه پرونده نیمه‌باز حساب‌های تنخواه را ببندد و آسان‌ترین روش برای خریدهای جزئی شرکت را به ارمغان بیاورد.

بسیاری از شرکت‌ها از کیفیت جنس‌های تهیه‌شده توسط اعتبار تنخواه ناراضی‌اند و دوست دارند با یک طرف قرارداد مطمئن مواجه شوند. اما این اتفاق چگونه رقم می‌خورد و چگونه می‌توان دنیای نابسامان حسابی که در اختیار تنخواه‌گردان است را بهبود بخشید؟

گاهی اوقات، جزئی‌ترین و ریزترین هزینه‌ها و مسائل مربوط به شرکت‌ها آن‌قدر بغرنج و پیچیده می‌شوند که باید به آنها با نگاهی جدی‌تر برخورد کرد. برای مثال، شرکتی را در نظر بگیرید که از جنس‌هایی که توسط حساب تنخواه تهیه می‌شود، راضی نیست و نمی‌تواند روی خدمات پس از فروش فروشگاه‌های متفرقه حساب ویژه‌ای باز کند. در این شرایط باید چه کرد؟ آیا راه حل، تغییر تنخواه‌گردان یا دست بردن در میزان اعتبار حساب تنخواه است؟ پاسخ به این سوالات عجولانه، منفی است.

از طرفی دیگر، این شرکت باید حساب تنخواه دیگری را هم به منظور پرداخت هزینه‌های آب، برق، گاز یا تلفن در نظر بگیرد که آن‌هم پروسه خاص خودش را دارد.

ظهور یک کارت؛ خطی قرمز بر مسائل پر استرس

ظهور کارت‌های اعتباری را به یاد دارید؟ یادتان هست که چه تعداد قابل توجهی از افراد، در ابتدا در برابر مکانیزم هوشمند و کاربری آسان‌تر این کارت‌ها در مقایسه با روش‌های سنتی حمل پول مقاومت می‌کردند؟ شاید کمتر کسی فکرش را می‌کرد یا حتی فکرش را می‌کند که یک کارت هوشمند برای حساب‌های تنخواه هم طراحی و ارائه شود. تصور کنید که با افتتاح حساب در یکی از بانک‌های معتبر و خوشنام مثل بانک سامان و استفاده از یک کارت تنخواه می‌توانید همه امور مربوط به هزینه‌های جانبی یا خرید محصولات و خدمات را به خوبی مدیریت کنید. فرض کنید که شما به عنوان یکی از صاحبان کسب و کار می‌توانید با استفاده از یک مکانیزم برنامه‌ریزی شده مسئله پر استرس و سختی با عنوان تنخواه‌گردانی را روی یک انگشتان بچرخانید! بدیهی است که برای دستیابی به خدمات بانکی هر بانک، باید تعاریف ارائه شده و مقررات وضع شده آن بانک را در نظر گرفت تا به تحویل دادن مدارک مورد نیاز، برای بهره‌مندی از خدمات اقدام کرد.

ما قصد داریم در ادامه این مطلب، به صورت اختصاصی و مفصل به خدمات مربوط به تنخواه کارت بانک سامان بپردازیم تا بدانیم که این کارت چه ویژگی‌های مثبتی دارد. بخش بعدی این مطلب به صورت تخصصی در رابطه با معرفی تنخواه کارت سامان نگارش شده است و می‌تواند به تمامی سوالات پرتکرار و حیاتی در این رابطه پاسخ دهد.

تنخواه کارت بانک سامان چیست؟

بانک سامان با هدف مدیریت هوشمند و آسان حساب تنخواه شرکت‌ها، خدمتی جدید با عنوان تنخواه کارت سامان را ارائه کرده است. این محصول جدید که حرف‌های بسیاری برای گفتن دارد، از جمله خدمات بانکی نوین است که می‌تواند مسیر دشوار و سنگین تنخواه‌گردانی را هموار کند. این محصول مشخصاً شامل کارت قابل شارژی است که امکان مدیریت هزینه‌ها و مصارف خرد و جزئی شرکت‌ها را فراهم می‌کند.

برای مثال، شما به عنوان یکی از صاحبان مشاغل می‌توانید با برخورداری از تنخواه کارت بانک سامان و با توجه به تقاضای خود، کارتی اعتباری برای مصارف جزئی و مختلف شرکت مثل هزینه‌های جانبی در نظر بگیرید.

با داشتن چنین کارتی، می‌توان با توجه به موجودی و اعتبار موجود در کارت، از طریق پایانه‌های فروشگاهی (POS) فروشگاه‌های مختلف و معتبر که طرف قرارداد با سامانه شاپرک هستند، خرید کرد. همچنین، امکان خریدهای اینترنتی از فروشگاه‌هایی که به صورت اینترنتی با سامانه شاپرک قرارداد دارند وجود دارد.

نکته جالب در رابطه با تنخواه کارت سامان این است که می‌توان با تکیه بر قابلیت‌های آن، تمامی هزینه‌های جانبی قبوض را هم پرداخت کرد و از شر حساب‌های جداگانه خلاص شد.

قابلیت مانده‌گیری حساب، خرید انواع شارژ، دریافت صورت حساب، انتقال و حتی برداشت وجه هم در این کارت اعتباری ویژه مهیا شده

است تا هیچ دغدغه‌ای در رابطه با هزینه‌های جزئی و جانبی وجود نداشته باشد.

چند نکته مهم در رابطه با تنخواه کارت بانک سامان

نکته بسیار مهمی که در رابطه با تنخواه کارت بانک سامان وجود دارد، این است که تنها می‌توان با توجه به سقف اعتبار موجود در کارت، برای خرید محصولات یا پرداخت هزینه‌ها اقدام کرد. به عبارت ساده‌تر، هرچقدر موجودی حساب سپرده تنخواه شما بیشتر باشد، مسلماً دست تنخواه‌گردان برای خرید محصولات یا پرداخت هزینه‌ها بازتر خواهد بود.

نکات مهم زیر را در رابطه با این کارت اعتباری و البته سپرده تنخواه در بانک سامان به خاطر بسپارید:

- خرید از پایانه فروشگاهی (POS) و فروشگاه‌های اینترنتی تنها تا سقف ۵۰۰ میلیون ریال مجاز است.

- امکان پرداخت انواع قبض و خرید شارژ تنها تا سقف ۲۰ عدد تراکنش و البته بدون محدودیت در میزان مبلغ فراهم خواهد بود.

- امکان برداشت وجه از تنخواه کارت سامان تا سقف ۲ میلیون ریال امکان‌پذیر است.

- انتقال وجه به کارت‌های داخل شبکه بانک سامان از طریق کانال‌های غیر شعبه‌ای تنها تا سقف ۳۰ میلیون ریال مجاز خواهد بود.

البته این نکته مهم را از یاد نبرید که سقف تراکنش‌ها با توجه به قوانین و مقررات بانک مرکزی جمهوری اسلامی قابل تغییر خواهد بود.

شرایط دریافت تنخواه کارت بانک سامان

شرایط دریافت تنخواه کارت بانک سامان و افتتاح حساب سپرده تنخواه بسیار ساده و آسان است. برای بهره‌مندی از این دسته از خدمات بانکی بانک سامان کافی است تا برای ثبت درخواست خود در این رابطه، به یکی از شعب بانک سامان به صورت حضوری مراجعه کنید.

در ضمن تمامی اشخاص حقوقی و حقیقی می‌توانند برای پروسه تنخواه‌گردانی یا تنخواه‌داری، دریافت تنخواه کارت سامان و همچنین افتتاح حساب سپرده تنخواه اقدام کنند.

مزایای حساب سپرده تنخواه در بانک سامان

- نیازی به حساب‌های بانکی و کارت‌های اعتباری شخص تنخواه‌گردان وجود ندارد.

- شارژ کارت تنخواه به صورت آنلاین امکان‌پذیر است.

- امکان دریافت صورت حساب و مانده‌گیری آنلاین

- شفاف بودن پروسه تنخواه‌داری با توجه به سپرده بانکی تنخواه

جمع‌بندی

از اهمیت حساب‌های تنخواه شرکت‌ها نباید غافل شد و از روش‌های سنتی و دردسرساز سابق باید عبور کرد. بانک سامان با در نظر گرفتن خدماتی ویژه و نوین، محصولی با عنوان تنخواه کارت را به صاحبان کسب و کار ارائه کرده است.

یکی از مزایای تنخواه کارت سامان، طرف قرارداد شدن با فروشگاه‌های مجازی یا غیر مجازی معتبری است که با سامانه شاپرک کار می‌کنند. چنین قابلیتی باعث می‌شود همه چیز در یک کانال ارتباطی مطمئن و مشخص صورت بگیرد و تمامی پروسه‌های پرداخت و خرید محصولات شرکت، با سقف اعتبارات موجود در تنخواه کارت پیش برود.

تصمیم‌گیری در زمان‌های بحرانی

زهرا سروشی |

در زمان‌های بحرانی که با ابهامات زیادی روبرو هستیم، یک سری عوامل روان‌شناختی بر توانایی‌مان برای تصمیم‌گیری تأثیر می‌گذارد. مغز انسان نسبت به تهدید، احساس تردید شدید، کمبود اطلاعات و نیز عدم تسلط بر اوضاع از خود واکنش نشان می‌دهد.

همه این عوامل موجب می‌شود یک سری تصمیمات کوتاه‌مدت بگیریم تا نیازهای آنی روانی‌مان برطرف شود؛ اما این تصمیم‌ها ممکن است در بلندمدت، سودمند نباشند. برای اینکه انتخاب‌های بهتری داشته باشیم، باید از سرعت‌مان بکاهیم تا بخشی از مغز که به منطق و استدلال اختصاص دارد را نیز در تصمیم‌گیری به کار ببریم. تصمیم برای انجام هر اقدامی باید بر مبنای منطق، بررسی دقیق داده‌ها و گفت‌وگو با اهل فن باشد و نه صرفاً واکنشی آنی به یک تپتر یا تویییت! وقتی سرعت‌مان را کم می‌کنیم، می‌توانیم با بررسی بهتر داده‌ها، به نتیجه بهتری هم‌دست یابیم. پیش از اتخاذ هر تصمیم مهمی در زندگی فردی یا شغلی، حتماً زمانی را برای مطالعه و بررسی عمیق اطلاعات موجود اختصاص دهید. به یاد داشته باشید که در برخی موقعیت‌ها، بهتر است هیچ واکنشی نشان ندهیم و در عوض منتظر اطلاعات بیشتر بمانیم.

Adapted from «Slow Down to Make Better Decisions in a Crisis,» by Art Markman. Artist credit: Talaj/Getty

ترجمه شده از سایت:

Harvard Business Review



با موبایل، آنلاین حساب باز کن

اپلیکیشن موبایل، با انتشار نسخه جدید امکان افتتاح حساب آنلاین و احراز هویت مشتریان جدید را فراهم کرد. به گزارش سامان رسانه، بانک سامان با انتشار نسخه ۳,۶,۰,۴ اپلیکیشن موبایل، امکان افتتاح حساب آنلاین و احراز هویت مشتریان حقیقی را بدون مراجعه به شعبه فراهم کرد. در این فرآیند، تمام افرادی که فاقد حساب و شماره مشتری در بانک سامان هستند، می‌توانند پس از نصب اپلیکیشن موبایل از سایت بانک سامان به نشانی www.sb24.ir، از منوی افتتاح حساب نسبت به ایجاد حساب کاربری و ارسال مدارک خود اقدام کنند تا پس از احراز هویت و افتتاح حساب، کارت‌بانکی صادر شده به آدرس آنها ارسال شود. مشتریان در صورت بروز مشکل و یا سؤال می‌توانند به صورت ۲۴ ساعته با مرکز سامان ارتباط به شماره ۰۲۱۶۴۲۲ داخلی ۲ تماس بگیرند.



گفت و گو

بانک سامان
Saman Bank



بانک سامان



مع آوا

گفت و گو با همکاران شعبه معالی آباد

فضایی صمیمانه، به دور از پروکرانسی

گفت و گو: جعفر تکبیری



در بخش مصارف و منابع شده است.

وی همچنین خطاب به روسای شعب بانک سامان عنوان کرد: به عقیده بنده در حال حاضر به سبب تغییرات مداوم در شرایط کلان اقتصادی کشور، روسای شعب باید دائماً شاخص‌های کلان اقتصادی را مورد پایش و بررسی قرار داده تا بتوانند در شرایط مختلف اقتصادی بهترین تصمیم را در خصوص پرداخت تسهیلات خرد و همچنین اخذ ضامنین معتبر و دارای توان مالی گرفته تا در نتیجه با کمترین ریسک بهترین نتایج حاصل شود.

پور ملائکه در ادامه گفت: یکی از جنبه‌های بسیار حائز اهمیت در این شعبه وجود فضایی صمیمی بین همکاران است که این موضوع خستگی ناشی از کار و فعالیت را به مقدار بسیار زیادی کاهش داده و منجر به تقویت روحیه همکاران و در نهایت حسن برخوردشان با مشتریان و مراجعه کنندگان می‌شود.

وی در پایان اظهار کرد: از همراهی و همکاری کلیه همکاران این شعبه که در تحقق نتایج آن مشارکتی ویژه داشتند بسیار سپاسگزارم. همکارانی که فارغ از سمت و جایگاه و نقش خود در کلیه بخش‌هایی که نیاز به کمک و همکاری ایشان است داوطلبانه شرکت کرده و موجبات رضایت مشتریان و مدیران ارشد را فراهم می‌کنند.

فضایی صمیمانه به دور از بروکراسی

مجتبی مصطفوی یکی دیگر از همکاران شعبه معالی آباد است. او از سال ۸۹ وارد بانک سامان شده و کار خود را با عنوان متصدی امور بانکی در شعبه فلکه گاز شروع کرده است. خودش می‌گوید که از اسفند سال ۹۱ به سرپرستی منتقل شده و تا سال ۹۸ به عنوان کارشناس انجام وظیفه کرده و از سال ۹۸ نیز به عنوان بانکدار فروش تخصصی در شعبه معالی آباد فعالیت می‌کند.

وی با اشاره به وضعیت کاری خود در شعبه معالی آباد می‌گوید: با توجه به اینکه نحوه تعامل با مشتری‌های مختلف و باز خورد رفتاری آنان متفاوت است، روزهای کاری معمولاً مانند هم نیستند اما به طور کلی اکثر مشتریان از نحوه دریافت خدمات رضایت دارند که این خود موجب رضایت کلی و ایجاد رابطه معقول صمیمانه با مشتریان شده است.

وی ادامه داد: اکنون نزدیک به ۱۱ سال است که در بانک سامان کار می‌کنم و با توجه به فضای کاری دوستانه که بین کلیه همکاران وجود دارد از لحاظ احساسی و عاطفی علاقه خاصی به محل کارم دارم. به طور کلی فضای شعبه صمیمانه و رابطه کلی حاکم بر شعبه دوستانه و به دور از بروکراسی معمول است. البته کلیه همکاران هم از بلوغ رفتاری کامل در مواجهه با یکدیگر و مقام مافوق خود برخوردارند. بدیهی است در چنین شرایط رفتار ریاست و معاونت محترم شعبه هم با همکاران صمیمانه و مسئولانه است.

مصطفوی خاطر نشان کرد: فکر می‌کنم مهم‌ترین چالش در شعب پاسخگویی به نیاز مشتریان در فضای رقابتی نابرابر بانک‌ها و چالش اقتصادی کنونی است. وی همچنین اضافه کرد: مهم‌ترین موضوع در بخش فروش تخصصی با توجه به ارائه خدمات تخصصی این است که مشتریان عمل صحیح ببینند و حرف صحیح

خیابان معالی آباد یا بلوار دکتر شریعتی در شمال غرب شیراز و در منطقه ۶ قرار دارد. معالی آباد از شمال به بلوار میرزای شیرازی، از جنوب به بلوار میرزا کوچک خان، از شرق به بلوار چمران و از غرب به کوی وحدت و فرهنگ منتهی می‌شود. معالی آباد یکی از محله‌های بسیار پررفت و آمد در شیراز است و جزو مناطق گران قیمت شیراز محسوب می‌شود و همین موضوع باعث شده که کسب و کارهای زیادی در این محله شکل بگیرد. کسب و کارهایی مثل مراکز خرید، رستوران‌ها، مراکز درمانی، دفاتر تجاری و...

درست در میانه این خیابان پر تردد شیراز، شمشه آبی رنگ بانک سامان می‌درخشد. جایی که شعبه معالی آباد نام گرفته و کارکنان پر تلاشش هر روز برای کسب رزق حلال با لبخند پذیرای مشتریان هستند. در این شماره از نشریه سامان به سراغ همکاران خلاق و خوش اخلاق شعبه معالی آباد رفتیم و با آنان به گفت و گو نشستیم.

توصیه‌ای برای روسای شعب

روح الله پور ملائکه رئیس شعبه معالی آباد است. او می‌گوید در بهار سال ۱۳۹۷ از طریق آگهی استخدامی که در شعبه مشهد دیده در آزمون جذب بانک سامان شرکت کرده و به جمع سامانیان پیوسته است.

وی در این خصوص بیان کرد: از ابتدای خدمتم تا زمستان ۱۳۹۷ مشهد بودم. در این زمان به خاطر دوری همسرم از خانواده به شهر شیراز نقل مکان و فعالیت خودم را به عنوان معاونت ارزی شعبه شیراز آغاز کردم. در حال حاضر هم افتخار همراهی همکاران در شعبه معالی آباد به عنوان رئیس شعبه را دارم.

وی سپس در خصوص آخرین وضعیت شعبه معالی آباد اظهار کرد: شعبه معالی آباد به دلیل مجاورت به بازار تجاری و منطقه مسکونی پذیرای هر دو گروه مشتریان سپرده گذار و اصناف است. ساختار این مشتریان را افراد جوان و تحصیل کرده تشکیل می‌دهند که ترجیح آنها استفاده از دستگاه‌های غیر حضوری و استفاده از ابزارهای نوین بانکی است. این عامل سبب رشد شعبه در پروژه مهاجرت و بهبود فضای کاری شده؛ بنابراین در اکثر ایام مشتریان کمی به صورت حضوری به شعبه مراجعه می‌کنند.

پور ملائکه همچنین در خصوص تأثیر پاندمی کرونا بر عملکرد شعبه گفت: خوشبختانه به دلیل رعایت پروتکل‌های بهداشتی توسط کلیه همکاران و تذکرات لازم به مراجعین در خصوص استفاده از ماسک‌های بهداشتی، شاهد تأثیر مثبتی در جلوگیری از آلودگی همکاران به این ویروس و در مقاطع اوج بیماری بودیم. البته امیدوارم این موضوع تاریخه کن شدن این بیماری تداوم داشته و تزیق و اکسن منجر به کوتاهی افراد در رعایت پروتکل‌های بهداشتی مربوطه نشود.

رئیس شعبه معالی آباد اضافه کرد: لازم به ذکر است که شناخت برنامه عملیاتی، وجود روحیه همکاری در کنار کار تیمی منجر به پوشش حداکثری اهداف و دستیابی به نتایج رضایت بخش در این شعبه شده است. همچنین این نکته را باید بگویم که برنامه‌ریزی انجام شده در ابتدای هر ماه و ابلاغ اهداف ماهانه به همکاران و همچنین بازاریابی هفتگی مواردی هستند که منجر به شکل گیری نتایج قابل قبولی

همکاران پرتلاشی مدیریت بانکداری بین الملل

با آرزوی موفقیت در آغاز سال نو میلادی





عقد جعاله

وتفاوت آن با سایر عقود اسلامی

| نیلوفر فیاض |

| مدیریت روابط عمومی و صدای مشتریان |

پدربزرگم دوباره کمی فکر کرد و گفت: «آهان، خود تو هم از عقد جعاله قبلاً استفاده کردی». با تعجب گفتم: «من؟ کی؟ کجا؟»

خندید و گفت: «همان زمانی که لپ تاپت رو گم کرده بودی». وقتی نگاه سردرگم من را دید، ادامه داد: «زمانی که لپ تاپت را گم کرده بودی و در به در دنبال راهی برای سریع تر پیدا شدنش بودی، تصمیم گرفتی برای یابنده یک پاداش تعیین کنی. اطلاعیه ای به در و دیوار دانشگاه زدی و اعلام کردی هر کسی لپ تاپت را پیدا کند و سالم به دست برساند به او پاداش ۳۰۰ هزار تومانی بدهی».

گفتم: «آره، یادم آمد. ولی این چه ربطی به عقد جعاله دارد؟»

پدربزرگم گفت: «خب، آن دانشجویی که لپ تاپت را پیدا کرده و به تو تحویل داده بود در ازای کاری که کرد طبق گفته خودت در اطلاعیه پاداش ۳۰۰ هزار تومانی دریافت کرد. درست است؟»

گفتم: «بله».

پدربزرگم گفت: «خب. در حقیقت اتفاقی که بین تو و آن دانشجو رخ داد انعقاد عقد جعاله بود».

بعد خودش ادامه داد: «جعاله یکی از عقود اسلامی است که به حقوق مدنی ما وارد شده است. طی این قرارداد شخصی (در مثال ما، خود تو) خودش را متعهد می کند که در قبال انجام عملی (که همان پیدا شدن لپ تاپت است) به شخص دیگر (همان دانشجو) دستمزد، اجرت یا پاداش معینی پرداخت کند».

حالا حقوق دان ها در زبان حقوقی خودشان به شخصی که متعهد به پرداخت وجه می شود جاعل و به طرف دوم قرارداد عامل می گویند. به مبلغی هم که پرداخت می شود جُعَل گفته می شود.

سال اول ورودم به رشته حقوق را به خاطر می آورم. زمانی که برای اولین بار قرار بود ارائه کلاسی داشته باشیم و موضوع عقد جعاله برای من انتخاب شده بود. هیچ چیزی درباره اش نمی دانستم، حتی تلفظ درست این کلمه را هم بلد نبودم. جست و جو در اینترنت هم کمکی نکرد. تمامی نوشته ها پر از عبارت های سنگین و دشوار حقوقی بود که درکشان حتی برای منی که رشته ام حقوق بود، سخت به نظر می رسید. جُعَل، جاعل، عامل! اصلاً خود این کلمه ها یعنی چه؟ وسط جست و جوی های بیپایانم چشمم به عبارت «قرارداد جعاله بانکی» در سایت بانک سامان خورد. فکری به ذهنم رسید. پدربزرگم کارمند بازنشسته بانک سامان بود. بالاخره سال ها کار در بانک سامان باید او را با این اصطلاح آشنا کرده باشد. بدون اتلاف وقت به دیدن پدربزرگم رفتم. به محض نشستن درباره درس و دانشگاه پرسید. من که بی صبرانه منتظر این لحظه بودم ماجرای ارائه کلاسی ام را تعریف کردم.

پدربزرگم کمی فکر کرد و گفت: «عقد جعاله ... آره، زمانی که در بانک سامان کار می کردم چیزی داشتیم به اسم قرارداد جعاله بانکی». پرسیدم: «این قرارداد برای چه کاری بود؟» گفت: «با این قرارداد بانک سامان به یک سری از مشتریان واجد شرایط تسهیلات بانکی می داد تا بتوانند در گسترش امور تولیدی، تأسیسات، تأمین منابع مالی واحدهای تجاری، خدماتی و عمرانی از آن استفاده کنند». کمی فکر کردم و گفتم: «با این عقد جعاله ای که من گفتم فرق داره؟» گفت: «نه، از نظر تعریف و مفهوم شبیه هم هستند. فقط زمینه استفاده اش ممکن است در هر جایی متفاوت باشد».

گفتم: «با یک مثال ساده که من هم متوجه شوم توضیح می دهید؟»



انواع عقد جُعاله

جُعاله دو نوع دارد:

که اولین کسی که عمل را انجام می دهد و نتیجه مورد نظر را در اختیار جاعل قرار می دهد، باید پاداش را دریافت کند. نکته دیگر، در جُعاله الزامی نیست که روش انجام کار از همه جهات مشخص باشد. در همین مورد پیدا شدن لپ تاپ، اینکه دقیقاً چه کاری می توان برای پیدا کردن لپ تاپ انجام داد مشخص نیست. مورد دیگر در عقد جُعاله مشروع و منطقی بودنش است؛ یعنی، اگر شخص به انجام کاری متعهد شود که بر اساس قانون جرم محسوب می شود، عقد جُعاله باطل خواهد بود.

گفتم: «پدربزرگ توضیحات عالی بود. می شود برای قرارداد جُعاله بانکی هم توضیح بیشتری بدهی؟»

پدربزرگم گفت: «بین گاهی اوقات در قرارداد جُعاله بانکی خود بانک سامان عامل است؛ یعنی بانک می پذیرد در بخش هایی مثل صنعت و معدن، کشاورزی، مسکن و ساختمان، بازرگانی و خدمات کار موضوع قرارداد را انجام دهد و در ازای آن مبلغی را دریافت کند. گاهی وقت ها بخشی از این مبلغ را تحت عنوان پیش پرداخت طبق قرارداد دریافت می کند.

حداکثر تسهیلاتی که در قالب عقد جُعاله ارائه می شود، مدت زمان تعیین شده برای انجام کار و نحوه تسویه مطالبات همگی در تعرفه های بانک سامان از قبل مشخص شده اند. مشخص است بانک سامان در صورتی عامل می شود که جُعل یا همان مبلغ تعیین شده علاوه بر پوشش هزینه های انجام کار سود معینی هم برایش به همراه داشته باشد.»

پدربزرگم به چایی که مدتی قبل در مقابلم گذاشته بود اشاره کرد و گفت: "سرد شد!" در حالی که با خوشحالی چای ام را می نوشیدم دقیقاً می دانستم باید در کلاس چه چیزی بگویم.

جُعاله عام: اگر بخواهم بر اساس همان مثال خودمان توضیح بدهم. تو پیشنهاد دادی هر کسی که لپ تاپ را پیدا کند پاداش را می گیرد. اینجا برای تو فرقی نمی کند چه کسی لپ تاپ را پیدا کند. چون تنها چیزی که برایت اهمیت دارد رسیدن به نتیجه مورد نظر است و اینکه چه کسی و چگونه این کار تو را به نتیجه مطلوب برساند هیچ اهمیتی برایت ندارد. این حالت را جُعاله عام می گویند، چون مخاطبش هر کسی می تواند باشد.

جُعاله خاص: نوع دیگری از عقد جُعاله وجود دارد که در آن برای فرد جاعل مهم است چه کسی کار را انجام می دهد. به همین دلیل پروژه یا نیت اش را فقط با یک یا چند نفر معین مطرح می کند و هیچ کسی دیگری نمی تواند با انجام آن کار مبلغ تعیین شده را دریافت کند. مثلاً بانک سامان اعلام می کند هر کسی که بتواند زمین X را به یک زمین مناسب برای کشاورزی و دامپروری تبدیل کند به او مبلغ Y تومان پرداخت می کند. در واقع در جُعاله خاص صرف انجام کار کفایت نمی کند. بلکه این که چه کسی عمل مورد نظر را انجام می دهد هم اهمیت پیدا می کند.»

شروط عقد جُعاله

پرسیدم: "پس باید یک سری شرایط هم وجود داشته باشد که قرارداد با عقد جُعاله تبدیل کند، درسته؟"

پدربزرگم جواب داد: «دقیقاً. جُعاله هم مثل هر عمل حقوقی دیگری شروط خودش را دارد. مثلاً در جُعاله عامل مهم ترین شرط این است



تعداد رأی مثبت داوران	عنوان ایده	نام و نام خانوادگی	سمت	سرپرستی	محل فعالیت	نیاز شناسایی شده	نام مربی
۶	سرویس قفل	محمد شریانی	کارشناس پشتیبانی درگاه‌های فیزیکی	ستاد	پشتیبانی فروش	امکان قفل بخشی از سپرده جهت امن سازی و جلوگیری از تعدد سپرده	زهره شمس
۶	تسهیلات پنل خورشیدی	غلامرضا نیک‌عهد	مسئول شعبه	سرپرستی شعب استان‌های شمال غرب (شعبه)	تبریز	ارائه تسهیلات برای خرید پنل‌های خورشیدی به مشتریان حقیقی و حقوقی (براساس تفاهم‌نامه موجود با شرکت برق)	مصطفی اسماعیل‌نیا
۱۱	کارت‌خوان مجازی	مجید مغاریان‌راد	کارشناس مالی و اعتباری	سرپرستی منطقه ۴	سرپرستی منطقه ۴	سهولت و سرعت، کاهش هزینه دستگاه کارت‌خوان	مجید سلیمانی
۷	ویدئو بنکینگ	نیما پورحاجی آقاگلستانی	بانکار عملیات	سرپرستی شعب استان‌های شمال غرب (شعبه)	۱۷ شهریور تبریز	برقراری ارتباط تصویری با مشتریان و ارائه خدمات بانکی	زهره شمس
۱۰	بسته پرداخت‌یاری	محمد بیات	کارشناس بازاریابی و توسعه درگاه‌های الکترونیک	ستاد	پشتیبانی فروش	با توجه به اینکه به لحاظ قانونی پرداخت‌یار نمی‌تواند در زمینه اعطای اعتبار فعالیت کند نیاز است تا یک بانک با همکاری پرداخت‌یار به پذیرندگان این اعتبار را اعطا کند.	احسان رضایی

قصه پلنت به پایان رسید



مدیرعامل بانک ملی سخنانی ضمن تبریک به برگزیدگان از اهمیت پلنت گفت و ابراز خوشحالی کرد که همکاران در این فستیوال شرکت کردند. مرتضی حسینی‌نژاد نیز ضمن سپاس ویژه از تیم

پلنت سخنان کوتاهی داشت. لازم به ذکر است، محمد علی خادمی عضو هیئت‌مدیره، منصور مؤمنی معاون بانکی و بازاریابی، فرشته ضرابیه معاون پشتیبانی و زیرساخت، رضا شیرین‌گوهریان معاون اعتبارات و خدارحم قاسمیان مشاور مدیرعامل داروان این مراسم بودند.

مراسم پایانی فستیوال پلنت ۱۴۰۰ برگزار شد و برگزیدگان این دور از پلنت معرفی شدند.

به گزارش خبرنگار ما در این مراسم که نهم دی‌ماه ۱۴۰۰ در هتل اسپیناس پالاس برگزار شد، فینالیست‌ها در حضور هیئت داوران و مدیرعامل بانک سامان به ارائه طرح‌های پیشنهادی خود پرداختند که در نهایت محمد شریانی با ایده سرویس قفل موفق به کسب عنوان نخست و دریافت لوح تقدیر و جایزه ویژه از سوی علیرضا معرفت شد. همچنین غلامرضا نیک‌عهد با ایده تسهیلات پنل خورشیدی، مجید مغاریان‌راد با ایده کارت‌خوان مجازی، نیما پورحاجی آقاگلستانی با ایده ویدئو بنکینگ و محمد بیات با ایده بسته پرداخت‌یاری به ترتیب رتبه‌های دوم تا پنجم را کسب کردند. در این مراسم علیرضا معرفت







تسهیلات کارساز بانک سامان یک میان بر

برای دور زدن مشکلات مالی

| اعلی جباری |

| مدیریت روابط عمومی و صدای مشتریان |

پس چاره رفع این مشکلات ناگهانی چیست و چطور می توان توانایی مالی خود را با توجه به حقوق ماهیانه و ثابت خود افزایش داد؟ یکی از اتفاقات جالبی که در مجموعه بانک سامان رخ داده است، ظهور تسهیلاتی است که کمک می کند تا کارکنان یا کارمندان یک مجموعه، حدود ۵۰ درصد از حقوق ماهیانه خود را مثل یک وام دریافت کنند. حالا خیلی خوب می دانم که از خواندن همین یکی دو خط بالا بسیار به وجد آمده اید و دوست دارید بدانید که چطور می توان از این شرایط ویژه بهره مند شد؛ پس ادامه این مطلب را از دست ندهید تا همه چیز را به صورت مفصل برای شما توضیح بدهم.

تسهیلات کارساز بانک سامان دقیقاً چه چیزی است؟

تسهیلات کارساز بانک سامان، قابلیتی است که امکان ارائه ۵۰ درصد از حقوق کارمندان یک شرکت را به صورت ماهیانه و در قالب یک وام فراهم می کند. به عبارت ساده تر، شرکت ها با امضای قرارداد مربوطه می توانند همراه به کارمندانی که مورد نظرشان است، ۵۰ درصد از حقوق ثابت را به صورت وام ارائه دهند.

این قابلیت ویژه که هم اکنون از طریق ثبت درخواست در شعب بانک سامان امکان پذیر است، خط قرمزی بر تمام مشکلات مربوط به مساعده کارکنان و دریافت وام آنهاست.

مزایای تسهیلات کارساز در بانک سامان

- کارمندان می توانند بدون نیاز به مراجعه حضوری در بانک و بدون اتلاف وقت، به این تسهیلات به صورت ماهیانه دسترسی داشته باشند.
- فراهم بودن امکان تسویه تسهیلات برای هر کدام از کارکنان به محض واریز حقوق و بدون مراجعه به بانک
- قابلیت دریافت تسهیلات توسط کارمندان با ارائه کردن یک برگه چک، سفته یا معرفی توسط شرکت

چند نکته مهم در رابطه با تسهیلات کارساز

- شرکت مورد نظر، برای استفاده از این تسهیلات منحصر به فرد، پروسه واریز کردن حقوق کارمندان خود را از طریق بانک سامان انجام دهد.
- تنها کارمندانی می توانند توسط شرکت به بانک سامان برای دریافت این تسهیلات معرفی شوند که سابقه بدهی معوقه یا چک برگشتی نداشته باشند.
- شرکت مورد نظر باید یک قرارداد مبنی بر شروع همکاری را با بانک سامان به امضا برساند.

برای دریافت تسهیلات کارساز بانک سامان چه کار باید کرد؟

همه اشخاص یا شرکت های حقوقی که در اداره ثبت شرکت ها به ثبت رسیده اند و دارای شناسه ملی هستند، می توانند با بر خورداری از ۲ شرط مهم زیر، برای دریافت تسهیلات کارساز به شعب بانک سامان مراجعه کنند:
- شرکت های متقاضی باید در حال حاضر به عنوان مشتری بانکداری شرکتی شناخته شوند.
- شرکت هایی که حداقل ۲ سال سابقه پرداخت حقوق به کارمندان خود دارند و در حین عقد قرارداد، حداقل ۱۰ کارمند را در استخدام خود داشته باشند.

مشکلات مالی و به دنبال آن، بروز اتفاقات غیر قابل پیش بینی، از جمله چیزهایی هستند که یک روز به صورت ناگهانی خبر می آیند و بر گرفتاری های انسان ها اضافه می شوند. برای مثال، خراب شدن ناگهانی لوازم خانگی را در نظر بگیرید که در این روزهای می تواند مثل یک صاعقه بر زندگی افراد مخصوصاً کارمندان فرو د بیاید. حتی پارا که فراتر از این مشکلات بگذاریم، ظهور بیماری های مختلف که خرج درمان آنها به همین سادگی ها امکان پذیر نیست، می تواند تمام توانایی مالی یک خانواده را به یک چالش تمام عیار بکشانند. خب همان طور که می دانید، تمام اتفاقات قابل پیش بینی را می توان یک جور رفع و رجوع کرد، اما این اتفاقات غیر منتظره و غیر قابل پیش بینی هستند که هیچ راه چاره ای برای آدم باقی نمی گذارند و به یک باره افراد را به اصطلاح آچمز می کنند!

یادم می آید که همین چند وقت پیش، یکی از دوستان بسیار نزدیک من که حقوق قابل توجهی هم دارد، دچار یک ذات الریه و مجبور شد برای مدتی خانه نشین شود و علاوه بر هزینه سرسام آور درمان، بسیاری از هزینه های جانبی دیگر را هم از پس اندازش پرداخت کند. برای خود شما هم احتمالاً پیش آمده که به صورت ناگهانی دچار مشکلاتی شوید که هیچ وقت حتی فکرش را هم نمی کردید. اما به نظر شما راه چاره برای این اتفاقات ناگهانی که باعث به چالش کشیده شدن وضعیت مالی و جانی آدم ها می شوند، چیست؟ آیا فکر می کنید که با افزایش حقوق افراد یا دریافت وام های مختلف می توان این مشکلات مالی را بر طرف کرد؟ به نظر من، تنها راه چاره، زمانی می تواند وجود داشته باشد که شما از قبل برای این اتفاقات غیر قابل پیش بینی، برنامه ریزی کرده باشید؛ این طوری دیگر هیچ اتفاقی غیر منتظره نیست و هیچ چیزی نمی تواند شما را غافلگیر کند. ما تصمیم گرفته ایم در این مطلب، به سراغ یکی از میان برهای کاربردی و مفید بانکی برویم که با عنوان تسهیلات کارساز شناخته می شود. با ما همراه باشید تا تمامی اطلاعات مربوط به این میان بر حیاتی را که نقش سرنوشت سازی را در توانایی مالی کارکنان یک مجموعه ایفا می کند مورد بررسی قرار بدهیم.

کارساز تراز همیشه

با شنیدن واژه کارساز، اولین چیزی که به ذهنتان می رسد، چیست؟ اگر از من بپرسید، واژه کارساز، چیزی شبیه یک کمک فوری (از آنها که همیشه در اوج مشکلات منتظر آمدنش هستیم) است. واژه کارساز بیشتر شبیه همان دری است که هیچ وقت قفل نیست یا شاید هم همان مسیری خواهد بود که برای زودتر رسیدن به نقطه امن، هموار شده است. واژه کارساز، شبیه هر چیزی که باشد، آدم را به یاد اتفاقات خوب می اندازد؛ اتفاقاتی که می تواند افراد را از ورطه های هولناک زندگی به بیرون هدایت کند. تصورش را بکنید که شما یکی از کارکنان یا کارمندان مجموعه ای هدفمند هستید که حقوق مشخص شده و ثابتی را به صورت ماهانه دریافت می کنید. تنها راهی که برای اضافه کردن حقوق شما وجود دارد، دریافت مساعده، وام یا ارتقای سطح تحصیلی است که هر کدام آنها چندین ماه تا چندین سال طول می کشند. آیا می توان به تمامی مشکلاتی که به یک باره بر آدم نازل می شوند، پیشنهاد داد که بروند تا وام و اضافه حقوق شما جور شود و بعداً بیایند؟



کارگاه یک‌روزه آموزشی بانکداران اختصاصی برگزار شد

علی خسروانی |

اختصاصی به ارائه سرفصل تکنیک‌های فروش پرداخت. همچنین در این کارگاه که خانم فرشته ضرابیه معاون توسعه و زیرساخت نیز حضور داشت، از بانکداران برتر سامانیان در حوزه عملکرد کمی و کیفی تقدیر شد و بار دیگر بر اهمیت نقش بانکداران سامانیان در اهداف استراتژی ۱۴۰۴ بانک تاکید شد.

کارگاه یک‌روزه آموزشی با هدف ارتقا سطح کیفی تعامل بانکداران سامانیان با مشتریان ویژه برگزار شد. به گزارش سامان رسانه، در این دوره آموزشی که با همکاری مدیریت بانکداری ویژه و اختصاصی و شرکت اوینس برگزار شد، فاطمه افقهی مدیر بانکداری ویژه و



INTERNET MARKETING

غرق شدن بازاریابی در اینترنت (بخش دوم)

تعریف بازاریابی نوین

| لیلا نوری |

| کارشناس مدیریت روابط عمومی و صدای مشتریان |



بازاریابی نوین یا دیجیتال مارکتینگ در واقع به معنی تمام مراحل مربوط به یافتن مشتریان بالقوه و بالفعل در اینترنت و فضای مجازی و برقراری ارتباط مؤثر و سپس جلب اعتماد آنها برای آگاهی دادن یا فروش محصول یا خدمات خود به آنها است. در بازاریابی نوین برخلاف بازاریابی سنتی که هدف آن فروش بود، هدف اصلی در ابتدا ارتباط مؤثر و اعتمادسازی است.

مزایای انواع بازاریابی نوین

گرایش به بازاریابی نوین و افزایش سیر استفاده از انواع بازاریابی نوین به صورت انفجاری، دلایل متعددی داشت که در شکل زیر نمایش داده شده است. همه موارد گفته شده در شکل بالا، از ویژگی‌هایی است که بر جذابیت انواع بازاریابی نوین می‌افزاید. توجه داشته باشید که این‌ها تنها چند دلیل عمده برای استفاده از انواع بازاریابی نوین است. در همین راستا بازاریابی عملکردی (عمل‌گرا) یا پرفورمنس مارکتینگ و ویژگی‌های آن را بررسی می‌کنیم.

بازاریابی عملکردی (عمل‌گرا) یا پرفورمنس مارکتینگ

بازاریابی عملکردی برای تمام کسب‌وکارهایی کاربرد دارد که در فضای آنلاین حاضر هستند و نتایج برنامه‌های تبلیغاتی آنها قابل اندازه‌گیری باشد. در فرآیند بازاریابی عملکردی یا پرفورمنس مارکتینگ اصطلاحاتی وجود دارد که هر چه بیشتر با آنها آشنا شوید می‌توانید بهتر به نتایج خود برسید. این اصطلاحات شامل موارد زیر می‌شود:

تعامل و مشارکت (Engagement): میزان مشارکت کاربران اهمیت زیادی دارد.

تعداد کلیک: (Clicks) گاهی نرخ کلیک و تعداد کلیک‌های انجام‌شده برایتان مهم است و صرفاً نمایش تبلیغات کفایت نمی‌کند.

سرنخ (Lead): اینکه فقط تعدادی مخاطب به سمت شما هدایت شوند کافی نیست و مهم است که ببینید چند نفر از آنها باکیفیت هستند و می‌توانند به سرنخ تبدیل شوند.

ایمپرشن (Impression): ایمپرشن به تعداد نمایش تبلیغ شما گفته می‌شود. در این حالت فقط آگاهی از برند برای شما مهم است.

فروش (Sale): این حالت در واقع اصلی‌ترین مدلی است که مدیران و بازاریاب‌ها دنبال آن هستند. در این سیستم هزینه درازای میزان فروش مشخص اتفاق می‌افتد و بدون شک هزینه بیشتری نسبت به مدل‌های دیگر دارد.

پرداخت درازای اقدام مشخص: گاهی مدنظر شما این است که دقیقاً اقدام خاصی صورت بگیرد. این اقدام جدای از فروش می‌تواند ثبت‌نام در رویداد، دانلود اپلیکیشن یا پر کردن فرم باشد.

برای پرداخت هزینه در بازاریابی عمل‌گرا بسته به اقدام نهایی و نتیجه موردنظر از روش‌های مندرج در جدول زیر می‌توان استفاده کرد:

بدون شک فرآیند پرفورمنس مارکتینگ توسط یک نفر پیاده‌سازی

شیوه‌های تبلیغات دیجیتال در بازاریابی عملکردی

شما به دوروش می‌توانید از پرفورمنس مارکتینگ استفاده کنید تا تبلیغات شما در رسانه‌های موردنظر نمایش داده شود:

خرید رسانه (Media Buying): وقتی درازای پرداخت هزینه رسانه‌هایی چون تلویزیون، رادیو، سایت، اپلیکیشن و... را در اختیار می‌گیرید تا پیام تبلیغاتی شما منتشر شود به آن خرید رسانه می‌گویند. در این روش خودتان به‌طور مستقیم با رسانه‌های مختلف وارد قرارداد می‌شوید و البته چالش‌های زیادی هم دارد. وقت‌گیر بودن فرایندها، نداشتن تخصص کافی، تشخیص کانال مناسب و... می‌تواند شما را آزار دهد.

شبکه‌های تبلیغاتی (Ads Network): شبکه‌های تبلیغاتی درواقع مجموعه‌های واسط بین تبلیغ دهندگان و ناشران تبلیغات هستند و چون بیشتر کارها و مراحل بر عهده آن‌هاست، در نتیجه خیال شما راحت‌تر است و نسبت به مورد قبلی هم مزایای بیشتری دارد.

در این روزها که مدیران کسب‌وکار حاضر به هزینه کردن می‌شوند و تلاش می‌کنند درازای منابع مصرف‌شده بیشترین خروجی را بگیرند، پرفورمنس مارکتینگ یا بازاریابی عملکرد می‌تواند مطلوبیت زیادی داشته باشد. در این روش فقط درازای تحقق اهداف و نتایج موردنظر هزینه می‌پردازید. بازاریابی عملکرد گرا مزایای زیادی دارد و هزینه‌های آن از روش‌های مختلف پرداخت می‌شود.

نمی‌شود و برای رسیدن به موفقیت باید به‌صورت تیمی عمل کرد. تیم بازاریابی عملکرد شامل افراد زیر است:

مدیر دیجیتال مارکتینگ: وظیفه تقسیم منابع برای اجرای فرایندهای بازاریابی، انتخاب کلمات کلیدی مناسب با تبلیغات کلیکی، تحقیقات بازار و طراحی پرسونای مخاطب و مدیریت کمپین‌ها و تیم اجرایی را بر عهده دارد.

مدیر تبلیغات: ایده‌یابی و ایده‌پردازی، مدیریت تولید محتوای تبلیغاتی، اجرای تبلیغات کلیکی، بازاریابی در رسانه‌ها و پلتفرم‌های مختلف و طراحی انواع پیام بر عهده او است.

طراح سایت: شما به یک طراح سایت نیز نیاز دارید تا طراحی صفحه فرود، نظارت فنی روی سیستم فروش، تحلیل رفتار و استفاده کاربران از سایت، عملکرد رقبا و برطرف کردن مشکلات فنی سایت را بر عهده داشته باشد.

مدیر پروژه: برنامه‌ریزی، بررسی، کنترل و به انجام رساندن فعالیت به عهده اوست.

برای بازاریابی و تبلیغات خود کانال‌های مختلفی چون ایمیل، رپورتاژ آگهی، شبکه‌های اجتماعی، تبلیغات کلیکی، تبلیغات همسان و... را انتخاب می‌کنید. سپس تیم اجرایی و شبکه‌های واسط ضمن پیگیری کارها، فرایندهای اجرایی، برنامه‌ریزی، خدمات مشتریان و روش‌های انجام کار را بر عهده می‌گیرند.

2021 This Is What Happens In An Internet Minute



کرونا بار خود را از دوش اقتصاد برمی دارد

| آلبرت بغزیان |

| اقتصاددان و استاد دانشگاه تهران |

بی سابقه بوده است. این تورم در آمریکا شدید است و به عنوان یک بحران شناخته می شود اما همین تورم در اقتصاد کشور ما یک عدد ساده و حتی خوشایند به شمار می رود. به هر حال، تورم کنونی آمریکا تاثیر مثبت و منفی خود را بر بازارها و اقتصادهای جهان خواهد گذاشت.

اگر تورم در آمریکا ناشی از گران شدن کالاهای صادراتی باشد، تاثیر خود را بر صادرات خواهد گذاشت. از یک سو تضعیف صادرات آمریکا باعث تضعیف اقتصاد این کشور و کشورهای وابسته به آن خواهد شد و از سوی دیگر، به بازارهای صادراتی دیگر کشورها کمک می کند.

در حال حاضر رقابت اقتصادی بیشتر بین چین و آمریکا است تا چین و اروپا. در سال ۲۰۲۲ تقریباً سهم اقتصادی چین و اتحادیه اروپا حفظ می شود، چراکه این کشورها تاثیرات متقابلی بر یکدیگر می گذارند و از سوی دیگر، بحث تلافی های کشورها هم مهم است و اگر کشوری در روابط اقتصادی با کشور دیگر محصولات خود را گران حساب کند، آن کشور هم محصولاتش را گران حساب خواهد کرد؛ بنابراین تغییر خاصی در سهم کشورها ایجاد نخواهد شد و همان مسیر گذشته ادامه پیدا می کند. رشد چین و اتحادیه اروپا در تولید و مصرف است اما به طور کلی سیاست های آنها بیش از آنکه نگران تولید باشد، مصرفی است. جایگاه ایران نیز در سال ۲۰۲۲ تغییر خاصی نخواهد داشت. ایران تا امروز نتوانسته سهم خود را در تجارت جهانی به دست بیاورد. دنیا ایران را به عنوان صادرکننده نفت و گاز می شناسد.

البته گاز ایران نیز بیشتر به کشورهای همسایه و منطقه صادر می شود. درباره صادرات نفت نیز ایران دیگر نقش گذشته خود را در این بازار ندارد. شاید اوایل تحریم ها علیه ایران شوکی به بازار نفت وارد شد اما نفت رقابلی مانند عراق و امارات جایگزین شد. به همین دلیل ایران به ویژه در حال حاضر که تحت شدیدترین تحریم ها است نمی تواند نقش ویژه ای در اقتصاد جهانی در سال ۲۰۲۲ ایفا کند.

پس از گذراندن دوره های رکود که از زمان همه گیری کرونا ایجاد شد، اقتصاد جهان به دوره ترمیم رسیده است.

با وجود شناخت و مدیریتی که در زمینه کرونا به وجود آمده، اغلب صنایع و تولیدات به تدریج به روند گذشته خود بازمی گردند. حتی بخش گردشگری که بیشترین آسیب ها را از کرونا دید به دلیل واکسیناسیون و آشنایی با پروتکل ها به مسیر گذشته خود برمی گردد.

سویه های جدید کرونا، شوک های اقتصادی خود را وارد می کند اما کوتاه مدت است و اقتصاد آمادگی آن را دارد که به طور موقت از کار بایستد و دوباره چرخش اقتصادی خود را ادامه دهد. فعالان اقتصادی، دیگر این ترس را ندارند که کسب و کار آنها از بابت کرونا ورشکسته و تعطیل شود. به طور کل، رکود جهانی ناشی از کرونا جبران خواهد شد.

ریسک های دیگری که سال ۲۰۲۲ را درگیر خود می کند بیشتر از بابت رقابت اقتصادی و سیاسی بین کشورهاست، وگرنه جهان رشد اقتصادی خود را خواهد داشت. از مهم ترین فضاهای رقابتی میان کشورهای چین، کره جنوبی، آمریکا و اتحادیه اروپا در جریان است.

رقابت میان این کشورها قابلیت پیش بینی ندارد و ممکن است حوادث یا تصمیمات غیر مترقبه ای چالش های جدیدی برای اقتصاد جهانی ایجاد کند. پس از همه گیری کرونا تولید با مشکل جدی روبه رو شد اما در حال حاضر این مسئله نیز حل شده است. امروز اقتصاد جهانی با مشکل تقاضا و فروش دست و پنجه نرم می کند. گرچه در ایران همچنان مشکل اصلی تولید و عدم پشتیبانی است اما وضعیت اقتصادی ایران بر جهان تاثیری نخواهد داشت. اقتصاد آمریکا دچار تورم ۶.۹ درصدی شده که در ۴۰ سال اخیر



نرخ سود باید متناسب با تورم باشد

چندی پیش، خبری مبنی بر توقف اعطای تسهیلات بانکی با نرخ سود بالاتر از ۱۸ درصد مطرح و عنوان شد بانکها مکلف به برگرداندن مازاد سودهای دریافتی از دریافت کنندگان تسهیلات هستند. اجرای این مصوبه نیازمند توجه به چند نکته مهم است. در یک نظام بانکی پایدار، تعیین نرخ سود تسهیلات بانکی، طبق قواعد اقتصادی و بر مبنای محاسبات دقیق مالی انجام و با توجه به نرخ تورم، متوسط هزینه تمام شده منابع بانک، هزینه عملیاتی بانک و مهم تر از همه ریسک دریافت کنندگان تسهیلات تعیین می شود. این ضوابط با توجه به نقش وکالتی و امانت داری در بانکهای اسلامی (Fiduciary and Trustee Duties) در جهت به اجرا درآوردن مسئولیت های مهم نمایندگی (Agency Responsibilities) از سوی سپرده گذاران باید با حساسیت بیشتری دنبال شود.

اگر نرخ تورم در یک نظام اقتصاد اسلامی بالا باشد، پایه نرخ تسهیلات بانکی تحت تاثیر قرار می گیرد. در این وضعیت، مقصر بانک یا سپرده گذاران بانکی نیستند، بلکه دولت مکلف بوده نرخ تورم را از طریق مکانیسم های علمی مهار کند و کاهش دهد. بانکها فقط باید به صورت بهینه و در راستای ثبات و پایداری عملیات طبق ضوابط علمی و اقتصادی، خود را با این فضا منطبق کنند. وظیفه مهم بانک به ویژه یک بانک اسلامی، نقش آفرینی اقتصادی و واسطه گری مالی از طریق جمع آوری منابع در سطح کلان و صرف بهینه و علمی آن در راستای ایجاد ارزش افزوده اقتصادی است. مدیریت و عملیات نظام بانکی دارای قواعد علمی و تخصصی است و نمی توان خارج از این قواعد و به صورت دستوری آن را جهت دهی کرد. در صورت دستوری عمل کردن با عملیات و نرخ گذاری سپرده ها یا تسهیلات در بانکها، اثرات نامطلوب و نامتعادل ریزش و رسوب های مالی غیر متعادل (شامل فساد در جهت دریافت تسهیلات، رانت و خروج منابع سپرده گذاران و...) ایجاد می شود. استانداردهای متعدد کمیته بال

و دیگر استانداردهای اصول راهبری و حاکمیت تکلیف شده بر بانکها نمایانگر اهمیت قاعده مندی، علمی و اقتصادی عمل کردن مدیریت در بانکهاست.

با توجه به این نکات، در فضای تورمی بالای ۳۰ درصد، چگونه می توان به صورت دستوری نرخ تسهیلات ۱۸ درصد را بدون توجه به نرخ تورم، متوسط هزینه تمام شده منابع جذب شده، هزینه های عملیاتی بانکها و در نهایت هزینه ریسک مشتریان تعیین کرد. شاید بهتر بود منطق محاسبه این نرخ را اعلام می کردند تا با ضوابط علمی آن آشنا می شدیم. شاید رازی در هزینه تمام شده منابع برای تمام بانکهای دولتی وجود دارد که به آن آگاه نیستیم. اما امار و ارقام منتشر شده نمایانگر تورم بالا، متوسط هزینه تمام شده منابع به اضافه هزینه های عملیاتی (تعداد شعب و کارکنان بالا) و ریسک های متفاوت برای مشتریان بانکهای دولتی است. به نظر می رسد به صورت دستوری سعی شده نرخ تسهیلات پایین نگه داشته شود تا به بخش تولید و جامعه کمک کند. اگر این منطق دستوری بر نظام بانکی حاکم باشد، پیش بینی های زیر محتمل است: حجم بالایی از تقاضا به سمت نظام بانکهای دولتی برای دریافت تسهیلات ارزان قیمت (به نسبت تورم) سوق پیدا خواهد کرد.

نرخ تسهیلات ۱۸ درصد در فضای تورمی بالاتر از این نرخ نوعی یارانه و رانت ارائه شده از سوی دولت به دریافت کنندگان تسهیلات تلقی می شود. دریافت کنندگان تسهیلات بزرگ، بیشتر منفعت و رانت و یارانه دریافت خواهند کرد و احتمال بروز فساد و مشکلات اجرایی افزایش خواهد یافت.

به دلیل اقتصادی نبودن این نظام دستوری و کسری منابع مالی ایجاد شده برای بانکها، بیشتر بانکهای دولتی از اعطای تسهیلات جدید ممانعت خواهند ورزید و با زیان انباشته بیشتری مواجه خواهند شد. به ویژه اینکه مقرر شده مابه التفاوت نرخ تسهیلات پرداختی بالاتر از ۱۸ درصد هم به دریافت کنندگان تسهیلات برگردانده شود.

این به معنی فشار نقدینگی مضاعف به بانکهای دولتی و مواجهه آنها با زیان انباشته بیشتر و تنش بالاتر با دریافت کنندگان تسهیلات است؛ بنابراین احتمال تزلزل و بی ثباتی در نظام بانکهای دولتی افزایش پیدا خواهد کرد. تسهیلات ارزان قیمت دریافت شده در فضای تورمی، به سمت فعالیت های واسطه گری همسو با تورم سوق پیدا خواهند کرد و در راستای اهداف اولیه مدنظر دولت قرار نمی گیرد. نیت دولت برای کمک به توسعه فعالیت های اقتصادی از طریق اعطای تسهیلات ارزان، بسیار مثبت و ارزشمند تلقی می شود. این اقدام باید از طریق ضوابط و قواعد اقتصادی مؤثر و درست انجام شود. نباید کل نظام بانکهای دولتی که در حال حاضر دچار بحران مالی، کسری نقدینگی، زیان های انباشته و مطالبات معوق بالا هستند را دچار یک شوک جدید سقف نرخ تسهیلات ۱۸ درصد در فضای تورمی ۳۰ درصد قرارداد.

در نهایت اینکه نمی توان به صورت دستوری و تصنعی نرخ تسهیلات بانکی را در فضای تورمی بالای ۳۰ درصد در سقف ۱۸ درصد تعیین کرد و توقع داشت فساد مالی، رانت های مالی مخرب، بی ثباتی و افزایش زیان انباشته بانکهای دولتی ظهور نکند.





مبنای تجارت باید آمار باشد

| مجیدرضا حریری |
| کارشناس و فعال اقتصاد |

زمینه در رسانه‌ها منتشر می‌شود، مبتنی بر دانسته‌هایی است که شاید بسیاری از آنها نیز معتبر نباشد. این تحلیل‌ها و اظهارنظرها در شرایط فعلی بیشتر براساس حدس و گمان و شنیده‌های غیرمستند شکل می‌گیرد. برای مثال، ما بیش از ۱۰ سال است نمی‌دانیم چه میزان کالای سرمایه‌ای وارد کشور می‌شود در حالی که این آمار شاخص بسیار مهمی برای پیش‌بینی وضعیت تولید کشور در آینده است. فعالان اقتصاد و سرمایه‌گذاران در این بخش باید بدانند چه میزان ماشین‌آلات خریداری شده و چقدر سرمایه‌گذاری برای خرید تکنولوژی و ارتقای محصولات تولیدی کشور صورت گرفته است. این اطلاعات را شاید مقامات رسمی و سیاست‌گذاران دولتی در اختیار داشته باشند اما لازمه مفید بودن این اطلاعات این است که در اختیار کارشناسان و فعالان اقتصاد نیز قرار بگیرد تا بتوانند برای برنامه‌ریزی‌های آینده در بخش‌های مختلف پیش‌بینی‌های لازم را انجام دهند.

وقتی نمی‌دانیم چه میزان تجهیزات کشاورزی وارد کشور می‌شود، نمی‌توانیم متوجه شویم کشاورزی ما با چه سرعت در حال حرکت به سوی مکانیزاسیون است؛ در نتیجه نمی‌توان با قطعیت درباره میزان تولید محصولات کشاورزی در یک دهه آینده نظر داد در حالی که اگر آمار مناسبی درباره صادرات و واردات کشور در این زمینه منتشر می‌شد، می‌توانستیم تحلیل‌های مورد قبولی را نیز درباره آن ارائه دهیم. جدا از موضوعات سیاست‌گذاری تجاری و نیاز به آمارهای دقیق در این بخش، یک فعال اقتصاد نیز باید با در اختیار داشتن آمارهای این بخش، پایش، تحلیل و نتیجه‌گیری‌های خود را انجام دهد و مسیر آینده فعالیت خود در حوزه تولید یا تجارت را پیش‌بینی و ترسیم کند. پس برای برنامه‌ریزی‌های بنگاهی نیز به این آمار و اطلاعات نیاز داریم. به‌طور قطع آمار مهم‌ترین ابزار برنامه‌ریزی در حوزه‌های مختلف از جمله تجارت است؛ بنابراین نباید با برداشت‌های شخصی یا کتمان بخشی از حقایق، آن را به‌صورت سلیقه‌ای منتشر کرد. درواقع در صورت حذف آن تنها زمانی به مشکل پی می‌بریم که خسارت‌های بسیار بیشتر به کل مجموعه وارد شده است. اگر با این رویکرد به آمار بنگریم، می‌توانیم با انتشار و ارائه تحلیل‌های مناسب از آن، از بسیاری از آسیب‌های اقتصادی در کشور پیشگیری کنیم.

آمار، نقش اساسی و حیاتی در تجارت و اقتصاد کشور و برنامه‌ریزی‌های مربوط به آن دارد؛ البته این نقش فقط به نوشتن برنامه‌ها محدود نمی‌شود و ما در پایش برنامه‌های در حال اجرا نیز به آمارهای دقیق و صحیح نیاز داریم؛ بنابراین از منظر سیاست‌گذاری، آمار از الزامات اصلی اقتصاد و تجارت است اما متأسفانه در کشور آماری در حوزه تجارت وجود ندارد و اگر هم آماری جمع‌آوری می‌شود، در اغلب موارد منتشر نمی‌شود.

انتشار این آمار جزو حقوق مردم و ذی‌نفعان است؛ بنابراین اگر فرض بر گردآوری آمار باشد، حقوق ذی‌نفعان و اهالی نقد و بررسی اطلاع از این آمار است زیرا می‌تواند درستی مسیرهای طی شده و برنامه‌ریزی‌های انجام شده در کشور را نشان دهد و مشخص می‌کند در کدام برنامه‌ها نیاز به بازنگری داریم و کدام مسیرهای تجاری را باید تغییر دهیم.

متأسفانه به دلایل مختلف که مهم‌ترین آن تحریم‌ها است، بانک مرکزی در حوزه پولی و مالی آماری منتشر نمی‌کند. همین‌طور یکی از منابع آماری قابل ارجاع و اتکای کارشناسان و فعالان اقتصاد و دست‌اندرکاران تجارت خارجی کشور در ۲ دهه گذشته سازمان توسعه تجارت کشور بود. این سازمان علاوه بر ارائه آمارهای تجاری و اقتصادی، تحلیل‌های آماری قابل قبولی را نیز ارائه می‌داد که می‌توانست در پایش برنامه‌ها و پیش‌بینی‌های این حوزه مورد استفاده قرار گیرد که متأسفانه این اطلاعات نیز در حال حاضر به دلایل تحریم منتشر نمی‌شود. حتی در حال حاضر اطلاعات آماری گمرک نیز به صورت ریز و جزء به جزء منتشر نمی‌شود و فقط به ارائه آمارهای کلی چندماهه در بخش واردات و صادرات بسنده می‌شود. در این بخش نیز چندین سال است اطلاعات ریز درباره کالاهای وارداتی و صادراتی در اختیار فعالان این حوزه قرار نمی‌گیرد. در نتیجه تمام اظهارنظرهایی که در این

اهمیت رفع موانع تولید رقابتی

| شهرام شیرکوند |
| پژوهشگر صنعت |

به درستی تعریف و تبیین شود و خدمت به مشتری به عنوان یک ارزش مطرح باشد، سازمان‌ها در جایگاه اصلی خود قرار می‌گیرند، به طوری که هر سازمان، خدمات باکیفیت و باارزش به مشتری ارائه می‌کند و از خدمات ارزشمند دیگر سازمان‌ها بهره‌مند می‌شود و در نتیجه رضایت و بالاتر از آن خرسندی و وفاداری مشتری را فراهم می‌کند.

کیفیت و بهبود آن، موضوع مهم و حیاتی در هر سازمان و بنگاه است. برخی کیفیت را تنها انطباق با ضوابط از پیش تعیین شده می‌دانند و به عبارتی دیگر کیفیت مترادف استاندارد تلقی می‌شود، در حالی که کیفیت مفهومی وسیع‌تر دارد و به معنی پاسخگویی به درخواست‌های منطقی و حق‌مدارانه مشتریان است.

در حال حاضر صنعت به عنوان مهم‌ترین بخش کسب‌وکار و تجارت در کانون توجه مصرف‌کنندگان قرار دارد و کیفیت ارائه محصول، عنصری ضروری در بازارهای رقابتی فعلی شده است؛ به ویژه در اروپا در هیچ مقطعی از زمان توجه به کیفیت تا این حد حائز اهمیت نبوده است.

بدون تردید تولید باکیفیت و رقابتی در هر کشوری نقش مهمی در توسعه کسب‌وکار، افزایش رفاه، بهبود وضعیت اقتصادی و آسایش مردم دارد. به این لحاظ کشورهای زیادی در تلاشند کیفیت تولیدات خود را در همه زمینه‌ها ارتقا دهند تا پس از تقویت برند محصولات و شکوفایی صنایع کشورشان بتوانند صادرات محصولات خود به سایر کشورها را تسهیل کنند و بخش زیادی از اشتغال، درآمد و ارزش افزوده کشورشان را به بازار رقابتی و صادرات اختصاص دهند و علاوه بر ایجاد اشتغال و آسایش آحاد جامعه، امکان توسعه زیرساخت‌های تولید رقابتی برای محصولات باکیفیت فراهم شود. در حال حاضر یکی از مهم‌ترین چالش‌ها در مسیر تولید رقابتی، عدم سرمایه‌گذاری در کشور و تامین نقدینگی و منابع مالی است.

مهم‌ترین دلیلی که باعث حضور نیافتن بسیاری از شرکت‌های صنعتی و کشورها در بازار جهانی شده و رقابت آنها را در این بازارها غیرممکن کرده، فقدان ویژگی‌های کیفی در محصولات تولیدی‌شان بوده است.

استفاده از فناوری‌های نوین و احساس مسئولیت از پیش شرط‌های مهم تولید باکیفیت محصول داخلی است. به اعتقاد کارشناسان حوزه اقتصاد و بازار، کیفیت محصول در کنار نرخ مناسب ضامن توسعه فروش و افزایش سهم بازارهای منطقه‌ای و جهانی است که اگر مورد عنایت جدی تولیدکنندگان کشور قرار گیرد، تولید رقابتی محقق می‌شود. تحقق تولید رقابتی تنها با تولید محصولات باکیفیت و نرخ رقابتی ممکن است و با این اقدام و در راستای تحول اقتصادی در شرکت‌های تولیدی، بازگشت سرمایه، سود فروش، سهم بازار، کاهش هزینه‌ها و ارزش سهام از رشد قابل توجهی برخوردار خواهد شد. بنابراین آنچه گفته شد و به منظور پشتیبانی و رفع موانع تولید رقابتی، دو موضوع کیفیت و نرخ همواره باید مورد توجه قرار گیرد.

توجه به مقوله تولید باکیفیت و افزایش توان رقابتی تولیدات داخلی از جمله راهکارهایی هستند که در صورت تحقق آنها، شرایط تولید رقابتی فراهم می‌شود. تولید رقابتی راهبرد اساسی برای رونق تولید و توسعه کسب‌وکار است. اگر تولید در کشور رقابتی باشد، به تولید پایدار تبدیل خواهد شد و اشتغالی که مبتنی بر تولید رقابتی باشد نیز پایدار خواهد ماند. بنگاه‌های تولیدی و اقتصادی که با هدف تولید کالا و خدمات ایجاد شده باشند، برای پایداری و توسعه بازارهای داخلی و خارجی ملزم به تولید کالا با کیفیت رقابتی برای جلب رضایت مشتریان خود هستند، زیرا مشتری‌مداری در بازار علاوه بر تقویت تولید پایدار و رقابت برای بقا در بازار، موجب ارتقای برند، رونق تولید و فروش و سودآوری بیشتر می‌شود. تولید رقابتی رویکردی برای تقویت تولید محصولاتی با کیفیت و نرخ رقابتی است. تولید باکیفیت و رقابتی منجر به اشتغالزایی، ایجاد ارزش افزوده، افزایش درآمدهای کشور و تامین رضایت مصرف‌کنندگان می‌شود. امروزه شرکت‌ها و سازمان‌ها باید برای افزایش اعتبار نشان (برند) و ارتقای جایگاه اجتماعی، خود را به درستی به جامعه معرفی کنند و این امر جز در سایه ارائه کالای مرغوب و خدمات رضایتبخش میسر نخواهد شد.

رقابتی بودن تولید و ارتقای کیفیت محصولات داخلی، رویکردی برای تولید باکیفیت و رقابتی است که منجر به اشتغال پایدار، توسعه کسب‌وکار، افزایش درآمدهای کشور و تامین رضایت مشتریان در داخل و خارج می‌شود و بنگاه‌های تولیدی و اقتصادی باید برای افزایش اعتبار و ارتقای جایگاه اجتماعی، با برنامه‌ریزی برای تولید رقابتی خود را به درستی به آحاد جامعه معرفی کنند. در واقع افزایش رضایت مشتریان به مفهوم کاهش هزینه‌ها و زمان تولید، ناب و بهنگام بودن تولید، مزیتی رقابتی در سازمان‌ها و شرکت‌های تولیدی است و آنچه موجب رونق تولید و توسعه بازار تولیدات داخلی می‌شود، احترام به حقوق مشتریان و رعایت اصول مشتری‌مداری است که می‌تواند با ایجاد فضای رقابتی در دو بخش تولید و بازار، سبب انتخاب تولیدات داخلی از سوی مشتریان شود؛ بنابراین تولید باکیفیت و رقابتی، از مهم‌ترین عوامل توسعه بازار و پویایی کسب‌وکار در کشور است. بر این اساس بنگاه‌های تولیدی همواره در پی توسعه سهم بازار خود از طریق کسب مزیت رقابتی هستند.

نکته اساسی این است که وقتی در فرهنگ یک جامعه جایگاه، نقش و کارکرد مشتری



کیک اقتصاد بزرگ ترمی شود

| بهمن آرمان |
| کارشناس اقتصاد |

درآمد مالیاتی دولت نمی‌شود، بلکه با بزرگ شدن شرکت‌ها و درآمد آنها، درآمد دولت از محل مالیات افزایش پیدا می‌کند؛ بنابراین این نگاه که کاهش مالیات بر شرکت‌های تولیدی پذیرفته‌شده در بورس موجب کاهش درآمدهای مالیاتی دولت می‌شود، برداشت درستی نیست.

اگر کاهش ۱۵ درصدی مالیات تولید فقط مشمول شرکت‌های پذیرفته شده در بورس شود، انگیزه ورود شرکت‌های بخش خصوصی که تمایلی به ورود به بورس ندارند و ترجیح می‌دهند در سایه و به دور از شفافیت کار کنند، افزایش پیدا می‌کند. به همین ترتیب، مبنای درآمد دولت افزایش پیدا می‌کند و در عین حال فرار مالیاتی موجود کاهش خواهد یافت. در ادامه کاهش مالیات تولید تاثیر اندکی بر نرخ محصولات تولیدی خواهد داشت، چراکه فقط ۵ درصد مالیاتی که از شرکت‌های تولیدی گرفته می‌شود، کاهش پیدا کرده است. به‌رحال همین کاهش ۵ درصدی نیز تاثیر جزئی روی نرخ کالاها خواهد داشت.

ضمن اینکه اگر این کاهش مالیاتی باعث رشد و توسعه بخش تولیدی شود، در آینده درآمدهای مالیاتی را افزایش خواهد داد و به تبع کسری بودجه دولت کاهش پیدا می‌کند. در نتیجه شرایطی فراهم خواهد شد که دولت پول کمتری چاپ کند و نقدینگی تحت کنترل قرار بگیرد. در چنین شرایطی تورم متوقف یا کم می‌شود و جلوی افزایش نرخ کالاها گرفته خواهد شد. کلام آخر آنکه کاهش مالیات بر شرکت‌های تولیدی عملاً موجب افزایش سرمایه‌گذاری در این بخش و بزرگ شدن کیک اقتصاد می‌شود.

کاهش ۵ درصدی مالیات تولیدکنندگان در لایحه بودجه ۱۴۰۰، مشوق تولید و امیدآفرین است و باید بتوان آن را صرف ترمیم منابع موردنیاز برای تولید کرد. در کنار تمام این موارد باید بتوان کاری کرد که منابع تولید ترمیم شود و در این صورت فرآیند تولید بهتر انجام خواهد شد. به این ترتیب با افزایش نقدینگی واحدها، تولید افزایش یافته و در ادامه سبب می‌شود درآمد سازمان امور مالیاتی از محل ارزش افزوده افزایش یابد.

دولت‌ها برای تامین بودجه خود از شرکت‌ها و تولیدی‌ها و ... مالیات دریافت می‌کنند. دلیل این کار دولت تامین بخشی از هزینه‌ها و ... است. از سویی شرکت‌ها برای کاهش مالیات پرداختی خود اقدامات گوناگونی انجام می‌دهند که مشمول معافیت‌های مالیاتی شوند و مالیات کمتری پرداخت کنند. دولت سیزدهم در آستانه تصویب بودجه ۱۴۰۱ اعلام کرده قصد دارد مالیات تولید را از ۲۵ به ۱۰ درصد کاهش دهد و در گام نخست برای سال آینده کاهش ۵ درصدی مالیات تولید را تصویب کرده است. این اقدام با هدف رشد و رونق بخش تولیدی انجام و در صورت تحقق موجب بهبود در فرآیند تولید خواهد شد. فعالان صنعتی و تولیدی با استقبال از این طرح معتقدند در صورت کاهش مالیات شرکت‌های تولیدی فعال در بازار سرمایه ضمن رشد این بازار، شفافیت بیشتر مالیاتی نیز فراهم خواهد شد. معمولاً در سایر کشورها سود اختصاص داده‌شده به سرمایه‌گذاری در بورس‌های اوراق بهادار از مالیات معاف است. در حالی که شاید ایران تنها کشوری باشد که این اتفاق در آن نمی‌افتد و شرکت‌های تولیدی بزرگ منبع اصلی پرداخت مالیات به دولت هستند.

به نظر می‌رسد برای اجرای این طرح در گام نخست باید شرکت‌های تولیدکننده پذیرفته‌شده در بورس مدنظر قرار گیرند. صورت‌های مالی این شرکت‌ها شفاف است و به راحتی فعالیت آنها ردیابی و مالیات از آنها گرفته می‌شود. شرکت‌های بخش خصوصی راه‌های فرار مالیاتی را می‌شناسند و چندین دفتر دارند و در این دفاتر ارقامی اعلام می‌کنند که مشمول مالیات نشوند. زمانی که آقای میرمطهری در ریاست سازمان بورس بودند گزارشی درباره کاهش مالیات تولید تهیه و به وزارت اقتصاد وقت با وزارت آقای مظاهری ارسال شد. در این گزارش به این نتیجه رسیدند که کاهش مالیات بر شرکت‌های پذیرفته شده در بورس نه تنها موجب کاهش



درس‌هایی درباره نابرابری‌های تازه جهانی



گرفته شود. دست کم باید از اعطای معافیت‌های مالیاتی به ثروتمندترین افراد دست برداریم و بر اصلاح مالیات بر دارایی تمرکز کنیم که مالیاتی بسیار سنگین و ناعادلانه برای افراد در مسیر مالک شدن است و باید به مالیات تصاعدی بر ثروت خالص تبدیل شود. دومین درس گزارش جهانی نابرابری سال ۲۰۲۲ میلادی درباره نابرابری جنسیتی است. به لطف داده‌های جمع‌آوری شده توسط «ترزانیف» و «سوفی روبیلارد» اکنون می‌توان تکامل سهم زنان از کل درآمد نیروی کار را برای همه کشورهای جهان اندازه‌گیری کرد که میزان نابرابری‌های جنسیتی را نشان می‌دهد. در سطح جهانی، در سال ۲۰۲۰ میلادی، زنان به سستی ۳۵ درصد درآمد نیروی کار را دریافت کردند (در مقایسه با سهم بیش از ۶۵ درصدی درآمدی برای مردان). این سهم در سال ۱۹۹۰ میلادی ۳۱ درصد و در سال ۲۰۰۰ میلادی ۳۳ درصد بود. در نتیجه می‌توانیم مشاهده کنیم که پیشرفت وجود داشته، اما بسیار کند بوده است. در اروپا سهم زنان در سال ۲۰۲۰ به ۳۸ درصد رسید که هنوز با برابری جنسیتی فاصله زیادی دارد. این شاخص دقیقاً نشان می‌دهد زنان تا چه اندازه به مشاغل و ساعات کاری مشابه مردان دسترسی ندارند؛ به‌ویژه در نتیجه تعصبات خاص، تبعیض و تلاش کمتر مقام‌های دولتی برای ساختار دادن به مشاغلی که زنان در آن بیشترین حضور را دارند؛ مشاغلی مرتبط با مراقبت‌های شخصی، خرده‌فروشی و نظافت. پیشرفت‌هایی که در چند دهه اخیر در سرتاسر جهان مشاهده شده نیز بازتاب‌دهنده سهم فزاینده صورت‌حساب دستمزدی است که توسط افراد در سطوح بسیار بالا گرفته شده که اکثراً مرد هستند. در برخی مناطق مانند چین حتی سهم زنان از کل درآمد نیروی کار کاهش یافته است. همه این موارد مستلزم اقدامات پیشگیرانه‌تری نسبت به اقداماتی است که تاکنون صورت گرفته‌اند. سومین ویژگی گزارش ۲۰۲۰ میلادی، نابرابری زیست‌محیطی است. اغلب اوقات بحث درباره آب و هوا به مقایسه میانگین انتشار کربن در هر کشور و تحول آن در طول زمان تقلیل می‌یابد. به لطف بررسی «لوکاس شانکل» ما اکنون داده‌هایی را در زمینه توزیع گازهای گلخانه‌ای در کشورها و مناطق مختلف جهان در اختیار داریم. می‌بینیم که ۵۰ درصد فقیرترین افراد جهان سطوح نسبتاً معقولی از انتشار را دارند؛ به‌عنوان مثال، سرانه ۵ تن در اروپا. در همین حال، میانگین انتشار گازهای گلخانه‌ای برای ۱۰ درصد ثروتمندان به ۲۹ تن و برای یک درصد ثروتمندترین افراد به ۸۹ تن می‌رسد. نتیجه مشخص است؛ ما با کاهش یکسان چالش آب و هوایی برای همگان مواجه نخواهیم شد. این سیاره برای غلبه بر چالش‌های اجتماعی و زیست‌محیطی که آن را تضعیف می‌کند بیش از هر زمان دیگری باید نابرابری‌های متعددی که در سراسر آن رخ می‌دهد را در نظر گرفته و مورد توجه قرار دهد.

منبع: لوموند

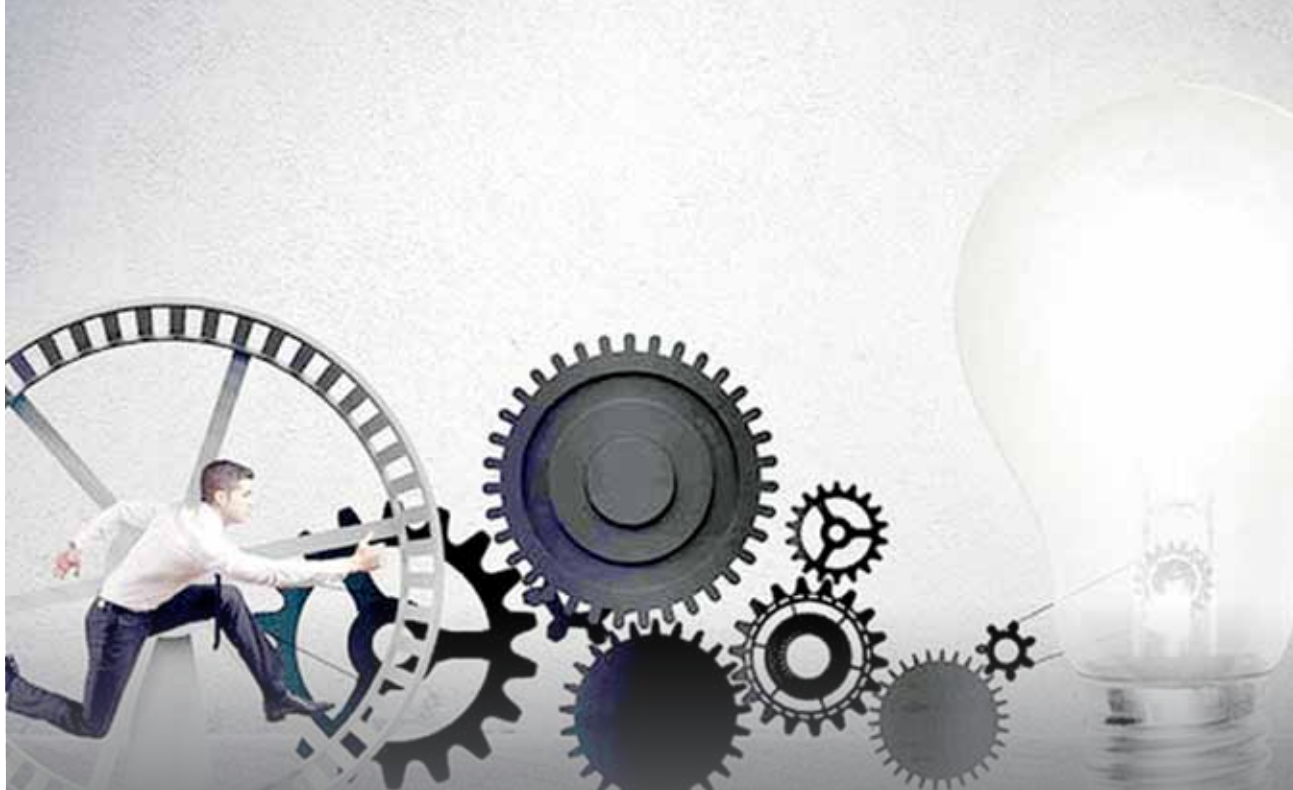
توماس پیکتی - نویسنده کتاب سرمایه در قرن ۲۱: از گزارش تازه درباره نابرابری جهانی ۲۰۲۲ چه چیزی می‌توانیم بیاموزیم؟ حاصل پژوهش بیش از ۱۰۰ پژوهشگر از تمام قاره‌ها در گزارشی که هر ۴ سال یک بار منتشر می‌شود در دسترس ما قرار گرفته و به ما این امکان را می‌دهد تا خطوط گسل عمده در نابرابری‌های جهانی را بررسی کنیم. فراتر از یافته‌های شناخته شده در زمینه افزایش نابرابری درآمدی در چند دهه اخیر، ۳ ویژگی اصلی تازه را می‌توان از گزارش اخیر شناسایی کرد که مربوط به ثروت، جنسیت و نابرابری‌های محیطی هستند.

بیایید با ثروت آغاز کنیم. برای نخستین بار به یاری پژوهشگران داده‌های سیستماتیک جمع‌آوری شده‌اند که امکان مقایسه توزیع ثروت در همه کشورهای جهان از توزیع پایین تا بالا را فراهم می‌کنند. نتیجه‌گیری کلی آن است که تمرکز بیش از حد ثروت بر تمام مناطق جهان تأثیرگذار است و در طول شیوع کرونا بدتر شده است. در سطح جهانی در سال ۲۰۲۰ میلادی، ۵۰ درصد فقیرترین افراد جهان تنها ۲ درصد کل دارایی‌های خصوصی (املاک، تجاری و دارایی‌های مالی) را در اختیار داشتند، در حالی که ۱۰ درصد ثروتمندترین افراد ۷۶ درصد کل دارایی‌ها را در اختیار دارند.

در مواجهه با این مشاهدات ممکن است چندین رویکرد مطرح شود؛ نخست آنکه ما می‌توانیم صبورانه منتظر رشد و نیروهای بازار برای گسترش ثروت باشیم. با این وجود، باتوجه به اینکه بیش از دو قرن از انقلاب صنعتی می‌گذرد اما سهم ۵۰ درصد فقیرترین افراد در اروپا به سستی به ۴ درصد و در آمریکا به ۲ درصد می‌رسد، ممکن است مجبور باشیم مدت زیادی منتظر باشیم. همچنین می‌توان ادعا کرد حفظ وضعیت فعلی بهترین کاری است که می‌توانیم انجام دهیم و هرگونه تلاش برای بازتوزیع ثروت از نظر اقتصادی خطرناک خواهد بود. این استدلال ضعیفی است.

در اروپا سهم ۱۰ درصد ثروتمندترین افراد تا سال ۱۹۱۴ میلادی ۸۰ تا ۹۰ درصد از کل ثروت بود. این سهم در گذر یک قرن امروز به کمتر از ۶۰ درصد کاهش یافته که عمدتاً به نفع ۴۰ درصد از جمعیت ۱۰ درصد بالایی و ۵۰ درصد پایینی بوده است. این طبقه متوسط ثروتمند توانست خانه بخرد و مشاغل را راه‌اندازی کند که کمک زیادی به شکوفایی اقتصادی در دوره «ترنس گلوریوز» (فاصله سال‌های ۱۹۴۵ تا ۱۹۷۵ میلادی پس از جنگ جهانی دوم که فرانسه ۳ دهه رشد اقتصادی سریع و مداوم را تجربه کرد) کرده است.

طولانی‌تر کردن روند بلندمدت حرکت به‌سوی برابری از منظر تاریخی و تکامل به‌سوی رفاه بیشتر بخش‌هایی جدایی‌ناپذیر از یکدیگر هستند. پرسش آن است که برای این منظور چه می‌توان کرد؟ در حالت ایده‌آل بازتوزیع ارث باید در نظر



نیازمند نگاه نو به کسب و کار هستیم

| مجتبی صفایی |
| سخنگو و نایب رئیس اتاق اصناف ایران |

منطبق کند.

البته شیوه و میزان نظارت‌ها بر کسب و کارهای نوین نیز باید مطابق با پیشرفت این کسب و کارها تنظیم شود. نظارت‌ها در این سیستم جدید باید مطلوب‌تر از گذشته و حتی گسترده‌تر از نظارت‌های موجود بر کسب و کارهای سنتی باشد تا زمینه لازم برای تخلف و سوءاستفاده از این طریق فراهم نشود.

همچنین برای رفع مشکلات کسب و کارها در مواردی مثل بیمه و مالیات باید برنامه‌ریزی‌های لازم انجام شود تا مانعی در مسیر فعالیت آنها وجود نداشته باشد. طبیعتاً کسب و کارهای مختلف در موارد صنفی تابع قوانین نظام صنفی و در موارد مربوط به کارگر و کارفرما منطبق بر قوانین تامین اجتماعی هستند و با توجه به تغییرات به وجود آمده در مدل کسب و کارها برخی قوانین نیز می‌تواند براساس نیاز امروز، دستخوش تغییراتی شود. ما در حوزه تامین اجتماعی، همین امروز نیز دچار برخی مشکلات هستیم و سعی داریم با برگزاری جلسات مشترک، این مشکلات را برطرف کنیم.

هنوز هم نظام‌یافتگی‌های قانونی، مالیات‌ها، نظارت‌ها و بازرسی‌ها درباره بسیاری از این کسب و کارهای مجازی قابلیت اعمال ندارند و مخاطبان این فروشگاه‌ها نیز با معیار قرار دادن قیمت پایین‌تر توجه چندانی به مجوزهای قانونی این نوع کسب و کارها نمی‌کنند. در هر حال شکوفایی این کسب و کارهای نوین در صورت نبود برنامه‌ریزی مدون برای آنها، از نظر بسترسازی، امکانات سخت‌افزاری و سازکارهای مرتبط، همچنان دارای نواقصی خواهد بود که توجه نکردن به آنها ممکن است در آینده، این سیستم را دچار مشکلات جدی کند. ایجاد ساختارهای نظام‌مند در این راستا می‌تواند سر و شکلی قانونی به این حوزه بدهد و آن را از حالت یک کسب و کار خودجوش و بدون ضمانت‌های قانونی درآورد.

همه‌گیری ویروس کرونا در ایران، کاهش تردهای شهری، تعطیلی کسب و کارهای سنتی و بسیاری از مسائل دیگر، با وجود همه تلخی‌هایی که به همراه داشت، فضایی برای رونق کسب و کارهای نوین ایجاد کرد و حتی در برخی موارد مورد حمایت فعالان حوزه کسب و کار سنتی نیز قرار گرفت.

تا چندی پیش که ضرورت وجود و گسترش کسب و کارهای نوین در کشور حس نمی‌شد، بیشتر کسب و کارهای کشور ما در مقابل نوین‌سازی موضع‌گیری و مقاومت داشتند و حتی بسیاری از کسب و کارهای سنتی، فروشگاه‌های اینترنتی را در تعارض با مشاغل خود تلقی می‌کردند.

اما دنیا هر لحظه در حال بروزرسانی و تغییر است و رفته‌رفته این نوین‌سازی به جزئی اجتناب‌ناپذیر از روش کسب و کار در ایران نیز بدل شده است. ما دیر یا زود باید بالاخره به سمت ایجاد و گسترش فروشگاه‌های مجازی پیش می‌رفتیم اما شیوع ویروس کرونا در کشور باعث شد روند تغییر رویه کسب و کارهای سنتی به کسب و کارهای نوین سرعت بیشتری به خود بگیرد.

مجموعه صنفی کشور هم با توجه به این موضوع از این بروزرسانی و تغییر و تحول عقب نمانده است چراکه هر کسی از این قافله جا بماند آسیب جدی می‌بیند و به تدریج از این عرصه حذف می‌شود. ما امروز در شرایطی هستیم که در کنار تلاش برای حفظ کسب و کارهای سنتی نباید نوین‌سازی را از یاد ببریم؛ اتاق اصناف ایران هم در همین راستا ایجاد معاونت توسعه کسب و کارهای نوین را در دستور کار قرار داده و قصد دارد تا این بخش از اقتصاد خرد کشور را در این دگردیسی کسب و کار، با کسب و کارهای نوین

میانبر تحقق رشد در اقتصاد



ایمان مولوی
اقتصاددان

فراجحاحی وجود نداشته و ندارد؛ مسئله‌ای که تا امروز در ایران مورد توجه قرار نگرفته و حتی در صورت نظرخواهی از متخصصان در تصمیم‌گیری‌ها، در برخی موارد باز تصمیم ناهماهنگ با نظرات اهل فن اتخاذ می‌شود، این در حالی است که اگر به اقتصاد به‌عنوان علم نگاه می‌کردیم و از نظر علمی کارشناسان بهره می‌بردیم بسیاری از مشکلاتی که این روزها درگیرش هستیم، به‌وجود نمی‌آمد و نیازی به رشد انفجاری نبود. برای دستیابی به هدف و جلوگیری از کاهش رشد اقتصادی نیز در گام نخست باید به شناخت وضعیت موجود برسیم و باور کنیم «ریسک از آنجایی ناشی می‌شود که ندانیم در حال انجام چه کاری هستیم» اقتصاد ایران در ۱۰ سال گذشته رشد صفر داشته و براساس آخرین آمار مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، اگر می‌خواهیم منحنی این شاخص تغییر کند، باید ۸ سال رشد اقتصادی بالای ۶ درصد داشته باشیم تا به نقطه سال ۱۳۹۱ برسیم. سال ۱۳۹۱ آخرین سال رشد مثبت اقتصاد ایران بود و بعد از این سال همواره رشد منفی برای اقتصاد ایران به ثبت رسیده است.

در این شرایط مهم‌ترین عامل دستیابی به رشد اقتصادی، اولویت یافتن علم اقتصاد مدرن است. علم اقتصادی که ما در حال حاضر از آن بهره می‌بریم از کشورهای دیگر حتی ترکیه بسیار عقب‌تر است، چراکه به ابزار مدرن مجهز نیستیم؛ بنابراین فاکتور اول این است که علم اقتصاد اولویت نخست تصمیم‌گیری‌ها شود. در گام بعدی باید اهداف را مشخص کنیم که بالاترین هدف یک کشور افزایش تولید ناخالص داخلی و درآمد سرانه آن است.

فاکتور سوم دستیابی به رشد اقتصادی نیز روابط بین‌المللی است. بدون شک هیچ کشوری بدون روابط بین‌المللی و تجارت خراجی مداوم و خوب نمی‌تواند به رشد اقتصادی دست پیدا کند. در گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس به‌عنوان بازوی پژوهشی مجلس شورای اسلامی نیز بر این نکته تأکید شده که ۳۰ کشور جهان تقریباً در ۳ دهه گذشته رشدهای اقتصادی ممتد خوبی داشتند که با استفاده از ظرفیت‌های داخلی به کمک علم اقتصاد در کنار روابط خوب با دنیا و همچنین اولویت قرار دادن صادرات به آن رسیدند؛ بنابراین با شناخت شرایط موجود و بهره‌گیری از علم و دانش اهل فن و پذیرش علم اقتصاد می‌توان در مسیر الزامات تحقق رشد اقتصادی گام برداشت.

ریسک از آنجایی ناشی می‌شود که ندانید در حال انجام چه کاری هستید-سواران بافت. معاون وزیر اقتصاد فرموده‌اند که بعد از برداشته شدن تحریم‌ها اقتصاد ایران رشد انفجاری خواهد کرد! این جمله شاید درست باشد، چون اقتصاد ایران بعد از یک رشد منفی ۵ درصدی در سال ۱۳۹۷، رشد منفی ۹.۵ درصدی در سال ۹۸ و رشد منفی ۵ درصدی در سال ۱۳۹۹ دیگر تولید ناخالص داخلی‌اش به اندازه‌ای کوچک شده که کفگیر به ته‌دیگ بخورد و هر اتفاق مثبتی هر چند فروش محدود نفت بتواند رشد اقتصاد به بار بیاورد اما سوال اصلی این است که اگر قرار بود با تحریم‌ها این چنین نزول کنیم و بدون تحریم این چنین صعود، فلسفه وجود مدیران دولتی و مدیرکل‌ها و وزرا دقیقاً در چیست؟

نسیم نیکلاس طالب در کتاب پوست در بازی (Skin In the game) دقیقاً روی همین مورد پافشاری می‌کند. نسیم نیکلاس طالب در امریکا زندگی می‌کند و نویسنده کتاب مشهور و مقبول قوی سیاه نیز هست!

او در این کتاب می‌نویسد: بسیاری از مشکلات اقتصادی در تمام جهان از جایی نشأت می‌گیرد که بسیاری از تصمیم‌گیران دولتی بدون داشتن پشتوانه اجرایی و درک درست از محیطی که در حال برنامه‌ریزی در آن هستند، دست به این کار می‌زنند که در نهایت منجر به بروز مشکلات زیادی در اقتصادها می‌شود.

این امر ناشی از تصمیم‌گیری پشت درهای بسته و معمولاً بدون در نظر گرفتن مکانیسم‌هایی است که متأسفانه فکر می‌شود، بعد از اجرایی شدن تصمیم‌ها می‌توان واکنش‌ها را کنترل و نظارت کرد. اقتصاد ایران هم درگیر چنین روندی است. از تصمیم‌گیری و نظارت بر بازار گوشت مرغ گرفته تا خوراک دام در این چرخه معیوب گرفتارند. نظارت بر زنجیره ارزش فولاد، نظارت بر بازار ارز با تصمیم‌سازی در سامانه نیما و مثال‌های بسیار زیاد دیگر در اقتصاد ایران از همین مکانیسم تبعیت می‌کنند. یکی از مواردی که در تمام اقتصادها موجب تعمیق رشد شده، تصمیمات مبتنی بر مشورت با خبرگان و استخوان‌خرد کرده‌های آن بخش‌هاست؛ به عبارت دیگر برای موفقیت در عرصه اقتصاد راهی جز داشتن رویکردی تخصصی و

اخذ گواهینامه ایزو ۲۰۱۸-۱۰۰۴ برای سنجش میزان رضایتمندی مشتریان توسط بانک سامان

بانک سامان با اجرای سیستم مدیریت سنجش رضایتمندی مشتریان، موفق به دریافت گواهینامه ایزو ۱۰۰۰۴ شد.

بانک سامان پس از اجرای موفق استانداردهای مربوط به رسیدگی به شکایات مشتریان (ایزو ۱۰۰۰۲)، موفق به اخذ گواهینامه ایزو ۱۰۰۰۴ نیز شد. اخذ این گواهینامه، گام مهمی در مسیر شناسایی نیازها و انتظارات و میزان رضایتمندی مشتریان بانک سامان است و این امکان را فراهم می‌کند تا فرایند مدیریت رضایت مشتریان بصورت اثربخش و مطلوب اجرا شود.

گفتنی است، استاندارد بینالمللی ایزو ۱۰۰۰۴، استاندارد برای طراحی و پیادهسازی یک فرایند اثربخش و کارا برای مدیریت و برنامه‌ریزی رضایتمندی مشتریان و حرکت مجموعه گواهیگیرنده به سمت مشتریمداری است.





خيريه نيكان حامی خانواده

#۲۲*۷*۷۳۳*



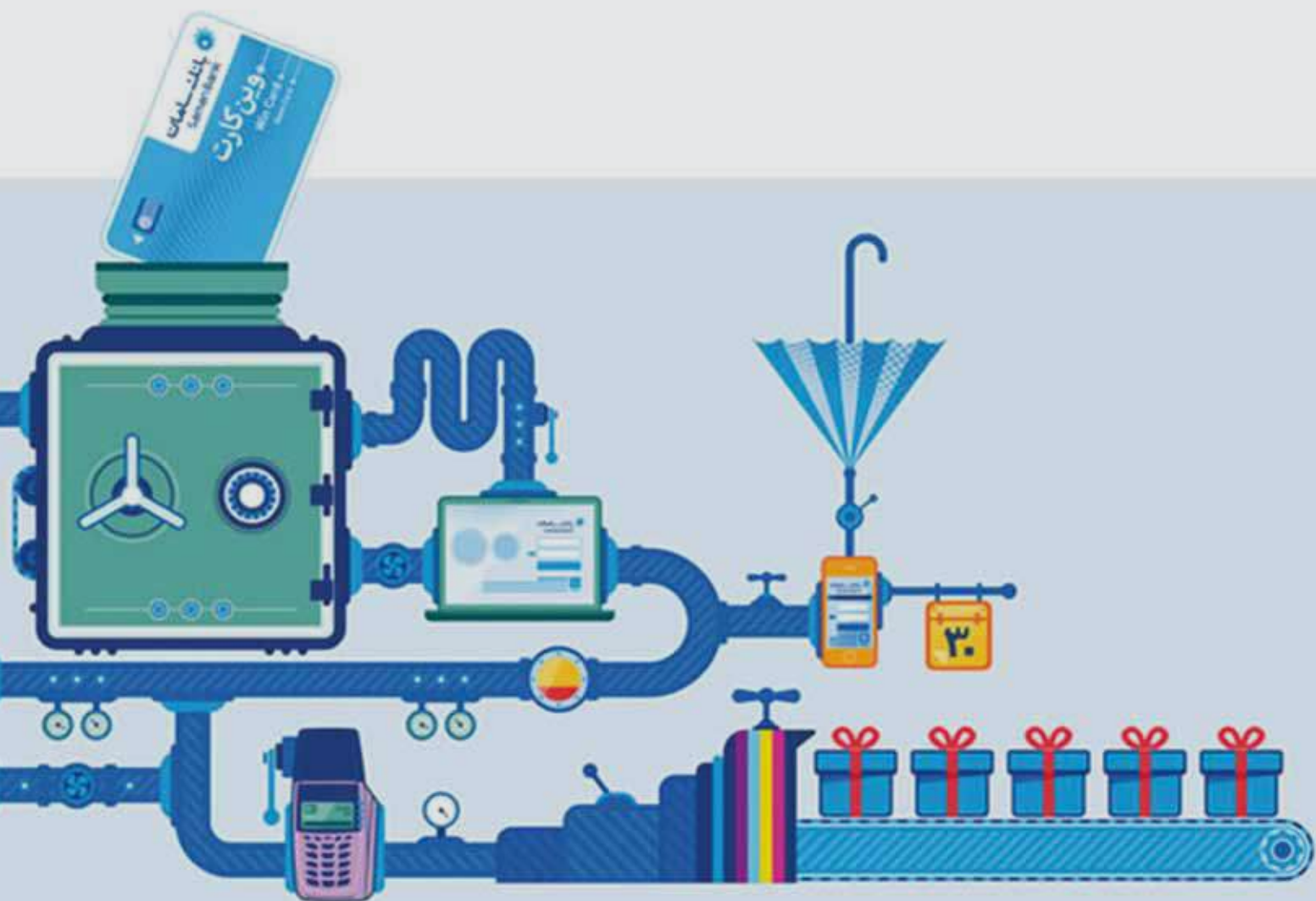
nikancharity

www.nikancharity.org

☎ 22176001-4 📠 22176012



حمایت آنلاین



اسامی برندگان وین کارت

۴ برنده جایزه ۱,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریالی - دور چهارم از سری چهارم قرعه‌کشی وین کارت

ردیف	نام و نام خانوادگی	نام شعبه	امتیاز
۱	علی رضا موسی‌زاده	جهانشهر کرج	۳۰۰۰۰
۲	آرمان مرادی	اروند	۹۰۶۶
۳	زهرا قربان‌پور	یافت‌آباد	۳۸۷۱
۴	وحید نیکوکار	جنت‌آباد	۱۶۱۹

۴۰ برنده جایزه ۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریالی - دور چهارم از سری چهارم قرعه‌کشی وین کارت

ردیف	نام و نام خانوادگی	نام شعبه	امتیاز	ردیف	نام و نام خانوادگی	امتیاز	نام شعبه
۱	یونس کاشف	سجاد مشهد	۲۸۵۰	۲۱	امیرحسین سرخ‌خواه	سجاد مشهد	۱۳۶۱۵
۲	شهرزاد هاشمی یزدی	بزرگراه فتح	۴۱۳۸	۲۲	پارسا خدامرادی	خیابان آقابزرگی - الهیه	۹۵۳
۳	آرش امیرزادگان	دهکده المپیک	۵۳۳۲	۲۳	علی رضا تیر	جنت آباد	۱۴۹۰
۴	نقیسه سالار کیا	ترمینال ۲ فرودگاه مهر آباد	۴۴۷	۲۴	امیرعلی عبادزاده	تبریز	۲۰۳۵
۵	مهدی یکه	سجاد مشهد	۱۰۰۳	۲۵	ناصر سلیمان‌فر	ملاصدرا	۴۳۵۷
۶	حمید وحدت پسندآبادی	تبریز	۴۷۳۲	۲۶	سوگل جعفرقلی	خیابان دکتر بهشتی	۳۰۱۹
۷	پیمان پاشا	جهانشهر کرج	۱۹۶۸	۲۷	سجاد داودی شریف آباد	مدرس مشهد	۱۳۸۲
۸	خدارحیم آذری	قلهک	۲۱۰۰۷	۲۸	پیشوا بیگلری	مهرشهر کرج	۱۷۳۵
۹	وحید احمدی	صادقیه	۷۴۸۲	۲۹	محمدامین فرخ نیا	بندرعباس	۵۷۳۷
۱۰	فاطمه علی زاده چوان	ولیعصر تبریز	۸۲۰۸	۳۰	پیمان عبدالمهی مشکانی	هایپر استار	۱۲۹۱۷
۱۱	ابوالفضل قائمی	مشهد	۵۶۷۳	۳۱	محسن بهبودی	یافت آباد	۶۱۳
۱۲	داود محمدیان	قم	۱۷۸۲۸	۳۲	سیدمجتبی هاشمی	خیابان دکتر بهشتی	۱۴۸۲۲
۱۳	پرینا شعرافیان	مرکزی	۱۱۱۵	۳۳	فریده ستایش مقدم	شهریار	۴۶۸۲
۱۴	اختر مظفری	شهر قدس	۳۳۸	۳۴	لیدا علی بابائی	زنجان	۷۲۵
۱۵	منا فراهانی	اراک	۴۵۳۲	۳۵	محمد فتاحی اصل کمری	پیروزی	۲۷۰۷
۱۶	الهام رستگاری مقدم	لاله‌زار	۷۷۵	۳۶	مجتبی گودرزی	خیابان آذربایجان	۴۲۶۰
۱۷	یوسف انصاری	ایلام	۱۳۲۹۰	۳۷	احمدرضا حنائی باصیری	زاینده‌رود	۲۶۲۷
۱۸	منیرسادات علوی	بلوار فردوس	۴۹۹۵	۳۸	مجید حرآبادی	صادقیه	۱۴۱۲۹
۱۹	امید رجب پورنیکو	ملاصدرا	۲۸۶۰	۳۹	عرفان اکبری	دلاوران	۳۴۵۰
۲۰	نسترن فرجی قناد	جهانشهر کرج	۲۰۰۰	۴۰	کیوان نوری کندوانی	مهرشهر کرج	۵۳۲۰



۴۰۰ برنده جایزه ۱۰,۰۰۰,۰۰۰ ریالی - دور چهارم از سری چهارم قرعه‌کشی وین کارت

ردیف	نام و نام خانوادگی	نام شعبه	امتیاز	ردیف	نام و نام خانوادگی	امتیاز	نام شعبه
۱	محمد الهی	بزرگراه فتح	۱۱۹۵	۵۱	فرشید ایزدی	بندر عباس	۲۵۹۰۰
۲	حمیده دهقان طرزجانی	بندرعباس	۶۰۱۵	۵۲	علیرضا فیروزی	مشهد	۱۳۱۴
۳	الیناز جبارزاده	خیابان سرداران ارومیه	۱۵۲۴	۵۳	مهدی کرباسی بنه کهل	خیابان دکتر بهشتی	۲۷۴۶
۴	سهراب صادقی بهمنی	ملاصدرا	۲۷۸۹	۵۴	محمد حجتی نجف آبادی	خانه اصفهان	۶۵۵۳
۵	مینا مسطوری	شهریار	۲۰۹۵	۵۵	امیر مرادی	بزرگراه فتح	۳۰۰۰۰
۶	هاجر رضائی	میدان قزوین	۳۴۲۳	۵۶	جعفر اشرف آل طه	مولوی	۲۲۱۰۳
۷	سیدمحمد خدائی	اصفهان	۶۲۸۰	۵۷	حسن گودرزی رستمی	خانه اصفهان	۳۲۴۰
۸	فاطمه یکتاپناه	شهران	۱۲۲۵	۵۸	رامین زنگنه	کرمانشاه	۸۷۹۴
۹	مهدی حسینی فاطمی	سجاد مشهد	۳۰۰۰۰	۵۹	مرتضی امیری زاده تکل	کیش	۴۱۰۶
۱۰	مهدی رجبی	آفریقا	۶۵۲۴	۶۰	علی اصغر میراخوری	میدان توحید کرج	۱۵۷۴۱
۱۱	پیمان علیجانی	بزرگراه فتح	۱۷۱۹	۶۱	حسین حسینی مریدانی	گلزار رشت	۳۰۷
۱۲	آنا اسمخانی	میدان ونک	۲۹۲۴	۶۲	محمدهادی بیات	شیراز	۳۰۰۰۰
۱۳	گلناز شانه بند	میدان آرژانتین	۲۷۰۰	۶۳	خبیر میرحاجی	بوشهر	۱۵۶۵
۱۴	سیدمحمدهاشم سیدی چیمه	میدان قزوین	۱۶۳۷	۶۴	عبدالمناف مظلومی‌نیا	خیابان سرداران ارومیه	۵۷۳۱
۱۵	میرشایان ماجدی	نیاوران	۳۳۴۵	۶۵	محمدرضا کاظمی	کرمان	۳۰۰۰۰
۱۶	محمد پغار	قشم	۴۰۵۲	۶۶	بهنام مهتاب	ولیعصر تبریز	۱۳۳۶۳
۱۷	سیا سمیعی	معالی آباد شیراز	۲۵۲۶	۶۷	سیددانیال سیدحسینی	نیشابور	۵۱۹۳
۱۸	امین ذوالفقاری	اقدسیه	۶۱۱۵	۶۸	فاطمه کنج کاو	فلکه جهاد	۱۷۷
۱۹	علی اصغر جوینده	دروس	۳۰۰۰۰	۶۹	سلمان صادقی	۱۷شهرپور تبریز	۱۰۳۴۶
۲۰	علی نیازی افشاری	میدان تجریش	۹۸۱۱	۷۰	قاسم زنگنه	منیریه	۱۰۴۳
۲۱	الهام پهلوانی	سمنان	۸۴۵۷	۷۱	نادر روحی	خیابان ولیعصر- زرتشت	۱۶۳۸۳
۲۲	علی اکبر زارعی	شیراز	۸۹۰۹	۷۲	محمد محمودی	شهریار	۱۶۹۲۸
۲۳	محمد افشاری	فرودگاه امام خمینی	۸۷۳۱	۷۳	کوثر بهارمست	منیریه	۳۷۸۰
۲۴	مهدی خانیان	جهانشهر کرج	۴۴۳۰	۷۴	شقایق متینی	همدان	۵۸۷۹
۲۵	شورش قادری مستگانی	ارومیه	۳۵۴۶	۷۵	مجیب شادان	قشم	۱۹۶۶۹
۲۶	محمد جعفری کری بزرگ	لاله زار	۲۳۶۶۶	۷۶	ابوالفضل سلیمانی برسیانی	بهشتی- قائم مقام	۳۰۰۰۰
۲۷	مصطفی حسینی راد	قم	۱۶۸۳۱	۷۷	محمود معتمدیان‌فر	اهواز	۳۶۴۶
۲۸	نوید اکبری ملخی	میدان توحید کرج	۱۹۸۷۴	۷۸	یلدا دشتی مقدم	بلوار کشاورز	۱۳۶۶
۲۹	آلاله اصفهانی نژاد	جهانشهر کرج	۱۵۹۱۸	۷۹	امید بابائی	پیروزی	۲۲۰۳۱
۳۰	علی سعیدی	میدان تجریش	۵۱۶۳	۸۰	مجتبی شریفی	اهواز	۲۴۱۱
۳۱	علیرضا اقبالی	سندج	۴۶۴۵	۸۱	محسن میرصانع	جام جم	۳۰۰۰۰
۳۲	یحیی احمدی	بازار کفاشها	۱۹۱۵۳	۸۲	کامران کوشش	خیابان سرداران ارومیه	۸۴۶۳
۳۳	محسن سیاه تیری	خانه اصفهان	۵۷۲۳	۸۳	پویا مجیدی	بزرگراه فتح	۱۵۴۴۵
۳۴	سینا نوری	منیریه	۱۷۸۴۳	۸۴	سیدجواد حسینی	بلوارهاشمیه-مشهد	۴۳۱
۳۵	اعظم چرسی‌زاده	میرداماد	۱۵۷۷۵	۸۵	محمد غریبی حزبوری	اهواز	۲۰۷۳
۳۶	عباس جهانی‌مهر	سجاد مشهد	۲۵۹۲	۸۶	شهلا جلیلی	بلوارهاشمیه-مشهد	۲۶۶۲
۳۷	سمیرا ترک جزئی	گرگان	۲۲۲۷	۸۷	اکرم رضیان	قطریه	۹۹۸۷
۳۸	اسماعیل آخوندی برزی	شهرری	۲۲۷۶۰	۸۸	علیرضا اصلی‌پور	جنت آباد	۹۵۷۹
۳۹	سعید پروانه رحمت جنتشلاقی	بازار کفاشها	۱۳۷۰۶	۸۹	فاطمه اصلان‌پور	ارومیه	۳۰۰۰۰
۴۰	فاطمه امینی	صادقیه	۷۴۸	۹۰	یعقوب سرخه‌زاده	خیابان سید جمال‌الدین اسدآبادی	۳۸۲۴
۴۱	عباس حیدری	همدان	۶۳۲۷	۹۱	امید زمانی	گرگان	۷۴۸۱
۴۲	غلامعلی پاپایی	بازار تبریز	۱۶۵۱۲	۹۲	مجید مطیعی کاشانی	قم	۵۸۱۰
۴۳	حسن دکامنی	مهرشهر کرج	۳۰۰۰۰	۹۳	سمیرا موسوی	شیراز	۶۴۲۸
۴۴	سیدنصرت اله هاشمی	آمل	۲۱۷۵۹	۹۴	حسن عطائی شیشوان	شهریار	۱۰۱۹۱
۴۵	محمد فتحی	شهریار	۴۳۲۰	۹۵	هادی بزجلو	بزرگراه فتح	۵۷۲۲
۴۶	مهدی خیرآبادی	بلوار فردوس	۲۵۵۴	۹۶	وحید هوشمند	شیراز	۱۳۲۴
۴۷	مریم یاری	اقدسیه	۲۸۵۰۵	۹۷	ارمیا احمدی مقدم	زاهدان	۲۶۴۴۷
۴۸	محمدرضا صالح نمادی	فلکه سوم تهرانپارس	۱۰۳۳	۹۸	محمدحسین اویسی	صادقیه	۷۷۷۵
۴۹	فاطمه انتظار	نیشابور	۱۰۴۱۷	۹۹	یکتا کارخانه	شهر قدس	۹۲۲۳
۵۰	حسین مسعودی‌زاده	سجاد مشهد	۸۱۳	۱۰۰	لقمان مرادزاده	خیابان سرداران ارومیه	۱۳۴۴۶

ردیف	نام و نام خانوادگی	نام شعبه	امتیاز	ردیف	نام و نام خانوادگی	امتیاز	نام شعبه
۱۰۱	آرزو صدیق	کرمانشاه	۱۸۵۲	۱۵۱	کیما اسمعیلی	میدان حسین آباد	۲۰۰۹
۱۰۲	ابوالحسن نشاطی	ستارخان	۶۰۱۷	۱۵۲	حسین صفاری	مدرس مشهد	۲۵۷۸۴
۱۰۳	عبدالرشید یزدانی	گرگان	۳۲۷۷	۱۵۳	مهوش رحمانی	شهر قدس	۳۰۰۰
۱۰۴	محمد قادری جاغرق	بلوار هاشمیه - مشهد	۲۷۳۳	۱۵۴	حسین سیفی دوزدرسی	شهری	۲۵۴۱
۱۰۵	سید حبیب اله فاضلی	جام جم	۳۱۳۹	۱۵۵	مسعود دهقان	پیروزی	۱۴۴۶۳
۱۰۶	مهران صفرزادگان گیلان	میدان آرژانتین	۲۵۷۵	۱۵۶	عقیل میرزمانی	میدان تجریش	۱۹۳۲
۱۰۷	علیرضا رجبی نوری نژاد	بازار	۱۰۰۲۹	۱۵۷	عین الله برقیانی	یافت آباد	۳۸۷۸
۱۰۸	حسن ممی زاده	فروگاه امام خمینی	۳۰۰۰	۱۵۸	سعید کریمیان نوکابادی	اصفهان	۲۱۳۷
۱۰۹	مهدی مرانی شیرازی	صادقیه	۷۷۸۳	۱۵۹	پیام بهروز کارلیلی	گلزار رشت	۱۳۹۸
۱۱۰	هدی منظری	جام جم	۸۱۸۲	۱۶۰	محمد کریمی	آفریقا	۳۱۵۲
۱۱۱	مجتبی کاظم بیدهند	قم	۵۷۶	۱۶۱	بهنام انتظامی آذغان	ولیعصر تبریز	۳۹۳۸
۱۱۲	مهدی وحدانی گرمی	بلوار فردوس	۶۱۳۱	۱۶۲	متین ابراهیم دوست نوییجاری	خیابان جمهوری	۳۰۰۰
۱۱۳	محمود اسدی	کرمان	۳۷۲	۱۶۳	محمد رضا خلیلی	میدان آرژانتین	۲۱۹۹۱
۱۱۴	سید محمود حیات الغیب	آصف	۱۰۶۳۶	۱۶۴	فاطمه یوسفی	قزوین	۴۱۳
۱۱۵	پوریا نجفی	گرگان	۱۱۴۳	۱۶۵	فرزاد رجبی	خیابان جمهوری	۱۳۱۱
۱۱۶	ابوالفضل احمدپور	یافت آباد	۶۴۳	۱۶۶	حجت اله حصار	نیشابور	۲۵۷۸
۱۱۷	محمد شاکری مشهد طرفی	تهرانسر	۱۷۶۸۲	۱۶۷	محمد بابائی خمسه	شهریار	۱۵۹۷
۱۱۸	عباس آلبویری	مهرشهر کرج	۷۹۱۶	۱۶۸	اسماعیل رحمانی	فلکه جهاد	۲۸۸۸
۱۱۹	حسین غلامی قلفاچی	خیابان سرداران ارومیه	۷۹۴۸	۱۶۹	سعید بهروزی نیا	خیابان جمهوری	۱۲۱۵۹
۱۲۰	فرزاد هنرمند	آفریقای شمالی	۱۲۳۲	۱۷۰	فرزین نجف زاده	ارومیه	۳۰۰۰
۱۲۱	سعید جبلی	بازار کفاشها	۳۰۰۰	۱۷۱	علی رنجبر	قزوین	۱۷۵۶
۱۲۲	منصور شجاعی	مشهد	۲۹۳۹۴	۱۷۲	محمد بهاروندی	خرم آباد	۲۰۵۹
۱۲۳	سعید وکیل زاده هانفی	ظفر	۹۱۷	۱۷۳	پناه نیکونادام مطلق	شهر قدس	۷۹۵۳
۱۲۴	زهرا جودی	تهرانسر	۱۲۷۹	۱۷۴	روزبه معیری	اقدسیه	۱۷۱۰۸
۱۲۵	رقیه دلاری کلور	جنت آباد	۷۴۸	۱۷۵	محمد اسماعیل مشکانی	میدان تجریش	۲۸۴۲۸
۱۲۶	آرمین آچاک	قزوین	۱۷۴۶	۱۷۶	محمد جواد محمدزمانی	جنت آباد	۵۹۰۶
۱۲۷	حجت اله صفاری	اصفهان	۲۷۵۷	۱۷۷	علیرضا اصغری عزتی	خیابان ولیعصر پارک ساعی	۶۴۵۵
۱۲۸	رقیه قهرمانی نژاد میانی	بلوار فردوس	۵۱۰۴	۱۷۸	هاشم قاسمی	جنت آباد	۳۶۱۰
۱۲۹	علی احمدی	فلکه سوم تهرانپارس	۲۲۷۹	۱۷۹	فاطمه برزونی	پیروزی	۵۳۳۵
۱۳۰	اسماعیل یوسف نژاد معانی	نیشابور	۳۹۰۶	۱۸۰	مهدی اکبرزاده	اردبیل	۱۶۶۷
۱۳۱	فاطمه دانش خو	قم	۴۷۱	۱۸۱	ابوالفضل رضائی وارسته	شهرک اکباتان	۳۸۲۹
۱۳۲	میلاذ خوشوند	شهریار	۱۴۹۲۶	۱۸۲	علی حجی زاده هدایت آبادی	مشهد	۲۳۷۹۶
۱۳۳	مرتضی کاوسی	خیابان دکتر بهشتی	۱۸۱۱۲	۱۸۳	یونس احدی پور	قرنی مشهد	۱۱۱۴۴
۱۳۴	امیر مسعود مالکی بمی	میدان آرژانتین	۲۳۱۵	۱۸۴	رضا سوسرائی	ساری	۳۴۳۸
۱۳۵	جهانگیر صدیقی	ارومیه	۳۰۰۰	۱۸۵	فرهاد سهرابی	زاینده رود	۳۹۹۸
۱۳۶	وحید جعفری	پاسداران شیراز	۲۱۱۸	۱۸۶	مهرنوش عزیز	اراک	۱۷۵۲
۱۳۷	ماهان اختری	میرداماد	۴۴۱۹	۱۸۷	امیر عبدالمجیدی	میدان توحید کرج	۶۴۵۴
۱۳۸	فرشید کامالیان	خیابان ملت اکباتان	۱۸۲۰۲	۱۸۸	امیر شعیب آذری	ولیعصر تبریز	۳۷۸۸
۱۳۹	ام البتین اسلامی	گرگان	۲۸۵۸	۱۸۹	علی پورامین	بازار کفاشها	۱۸۵۴
۱۴۰	مجید شریفی امین	اهواز	۲۱۶۷	۱۹۰	زهره نریمانی خوراسگانی	خیابان حافظ اصفهان	۹۹۳
۱۴۱	آرمان جعفریان	بلوار هاشمیه - مشهد	۲۹۳۷	۱۹۱	امید محمدی	خیابان کارگر شمالی	۱۰۴۶۱
۱۴۲	حسن ریوندی	میدان ونک	۶۰۰۳	۱۹۲	نقیسه یزدی	میدان توحید کرج	۱۷۸۷
۱۴۳	سعید فرهانی	مولوی	۱۱۰۲۳	۱۹۳	یاسر قره باغی	خیابان ولیعصر - زرتشت	۳۰۰۰
۱۴۴	مرتضی صفری	همدان	۳۰۰۰	۱۹۴	مجتبی مهدوی پور	گلزار رشت	۲۰۵۶۶
۱۴۵	علیرضا تقوی فر	مشهد	۱۸۶۸۲	۱۹۵	حجت اله سیمیاریان	قزوین	۲۱۹۲۹
۱۴۶	مهرداد نظری	اقدسیه	۳۰۰۰	۱۹۶	امیر بیانی	جهانشهر کرج	۵۵۳۸
۱۴۷	علی رشوند	جهانشهر کرج	۲۱۱۲۶	۱۹۷	علیرضا مقدس زاده اردبیلی	ملاصدرا	۱۲۵۹۴
۱۴۸	سید مجتبی سیدی حسن آبادی	بلوار هاشمیه - مشهد	۲۷۳۴۷	۱۹۸	سیامک نایب آقا	بزرگراه فتح	۸۹۳۰
۱۴۹	امیر محمد ابوالقاسمی	مدرس مشهد	۱۷۰۸	۱۹۹	مقصود کوهی	بجنورد	۲۶۰۱۴
۱۵۰	امیر محمد علی تبریزی	شهریار	۲۳۴۸۱	۲۰۰	مهسا بهرادی لاینگلو	شهر قدس	۴۴۴۰

ردیف	نام و نام خانوادگی	نام شعبه	امتیاز	ردیف	نام و نام خانوادگی	امتیاز	نام شعبه
۲۰۱	مهران آیین	بلوار کشاورز	۱۰۳۴۴	۲۵۱	آرش شعبانزاده خداهشهری	خیابان جمهوری	۳۰۰۰۰
۲۰۲	سروش عزت احمدی	سجاد مشهد	۲۹۶۲	۲۵۲	محمد رضا مخلصی	مولوی	۵۴۵۲
۲۰۳	نازنین ولی زاده	تهرانسر	۱۴۵۸۷	۲۵۳	ساناز شفاغی	میدان توحید کرج	۵۴۱۸
۲۰۴	علی اصغری	الهیه	۹۳۱	۲۵۴	وحید مسعودی	قشم	۴۵۱۷
۲۰۵	موسی فرضی	تبریز	۱۲۱۲۶	۲۵۵	سیدعلی ملکوتی	شهران	۳۱۶۳
۲۰۶	فاطمه نیکوتی	گلزار رشت	۲۶۵۶	۲۵۶	ارشاد محمدخان	ستارخان	۱۷۵۷
۲۰۷	محمد توهمی	ساری	۱۴۲۰۷	۲۵۷	ربعلی احمدی نهران	بازار کفاحا	۱۶۵۹
۲۰۸	گلعلی بیگدلی	قم	۱۶۹۸۵	۲۵۸	هدیه سلیمانی	شهریار	۵۹۸۲
۲۰۹	جمشید بابائی	زنجان	۲۶۲۸	۲۵۹	موسی الرضا احمدی	پاسداران	۲۶۳۱۸
۲۱۰	مهدی محمدی	بلوار هاشمیه - مشهد	۸۹۹۶	۲۶۰	علی رحیمیان	میدان حسین آباد	۵۳۸۹
۲۱۱	زهرا اسلامی	میدان هفت تیر	۵۶۳۰	۲۶۱	آرمان دادمهر	ساری	۲۶۱۹
۲۱۲	مهسا مروچی	مشهد	۳۰۶۱	۲۶۲	مهدی صفریان	یافت آباد	۱۹۳۸۹
۲۱۳	رضا رمضان دوست حسن آباد	قرنی مشهد	۱۹۱۹	۲۶۳	الناز امیر خلیل زاده	خیابان کارگر شمالی	۱۴۱۳
۲۱۴	سیدمهدی صفوی	خیابان دکتر بهشتی	۱۰۵	۲۶۴	صفیه حسن پور	۱۷ شهریور تبریز	۶۵۵۳
۲۱۵	سیدسعید سبحانی	یافت آباد	۲۸۵۸۲	۲۶۵	مهدی دهقان پارچین	مولوی	۳۸۶۴
۲۱۶	سعید رمضانی وشتوتی	قم	۶۹۲۸	۲۶۶	امیرحسین هاشمی جاوید	میدان هفت تیر	۲۷۳۱
۲۱۷	فرح باباخانی	زنجان	۴۶۶	۲۶۷	محسن جغتائی	خیابان دکتر بهشتی	۴۱۴۰
۲۱۸	سیده معصومه احسانی سرشکه	شهر قدس	۵۴۰	۲۶۸	حسین ارجمندپهن آباد	یافت آباد	۲۵۷۸۳
۲۱۹	مهدی اکبری	دلاوران	۱۳۶۱۵	۲۶۹	رحیم زارعی	قصر دشت	۲۴۸۰۶
۲۲۰	شهربانو اصغرپور	ساری	۶۰۶۰	۲۷۰	علی اکبری	پیروزی	۸۴۱۵
۲۲۱	علی عبدی الوار	استادشهریار تبریز	۴۵۰۹	۲۷۱	مصطفی نعمتی	فلکه جهاد	۲۴۸۲
۲۲۲	ایمان عمادی فرد	کرمان	۷۳۵۹	۲۷۲	الهام گلستانی	نیشابور	۸۲۰۱
۲۲۳	محمدصادق مرادیان	مدرس مشهد	۱۷۷۹۸	۲۷۳	علیرضا رستمی قولقاسم	شهر قدس	۷۶۰۰
۲۲۴	رضا داشعلی	پیروزی	۵۴۲۵	۲۷۴	حسین صفاری اصفهانی	خانه اصفهان	۹۴۸
۲۲۵	فاطمه دیناری	شهریار	۹۳۵۸	۲۷۵	الهام مرزعه	اهواز	۲۴۹۲
۲۲۶	محمدحسین لرنژاد	خیابان دولت	۵۶۴	۲۷۶	بهنام نصیری	ارومیه	۱۰۵۹۲
۲۲۷	دلارام کاظمی	قلهک	۳۴۲۳	۲۷۷	صادق نیک پور	بابل	۶۴۴۶
۲۲۸	هومن میهمی	پیروزی	۳۰۰۰۰	۲۷۸	پریا صاحبی صفاپور	نازی آباد	۲۶۲۹
۲۲۹	حسین بدک	شهری	۱۰۵۷	۲۷۹	آرمین رحیمی فرد	شهرک راه آهن	۴۲۹
۲۳۰	شکیبا فتاحی	میدان ونک	۸۳۰۸	۲۸۰	منصوره شاکری	آفریقا	۱۹۶۳۳
۲۳۱	سعید بخشانی شورباخلو	پاسداران شیراز	۱۰۵۴۲	۲۸۱	پروانه صیادنقلبری	گلزار رشت	۱۷۴۶۸
۲۳۲	بهنام محمودزاده	ارومیه	۴۸۱۷	۲۸۲	رضا قنبری	قزوین	۴۸۵۹
۲۳۳	ام لیلا بلندرفارسته کناری	شهر قدس	۱۶۸	۲۸۳	امیرحسین کاظمی	آمل	۸۹۳
۲۳۴	فرهاد اکبری خرم	قم	۱۰۰۸۶	۲۸۴	قدرت اله اسماعیل بیگی	میدان ونک	۴۰۱۹
۲۳۵	رضا احمدی	آرژانتین	۸۵۶	۲۸۵	احمد ارشدی	میدان تجریش	۱۲۴۶
۲۳۶	فرهاد ظهوری	فرودگاه امام خمینی	۱۴۵۸۱	۲۸۶	فرزانه فضلی خلف	نازی آباد	۳۰۰۰۰
۲۳۷	محرملی سیفی ثیا	شهر قدس	۱۳۸۲۸	۲۸۷	مبین نیکزادطهرانی	بابل	۸۹۷۸
۲۳۸	سیدصدرا صفوی	خیابان جمهوری	۲۶۱۵۴	۲۸۸	احمد کرمی	آفریقای شمالی	۳۳۶۵
۲۳۹	سیدحسین عوادی موسوی	اهواز	۱۰۸۲	۲۸۹	مصطفی خلیلی	فلکه جهاد	۱۰۹۸۴
۲۴۰	مسعود پورعلی اکبر	تبریز	۵۲۹	۲۹۰	غلامعباس دهقانی	اصفهان	۲۱۶۵۵
۲۴۱	الهام مرادی سرخونی	بندر عباس	۹۷۱۸	۲۹۱	راضیه زارع	پاسداران شیراز	۱۳۶۷۸
۲۴۲	علی اسمعیلی	ترمینال ۲ فرودگاه مهر آباد	۳۰۰۰۰	۲۹۲	سیدمحمد ناظمی	شهر قدس	۳۵۴۹
۲۴۳	زهرا صفدری فشمی	خیابان دکتر بهشتی	۲۶۳۳	۲۹۳	علیرضا کیخا	کیش	۱۸۴۹
۲۴۴	علی سوهانی	سعادت آباد	۹۵۰۹	۲۹۴	بهزاد سلیمانی	شهریار	۳۰۰۰۰
۲۴۵	فرید رئیسزاده	میدان توحید کرج	۹۹۴۹	۲۹۵	محمد رضائی	قزوین	۱۸۰۷۴
۲۴۶	محمد رجبی	جنت آباد	۶۷۶۶	۲۹۶	حیدر عباسی	شهریار	۴۵۰۴
۲۴۷	رضا اردستانی	پیروزی	۹۴۳۳	۲۹۷	سامان نیر	میدان توحید کرج	۲۱۵۵
۲۴۸	سیدعلیرضا میرآفتاب	همدان	۱۶۶۳	۲۹۸	حمیدرضا کوه زاده	جهانشهر کرج	۵۹۹۱
۲۴۹	حسین صدیقی	بلوار هاشمیه - مشهد	۶۹۸۶	۲۹۹	مجید تقی	فرودگاه امام خمینی	۱۰۵۹۱
۲۵۰	جواد پورحسین	بازار تبریز	۱۰۰۰	۳۰۰	سیده ثنا رضوی فرد	سعادت آباد	۲۴۴۳

ردیف	نام و نام خانوادگی	نام شعبه	امتیاز	ردیف	نام و نام خانوادگی	امتیاز	نام شعبه
۳۰۱	عبدالغنی فرگرگیچ	زاهدان	۳۰۰۰	۳۵۱	لادن بهنام شجاعی	مژه	۵۳۴۲
۳۰۲	میثم سلطانپور	تبریز	۲۱۳۵	۳۵۲	آرش نظرعلی خان	پیروزی	۳۰۰۰
۳۰۳	محسن صدیقی	مدرس مشهد	۶۱۱۱	۳۵۳	لیلیت غریبی	بلوار ۲۴ متری سعادت آباد	۲۴۷۴۷
۳۰۴	سیدمهدی سادات	قم	۱۲۹۸۲	۳۵۴	ارغوان هنرخواه	آفریقای شمالی	۵۷۸۰
۳۰۵	مسعود ملکی ویری	تهرانسر	۲۰۷۳۷	۳۵۵	حامد عباسی دوم شهری	فلکه جهاد	۲۹۲
۳۰۶	محمدجواد قارویی	قم	۶۴۹۶	۳۵۶	آرش زاده خاطر	سرو	۱۱۴۸۲
۳۰۷	سجاد الهی	زاینده رود	۲۳۹۹۴	۳۵۷	سنا نجاری	استادشهریار تبریز	۳۴۸۱
۳۰۸	فاطمه وزینی غفور	همدان	۳۰۰۰	۳۵۸	میثم بهلولی	اریکه ایرانیان	۷۶۶
۳۰۹	سجاد رحمانی بنماران	اردبیل	۲۶۴۷	۳۵۹	مهدی میرمهدیان	شهری	۸۰۲۴
۳۱۰	قاسم صالحی طبیلو	معالی آباد شیراز	۱۶۳۴۴	۳۶۰	وحید محجوبی	پونک	۶۶۷۹
۳۱۱	آرش خلیلی تفرشی	خیابان سید جمال الدین اسدآبادی	۱۶۶۹۸	۳۶۱	ملیکا حسین زاده ملکی	پاسداران	۵۷۲
۳۱۲	شایان پناهی	هایپر استار	۶۲۴۶	۳۶۲	فریدون پروینی	میدان ونک	۱۳۳۱
۳۱۳	حمیده پولادی	نیشابور	۳۴۰۸	۳۶۳	اکرم جعفرزادگان	قم	۳۳۸۰
۳۱۴	مهسا احدی ازبیری	یافت آباد	۵۲۸	۳۶۴	بهروز سلطانی	شهریار	۹۹۶۰
۳۱۵	محمدسعید ساعی پور	شهرک اکباتان	۱۲۵۳۳	۳۶۵	عرفان یوسفی کوره	فلکه سوم تهرانپارس	۲۷۱۰
۳۱۶	علی سمیع زاده	نازی آباد	۲۸۶۵	۳۶۶	جواد حیدری توشمانلو	بازار کفکش ها	۳۰۳۱
۳۱۷	امید شهبازی	ملاصدرا	۳۰۵۷	۳۶۷	سعید علی محمدی	یافت آباد	۷۷۱۳
۳۱۸	مهیار مهدی خانی	بلوار دریا	۲۸۹۹	۳۶۸	ایلیا مرادی خواه	میدان آرژانتین	۱۲۴
۳۱۹	آتوسا کاظمی زادنامور	ولنجک	۴۳۶۵	۳۶۹	محمدخلیل محمدی زاده	خیابان سرداران ارومیه	۱۲۵۰۶
۳۲۰	هومن نصراللهی مقدم	میدان تجریش	۱۹۱۸	۳۷۰	فاطمه سلامی	کیش	۱۶۶۹
۳۲۱	عباسعلی رجائی نجف آبادی	زاینده رود	۶۳۵	۳۷۱	حسین صالحی حاجیکلاهی	ساری	۴۲۹۷
۳۲۲	علی حسین زاده باغوحش	میدان حسین آباد	۲۱۴۳	۳۷۲	سیروس توردانی کرانی	خانه اصفهان	۱۱۵۱۸
۳۲۳	اکبر رابودان	خیابان لواسانی	۳۰۰۰	۳۷۳	محمد شیرین قلعه کاهی	قرنی مشهد	۶۶۰
۳۲۴	علی باقری	پونک	۳۰۰۰	۳۷۴	عباس کعب کرم اله	اهواز	۱۱۵۳۶
۳۲۵	فاطمه علی نژادخان شیر	بلوار فردوس	۶۱۱۰	۳۷۵	حسین گودرزی	بلوار کشاورز	۷۴۷۳
۳۲۶	محمد فروزان کمالی	بوشهر	۳۳۰۲	۳۷۶	بهنام احمائی	مدرس مشهد	۱۰۵۳۸
۳۲۷	نازلی اشرفی	ولیعصر تبریز	۵۲۱۰	۳۷۷	داود پوراسد	میدان آرژانتین	۹۶۲۲
۳۲۸	امیر کربلانی ترکی	منیریه	۱۷۰۷	۳۷۸	مالک شهیدی ارقینی	خیابان سیدجمال الدین اسدآبادی	۳۶۲۱
۳۲۹	تقیه سادات موسوی نیکو	اقدسیه	۲۲۰۸	۳۷۹	سیدکمال شیخانی شمس آبادی	خانه اصفهان	۲۷۵۶۵
۳۳۰	دیان عامری درقه	میدان ونک	۱۶۸۵۳	۳۸۰	ابراهیم شاهین ورنوسفاد رانی	اصفهان	۲۴۸۰
۳۳۱	سیده زهره ابراهیمیان شیاذه	خیابان کارگر شمالی	۳۸۱۸	۳۸۱	کیومرث بدری	قزوین	۹۴۰۳
۳۳۲	ندا قلعه قوند	منیریه	۴۱۹۱	۳۸۲	امیر رنجبر	تبریز	۳۰۰۰
۳۳۳	محمد شریفی	فرودگاه امام خمینی	۲۷۳۰	۳۸۳	جعفر گشائی	خیابان لواسانی	۹۹۹۸
۳۳۴	حسین شریفی نیا	منیریه	۷۲۹۵	۳۸۴	امید رضائیان	مشهد	۴۱۰۴
۳۳۵	زهره فخمی توکل	شهریار	۱۱۰۸۳	۳۸۵	سودابه نورافزا	قصردشت	۲۰۶۲
۳۳۶	محمد مهدی توانگرزمین	شیراز	۴۶۲	۳۸۶	سعید نصیرلو	بزرگراه فتح	۳۰۰۰
۳۳۷	عباس رضائی	سجاد مشهد	۶۳۸۰	۳۸۷	محسن پنچی	میدان توحید کرج	۱۸۱۵
۳۳۸	زهره عبادی مونس	قم	۶۲۱	۳۸۸	شهرام نوروزی	پونک	۱۳۷۴۳
۳۳۹	مصطفی رستم نژاد	بوشهر	۳۱۴۲	۳۸۹	جواد نوروزی گلوندانی	خانه اصفهان	۶۴۷۴
۳۴۰	جمال الدین حسینی	شهریار	۶۸۴۵	۳۹۰	رضا والی نژادولیان	جهانشهر کرج	۱۰۶۱۱
۳۴۱	حمید رحمانی	شهریار	۱۴۲۹۶	۳۹۱	شهرام خالقی	خیابان دولت	۷۲۱۴
۳۴۲	عصمت جورقی	قرنی مشهد	۴۳۷۱	۳۹۲	مهرداد غفاری	پاسداران شیراز	۵۷۸۳
۳۴۳	حیدر سلیمانی پور	بوشهر	۷۹۱۳	۳۹۳	هوشنگ بهرآبادی	مشهد	۵۴۸۲
۳۴۴	غزاله فروزانفر	پیروزی	۲۷۴۸	۳۹۴	محمد سعیدی	میدان هفت تیر	۹۰۶
۳۴۵	حسن تادو	قشم	۱۹۵۳	۳۹۵	محمد رضا عرب	یافت آباد	۳۹۸۲
۳۴۶	سامان یادگاری قهاریجانی	میدان نبوت	۱۱۰۱۵	۳۹۶	امیرحسین فضلی	نیشابور	۷۵۹
۳۴۷	مریم پورابراهیم	گلزار رشت	۹۱۹	۳۹۷	مولود سنگچی	یافت آباد	۱۳۵۲
۳۴۸	بابک نصیری	مهرشهر کرج	۱۳۷۴۳	۳۹۸	عباس باصری	میدان آرژانتین	۱۳۳۹
۳۴۹	یامین نظام خواه	قرنی مشهد	۵۹۹۲	۳۹۹	الهه جعفری چمگردانی	فرودگاه امام خمینی	۴۵۳۷
۳۵۰	حسن آجروئی	شهری	۲۹۱۷	۴۰۰	زهره نامور	بازار	۴۴۱

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه / اباجه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمابر	نام مسئول شعب / اباجه ها
۱	آفریقا	۸۰۱	تهران، یزدگراهِ آفریقا، نرسیده به چهارراه جهان کودک، پلاک ۳۱	۸۸۷۴۴۵۷-۶۱	۸۸۷۳۷۷۳	شاهرخ نیری
۲	مرکزی	۸۰۲	تهران، خیابان انقلاب، بین چهارراه کالج و چهارراه ولیعصر، پلاک ۸۰۳	۶۶۹۵۸۹۳-۶۶۹۵۹۰۵۰	۶۶۹۷۱۰۶۱	سلیمان بیات
۳	اصفهان	۸۰۳	اصفهان، خیابان فردوسی، نبش خیابان منوچهری، ساختمان امیر، پلاک ۱۳	۰۳۱-۳۲۲۳۰۴۲۴-۷	۰۳۱-۳۲۲۳۰۴۲۸	جمشید باقری
۴	باغ فردوس	۸۰۴	تهران، خیابان ولیعصر، نرسیده به میدان تجریش، روپرویی باغ فردوس، پلاک ۲۹۴۴	۲۲۷۴۰۷۷۵	۲۲۷۴۰۷۱۵	فاطمه حکیمی
۵	پاسداران	۸۰۵	تهران، خیابان پاسداران، مقابل بوستان ششم، جنب برج سفید، پلاک ۲۵۰	۲۲۵۹۶۵۸	۲۲۵۹۶۵۴۰	مهرداد کریمی
۶	بازار	۸۰۶	تهران، بازار بزرگ، خیابان ۱۵ خرداد غربی، بین چهارراه گلوندک و خیابان ابوسعید، پلاک ۶۸۱	۵۵۵۷۵۷۳۸-۹	۵۵۵۷۶۴۹۵	حسن صالحی کیا
۷	صادقیه	۸۰۷	تهران، ضلع جنوب شرقی فلکه اول صادقیه، پلاک ۹۱۸	۴۴۲۵۴۵۱۸-۲۰	۴۴۲۵۴۵۱۷	مهدی احمدی
۸	اقدسیه	۸۰۸	تهران، خیابان اقدسیه (موجوده دانش)، نبش کوچه نسیم، پلاک ۶۳	۲۲۸۳۳۰۵۶-۲۲۸۳۳۲۴۹	۲۲۸۳۳۲۴۵	مهدی عامری شهبازی
۹	میرداماد	۸۰۹	تهران، خیابان میرداماد، نرسیده به میدان مادر، پلاک ۱۴۸	۲۲۹۳۴۴۵۱-۴	۲۲۹۳۴۴۶۳	ابوالقاسم نصیری
۱۰	دکتر فاطمی	۸۱۰	تهران، خیابان دکتر فاطمی غربی، روپرویی خیابان هشت بهشت، نبش کوچه شیخلر (ششم)، پلاک ۱۴۰	۸۸۹۸۲۱۸۱-۸۴	۸۸۹۸۲۱۹۴	مجتبی قنبرزاده
۱۱	سعادت آباد	۸۱۱	تهران، خیابان سعادت آباد، میدان کاج، پلاک ۱۳	۲۲۰۸۶۱۹۵-۲۰۰	۲۲۰۸۷۷۰۸	بهاره علی یاری
۱۲	جنت آباد	۸۱۲	تهران، خیابان جنت آباد جنوبی، پلین تو از میدان چهار باغ، نبش خیابان لاله غربی، ساختمان سمرقند، پلاک ۴۷	۴۴۴۹۵۲۰۱-۱۲	۴۴۴۹۵۲۲۸	امیر ضیاء
۱۳	خیابان دولت	۸۱۳	تهران، خیابان دولت، نرسیده به چهارراه پاسداران، پلاک ۱۸	۲۲۷۶۴۲۸۲-۷	۲۲۷۸۱۰۶۹	فرهاد عطائی فر
۱۴	میدان ونک	۸۱۴	تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از میدان ونک، نبش خیابان برادران شرقی، پلاک ۲۴۷۷	۸۸۲۰۵۵۵۵-۹	۸۸۲۰۵۴۴۸	متین اقبالزاده
۱۵	ایران زمین	۸۱۵	تهران، شهرک غرب، خیابان ایران زمین، مجتمع ایران زمین، پلاک ۱۳ و ۱۴	۸۸۵۷۷۶۰۵-۱۰	۸۸۵۷۱۲۱۵	بهوش قاسمی
۱۶	اریکه ایرانیان	۸۱۶	تهران، بلوار فرحزادی، نبش اردوگاه غربی، مجتمع اریکه ایرانیان، پلاک ۱	۲۲۳۵۹۲۷۵-۷۸	۲۲۳۵۳۵۱۶	امین کاهه
۱۷	یافت آباد	۸۱۷	تهران، یزدگراهِ آیت اله سعیدی، یافت آباد شرقی، بازار میل ایران، پلاک ۲۰۲ و ۲۰۵	۶۶۲۱۱۰۱۴-۱۷	۶۶۲۳۷۱۱۰	حسن تنجیر قلیچی
۱۸	شهر ری	۸۱۸	شهری، میدان شهری، خیابان ۲۴ متری زکریای رازی (بیات)، پلاک ۲۵۷	۵۵۹۷۰۷۳۲-۵۵۹۷۰۷۳۸	۵۵۹۷۰۷۳۰	محمود احسنی
۱۹	ظفر	۸۱۹	خیابان ظفر، بعد از خیابان کازرون شمالی، پلاک ۱۲۸	۲۶۶۴۵۹۸۶-۲۶۶۴۵۷۱۵		بیژن اسلامی قلیچی
۲۰	آفریقای شمالی	۸۲۰	تهران، خیابان نلسون ماندلا (آفریقا)، بالاتر از خیابان اسفندیار، نبش شمالی خیابان شهید سعیدی، پلاک ۱۵۸	۲۶۲۱۹۶۵۸-۲۶۲۱۹۹۰۸	۲۶۲۱۹۷۱۳	حیدررسانی فر
۲۱	جام جم	۸۲۱	تهران، خیابان ولیعصر، نرسیده به چهارراه پارک وی، نبش کوچه ترکش دوز، پلاک ۲	۲۶۲۱۰۹۱۳-۱۴	۲۶۲۱۰۹۱۷	آزاده قدیمی
۲۲	پیروزی	۸۲۲	تهران، خیابان پیروزی، نبش خیابان عادلی	۳۳۳۲۳۱۴۰-۲	۳۳۳۳۳۱۴۳	عباس دانش بقا
۲۳	ولنجک	۸۲۳	تهران، خیابان ولنجک، خیابان چهاردهم، پلاک ۷	۲۴۴۲۱۲۲۷-۳۱	۲۴۱۲۲۵۹۰	هومن رسولی
۲۴	خیابان آذریباجان	۸۲۴	تهران، خیابان آزادی، نبش خیابان آذریباجان، پلاک ۱۰۴۶	۶۶۰۶۷۸۸۲-۶۶۰۶۷۸۸۴-۶	۶۶۰۶۷۸۸۰	فرخ فرجی
۲۵	شهرک اکباتان	۸۲۵	شهرک اکباتان، فاز یک، خیابان نفیسی، روپرویی مخابرات، پلاک ۵۹	۴۰۴۴۶۹۰۳-۴۰۴۴۶۹۲۵	۴۴۶۹۵۳۴۳	حسام حاجی حیدری
۲۶	میدان آرژانتین	۸۲۶	تهران، میدان آرژانتین، اول خیابان بهمنی، پلاک ۲۱	۸۸۵۱۷۶۴۰-۸۸۵۱۷۴۱۸	۸۸۵۱۷۳۸۱	سیدجعفر لاجوردی
۲۷	خیابان ملت اکباتان	۸۲۷	تهران، خیابان سعدی جنوبی، خیابان اکباتان، پلاک ۹۳	۳۳۹۹۸۰۰۵-۷	۳۳۹۹۸۰۰۹	مهدی عبدلی وشته
۲۸	قیطریه	۸۲۸	تهران، بلوار ۳۵ متری قیطریه، روپرویی پارک قیطریه، پلاک ۸۵	۲۲۳۳۴۳۲۷-۸	۲۲۳۳۴۲۵۸	نازنین رحیمی
۲۹	ملاصدرا	۸۲۹	تهران، خیابان ملاصدرا، بعد از خیابان شیراز، پلاک ۱۳۲	۸۸۱۲۳۵۱۷-۸۸۱۲۳۴۴۸	۸۸۱۲۳۶۳۱	مهدی باقی
۳۰	خیابان سید جمال الدین اسد آبادی	۸۳۰	تهران، خیابان سید جمال الدین اسد آبادی، نبش شمالی خیابان ۴۹، پلاک ۴۳۳	۸۸۲۱۷۹۳۵-۸۸۲۱۰۲۹۶	۸۸۲۱۸۶۳۷	فاطمه حاجی بابائی
۳۱	میدان قزوین	۸۳۱	تهران، خیابان کارگر جنوبی، ضلع شمال شرقی میدان قزوین، پلاک ۱۸	۵۵۴۸۱۱۷۲-۴	۵۵۴۸۱۱۷۹	داریوش خداداد
۳۲	خیابان دکتر بهشتی	۸۳۲	تهران، خیابان شهید دکتر بهشتی، بعد از چهارراه سهروردی، پلاک ۱۳۸	۸۸۵۱۲۶۰۳-۸	۸۸۷۴۶۶۹۹	احمد حیدرهانی
۳۳	خیابان کارگر شمالی	۸۳۳	تهران، خیابان کارگر شمالی، بالاتر از خیابان دکتر فاطمی، پلاک ۱۶۱۵	۸۸۹۹۱۳۴۵-۸	۸۸۹۹۱۳۵۰	افشین فرج زاده
۳۴	فلکه سوم تهرانپارس	۸۳۴	تهران، خیابان حجرین عدی، بالاتر از فلکه سوم تهرانپارس، نبش خیابان ۲۱۴ شرقی، پلاک ۱۳۰	۷۷۳۷۰۳۷۸-۷۷۳۷۰۱۸۶	۷۷۳۷۰۴۴۱	زهرا کسرائی پور
۳۵	خیابان ولیعصر - پارک ساعی	۸۳۵	تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از خیابان شهید دکتر بهشتی، نبش کوچه کوزه گر، پلاک ۲۱۳۳	۸۸۷۰۹۴۸۱-۸۸۵۵۶۹۶۵-۲	۸۸۵۵۶۹۶۶	مژگان طرفه نژاد
۳۶	فلکه اول تهرانپارس	۸۳۶	تهران، فلکه اول تهرانپارس، ابتدای خیابان حجرین عدی، نبش خیابان ۱۴۸ غربی، پلاک ۳۲	۷۷۷۲۳۲۵۰-۵۴	۷۷۷۲۳۲۵۵	امین بیگلری
۳۷	بازار کفاشها	۸۳۷	تهران، بازار بزرگ تهران، سزه میدان، بازار کفاشها، نبش بازار خاها، پلاک ۶۴	۵۵۱۵۱۸۰۲-۴-۵	۵۵۱۶۱۰۷۳	سید محمد میرحسینی نیری
۳۸	الهیّه	۸۳۸	تهران، خیابان ولیعصر، خیابان شهید فیاضی، بعد از خیابان کوهیار، پلاک ۶۹	۲۶۲۰۰۹۶۲-۶۳		رضا جلالی
۳۹	منیریه	۸۳۹	تهران، خیابان ولیعصر، میدان منیریه، خیابان معیری، نبش نبست نظامی، پلاک ۵۳	۶۶۴۹۱۰۷۵-۸۷-۸۵	۶۶۴۹۱۰۷۳	حسین یوسفی پور
۴۰	شهرک راه آهن	۸۴۰	تهران، اتوبان همت غرب، شهرک گلستان، بلوار امیر کبیر، نرسیده به چهارراه گلها، پلاک ۵۳	۴۴۷۳۸۹۵۹-۴۴۷۳۸۹۶۹	۴۴۷۳۷۸۸۸	مهدی طلایی

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه / بانه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمابر	نام مسئول شعبه / بانه
۴۱	میدان نبوت	۸۴۱	تهران، بزرگراه رسالت، خیابان آیت، ضلع جنوب غربی میدان نبوت، پلاک ۵۶۰	۷۷۹۴۰۴۸-۹	۷۷۹۴۰۴۱۸	علی حمیدیا
۴۲	دلاوران	۸۴۲	تهران، میدان رسالت، خیابان هنگام، بلوار دلاوران، بین چهارراه آزادگان و تکاوران، پلاک ۳۷۵	۷۷۲۱۳۸۴۸-۷۷۱۸۱۳۹۱	۷۷۲۱۳۷۷۷	تیمور طاهری
۴۳	شهران	۸۴۴	تهران، میدان دوم شهران، ابتدای خیابان یکم پلاک ۴	۴۴۳۲۷۹۷۱-۴۴۳۲۸۱۴۷	۴۴۳۲۸۳۲۹	منصوره رضاییان مقدم
۴۴	بلوار فردوس	۸۴۵	تهران، بزرگراه شهید ستاری، بلوار فردوس شرقی، پلاک ۴۳۴	۴۴۰۰۰۳۸۵-۶	۴۴۰۰۰۸۲۶	سازا گلدوست مرندی
۴۵	فرودگاه امام خمینی	۸۴۶	تهران، کیلومتر ۳۰ اتوبان تهران - قم، فرودگاه بین المللی امام خمینی، سالت ورودی	۵۵۶۷۸۴۰۸-۹	۵۵۶۷۸۴۱۰	---
۴۶	میدان تجریش	۸۴۷	تهران، میدان تجریش، خیابان شهرداری، پلاک ۸۱	۲۲۷۳۲۳۵۲-۲۲۷۳۲۱۳۹	۲۲۷۳۲۴۴۸	---
۴۷	نازی آباد	۸۴۸	تهران، نازی آباد، خیابان مدائن، پلاک ۱۱۶ و ۱۱۸	۵۵۳۲۱۰۰۴-۷	۵۵۳۵۶۰۵۱	علی اکبر عینی
۴۸	سرو	۸۴۹	تهران، سعادت آباد، بلوار سرو غربی، نبش شمال شرقی میدان سرو، پلاک ۷۷	۲۲۰۹۴۳۵۶	---	احسان ملاحمیدی
۴۹	ترمینال ۲ فرودگاه مهرآباد	۸۵۲	تهران، فرودگاه بین المللی مهرآباد، ترمینال ۲، زیر پارکینگ طبقاتی	۴۴۶۹۰۰۹۰-۴۴۶۳۱۳۹۷	۴۴۶۹۲۲۵۲	مصطفی کریمی
۵۰	امین حضور	۸۵۳	تهران، میدان بهارستان، خیابان مصطفی خمینی، خیابان امیرکبیر شرقی، نبش کوچه جاویدی، پلاک ۱۴۰	۳۳۴۴۳۷۱۱-۳۳۴۴۳۷۰۴	۳۳۱۳۸۳۱۴	---
۵۱	مولوی	۸۵۴	تهران، خیابان مولوی شرقی، نبش کوچه شهید علی اکبر قاسمی، پلاک ۵۱۸	۵۵۱۵۷۳۷۶-۵۵۱۵۶۱۰۹	۵۵۱۵۷۲۹	عباس سیفی
۵۲	خیابان لوازانی	۸۵۵	تهران، کابرنه، خیابان لوازانی غربی، نبش دوراهی آریا، پلاک ۳	۲۲۸۱۶۶۹۲-۳-۵	۲۲۸۱۶۶۸۹	اله میرزانی
۵۳	تهرانسر	۸۵۶	تهران، تهرانسر، بلوار اصلی، نبش خیابان ۱۴	۴۴۵۸۷۵۹۶-۴۴۵۸۷۵۸۶	۴۴۵۱۷۶۶۲	محسن باقری نیا
۵۴	هایبر استار	۸۵۷	تهران، بزرگراه شهید باکری جنوب، مرکز خرید هایبر استار	۴۴۱۶۷۱۸۵-۶	۴۴۱۶۷۱۹۹	نیما گیلابی
۵۵	آصف	۸۵۸	تهران، زعفرانیه، بلوار یزدانی، نبش غربی خیابان ماکونی پور، پلاک ۱۹	۲۲۸۰۲۳۲۷-۲۲۸۰۲۳۳۰	۲۲۸۰۲۹۰۱	نرین خوش صحبت
۵۶	میدان حسین آباد	۸۵۹	تهران، چهارراه پاسداران، میدان حسین آباد، ساختمان مهدی، پلاک ۱۲۰	۲۲۹۶۰۰۱۳-۲۲۹۵۹۹۷۹	۲۲۹۵۹۹۰۹	حمیدرضا خبری
۵۷	مقدس اردبیلی	۸۶۱	تهران، خیابان مقدس اردبیلی، نبش خیابان فرخ، پلاک ۱	۲۲۸۰۲۴۵۳-۲۲۸۰۲۴۰۹	۲۲۸۰۲۴۶۱	وحید میرزاخانی
۵۸	خیابان ولیعصر - زرتشت	۸۶۲	تهران، بالاتر از میدان ولیعصر، نرسیده به خیابان زرتشت، نبش کوچه ناصر، پلاک ۱۷۷۷	۸۸۸۰۵۷۵۳-۸۸۸۰۶۱۷۸	۸۸۸۰۷۵۹۲	صمد رضازاده
۵۹	خیابان دزاشیب - سه راه عمار	۸۶۳	تهران، میدان قدس، انتهای خیابان شهید کبیری (دزاشیب)، سه راه عمار، پلاک ۱۵۸	۲۲۷۵۳۹۱۴-۱۸	۲۲۷۵۳۹۱۳	رضا جلیل زاده
۶۰	خیابان جمهوری	۸۶۵	تهران، خیابان جمهوری، بین خیابان ولی عصر و شیخ هادی، پلاک ۸۵۲	۲۲۶۹۷۳۹۴-۲۲۶۹۷۳۹۲	۲۲۶۹۷۳۹۸	عباس امیری
۶۱	یهشی- قائم مقام	۸۶۶	خیابان شهید بهشتی، بعد از بزرگراه مدرس، پلاک ۲۷۵	۸۸۵۱۲۶۰۲	---	محمدرضا البرزی
۶۲	دهکده المپیک	۸۶۷	تهران، بلوار دهکده المپیک، خیابان شهید مهدی یعقوبی، پلاک ۲	۴۴۷۰۱۴۶۷	۴۴۷۱۱۷۸۲	مونا رضایی
۶۳	قلهک	۸۶۸	خیابان دکتر شریعتی، بالاتر از دوراهی قلهک، پلاک ۱۴۲۵	۲۲۶۰۱۵۳۷-۲۲۶۰۳۶۱۳	۲۲۶۰۹۷۰۳	روح اله صفری
۶۴	ستارخان	۸۶۹	تهران، میدان توحید، خیابان ستارخان، نبش کوچه ستایش	۲۲۵۶۲۶۱۵-۲۲۵۶۲۴۹۹	۲۲۵۶۲۸۶۵	حمید نودست
۶۵	پونک	۸۷۰	تهران، بزرگراه اشرفی اصفهانی، بالاتر از میدان پونک، نبش کوچه ۱۹، پلاک ۱	۴۴۴۶۲۵۱۰	۴۴۴۶۲۸۱۵	احمد عهدی
۶۶	مژده	۸۷۱	تهران، خیابان نیاوران، خیابان شهید مقدسی (مژده)، خیابان میری، پلاک ۴	۲۲۷۱۶۵۱۶-۲۲۷۱۶۳۵۱	۲۲۷۱۶۲۹۳	نغمه خسروی
۶۷	لاله زار	۸۷۲	خیابان لاله زار نو، نرسیده به خیابان منوچهری پلاک ۴۷۱	۳۲۸۷۰۴۵۸-۳۲۸۷۰۳۱۷	۲۲۵۳۰۱۴۶	محمد سلگی
۶۸	میدان هفت تیر	۸۷۳	میدان هفت تیر، بالاتر از مسجد الجواد، پلاک ۲۷۵	۸۸۸۱۵۶۳۰-۸۸۸۱۵۸۹۰	۸۸۸۴۶۱۹۰	محمدرضا پیشگاه هادیان
۶۹	نیاوران	۸۷۴	تهران، نیاوران، خیابان شهید باهنر، رویروی پارک باهنر، پلاک ۱۴۸	۲۲۱۱۷۱۹۲-۹۳	۲۲۱۱۷۱۹۵	احسان مهدی پور
۷۰	بلوار ۲۴ متری سعادت آباد	۸۷۵	تهران، سعادت آباد، میدان فرهنگ، بلوار ۲۴ متری، نبش کوچه چهارم غربی، پلاک ۱۸	۲۲۳۷۸۵۶۷-۷	۲۲۳۵۷۶۰۵	واله سعیدی
۷۱	خیابان آقابزرگی - الهیه	۸۷۶	تهران، خیابان الهیه، خیابان شهید آقابزرگی، نبش خیابان استانبول، پلاک ۳۷	۲۲۶۹۶۴۵۱-۲	۲۲۶۹۶۴۵۳	بناترین بابانی
۷۲	بزرگراه فتح	۸۷۷	تهران، بزرگراه فتح، جاده قدیم کرج، بعد از شیر باسویزه، مجتمع تجاری تهران، پلاک ۲۳۸	۲۲۸۱۵۹۶۹-۲۲۸۱۵۷۹۸	۲۲۸۱۶۰۰۸	محمود لک
۷۳	شهر قدس	۸۷۸	شهر قدس، بلوار ۴۵ متری انقلاب، رویروی پارک آزادگان، پلاک ۳۶۸	۴۶۸۳۲۲۳۸-۴۶۸۳۲۲۳۸	۴۶۸۳۲۲۴۱	مرتضی باغستانی
۷۴	دروس	۸۷۹	تهران، خیابان شریعتی، منطقه دروس، بلوار شهرزاد، خیابان شیدایی، کوچه اسپند، پلاک ۲	۲۲۶۴۰۳۲۰-۲۲۶۴۰۳۲۴	۲۲۶۴۰۳۰۸	کزال آیت النبی
۷۵	بلوار مرزداران	۸۸۱	تهران، شهرک ژاندارمری، بلوار مرزداران، بین ایثار و دانش، پلاک ۱۳۶	۴۴۲۱۱۲۶۲۹-۴۴۲۱۱۰۴۰	۴۴۲۱۱۸۴۱	عباس آهنگری کیوی
۷۶	بلوار کشاورز	۸۸۲	تهران، بلوار کشاورز، بین خیابان وصال شیرازی و نادری، پلاک ۱۷۸	۸۸۹۸۳۱۵۴-۶	۸۸۹۸۳۱۵۷	شادمان غفوری
۷۷	بلوار دریا	۸۸۳	تهران، خیابان سعادت آباد، بلوار دریا، نبش خیابان رامشه، پلاک ۵۰	۸۸۵۷۸۷۱۱-۸۸۳۳۸۱۸	۸۸۳۳۶۷۹	فاطمه دولت آبادی فراهانی
۷۸	گیشا	۸۸۴	تهران، کوی نصر (گیشا)، نبش خیابان نوزدهم، پلاک ۳۶۲	۸۸۴۸۵۷۸۴-۵	۸۸۴۸۵۷۸۷	رضا محمدقاسمی
۷۹	جهان شهر کرج	۹۰۱	کرج، میدان سپاه، اول بلوار جمهوری، نبش لیلوفر، پلاک ۱	۰۲۶-۳۴۴۶۱۱۵-۱۷،۲۰	۳۴۴۸۱۴۴۵-۰۲۶	رضا حاجی پور

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه/پاچه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمایر	نام مسئول شعب/پاچه ها
۸۰	میدان توحید کرج	۹۰۲	کرج، خیابان شاه عباسی، بین میدان توحید و میدان قدس، برج سامان، طبقه همکف	۰۲۱-۳۲۲۰۶۴۷۱-۴	۰۲۱-۳۲۲۰۵۸۱۲	جبار رضائی دره نیجه
۸۱	شهریار	۹۰۴	شهریار، خیابان ولیعصر، ضلع شرقی میدان امام خمینی (نیش خیابان محسنی)	۰۲۱-۳۲۳۰۲۱-۲۳-۲۶	۰۲۱-۳۲۳۰۲۱-۲۳-۲۶	غلامعلی کریمی ایبازی
۸۲	مهرشهر کرج	۹۰۵	کرج، مهرشهر، بلوار شهرداری، فاز دو، نیش خیابان ۲۰۸، پلاک ۵۴۳	۰۲۱-۳۲۴۱۷۹۰۷	۰۲۱-۳۲۴۱۷۹۰۸	جواد علی بخشی
۸۳	قم	۹۰۰۱	قم، بلوار امین، نیش کوچه ۴۱	۰۲۵-۳۲۹۴۰۶۰۲	۰۲۵-۳۲۹۴۱۶۱۶	مهدی مجاهدی
۸۴	فلکه جهاد - قم	۹۰۰۲	قم، فلکه جهاد، خیابان ۱۹ دی، پلاک ۵۵۵ و ۵۵۷	۰۲۵-۳۲۷۰۸۸۴۰-۲	۰۲۵-۳۲۷۰۵۹۴۹	اکبر مردانی
۸۵	شیراز	۹۱۰۱	شیراز، خیابان زند، حدفاصل خیابان های فلسطین و هفت تیر (۴متری سینما سعدی)، ساختمان پاسارگاد، پلاک ۳۹۶	۰۷۱-۳۲۳۱۹۵۲۲-۵-۶-۷	۰۷۱-۳۲۳۱۹۵۱۳	محمد صیادی هنروز
۸۶	قصر دشت	۹۱۰۳	شیراز، خیابان قصر دشت، سواره خلد برین، پلاک ۷۵	۰۷۱-۳۲۳۷۹۱۸۰	۰۷۱-۳۲۳۷۹۲۱۶	مهرزاد نظری
۸۷	معالی آباد شیراز	۹۱۰۴	شیراز، معالی آباد، بلوار شریعتی، نیش کوچه ۲۷	۰۷۱-۳۲۳۴۱۳۹۷	۰۷۱-۳۲۳۴۱۴۰۶	روح الله پورملاکه
۸۸	پاسداران شیراز	۹۱۰۵	شیراز، بلوار پاسداران، حد فاصل خیابان میبث و تقاطع شهید مطهری، ساختمان سامان	۰۷۱-۳۲۳۳۸۱۱-۳	۰۷۱-۳۲۳۳۷۰۸۰	مهدی ملاشعید
۸۹	بندرعباس	۹۱۲۱	بندرعباس، بلوار امام خمینی، سواره دنگشا، برج نیلوفر، طبقه همکف	۰۷۶-۳۲۳۳۵۳۰۲-۳	۰۷۶-۳۲۳۳۵۳۰۳۰	علیرضا ساردونی
۹۰	زاهدان	۹۱۳۱	زاهدان-خیابان امیرالمومنین مابین امیرالمومنین ۲۷ و ۲۹	۰۵۴-۳۳۳۳۸۲۷۹		محمد علی شیددی
۹۱	بوشهر	۹۱۴۱	بوشهر، میدان امام خمینی، ابتدای خیابان فرودگاه، پلاک ۳۷	۰۷۷-۳۳۵۶۲۳۱۹-۲۴	۰۷۷-۳۳۵۶۲۳۲۵	غلامرضا فرشیدفر
۹۲	قزوین	۹۲۰۱	قزوین، خیابان خیام شمالی، پلاک ۵۶۰	۰۲۸-۳۳۳۵۷۳۰۵-۶	۰۲۸-۳۳۳۵۷۳۰۹۵	محمد جهانگیری پاشاکی
۹۳	همدان	۹۲۲۱	همدان، خیابان جهان نما، روبروی خیابان آزاد، برج شهباز، طبقه همکف، پلاک ۱۵۳	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۹۰-۲	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۸۹	محسن سعیدی
۹۴	کرمانشاه	۹۲۴۱	کرمانشاه، میدان فردوسی، جنب بیمارستان معتضدی، پلاک ۱۲	۰۸۳-۳۲۳۵۹۵۹۰۹-۱۱	۰۸۳-۳۲۳۵۹۵۹۷۱	مهرزاد مرادی
۹۵	ایلام	۹۲۶۱	ایلام، خیابان طالقانی، روبروی فرمانداری، پلاک ۳۵۱	۰۸۴-۳۳۳۳۳۱۷۳	۰۸۴-۳۳۳۳۳۱۵۲	سجاد کلهر کاظمی
۹۶	سنندج	۹۲۷۱	سنندج، چهارراه فلسطین، بلوار سید قطب، پلاک ۳	۰۸۷-۳۳۴۵۵۴۳۲-۳	۰۸۷-۳۳۴۵۵۴۳۶	حسین عبدیان
۹۷	خرم آباد	۹۲۸۱	خرم آباد، خیابان علوی، نرسیده به میدان امام، پلاک ۴۲۲	۰۶۶-۳۳۳۳۵۵۹۱-۲	۰۶۶-۳۳۳۳۵۵۹۱	سعید راهنمایی
۹۸	مشهد	۹۳۰۱	مشهد، بلوار احمد آباد، ۳۰ متری اول احمد آباد (خیابان رضا)، نیش کوچه رضای دوم	۰۵۱-۳۸۴۴۲۰۳	۰۵۱-۳۸۴۴۳۹۱۴	مهدی تونزنده جانی
۹۹	مدرس مشهد	۹۳۰۲	مشهد، بلوار مدرس، نیش مدرس ۵، پلاک ۳۷	۰۵۱-۳۳۲۸۳۸۰۰-۵	۰۵۱-۳۳۲۸۱۰۴۶	محمد مققانی
۱۰۰	سجاد مشهد	۹۳۰۳	مشهد، بلوار سجاد، نیش سجاد ۸ (خیابان لاله جنوبی)	۰۵۱-۳۷۶۴۸۲۰۸-۹	۰۵۱-۳۷۶۴۸۲۰۴۶	ناصر مختاری فارمد
۱۰۱	قرنی (مشهد)	۹۳۰۴	مشهد، بلوار قرنی، مابین چهارراه ابوطالب و قرنی، پلاک ۲۸	۰۵۱-۳۷۱۲۵۸۱۲-۱۷		مجید امیری دولوی
۱۰۲	بلوار هاشمیه (مشهد)	۹۳۰۵	مشهد، بلوار هاشمیه، بین هاشمیه ۱۶ و ۱۸، پلاک ۱۱	۰۵۱-۳۸۸۴۱۵۲۳	۰۵۱-۳۸۸۴۱۵۲۹	اله سازگار
۱۰۳	نیشابور	۹۳۱۶	نیشابور، خیابان امام خمینی(ره)، بین امام خمینی ۲۲ و ۲۴، پلاک ۱۳۸۸	۰۵۱-۳۳۴۹۴۱۳-۱۵	۰۵۱-۳۳۴۹۴۱۶	علی ابراهیمیان
۱۰۴	بجنورد	۹۳۲۱	بجنورد، تقاطع بلوار امام خمینی(ره) و میرزا رضا کرمانی	۰۵۸-۳۲۲۴۴۳۲۰	۰۵۸-۳۲۲۴۴۳۴۸	یاسر محمودخانی
۱۰۵	گلزار رشت	۹۴۰۱	رشت، ابتدای بلوار گلزار، ضلع شرقی میدان باستانی شعار	۰۱۳-۳۳۱۱۴۷۱۰-۱۲	۰۱۳-۳۳۱۱۴۷۱۳	سید بابک دولتی میله سرا
۱۰۶	ساری	۹۴۰۲	ساری، خیابان فرهنگ، بعد از سه سواره قارن، به طرف میدان شهدا	۰۱۱-۳۳۲۵۹۷۱۲-۵	۰۱۱-۳۳۲۵۹۷۱۱	سید عبدالحمید طاهری
۱۰۷	بابل	۹۴۲۱	بابل، میدان ولایت، ابتدای خیابان مدرس، روبروی شهرداری	۰۱۱-۳۲۱۹۷۱۴۰-۴۱	۰۱۱-۳۲۱۹۷۱۴۸	ابوذر اسامه
۱۰۸	آمل	۹۴۳۱	آمل، خیابان امام خمینی(ره)، حد فاصل آفتاب ۱۸ و ۲۰	۰۱۱-۴۴۴۹۶۴۲۱-۲۷	۰۱۱-۴۴۴۹۶۴۳۵	اسفندیار حیدری
۱۰۹	گرگان	۹۴۴۱	گرگان، خیابان ولیعصر (عج)، بین عدالت ۸ و ۱۰	۰۱۷-۳۲۳۶۹۰۰۲-۵	۰۱۷-۳۲۳۶۹۰۱۶	مهدی بافندگان
۱۱۰	سمنان	۹۴۵۱	سمنان، میدان مشاهیر، ابتدای بلوار قدس جنب بانک صادرات	۰۲۳-۳۳۳۶۳۱۸۱-۱۹-۲۲		محمدرضا مصدق
۱۱۱	کرمان	۹۵۰۱	کرمان، خیابان سپید قرنی، نرسیده به میدان سپید قرنی، نیش کوچه قرنی ۸	۰۳۴-۳۲۳۳۳۸۶-۷	۰۳۴-۳۲۳۳۳۷۹۶۰	مالک قادری
۱۱۲	میدان کوثر (کرمان)	۹۵۰۲	کرمان، میدان کوثر، ابتدای بلوار آزادگان	۰۳۴-۳۲۴۷۶۷۱۱	۰۳۴-۳۲۴۷۶۷۴۲	--
۱۱۳	رفسنجان	۹۵۱۱	رفسنجان، ابتدای خیابان مطهری، بعد از پل فجر، ساختمان محمد عسگری	۰۳۴-۳۴۳۲۱۰۳-۵	۰۳۴-۳۴۳۲۱۰۲	علی اکبر ابوطالبی باقرآباد
۱۱۴	زاینده رود	۹۵۲۱	اصفهان، خیابان توحید میانی، نیش کوچه شهید تقی آبادی، پلاک ۵	۰۳۱-۳۲۸۲۵۷۴	۰۳۱-۳۲۸۲۵۷۴	عباس سبزه زار
۱۱۵	چهارباغ بالا	۹۵۲۲	اصفهان، میدان آزادی، خیابان چهارباغ بالا، نیش کوچه بهار آزادی، پلاک ۱۶۹	۰۳۱-۳۲۲۰۶۰۷۶-۷	۰۳۱-۳۲۲۰۶۰۷۹	علیرضا مستاجران
۱۱۶	خیابان حافظ اصفهان	۹۵۲۳	اصفهان، میدان امام (قش جهان)، ابتدای خیابان حافظ، پلاک ۳۳	۰۳۱-۳۲۲۰۹۴۷۷-۹	۰۳۱-۳۲۲۳۷۴۲۶	مجید سیف الدینی
۱۱۷	خانه اصفهان	۹۵۲۴	اصفهان، شهرک خانه اصفهان، خیابان گلستانه، پلاک ۶۰	۰۳۱-۳۴۴۱۲۲۷۲-۵	۰۳۱-۳۴۴۱۳۶۸۸	احسان جمشیدیان
۱۱۸	سیتی سنتر اصفهان	۹۵۲۵	اصفهان، بزرگراه شهید وحید دستجردی، مقابل ورودی جنوبی سپاهان شهر، مجتمع سیتی سنتر اصفهان، طبقه همکف	۰۳۱-۳۶۵۱۶۸۴۱-۲	۰۳۱-۳۶۵۱۶۸۴۳	سمیرا سبزه زار
۱۱۹	یزد	۹۵۴۱	یزد، خیابان امام خمینی(ره)، نیش کوچه شهید صدوقی، پلاک ۲۷۴	۰۳۵-۳۲۲۱۶۹۱۰-۲	۰۳۵-۳۲۲۱۶۹۲۵	حمید دهقانی قنقی
۱۲۰	بلوار جمهوری اسلامی یزد	۹۵۴۲	یزد، بلوار جمهوری اسلامی نیش کوچه محمود آباد، رو به روی برج آسمان	۰۳۵۳۳۰۲۱۴۰-۴۹		محمدرضا زارع
۱۲۱	اراک	۹۵۵۱	اراک، خیابان شهید رجایی، پلاک ۸۸۲۷	۰۸۶-۳۲۲۱۴۴۰۴-۵	۰۸۶-۳۲۲۲۵۹۵۷	طاہر کریمی
۱۲۲	تبریز	۹۶۰۱	تبریز، خیابان امام، بالاتر از چهارراه شهید بهشتی، نیش کوی فرهنگ، پلاک ۵۲۱	۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۰۰-۲۰	۰۴۱-۳۳۳۷۵۱۶۰	غلامرضا نیکبهد
۱۲۳	ولیعصر تبریز	۹۶۰۲	تبریز، خیابان ولیعصر(عج)، حدفاصل فلکه بازار و ایردک، پلاک ۱۶	۰۴۱-۳۳۳۲۲۴۰۹	۰۴۱-۳۳۳۰۱۱۵۵	علیرضا محمودی
۱۲۴	۱۷ شهریور تبریز	۹۶۰۳	تبریز، ابتدای خیابان ۱۷ شهریور جدید، جنب ساختمان آبان، پلاک ۱۴	۰۴۱-۳۵۵۷۳۶۷۰-۲	۰۴۱-۳۵۵۷۳۶۷۳	محمد علی رضایی اقدم
۱۲۵	استاد شهریار تبریز	۹۶۰۴	تبریز، ابتدای جاده اتل گلی، نیش کوی الهی پرست، پلاک ۳	۰۴۱-۳۳۲۹۳۳۶۲	۰۴۱-۳۳۲۹۳۳۶۰	محمد رضا مریخی آذری

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه/باجه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمایر	نام مسئول شعب/باجه‌ها
۱۲۶	بازار تبریز	۹۶۰۵	تبریز، خیابان جمهوری اسلامی، ابتدای خیابان دارائی (شهید مدنی)، پلاک ۱۴۲۷	۰۴۱-۳۵۴۴۰۴۹	۰۴۱-۳۵۴۴۶۲۳	اروج میرزانی
۱۲۷	ارومیه	۹۶۲۱	ارومیه، خیابان کاشانی، رویروی مرکز بهداشت، پلاک ۱۵۶	۰۴۴-۳۲۴۴۳۱۱	۰۴۴-۳۲۴۴۰۳۹۲	شهلا امامی
۱۲۸	خیابان سرداران ارومیه	۹۶۲۲	ارومیه، خیابان سرداران، جنب کوچه شهید صفوی (کوچه تلفنخانه سابق)، پلاک ۱۶۹	۰۴۴-۳۲۴۵۰۵۳۳-۲۴	۰۴۴-۳۲۴۷۸۴۶	مسعود نامی فر
۱۲۹	اردبیل	۹۶۴۱	اردبیل، خیابان شیخ صفی، پلاک ۱۶۰	۰۴۵-۳۳۲۵۲۶۰-۵	۰۴۵-۳۳۲۵۳۰۱	ناصر هوشیاری
۱۳۰	زنجان	۹۶۸۱	زنجان، میدان آزادی، ابتدای خیابان امام، ساختمان ممتاز	۰۲۴-۳۳۳۲۰۶۵۴-۵	۰۲۴-۳۳۳۲۷۷۳۳	حمید رضا ففغوری
۱۳۱	اهواز	۹۷۰۱	اهواز، خیابان شهید چمران (کیانپارس)، حد فاصل خیابانهای ۳ و ۴ شرقی، پلاک ۲۰۵	۰۶۱-۳۳۹۲۰۵۲۴-۶	۰۶۱-۳۳۹۲۰۷۴۵	فاطمه حیاتی
۱۳۲	کیش	۹۸۰۱	کیش، خیابان فردوسی، مرکز تجاری کیش، طبقه همکف	۰۷۶-۴۴۴۵۲۴۹۰-۹۵	۰۷۶-۴۴۴۵۲۳۵۹	پیمان خیاطی
۱۳۳	قشم	۹۸۲۱	قشم، بلوار ولیعصر (امام قلی خان)، رویروی مجتمع تجاری خلیج فارس، ساختمان غدیر	۰۷۶-۳۵۲۴۲۶۴۰-۴۱	۰۷۶-۳۵۲۴۲۶۵۰	عباس اطهری
۱۳۴	اروند	۹۸۵۱	آبادان، بلوار شهید منتظری (شاپور سابق)، نبش خیابان امیر کبیر (امیری)	۰۶۱-۵۳۲۴۶۷۲۴-۵	۰۶۱-۵۳۲۴۶۷۳۱	حمید چنگیزیان

شعب بانک سامان پاسخگوی همیشگی شما

ساعت کاری شعب		
شعب	شنبه تا چهارشنبه	پنج شنبه
شعب استان‌های تهران و البرز	۷/۴۵ تا ۱۵/۴۵	۱۲/۴۵ تا ۷/۴۵
شعبه‌های استان تهران	۱۸ تا ۱۸	۱۳ تا ۱۳
شعب استان‌های اصفهان، فارس، قم، آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی، خراسان رضوی، اردبیل و اهواز	۱۵/۳۰ تا ۷/۳۰	۱۲/۳۰ تا ۷/۳۰
شعبه فرودگاه امام خمینی (ره) و واحد CIP	۲۴ ساعته	
شعبه سیتی سنتر اصفهان	۱۷/۳۰ تا ۸/۳۰	۱۴ تا ۸/۳۰
شعب سایر شهرستان‌ها	۱۴/۱۵ تا ۷/۳۰	۱۳/۱۵ تا ۷/۳۰
شعبه کیش	۱۵/۳۰ تا ۷/۳۰	۱۲/۳۰ تا ۷/۳۰
شعبه قشم	۱۶ تا ۱۶	۱۳/۳۰ تا ۸

سرپرستی‌ها

ردیف	عنوان سرپرستی	نام سرپرست	شماره تلفن
۱	سرپرستی منطقه ۱	مریم طرفی‌نژاد	۲۲۳۹۶۹۰۶-۲۲۷۱۷۵۹۷-۲۲۷۵۳۹۱۹
۲	سرپرستی منطقه ۲	بابک برومند	۷۷۹۱۷۰۳-۷۷۹۱۷۱۳۱-۷۷۹۱۱۵۰۹-۷۷۹۱۰۱۱۹-۷۷۹۱۲۱۵۴
۳	سرپرستی منطقه ۳	علیرضا رشیدی	۸۸۶۲۹۰۶۷-۸۸۲۱۷۹۰۲-۸۸۶۱۶۴۸۵
۴	سرپرستی منطقه ۴	الیاس عباس‌زاده	۴۴۷۳۹۱۱۱
۵	سرپرستی شعب استان‌های شمال	طاها احمدزاده	۳۳۲۵۹۷۸۱-۳۳۲۵۹۷۸۶-۳۳۲۵۹۷۸۴-۰۱۱
۶	سرپرستی شعب استان‌های شمال غرب	احمد اسدی افشرد	۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۴۰-۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۳۸
۷	سرپرستی شعب استان‌های شرق و شمال شرق	محمد محقق طوسی	۱۱۲-۱۱۴-داخلی ۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۴۴-۵
۸	سرپرستی شعب استانهای مرکز	حسین شکوه‌نیا	۰۳۱۳-۶۲۸۲۱۱۲-۰۳۱۳-۶۲۸۴۰۸۰
۹	سرپرستی شعب استانهای غرب	محسن سعیدی	۰۲۴-۳۳۳۶۵۸۶۲-۳۳۳۶۵۸۶۳
۱۰	سرپرستی شعب استان‌های جنوب و جنوب غرب	علیرضا پاک‌نژاد	۰۷۱-۳۸۴۴۴۴۷۰
۱۱	سرپرستی شعب استان‌های جنوب شرق	احمد شریعتمداری	۰۳۴۳-۲۲۳۸۷۹۴

دفاتر بانکداری اختصاصی

نام دفتر	نام مسئول دفتر	کد دفتر	نشانی	شماره تماس
دفتر بانکداری اختصاصی زعفرانیه	آقای محسنی	۸۶۴	تهران - زعفرانیه - خیابان یکتا - ابتدای خیابان طاهری - پلاک ۳	۲۲۷۱۶۵۳۸
دفتر بانکداری اختصاصی تبریز	آقای جهانگیرزاده سوره	۸۶۴۱	تبریز - خیابان امام - بالاتر از چهارراه بهشتی - نبش کوچه فرهنگ - ساختمان بانک سامان - طبقه سوم	۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۵۱
دفتر بانکداری اختصاصی مشهد	آقای زره داران	۸۶۴۲	مشهد - بلوار سجاد - نبش سجاد هشتم - ساختمان بانک سامان - طبقه هفتم	۰۵۱-۳۷۶۸۱۷۱۶
دفتر بانکداری اختصاصی قم	آقای قافله باشی	۸۶۴۳	قم - بلوار امین - نبش کوچه ۴۱ - ساختمان بانک سامان - طبقه دوم	۰۲۵-۳۲۴۰۰۴۴۱
دفتر بانکداری اختصاصی اصفهان	آقای گیلانی فر	۸۶۴۴	اصفهان - خ توحید جنوبی - بعد از چهارراه پلیس - ساختمان زیوار - طبقه پنجم - واحد ۵۰۱	۰۳۱-۳۱۲۲۲۴۴۷



باشگاه پیشنهادهای هیجان انگیز

به توان هم

باشگاه مشتریان بانک سامان

- در سامانیوم، با امتیازهای سامانی خود جایزه بگیرید.
- در قرعه‌کشی سامانیوم شرکت کنید.



پوز و بیشتر از پوز

باشما هستیم

مرکز سامان ارتباط، ۰۲۱-۶۴۲۲

www.sb24.ir

بسته پذیرندگان

- استفاده از خدمات دستگاه کارت خوان، حساب جاری و بیمه تکمیلی
- استفاده از خدمات ریزتراکنش‌ها در دستگاه موبایل و رایانه شخصی



دستیار هوشمند کسب و کار شما

باشما هستیم

مرکز سامان ارتباط: ۰۲۱-۶۴۲۲

www.sb24.ir

موبایل

- گزارش گیری ریز تراکنش های دستگاه کارت خوان
- مغایرت گیری حساب



برای روز مبادا!

باشما هستیم

مرکز سامان ارتباط: ۰۲۱-۶۴۲۲

www.sb24.ir

کارت اعتباری

- اعتبار تا سقف ۲۰۰ میلیون تومان با شارژ مجدد
- بازپرداخت به صورت اقساطی (حداکثر ۴۸ ماه) یا یکجا



برای مدیریت تراکنش‌های حساب
رو موبایلت حساب کن!