

سلمان

سال نهم، شماره ۷۱
اردیبهشت ۱۳۹۲

بانک سامان
SamanBank

بودجه هدایای نوروزی بانک سامان
صرف بازسازی شهر ورزقان شد



از مدرسه بدیم تشکر کنیم که من می‌تونم توش درس بخونم

فیل منوگم

زهرا ۸ ساله از ورزقان



دستون درد نکنه



باشماه تیم

گروه مالی سامان

بیمه سامان

تهران - خیابان خالد اسلامبولی (وزرا) - شماره ۱۲۳
تلفن: ۸۸۷۰۰۲۰۵ و ۸۹۴۳-۰۲۱ نمابر: ۸۸۷۰۰۲۰۴ www.samaninsurance.com



شرکت کارگزاری بانک سامان

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



شرکت پرداخت الکترونیک سامان کیش

تهران - خیابان ولیعصر - بالاتر از میدان ونک - انتهای خیابان خدای - پلاک ۱۰۴
تلفن: ۸۴۳۴۵۰۰۰ مرکز ارتباط با مشتریان: ۸۴۰۸۰ نمابر: ۸۸۲۱۹۱۴۰ www.sep.ir



شرکت ماهواره‌ای سامان

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



شرکت کارت ایران خودرو

تهران - خیابان یوسف‌آباد - میدان کلانتری - خیابان ابن‌سینا - کوچه نسترن - پلاک ۱۷ - طبقه اول
تلفن: ۸۸۰۶۰۴۱۷ - ۸۸۰۶۱۲۲۲ و ۲۹ www.ikcard.com



شرکت اطلاع رسانی اعتباری و اعتبار سنجی ایرانیان

تهران - ونک - انتهای خیابان شهید خدای - پلاک ۱۰۴ - طبقه پنجم
تلفن: ۸۸۰۵۵۸۰۰-۶ نمابر: ۸۸۰۵۵۷۹۹ www.irancreditbureau.com



صرافی سامان

شعبه مرکزی: تهران - خیابان خالد اسلامبولی (وزرا) - خیابان هفتم - پلاک ۱۱
تلفن: ۸۸۷۰۵۸۰۳ و ۷۱۹ نمابر: ۸۸۷۰۹۲۱۰
شعبه کرج: کرج - بین میدان قدس و میدان توحید - برج سامان - طبقه اول
تلفن: ۰۲۶۱-۲۲۰۶۳۵۸ نمابر: ۰۲۶۱-۲۲۰۶۳۶۱
شعبه اقدسیه: تهران - خیابان پاسداران - نبش نارنجستان دوازدهم
تلفن: ۲۲۸۲۰۳۰۲
شعبه میرداماد: تهران - خیابان میرداماد - مقابل مسجد الغدیر - جنب بانک سامان
تلفن: ۲۲۹۰۲۰۷۹ www.samanexchange.com



شرکت خدماتی آفتاب تجارت سامان

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



شرکت پردازشگران سامان

تهران - خیابان احمد قصیر (بخارست)، کوچه هشتم، بن بست گل نرگس، پلاک ۵
تلفن: ۸۸۵۴۶۵۹۰-۵ نمابر: ۸۸۷۵۲۹۷۰ www.samanpr.net



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

با سالان همراه باشید





ماهنامه آموزشی خبری بانک سامان

اقتصادی-اجتماعی-فرهنگی

سال نهم، شماره ۷۱، اردیبهشت ۱۳۹۲

سلمان

صفحه آرایی: محمدرضا نجفی
عکس: محمد حقیقت طلب
گزارش: محمد علی عرفی نژاد
ویراستار: نرگس حاجیلو
حروفچین: مجید رحیمی
ناظر چاپ: عزیز وایزی

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

فراخوان مقاله

- از دریافت مقالات و دیدگاه‌های صاحب نظران استقبال می‌کنیم.
- از ارسال مطالب چاپ شده در مطبوعات خودداری شود.
- لطفا مطالب منابع در گیومه مشخص گردد.
- مقالات ترجمه شده همراه با کپی اصل مقاله ارسال شود.
- مطالب ارسالی پس فرستاده نمی‌شود.
- لطفا مطالب تایپ شده و یا به صورت ایمیل ارسال گردد.
- مقالات کوتاه و حداکثر برای ۴ صفحه نشریه تهیه شود.
- عکس و طرح مناسب همراه مقاله ارسال شود.
- عکس نویسنده یا مترجم همراه مقاله باشد.
- پی‌نوشت و هرگونه توضیح در مورد منابع در انتها قرار گیرد.
- کلماتی که مخفف نوشته می‌شود، یک بار کامل ذکر گردد.
- تیترب و سوتیترهای مناسب توسط نویسنده مشخص گردد.
- مطالب چاپ شده الزاما نظر رسمی مجله نیست.
- از چاپ مقاله با ۲ امضا معذور هستیم.
- مجله در ویرایش و خلاصه کردن مقالات آزاد است.

آدرس: خیابان ولی عصر، نرسیده به چهار راه
پارک وی، نبش کوچه ترکش دوز، پلاک ۱۵۴۳
تلفن: ۰۲۱-۲۳۰۹۵۱۰۰
سایت: www.sb24.com

- یادداشت سردبیر/ ۶ دیدار نوروزی هیات مدیره و مدیران امور/ ۸
- **مقاله‌ها** ● اصول کمیته بازل برای نظام راهبری (حاکمیت) شرکتی
- سالم در بانکها/ ۱۲ ● توسعه ارتباطات / ۱۴ ● نگاهی جامع به تجارت
- الکترونیک/ ۱۶ ● هدف/ ۲۰ ● **گفت و گو** ● دیداری پر از حرف و
- خاطره از شعبه آذربایجان بانک سامان/ ۲۲ ● **گزارش** ● گزارش ماهانه
- تحلیل بازار/ ۲۸ ● **آموزش** ● درباره قرارداد L/C بیشتر بدانیم/ ۳۴
- تعریف مدیریت ارتباط با مشتریان CRM/ ۳۸ ● **گروه مالی سامان**
- با فرهنگ مشتری مداری آینده سازمان را بیمه کنید/ ۴۲ ● اعلام نتایج
- قرعه کشی مرحله اول و دوم جشنواره پرداخت طلایی/ ۴۴ ● **پاچه خیال**
- **خاطرات تلخ و شیرین** ● ۴۸ ● تصاویر دیدنی/ ۵۰ ● سخن طلایی/ ۵۲ ●
- شعر ماندگار/ ۵۳ ● نسخه پزشک/ ۵۴ ● کوتاه و خواندنی/ ۵۶ ● یادداشت
- مدیریتی/ ۵۷ ● معرفی کتاب/ ۵۸ ● **اخبار** ● سمینار ارتقای فرهنگ
- فرایندگرایی در بانک سامان برگزار شد/ ۶۰ ● بودجه هدایای نوروزی
- بانک سامان صرف بازسازی شهر ورزقان شد/ ۶۰ ● طرح سپاس،
- فرصتی برای قدردانی از همکاران سامانی/ ۶۰ ● بانک سامان حامی
- فدراسیون و تیم‌های ملی والیبال ایران شد/ ۶۱ ● انتقال وجه سه جانبه
- بین بانکی در بانک سامان/ ۶۱ ● پنجمین دوره پروژه جان انجام شد/ ۶۱
- شعب بانک سامان/ ۶۲ ● نرخ سود سپرده‌های ارزی و ریالی/ ۶۶



چرا کارکنان در بانک‌ها تغییر می‌کنند؟

ناصر بزرگمهر

Email: nbozorgmehr@yahoo.com
www.naserbozorgmehr.blogfa.com

به نام او که هر چه بخواهد همان می‌شود

سوال ساده‌ای است. چرا کارکنان در بانک‌ها مرتباً تغییر می‌کنند؟ چرا ما به عنوان یک مشتری تا با یک کاربر دوست می‌شویم و همدیگر را می‌شناسیم، کاربر را به شعبه دیگری منتقل می‌کنند؟

چرا تارئیس شعبه با مشتریان آشنا و به معنای دیگر کمی قاطبی می‌شود، آقای رئیس را عوض می‌کنند؟

و سؤالاتی اینگونه که مرتباً از کارکنان شعب یا مادر نشریه و یا در کوچه و خیابان و میهمانی از دست اندرکاران سیستم بانکی پرسیده می‌شود.

چند روز قبل یک نفر که مراد در یک پرواز به وطن دیده بود و از طریق رسانه‌ها می‌شناخت، در همین مورد به من گفت چرا روسای شعب را عوض می‌کنند؟ اگر مدیران عالی به روسای خود و یا کارکنان اعتماد ندارند و فکر می‌کنند بعد از مدتی در یک جا ماندن ممکن است کاربر یا مسئول به خطا برود، پس ما مردم چگونه به این افراد اعتماد کنیم؟ و آیا دنیا هم با کارکنان بانک‌های خودش اینگونه عمل می‌کند؟

بعد از اینکه کمی حرف‌های مان گل انداخت و من توضیح دادم که در بانک‌های خصوصی چنین نگاهی وجود ندارد و من تغییرات را با چنین دلیلی که شما می‌گوئید نمی‌بینم و تغییرات بیشتر در جهت ترقی کاربر و استفاده از تجربه‌ها در شعب جدید تر است و گرنه در بعضی شعب کارکنان و روسایی هستند که عمر چند ساله در همان مسئولیت دارند و... توضیحات من این دوست را قانع نکرد و گفت آیارئیس شعبه‌ای را در سیستم بانکی کشور سراغ داری که ۳۰ سال خدمتش را در یک شعبه گذرانده باشد و از یک کارمند ساده به ریاست همان شعبه رسیده باشد؟ من پاسخی نداشتم و گفتم که اطلاعات کاملی ندارم و اگر هم بوده باشد من نمی‌شناسم و ضمن آنکه نشنیده‌ام... ایشان گفت اما در بسیاری از سازمان‌ها و مشاغل دیگر حتی در کشور ما افراد بسیاری هستند که حتی بدون مدرک تحصیلی به یک سازمان پیوسته‌اند و در طول ۳۰ سال خدمت در آن خوانده و حتی به ریاست هم رسیده‌اند. گفتم بله در سازمان‌های دیگر شنیده و دیده‌ام و در سیستم بانکی هم وجود دارد،

اما این که همه ۳۰ سال در یک شعبه باشد و در آن جارشد کند، من سراغ ندارم و یا اطلاعاتی ندارم، ایشان گفت اما من در بعضی از کشورها سراغ دارم و در بسیاری از بانک‌ها افراد به مدت ده، بیست و حتی سی سال تا بازنشستگی در یک شعبه هستند و هیچکس هم نگران نیست، چون قرار نیست خطایی انجام شود و ابزار و قوانین به گونه‌ای تعریف شده‌اند که امکان خطا کمتر است و نظارت‌ها دائمی و بیشتر و نتیجه این که ارتباطات بین مشتریان و بانک بسیار دوستانه و موفق‌تر است.

این گفت‌وگو و سؤالات اینگونه باعث شد که به موضوع بیشتر فکر کنم و هر چند هنوز هم اعتقاد دارم که در بانک‌های جدید و خصوصاً در بانک سامان چنین تغییراتی وجود نداشته و ندارد اما به هر دلیل فکر می‌کنم شاید پیشنهاد دوست خارج نشین در سیستم بانکی ما هم بتواند به مرور رایج شود و از خواص ماندگاری نیروی انسانی در رابطه با مشتریان بیشتر استفاده شود و تا زمانی که ضرورت ۲ طرفه بانک و کارمند احساس نشود از جابجایی‌ها خودداری گردد.

بدون شک حضور طولانی یک فرد در هر سیستمی باعث ارتباط بیشتر با مراجعان آن سازمان می‌شود و با شرایط یکدیگر بیشتر آشنا خواهند شد. این امکان در بانک به وجود خواهد آمد که هر کاربر یا مسئولی مشتریان دائمی خود را بشناسد و روابط متقابل و خصوصاً رابطه بانک با مشتری در ابعاد مناسب‌تری قرار بگیرد؛ کاری که هم اکنون با تغییرات ظاهری شعب و ایجاد خدماتی مثل «سامانیان» در حال شکل‌گیری و کامل‌تر شدن است. در بانک‌های فرنگی تلاش بسیاری برای استفاده از تکنولوژی و عدم مراجعه مشتریان به بانک صورت گرفته است، که در این مورد ما هم در سال‌های اخیر با فراهم شدن زیرساخت‌های مخابراتی و استفاده از دانش اینترنت و کامپیوترها و کارت‌خوان‌ها و... به این سمت حرکت می‌کنیم و با همه کمبودها به نظر حقیر رشد استفاده مردم بسیار خوب بوده است و شاید این بانک‌ها باشند که هنوز سرمایه‌گذاری در این بخش را به اندازه نیاز جامعه پیگیری نکرده‌اند که در این مورد هم بانک سامان به عنوان یکی از موفق‌ترین بانک‌ها در استفاده از تکنولوژی بوده و است.

نکته دوم در بانک‌های خارجی تقسیم مشتریان بین کاربرهاست. یعنی در هر شعبه‌ای مثلاً چند نفر مشتری را در روز و یا ماه برای یک

بدون شک دوران مدیریت ترس از رابطه مشتری با کارکنان به پایان رسیده است، دوران وحشتناکی که با نگاه های امنیتی در بانک های دولتی به جای ایجاد قوانین شفاف و درست کردن زیر ساخت ها و نظارت های روانی در استخدام ها و... به دنبال مچ گیری و نهایتا جابجایی های بی مورد و بدون نتیجه بودند.

به یاد دارم که رئیس شعبه ای با روابط عمومی بالا و بینش بازاریابی و جذب مشتری توانسته بود بانک خود را از درجه چندم به ممتاز تغییر دهد و در بسیاری از روزها با مشتریان خود ناهار می خورد و جالب آنکه این فرد به دلیل توانایی مالی شخصی این هزینه را هم از جیب می پرداخت و از این رابطه و دوست یابی لذت می برد، که متأسفانه در زمانی که در اوج بود کنارش گذاشتند. وقتی از مدیر عامل آن بانک سوال کردم که چرا چنین کرده اید به یاد دارم ایشان ضمن آن که از توانایی او بسیار تعریف می کرد و تأیید هم کرد که هیچ خلائی دیده نشده، می گفت، با روسای شعب دیگر که نمی توانند مثل ایشان بریز و پاش بکنند چه کنیم!

آن روزگار تلخ که یک رئیس شعبه نمی توانست در مجلس ختم بهترین مشتریان خود حضور پیدا کند گذشته است، روزگاری که حتی خوردن یک چای با مشتری تعریف اختلاس و زد و بند می داد به پایان رسیده است. حالا مدیران ارشد بانک امکانات پذیرایی از مشتریان را در همه شعب فراهم کرده اند و بخش مشتریان ویژه راه اندازی شده است. مدیر عامل یک بانک بزرگ در «فلوریدا» که ایرانی است برایم تعرف می کرد که ما بودجه ای در اختیار مدیران و روسای شعب قرار داده ایم که سقفی هم ندارد و مسئولین ما به تناسب مشتریان و در صورت نیاز، آن ها را به رستوران دعوت می کنند و همراه با گزارش جلسه، صورتحساب ناهار و شام را هم ضمیمه می کنند...

به نظر می رسد بانک ما هم این توانایی را دارد. مدیر عامل محترم از چنین تلاش ها و تفکرات استقبال می کند. فرصتی تاریخی فراهم شده که ۳۰ سال دیگر کسانی بگویند که در سامان هم بودند کارکنانی که ۳۰ سال در یک یا دو شعبه ماندند و با غیرت و حمیت آنجا را خانه خود دانستند و شعبه ای درجه چندم را به شعبه ممتاز تبدیل کردند.

کاربر در نظر می گیرند و همیشه مشتریان با همان یک نفر موضوعات بانکی خود را در همه حوزه ها از دریافت و پرداخت تا تسهیلات و غیره پیگیری می کنند و در صورتی که نیاز به تصمیم مدیران بالاتر هم باشد باز از طریق همان کارمند تا انتهای موضوع و رسیدن به نتیجه، کار دنبال می شود و هرگز مشتری نیازی به مراجعه به مدیران بالاتر را حس نمی کند.

نکته دیگر در بانک های غربی، عدم حضور مشتریان در بانک بدون تعیین وقت قبلی است. هر کاربر تعدادی مشتری دارد که بیشتر آنها نیازهایشان را از طریق کارت بانکی انجام می دهند و هر زمان که بخواهند حضوری با کاربر شخصی خود صحبت کنند، از طریق تلفن وقت می گیرند و به شعبه خودشان مراجعه می کنند و البته کاربر هم آموزش دیده و همیشه در دسترس است و حتی وقتی می خواهد به مرخصی برود به همه مشتریان خود از طریق ایمیل و اس ام اس و غیره پیام می دهد و جایگزین خود را برای آن مدت تعیین می کند، که جالب است بدانیم مشتریان در طول مدت مرخصی کاربر شخصی خود کمتر با فرد جایگزین ارتباط برقرار می کنند مگر به ضرورت و گر نه صبر می کنند تا کاربر خودشان از مرخصی برگردد.

و شاید مهم ترین بخش موضوع، تبدیل شدن کاربر یا رئیس شعبه به مقام مشاور قابل اعتماد برای مشتری است، که شهادت می دهم در همه جلسات بانک سامان، مدیریت عالی بانک مرتباً بر مشاور بودن شعبات برای مشتریان تأکید فراوان داشته است، در این روش کاربر از جایگاه یک کارمند ساده خارج شده و باید نقش فردی قابل اعتماد را برای مشتری ایفا کند، که نتیجه چنین نگرشی برای بانک هم ارتقاء دانش کارکنان است و هم توانمند شدن نیروی انسانی که باید به همه فوت و فن های بانکی آشنا شود و روزانه به خاطر پاسخ گویی در حوزه های مختلف و نیاز مشتریان به همه قوانین داخلی و ارزی و تسهیلاتی و غیره را پاسخ دهد و بر اطلاعات بانکی مسلط گردد.

تقسیم بندی مشتریان خرد و کلان، حقیقی و حقوقی در سیستم مخلوط یا جداگانه روشی است که می تواند مباحث جدی تر ارتباطات انسانی را هم در پی داشته باشد.

دیدار نوروزی هیات‌مدیره و مدیران امور

هیات‌مدیره، مدیران بانک و مدیران عامل شرکت‌های تابعه برگزار شد، نقطه‌نظرات حاضران برای همکاری بیشتر در خصوص برنامه‌های سال جدید بانک مورد بحث و تبادل نظر قرار گرفت.

مراسم دید و بازدید نوروزی اعضای هیات‌مدیره بانک و مدیران امور و مدیران شرکت‌های تابعه در محل ساختمان پارکوی بانک سامان برگزار شد. در این دیدار که در فضایی صمیمانه و با حضور تمام اعضای



عکس ها: علیرضا سپهری









مقاله

کمیته بازل در حوزه نظارت بر کار بانکی، کمیته‌ای را برای ترویج اصول نظام راهبری شرکتی سالم برای سازمان‌های بانکی از سال‌ها پیش تشکیل داده است. به طوری که، نسخه اولیه آن را در سال ۱۹۹۹ به چاپ رسانده و اصول تغییر یافته آن را در سال ۲۰۰۶ به چاپ رساند. این اصول به ناظران بانکی کمک کرده و نقطه مبنایی را برای ترویج اخذ شیوه‌های نظام راهبری شرکتی سالم توسط سازمان‌های بانکی در کشورهایشان فراهم می‌کند. همچنین، این اصول را می‌توان به عنوان نقطه مبنایی برای تلاش‌های نظام راهبری شرکتی خود بانک‌ها به کار برد. نسخه ۲۰۰۶ کمیته بر اساس اصول نظام راهبری شرکتی سال ۲۰۰۴ که توسط سازمان توسعه و همکاری اقتصادی (OECD) به چاپ رسیده بود، ارائه شد. در پی چاپ نسخه ۲۰۰۶ اصول کمیته، تعدادی شکست‌های نظام راهبری شرکتی به وقوع پیوسته بود. برخی از دلایل آن عبارت بودند از: نظارت ناکافی هیات مدیره روی مدیریت ارشد، مدیریت ریسک ناکافی و ساختارها و فعالیت‌های غیرشفاف یا بسیار پیچیده سازمان بانک. براساس این بازخور، کمیته تصمیم گرفت اصول ۲۰۰۶ خود را مورد بازنگری قرار دهد. با داشتن این اصول بازبینی و بازنگری شده، کمیته ارتباط دائمی آنها و اهمیت حیاتی پذیرش آنها توسط بانک‌ها و ناظران را برای اطمینان از اجرای کارآیی اصول، مجدداً تصدیق نمود. در نسخه سال ۲۰۱۰، حوزه‌های کلیدی که کمیته اعتقاد دارد که بیشترین تمرکز روی آنها لازم است، شامل کارهای هیات مدیره، مدیریت ارشد، مدیریت ریسک و کنترل‌های داخلی، حقوق و دستمزد، ساختارهای شرکتی غیرشفاف یا پیچیده، افشا و شفاف می‌شود.

از آنجا که ناظران علاقه شدیدی دارند تا نسبت به اتخاذ و اجرای شیوه‌های نظام راهبری شرکتی سالم توسط بانک‌ها اطمینان حاصل کنند، از این رو، ۱۴ اصل در ۶ حوزه براساس تجربه نظارتی از بانک‌های دارای مشکلات نظام راهبری شرکتی به منظور اجرای شیوه‌های نظام راهبری مناسب استخراج شده‌اند. به کارگیری اصول پایه‌ای ذیل می‌تواند به حداقل سازی مشکلات کمک کند:

کارهای هیات مدیره

اصل ۱. هیات مدیره مسئولیت کلان بانک شامل تصویب و سرپرستی اجرای اهداف راهبردی بانک، استراتژی ریسک، نظام راهبری شرکت و ارزش‌های شرکتی را دارد. همچنین، هیات مدیره عهده‌دار نظارت بر کار مدیریت ارشد است.

اصل ۲. اعضای هیات مدیره باید علاوه بر آموزش کامل با توجه به جایگاه سازمانی‌شان واجد شرایط لازم بوده و باقی بمانند. آنها باید درک واضحی از نقش‌شان در نظام راهبری شرکت داشته و قادر باشند قضاوت عینی و دقیقی را در خصوص امور بانک به کار بندند.

اصول کمیته بازل برای نظام راهبری (حاکمیت) شرکتی سالم در بانک‌ها



ساختارهای شرکتی غیرشفاف یا پیچیده

اصل ۱۲. هیات مدیره و مدیریت ارشد باید ساختار عملیاتی بانک و ریسک‌هایی که آن اقامه می‌کند را شناخته و درک نمایند.

اصل ۱۳. جایی که بانک از طریق ساختارهای مرتبط یا خاص منظوره عمل می‌کند یا اختیارات قانونی که مانع شفافیت می‌شوند یا استانداردهای بین‌المللی بانکداری را محقق نمی‌کنند، هیات مدیره و مدیریت ارشد آن باید مقصود، ساختار و ریسک‌های منحصربه‌فرد این عملیات را درک کنند. به علاوه، آنها باید به دنبال کاهش ریسک‌های شناسایی شده باشند.

افشا و شفافیت

اصل ۱۴. نظام راهبری بانک باید به اندازه کافی برای سهامداران، سپرده‌گذاران، سایر ذی‌نفعان مرتبط و شرکای بازاری شفاف باشد.

منبع:

Working Group on Corporate Governance of the Basel Committee on Banking Supervision, "Principles for Enhancing Corporate Governance", October ۲۰۱۰, <http://www.bis.org/publ/bcbs۱۷۶.pdf>.

اصل ۳. هیات مدیره باید رویه‌های نظام راهبری مناسبی را برای کار خودشان تعریف نموده و وسایلی بجا را برای اطمینان از این‌که چنین رویه‌هایی دنبال شده و به صورت دوره‌ای برای بهبود مداوم بازبینی می‌شوند، داشته باشند.

اصل ۴. در ساختار گروهی، هیات مدیره شرکت مادر مسئولیت کلی برای مناسب بودن نظام راهبری شرکت در کل گروه را داشته و اطمینان از اینکه سیاست‌ها و مکانیزم‌های نظام راهبری متناسب با ساختار، کسب و کار و ریسک‌های گروه و نهادهایش وجود دارند.

مدیریت ارشد

اصل ۵. تحت هدایت هیات مدیره، مدیریت ارشد باید اطمینان حاصل کند که فعالیت‌های بانک با استراتژی کسب و کار، حد مجاز ریسک و سیاست‌های مصوب شده توسط هیات مدیره سازگار هستند.

مدیریت ریسک و کنترل‌های داخلی

اصل ۶. بانک‌ها باید سیستم کنترل‌های داخلی و کار مدیریت ریسک موثری (شامل مدیر ریسک یا معادل آن) را همراه با اختیار، مقام، استقلال، منابع و دسترسی کافی به هیات مدیره داشته باشند.

اصل ۷. ریسک‌ها باید مبتنی بر پیشرفت شرکت و هر نهاد مستقل شناسایی شده و نظارت شوند و پیشروی مدیریت ریسک بانک و زیرساخت‌های کنترل داخلی باید همگام با هر گونه تغییری در پروفایل ریسک بانک (شامل رشد آن) و دورنمای ریسک بیرونی نگهداری شوند.

اصل ۸. مدیریت ریسک موثر به اطلاع‌رسانی داخلی قوی درباره ریسک، هم به کل سازمان و هم از طریق گزارش‌دهی به هیات مدیره و مدیریت ارشد در بانک نیاز دارد.

اصل ۹. هیات مدیره و مدیریت ارشد باید به طور موثری کار انجام شده به وسیله فعالیت‌های حسابرسی داخلی، حسابرسان مستقل و فعالیت‌های کنترل داخلی را مورد استفاده قرار دهند.

حقوق و دستمزد

اصل ۱۰. هیات مدیره باید به طور فعال طراحی و عملیات سیستم حقوق و دستمزد را کنترل نموده و باید برای اطمینان از اینکه سیستم حقوق و دستمزد مطابق انتظار عمل می‌کند، آن را مورد نظارت و بازبینی قرار دهد.

اصل ۱۱. حقوق و دستمزد یک کارمند باید به طور موثری مطابق با میزان پذیرش ریسک محتاطانه باشد: حقوق و دستمزد باید برای انواع ریسک تنظیم شده باشد؛ خروجی‌های حقوق و دستمزد باید با خروجی‌های ریسک متناسب باشند؛ زمانبندی‌های پرداخت حقوق و دستمزد باید به افق زمانی ریسک‌ها حساس باشند؛ و ترکیب پول نقد، عدالت و سایر گونه‌های حقوق و دستمزد باید با تنظیم ریسک سازگار باشد.



توسعه ارتباطات

علیرضا کائینی
(مشتری شعبه جام جم)

ارتباطات را شاید اگر گسترده ترین مفهوم در واژه ای آشنا بدانیم؛ به خطا نرفته ایم.

بگذارید کمی ساده تر به مساله بنگریم، و موضوع را ملموس تر تشریح کنیم.

ارتباط بین نور، لامپ، کابل، کلید، برق "الکتریسته"، ارتباط بین گوسفند، پشم، نخ، پارچه "پیراهن" و ارتباط بین...

اولین چیزی که به ذهن خطور می کند، تشکیل زنجیره معنا داری است که پیوستگی خاصش ما را به نتیجه ای رهنمون می کند (از جزء به کل / از کل به جزء)

بحث فلسفی راه نینداخته ایم بلکه اشاره ای است موزون برای درک یکپارچگی جماد و جریان! (سکون و زندگی / جاندار و بی جان)



یکپارچگی در سکون ارتباط موزون تری دارد یا یکپارچگی در جریان؟

اگر کمی عمیق تر به مساله بیندیشیم و قوف بیشتری پیدا می کنیم در اینکه ارتباطات هر چه منظم تر و مرتبط تر باشد نتیجه معقول تر و کاراتری خواهد داد.

حال اگر بخواهیم ارتباطات را جان داده و در تعامل انسانی تعریفش کنیم به چه مضامینی بر می خوریم؟

ارتباط بین مادر و کودک، ارتباط بین احساس و نیاز، ارتباط بین درک و رنج و ارتباط بین لذت و شغف ...

و اما در مدل جامع تر: ارتباط بین انسان با کل هستی! همان طور که می بینیم، هر چه پیش می رویم، موضوع بزرگ تر می شود و گستردگی مفهومش قلم را به سخره می گیرد پس جبراً موضوع را محدود می کنیم به تعامل انسانی!

حال ارتباط چه معنایی می دهد؟ آیا این موجود دو پارامی توان از ارتباط با هم منع حذف کرد؟!

وقتی صحبت از هم نوع می شود چه چیزی به ذهن خطور می کند؟ هم نوع، هم تقاضا، هم نیاز، هم...! با انبوهی از تشابهاتی روبرو می شویم که این "هم" ها برایمان به ارمغان می آورند اما شاید مهم ترین موضوعش همزیستی است؛ همزیستی اقلیت با خود، همزیستی اکثریت با اقلیت و

بالعکس. تعامل جامعه مدرن با خود و تعامل جهان سوم با... ارتباط در هر کدام از طبقه های فوق مفهوم متفاوتی دارد که در درک عمیق بین ایشان متبلور می شود، بنابراین مقوله ارتباط، ربط مستقیم به فرهنگ و ریشه های اعتقادی اجتماع دارد که انتظارات منحصر به فرد خود را تولید می کند.

تا اینجا هر چه بیان شد یکپارچگی تعامل انسانی در فرهنگ محصور شده به آداب و سنن قدیمی ایشان است اما اگر کمی گام فراتر نهیم و در این ارتباط به دنبال توسعه تعامل باشیم، الزامی بایست به مشترکاتی چنگ بزنیم که برای تمامی فرهنگ ها پسندیده است؛ یعنی به نوعی به بدیهیات متوسل شویم. مثل عبور دادن فرد نابینا از عرض خیابان، که در تمامی ملل پسندیده است. یعنی مشترکات فطری انسانی، که می تواند پای ما را از فرهنگ فراتر نهاده و به دور از در نظر گرفتن حتی زبان مشترک ما را به تعامل برانگیزاند.

این تعامل به قدری خود جوش پیش می رود که می تواند انسان ها را به وحدت برساند. (به دور از قوم و نژاد، به صرف انسان بودنشان)

اما ارتباط زمانی توسعه پیدا می کند که یا زبان مشترک برای تعامل انسان وجود داشته باشد و یا زبان مشترکی خلق شود (شاید بهترین مثال توسعه ارتباطات در تعامل تجاری، خلق زبان مشترک و مورد قبول تمامی تجار بنام اینکو ترمز باشد) "خلق قوانین" و یا ارسال پیام



به توسعه ارتباطات احساسی در حوزه خانواده، اعم از نزدیکان و...؟
به توسعه ارتباطات معنوی در حوزه خود شناسی؟

به توسعه ...

و یا حتی به عنوان یک سازمان، به دنبال توسعه چه چیزی هستید؟
توسعه افقی یا عمودی؟ توسعه دپارتمان‌های مختلف و یا توسعه بازار
به فراخور محصول و یا خدمتتان؟

به نظر می‌رسد تا اینجای بحث خوب دریافته ایم که توسعه اساساً از
قابلی خاص پیروی نکرده و در هر ظرفی قابلیت انعطاف و اجرا دارد و
هر چه دانش و مهارت فردی افزایش می‌یابد، به همین میزان خواسته‌ها و
توقعات بزرگ‌تری را شکل داده که سر آغاز رشد و پیشرفت خواهد بود.
بنابراین ریشه تمامی جهش‌های خارق العاده به یک موضوع ختم
می‌شود و آن هم پی بردن به این مهم است که توسعه مفهوم عملیاتی
پیدانمی‌کند مگر به واسطه اجرایی شدن در درون فرد. پس هر چه فرد
توسعه یافته‌تر باشد، جسارت و همت بیشتری در حرکت به سمت
اهداف خود دارد.

نتیجه نهایی که می‌توان حاصل کرد این است که کل فرآیند توسعه را
می‌شود به صورت کلان برنامه ریزی کرد و نسلی را نسبت به نسل دیگر
شاداب تر و با انگیزه تر جهت حرکت به سمت جلو تربیت کرد، حال
اینکه در نهایت به چه رشدی منتج شود، برمی‌گردد به میزان پذیرش و
البتة انتقال این برنامه به فرزندان اجتماع.

جامعه توسعه یافته، در آغاز خانواده‌های توسعه یافته و در نهایت
کودکان وسیع را پرورش خواهد داد.

بزرگداشت و یا تبریک به مناسبت پیروزی ملل دیگر در روابط سیاسی
و یا...

راه‌های بسیاری در توسعه ارتباط از دیر باز به یاد داریم، مثل ازدواج
پسر این قبیله با دختر قبیله دیگر، یا ازدواج شاهزاده کشوری با شاهزاده
کشور دیگر، که همگی در راستای ایجاد اتحاد و تولید قدرت برتر
برای مواجهه با پیشامدهای خطرناک و یا همپوشانی‌های سیاسی و گاه
اعتقادی به وجود می‌آمد.

توسعه و ارتباط لازم و ملزوم یکدیگرند؛ یعنی تصور توسعه بدون
ارتباط و بالعکس محال است.

توسعه به زیر شاخه‌های مختلفی تقسیم می‌شود که هیچ طبقه بندی
خاصی ندارد، یعنی دقیقاً مرتبط با هدف غایی شماست و ابزار رسیدن
به هدف شما را امکانات سخت افزاری، منابع انسانی و مالی فراهم
می‌کند. بنابراین یکی از مهم‌ترین مشتقات توسعه، هدف است که الزاماً
ابزار و ادوات مرتبط با خود را پدید می‌کشد، از این رو است که تقسیم
بندی مشخصی ندارد و کاملاً به خواسته شما وابسته است.

حال شما به عنوان یک فرد، چه چیزی را می‌خواهید توسعه دهید؟
روابط انسانی تان را؟ روابط خانوادگی؟ کاری؟ مذهبی؟ و یا خودتان
را؟

توسعه خودتان به چه عواملی بستگی دارد؟

به توسعه ارتباطات دوستانه در حوزه روابط اجتماعی؟

به توسعه ارتباطات حرفه‌ای در حوزه کسب و کار؟

به توسعه ارتباطات علمی در حوزه دانش و فناوری؟

نگاهی جامع به تجارت الکترونیک



حمید دوست محمدیان
(مشتری شعبه ولنچک)

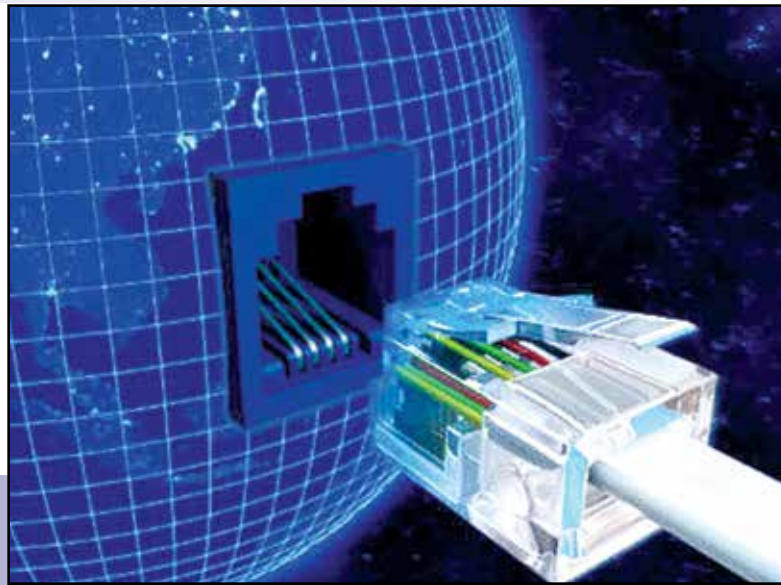
سیستم‌ها و نرم افزارها است که خدماتی مانند جستجوی اطلاعات، مدیریت، تبادلات، بررسی وضعیت اعتبار، پرداخت، گزارش گیری و مدیریت حساب‌ها را بر بستر ارتباطی به صورت بهنگام بر عهده می‌گیرند. از تجارت الکترونیک می‌توان به شکل تکامل یافته تجارت سنتی یاد کرد که در آن تحولی تأمل برانگیز در نظام اقتصادی بخصوص بانکداری سنتی رخ داده است.

۱- مقدمه

بسیاری از اقتصاد دانان و متخصصان بر این عقیده اند که در سال‌های اخیر انقلابی مشابه انقلاب صنعتی به وقوع پیوسته که جهان را وارد عصر اطلاعات ساخته و بسیاری از جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی حیات بشر را دستخوش تحولی عمیق نموده است. یکی از ابعاد این تحول تغییرات بنیادینی است که در روابط اقتصادی بین افراد دولت‌ها و موسسات به وجود آمده است. مبادلات تجاری بین افراد و شرکت‌ها و موسسات و دولت‌ها با یکدیگر به سرعت از حالت سنتی خود که عمدتاً مبتنی بر اسناد و مدارک کاغذی خارج شده و به سوی انجام مبادلات از طریق بهره گیری از سیستم‌های مبتنی بر اطلاعات الکترونیکی در حرکت است.

تجارت الکترونیکی در زمینه‌های مختلف فعالیت‌های بازرگانی نفوذ کرده و از معاملات الکترونیکی میان خریداران خرد و بازرگانان و مراکز اطلاع‌رسانی و انجمن‌های مجازی گرفته تا مبادلات میان دولت‌ها و ملت‌ها گسترش یافته است.

تجارت الکترونیک به هر گونه معامله‌ای گفته می‌شود که در آن خرید و فروش کالا و یا خدمات از طریق شبکه‌های ارتباطی خصوصاً اینترنت صورت پذیرد و به واردات یا صادرات کالا و یا خدمات منتهی می‌شود. تجارت الکترونیک معمولاً کاربرد وسیع‌تری دارد، یعنی نه تنها شامل خرید و فروش از طریق شبکه‌های ارتباطی و اینترنت است بلکه سایر جنبه‌های فعالیت تجاری، مانند خریداری، صورت‌برداری از کالاها، مدیریت تولید و تهیه و توزیع و جابه‌جایی کالاها، بانکداری الکترونیک و همچنین خدمات پس از فروش را در بر می‌گیرد. به عبارتی دیگر تجارت الکترونیک نامی عمومی برای گستره‌ای از



همانگونه که مشاهده می شود تجارت از این دید دارای مفاهیم ساده ای است. تجارت از خرید یک محصولی ساده نظیر بستنی تا موارد پیچیده ای نظیر اجاره ماهواره را شامل می گردد. تمام جلوه های تجارت از ساده ترین سطح تا پیچیده ترین حالت آن بر موقلاتی همچون خریداران و فروشندگان و تولید کنندگان متمرکز خواهد بود. موارد زیر تمام عناصر مربوط به یک فعالیت تجاری معمولی را تشریح می نماید. در این حالت فعالیت شامل فروش برخی محصولات توسط یک خرده فروش به مصرف کننده است:

لازمه فروش در اختیار داشتن کالا و یا ارائه خدمات خاصی است. کالا می تواند هر چیزی را شامل شود. فروشنده ممکن است کالای خود را مستقیماً از تولید کننده و یا از طریق یک عامل فروش (واسطه و نمایندگی) تهیه کرده باشد. در برخی حالات نیز ممکن است فروشنده خود کالایی را تولید و به فروش برساند.

فروشنده برای فروش کالا و یا خدمات بایستی محل مناسبی در اختیار داشته باشد. مکان مورد نظر می تواند در برخی حالات موقتی باشد. مثلاً یک شماره تلفن خود به منزله یک محل است. در چنین مواردی متقاضی کالا و یا خدمات با تماس تلفنی با فروشنده قادر به ثبت سفارش و دریافت کالای مورد نظر خود خواهد بود. برای اکثر کالاهای فیزیکی محل ارائه کالا باید یک مغازه و یا فروشگاه باشد.

این فرایند را بازاریابی می خوانند. در صورتی که افراد از محل فروش



یا ارائه کالا و خدمات آگاهی نداشته باشند امکان فروش هیچ کالایی وجود نخواهد داشت. انتخاب یک مرکز تجاری پر رفت و آمد برای فعالیت و استفاده از شیوه های مختلف تبلیغات از راهکارهای معرفی و جذب هر چه بیشتر افراد است.

فروشنده نیازمند راهکاری برای دریافت سفارشات مشتری است. حضور فیزیکی در محل فروش کالا و خدمات از جمله روش های سنتی برای ثبت سفارش کالا است. دریافت سفارش از طریق تلفن یا نامه نیز امکان پذیر است. پس از ثبت سفارش فعالیت های لازم توسط کارکنان شاغل در شرکت و یا موسسه ارائه دهنده کالا و خدمات انجام خواهد گرفت.

فروشنده نیازمند راهکاری برای دریافت پول است. استفاده از چک یا

تجارت الکترونیکی در زمینه های مختلف فعالیت های بازرگانی نفوذ کرده و از معاملات الکترونیکی میان خریداران خرد و بازرگانان و مراکز اطلاع رسانی و انجمن های مجازی گرفته تا مبادلات میان دولت ها و ملت ها گسترش یافته است. همه این موارد باعث شده تا این مبحث به عنوان مهم ترین مسئله و دانش روز مطرح شود و دغدغه بنیادین کشورهای توسعه نیافته و یا در حال توسعه باشد زیرا این گونه کشورها می دانند کوتاهی در این زمینه به زودی به طور کامل از میدان تجارت جهانی کنار رفته و اندک بهره خود را نیز به کشورهای توسعه یافته صنعتی که همگام با این تجارت نوین گام برداشته اند خواهند سپرد. برخی پژوهش های انجام شده در این زمینه نشان می دهد که حرکت به سوی بازرگانی الکترونیکی برای شرکت های سراسر جهان دست کم ۱/۲۵ تریلیون دلار حفظ سرمایه تا سال ۲۰۰۲ به همراه داشته است. گزارش دیگری که توسط شرکت سیسکو ارائه شده نشان می دهد که سالانه بیش از ۸۰۰ میلیون دلار با استفاده از نرم افزارهای بازرگانی الکترونیکی در هزینه ها صرف جویی می شود. در این مقاله سعی شده است تا با یک نگرش کلی به بررسی تجارت الکترونیک و ساختار آن که جزئی از حوزه کسب و کار الکترونیک محسوب می شود پرداخته شود.

۲- تجارت چیست؟

برای آشنایی با مفهوم تجارت الکترونیکی و انواع آن شایسته است که نخست مروری بر تجارت در معنای عام آن داشته باشیم. تجارت در ساده ترین نگاه مبادله کالا و خدمات به منظور کسب درآمد است. زندگی انسان مملو از فرآیندهای تجاری بوده و تجارت به صورت های مختلف در آن نمود پیدا کرده است. زمانی که کالایی مورد نظر خود را از یک فروشگاه خریداری می کنیم در تجارت شریک و فرآیندهای آن درگیر شده ایم. در صورتی که در شرکت و موسسه یا کارخانه ای مشغول به کار هستیم که کالایی را تولید می نماید درگیر یکی دیگر از زنجیره های تجارت شده ایم. صورت های مختلف تجارت فارغ از رویکرد و سیاستی که در پس آنها نهفته است در ویژگی های ذیل مشترکند:

خریداران: افرادی که با استفاده از پول خود قصد خرید کالا و یا استفاده از خدمات را دارند.

فروشندگان: افرادی که کالا و خدمات مورد نیاز خریداران را ارائه می نمایند.

فروشندگان را می توان در ۲ رده عمده طبقه بندی کرد:

خرده فروشان: کالا و خدمات را مستقیماً در اختیار متقاضیان قرار می دهند.

عمده فروشان: کالا و خدمات خود را در اختیار خرده فروشان و سایر موسسات تجاری قرار می دهند.

تولید کنندگان: افرادی که کالا و یا خدماتی را تولید می نمایند تا فروشندگان آنها را در اختیار خریداران قرار دهند.

یک تولید کننده با توجه به ماهیت خود همواره یک فروشنده نیز خواهد بود. تولید کنندگان کالای تولیدی خود را به عمده فروشان و خرده فروشان و یا مستقیماً به مصرف کنندگان می فروشند.

از این رو تعبیر گوناگونی از آن پدید آمده است. برخی فکر می کنند تجارت الکترونیک به معنی انجام امور تجاری بدون استفاده از اسناد و مدارک کاغذی است. برخی دیگر تبلیغات بر روی اینترنت و حتی خود اینترنت را مترادف با تجارت الکترونیک می دانند. برخی دیگر تصور می کنند تجارت الکترونیک یعنی سفارش دادن کالاها و خدمات و خرید آنها به وسیله کامپیوتر. اگر چه همه این دیدگاه ها بخشی از مفهوم تجارت الکترونیک را پوشش می دهند اما کامل نیستند.

با توجه به گستره بزرگ تجارت الکترونیکی تعاریف و تعاریف پرشماری از آن مطرح شده است. تجارت الکترونیکی یعنی استفاده از کامپیوترهای یک یا چند شبکه برای ایجاد و انتقال اطلاعات بازرگانی که بیشتر با خرید و فروش اطلاعات و خدمات از طریق اینترنت مرتبط هستند. رسالت تجارت الکترونیکی تنها یک ارتباط نیست بلکه پیریزی و تقویت روابط بازرگانی است.



به عبارت دیگر تجارت الکترونیکی عبارتست از تعامل سیستم های ارتباطی و سیستم های مدیریت اطلاعات و امنیت که به واسطه آنها امکان مبادله اطلاعات تجاری در رابطه با فروش محصولات و یا خدمات میسر می گردد. بنابر این اجزای اصلی تجارت الکترونیک عبارتند از:

- سیستم های ارتباطی
- سیستم های مدیریت داده ها
- امنیت

ویژگی اصلی همه این فعالیت ها تسهیل فرآیندهای تجاری و حذف فرآیندهای غیر ضروری در انجام امور بازرگانی و کاهش هزینه ها از طریق بهبود و افزایش هماهنگی و کاهش هزینه های اداری به ویژه هزینه مکاتبات و کاغذ بازی و بهبود دسترسی به بازار و افزایش تنوع برای مشتریان به معنای عام است. مهم ترین ویژگی تجارت الکترونیک از دیدگاه بازاریابی در واقع برقراری ارتباط سازمان یا فرد با کل مخاطبان و سازگار ساختن محصولات و خدمات با نیازهای یکایک آنهاست.

کارت اعتباری و یا پول نقد روش های موجود در این زمینه می باشد. در برخی از فعالیت های تجاری از فروشنده تا زمان تحویل کالا پولی دریافت نمی شود. فروشنده نیازمند راهکاری برای توزیع کالا و یا خدمات می باشد. در برخی از سیستم ها به محض انتخاب کالا توسط مشتری و پرداخت وجه آن عملیات توزیع کالا به صورت اتوماتیک انجام خواهد شد. در سیستم های ثبت سفارش مبتنی بر تلفن یا نامه کالای خریداری شده پس از بسته بندی به مقصد مشتری ارسال خواهد شد. در مواردی که حجم کالا زیاد نباشد می توان از مبادلات پستی نیز بدین منظور استفاده نمود. برای توزیع کالاهای حجیم عموماً از وسایط نقلیه سنگین ویژه حمل بار مانند کامیون و یا قطار و کشتی استفاده می شود. در برخی موارد خریداران یک کالا تمایل و علاقه ای نسبت به آن چیزی که خریداری نموده اند نداشته و قصد مرجوع کردن آن را دارند. فروشندگان کالا و یا خدمات می بایست از راهکارهایی برای قبول موارد مرجوعی استفاده نمایند. در برخی موارد ممکن است کالائی در زمان توزیع آسیب دیده باشد. فروشندگان می بایست از راهکارهایی برای تنظیم و گارانتی استفاده کنند.

برخی از کالاهای ارائه شده به مشتریان دارای پیچیدگی های خاص خود بوده و نیازمند استفاده از خدمات پس از فروش و یا حمایت فنی هستند. در چنین مواردی وجود واحدهای خاص ارائه این نوع سرویس ها در شرکت و یا موسسه ارائه دهنده کالا و یا خدمات الزامی خواهد بود. کامپیوتر یکی از نمونه کالاهایی است که نیازمند خدمات پس از فروش و پشتیبانی فنی می باشد.

فارغ از زمینه فعالیت کلیه عناصر فوق الذکر را می توان در شرکت های تجاری سنتی مشاهده نمود. اما امروز پایه پای تجارت در معنای سنتی آن و حتی بیش از آن اصطلاح تجارت الکترونیک را می شنویم و یا به کار می بریم. تجارت الکترونیکی طی سالیان اخیر با استقبال گسترده جوامع بشری روبرو شده است. امروزه کمتر شخصی را می توان یافت که با این اصطلاح بیگانه باشد. نشریات و رادیو و تلویزیون به صورت روزانه موضوعاتی در رابطه با تجارت الکترونیکی منتشر می کنند و کارشناسان از زوایای متفاوت به بررسی این مقوله می پردازند. از طرف دیگر شرکت ها و موسسات ارائه دهنده کالا و خدمات نیز همگام با سیر تحولات جهانی در زمینه تجارت الکترونیکی در تلاش برای تغییر ساختار منطقی و فیزیکی سازمان خود در این زمینه می باشند.

۳- تجارت الکترونیکی چیست؟

تجارت الکترونیک واژه ای است که امروزه در مقالات و ادبیات بازرگانی و تجارت و رسانه های عمومی بسیار به گوش می رسد. این پدیده نوین هم به علت نوپا بودن و هم به علت کاربردها و زمینه های بسیار متنوع فعالیت نزد مراجع گوناگون تعاریف مختلفی دارد. همچنین تجارت الکترونیک پدیده ای چند رشته ای است که از طرفی با پیشرفته ترین مفاهیم فناوری اطلاعات و از سوی دیگر با مباحثی مثل بازاریابی و فروش و مباحث مالی و اقتصادی و حقوقی پیوستگی دارد.

برداشت کرد که تمام ابعاد تجارت و فرایند بازار سنتی را که بتوان با اینترنت و تکنولوژی وب انجام داد تجارت الکترونیکی گویند. هیچ تعریف کامل و پذیرفته شده‌ای برای تجارت الکترونیکی وجود ندارد اما با این حال تجارت الکترونیکی زیر شاخه‌ای از کسب و کار الکترونیک است و به هر گونه معامله‌ای گفته می‌شود که در آن خرید و فروش کالا و یا خدمات از طریق اینترنت صورت پذیرد و به واردات یا صادرات کالا و یا خدمات منتهی می‌شود. تجارت الکترونیکی معمولاً کاربرد وسیع‌تری دارد، یعنی نه تنها شامل خرید و فروش از طریق اینترنت است بلکه سایر جنبه‌های فعالیت تجاری، مانند خریداری، صورت برداری از کالاهای، مدیریت تولید و تهیه و توزیع و جابه‌جایی کالاهای و همچنین خدمات پس از فروش را در بر می‌گیرد.

۶- منابع:

- ۱- مهدی علیپور حافظی، تجارت الکترونیک در مراکز اطلاع رسانی، سخنرانی، همایش جهانی شهرهای الکترونیک و اینترنتی جزیره کیش، ۱۱-۱۳ اردیبهشت، ۱۳۸۰.
- ۲- دکتر علی صناعی، تجارت الکترونیک در هزاره سوم، انتشارات جهاد دانشگاهی واحد اصفهان، ۱۳۸۱.
- ۳- توسعه تجارت الکترونیک باید منطقی پیش برود، مقاله، روزنامه جهان اقتصاد، شماره ۳۲۶۰، ۷ آبان ۱۳۸۴، ص ۸.
- ۴- مهندس محمد حسن نیکبخش تهرانی و مهندس مهدی آذر صابری، آشنایی با تجارت الکترونیک و زیر ساختهای آن، انستیتو ایزایران، ۱۳۸۰
- ۵- دکتر محمود زرگر، مدل‌های راهبردی و راهکارهای تجارت در اینترنت، انتشارات بهینه، ۱۳۸۰
- ۶- سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت MBI، (با کاربرد تجارت الکترونیک و اینترنت)، جیمز الف سن - که نت سی لادون، ترجمه: محمد راد.
- ۷- بیمه و تجارت الکترونیک، (معاونت برنامه ریزی و امور اقتصادی وزارت بازرگانی)، ناشر: انتشارات سی زان.

بر آیند این کار، رقابت شدید، تنوع عرضه کنندگان و محصولات و خدمات آنها و در نتیجه کاهش هزینه‌ها و افزایش رضایتمندی مشتریان خواهد بود. نکته مهمی که باید به آن توجه داشت این است که موضوع تجارت الکترونیک، موضوع فناوری و دانش فنی نیست. در بحث تجارت الکترونیک بیشتر هدف شناخت الگوهای جدید تجارت و ارتباطات موجود در محیط الکترونیکی است. همچنین باید توجه داشت که تجارت الکترونیک مجموعه‌ای است از فناوری‌های مخابراتی، پردازش و ذخیره داده‌ها در ارتباط با بازارها، سازمان‌ها، مشتریان، واسطه‌ها و سیستم‌های پرداخت الکترونیکی.

۴- چارچوب نظری تجارت الکترونیک

چارچوب تجارت الکترونیک از ۳ سطح عالی تشکیل شده است:

- ۴-۱- زیر ساخت: نرم افزار، سخت افزار، پایگاه‌های داده‌ای و ارتباطاتی را شامل می‌شود که برای انجام وظیفه در قالب صفحات وب بر روی اینترنت یا پشتیبانی از مبادله الکترونیکی داده‌ها و سایر اشکال پیام‌گذاری و پیام‌گیری بر روی اینترنت یا سایر شبکه‌ها به کار می‌روند.
- ۴-۲- خدمات: پیام‌گذاری و پیام‌گیری و دامنه گسترده‌ای از خدمات که توانایی پیدا کردن و ارائه اطلاعات (در صورت نیاز در قالب تجاری آن) را فراهم می‌آورند و شامل جستجو برای شرکای تجاری بالقوه و همچنین مذاکره و توافق در مورد مبادلات تجاری هستند.

۴-۳- محصولات و ساختارهای تجارت الکترونیک:

پیش بینی و تدارک مستقیم کالاهای و خدمات تجاری وابسته به اطلاعات برای مشتریان و شرکای تجاری، همکاری و سهام شدن در اطلاعات داخل و خارج سازمان و سازماندهی محیط بازاری الکترونیکی و زنجیره تهیه و پشتیبانی. در این چارچوب تجارت الکترونیک و نتایج حاصل از آن ۳ زمینه را پوشش می‌دهند:

- امور بازرگانی با گرایش به مصرف کننده نهایی.
- تجارت میان شرکت‌ها یا فعالیت‌های بازرگانی عمده.
- امور تجاری درون سازمان‌ها.

مهم‌ترین و بازارگراترین کاربردهای عملی تجارت الکترونیک پخش مصرف کننده گرای آن است. این کاربرد شامل خرید از راه دور «عملیات بانکی» دلالتی سهام و تبلیغات مستقیم می‌شوند. به هر حال همان‌طور که انتظار می‌رفت پتانسیل عظیم این بخش بیشتر انگیزه‌های مرتبط با تجارت الکترونیک را به خود جلب می‌کند. در بخش امور تجاری و فعالیت‌های میان تهیه کنندگان مواد اولیه و مصرف کنندگان ارتباطاتی که به وسیله کانال الکترونیکی انتقال داده برقرار می‌شوند بهترین گروه کاربردهای تجارت الکترونیک هستند. همکاری و سهام شدن در اطلاعات به وسیله اینترنت‌ها و اکسترانت‌ها سریع‌ترین رشد را در این سطح از تجارت الکترونیک داراست.

۵- نتیجه‌گیری

با توجه به مطالبی که در این مقاله به آنها پرداختیم می‌توان اینگونه



این تحلیل یکی از چالش برانگیزترین تحلیل‌های عصر حاضر است به این دلیل که همه ما بهترین‌هایی داریم اما همه آنها با هم متفاوتند و گاه بهترین من، کاملاً در تضاد با بهترین شما و دیگری است.

پس تکلیف چیست؟ چه انتخابی شایسته آن است که ما خود را صرف آن کنیم و در آخر شادمان از رسیدن یا در طول رسیدن، قدم برداشتن را جشن بگیریم؟!

حال که سخن از عقل به میان آمد، بد نیست کمی بی پرده راجع به آن گفتگو کنیم.

عقل چیست؟

من عاقلم یا شما یا شخص ثالثی که بین ما قضاوت می‌کند؟!

آیا آن چیزی که ما را به فکر و امی دارد عقل است؟ یا اندیشه؟ یا ابزاری برای اندیشیدن؟

آنچه به وضوح خودنمایی می‌کند این است که عقل نیز مراتبی دارد و انسان‌های عاقل تفاوت‌هایی با هم. از این روست که ما به مشورت با عده‌ای رضایت داده و از عده دیگر پرهیز می‌کنیم!

دلیل رضایت ما و تأیید آن عده اندک که مورد مشورت مان هستند چیست؟ کم عقلی ما؟ پر عقلی و پر مغزی؟ هوش؟ یا اینکه به واقع عقل او را رشد یافته تر از عقل خویش می‌دانیم؟

پس عقل رشد یافته نیز داریم؟
بنابر این شاید بد نباشد که عقل را یک موجود مستقل از خود قلمداد کنیم که در ما حضور دارد!

و اگر خواهان رشد یافتگی آنیم باید به آن توجه ویژه‌ای معطوف کرده و اولین هدف خود را احیای عقل قرار دهیم.

چرا این فهم از اولویت برخوردار است؟ چون اگر عقل، عقل نباشد، اهداف سطح پایینی را گزینش کرده و ما را به بیراهه می‌برد. و هر چه این عقل ناقص زمان بیشتری را برای آن هدف بی ارزش صرف کند، استدلالات موجه تری برای گول زدن ما می‌آورد. چرا استدلال موجه؟ چون عقلی که خودش ناقص

است با نقص استدلال نیز قانع می‌شود. بنابراین در خودفریبی پیشگام بوده و ما را از سرزنش خود نجات می‌دهد.

این عقل هراس بیشتری در روبرو شدن با عقل رشد یافته دارد، چون کاملاً تسلیم شده و گوی خجالت را می‌رباید، بنابراین اصلاً با عقل حقیقی روبرو نخواهد شد (انزواهای عاقلانه از این نوع هستند)...



علیرضا کائینی
(مشتری شعبه جام جم)



هدف چیست؟ آیا هدفمندیم؟ فرق انسان‌های هدفمند با دیگران چیست؟ آیا هدفمندها به اهدافشان می‌رسند؟ چگونه هدفمند شویم؟ آیا هدفمندی، افتخار است یا یک برنامه طاق فرسا برای نتیجه گرفتن؟ آیا انسان هدفمند در اجرای برنامه خود فروتن می‌شود؟ یک انسان هدفمند چه سختی‌هایی در راستای رسیدن به هدفش تحمل می‌کند؟

اینکه هدف، خود موتور محرکه رشد به حساب می‌آید، به کنار! اما اینکه از چه راهی و در طی چه زمانی به هدف خود نائل شویم موضوع جدی تری است. چرا که کم نیستند افراد هدفمندی که سالیان سال همچنان به دنبال هدف خویشند اما همچنان بی نتیجه! خطر این نوع پیگیری خستگی‌ناپذیر این است که ایشان نه تنها به اهداف خود نمی‌رسند بلکه هرگز نمی‌توانند هدف دیگری را جایگزین کنند. در حقیقت، همچنان در تلاشند تا شکست خود را جبران کرده و به خودشان بقبولانند که ما پیروزیم. اما آیا واقعاً هدف ایشان تا این اندازه قداس داشته که از دست دادن زمان و هزینه‌های فرصت، ناچیز به شمار می‌آید؟

اصلاً آیا برای انتخاب هدف معیاری وجود دارد که بتوان میزان ارزش آن را سنجید؟ چه هدفی را باید تا پایان عمر تعقیب کنیم و از چه هدفی باید دست کشیده، اندکی استراحت و مشورت کرده و هدف ارزشمندتری را جایگزینش کنیم؟ شاید همه موارد فوق به نوعی برمی‌گردد به میزان اندوه «نداشته‌های فرد».

اینکه کدام هدف ارزش بیشتری برای پیگیری دارد، گاهی برمی‌گردد به میزان رنجی که فرد در طول نداشتن آن متحمل شده است. گاهی برمی‌گردد به درونیات فرد و احساسات متعالی‌اش.

گاه به چشم و هم چشمی‌ها و گاه به حقارت‌های دوران کودکی، نوجوانی و یا هم اکنون او!

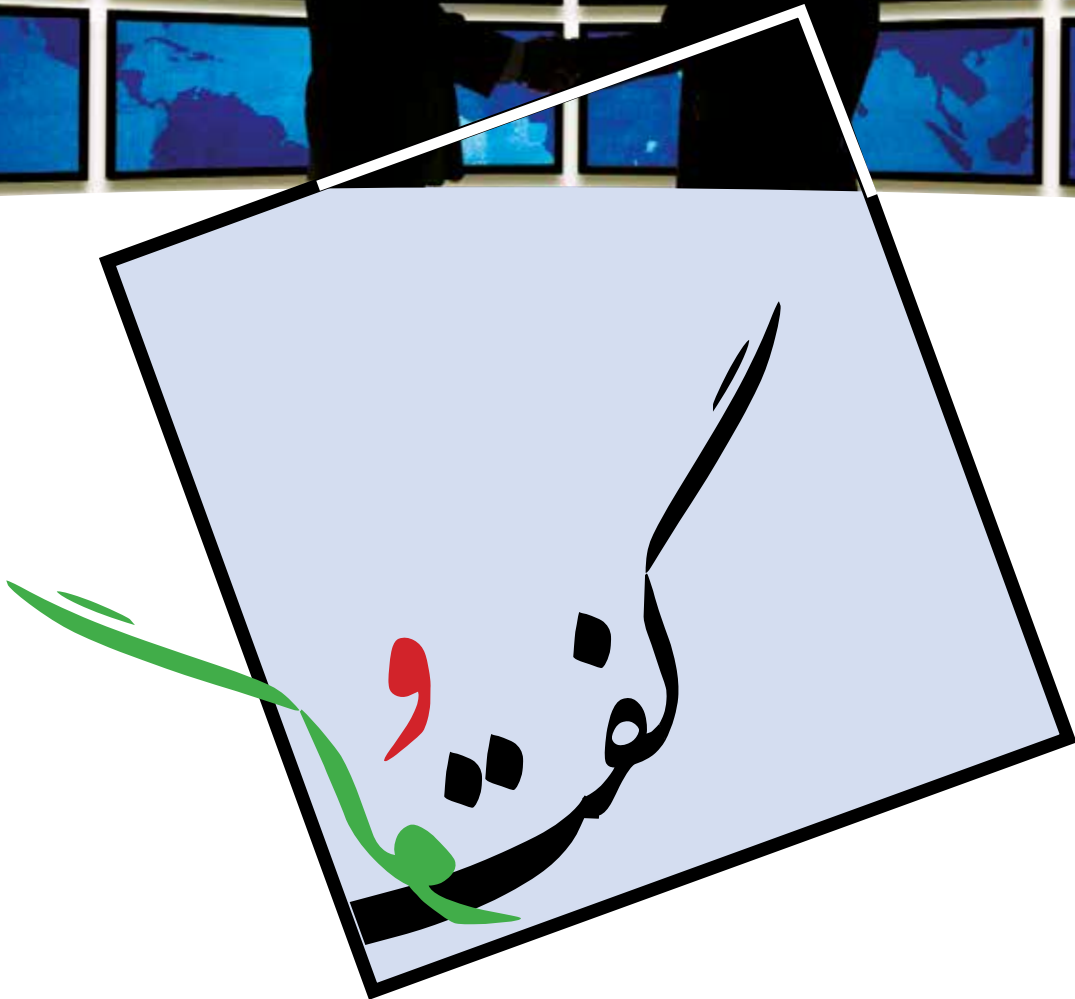
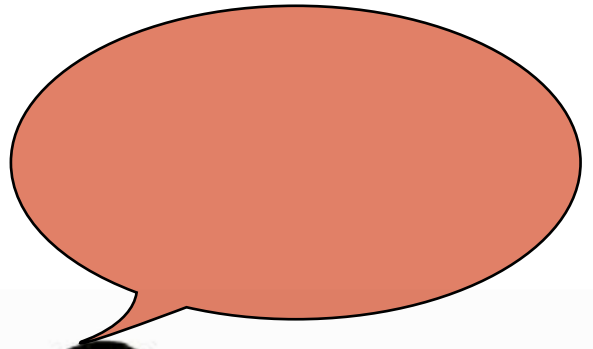
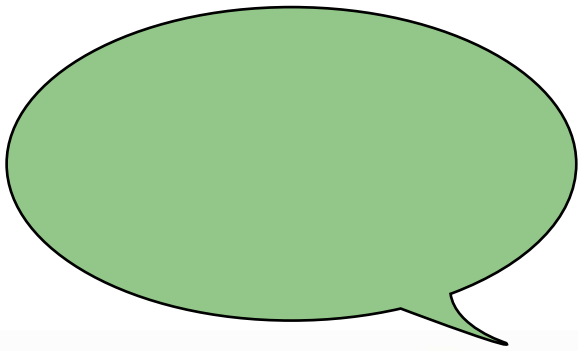
آیا هنوز هم می‌شود نسخه واحدی برای اهداف ارزشمند تعریف کرد؟

بله می‌شود!

دقیقاً نکته همین جاست؛ انسان موجودیست عاقل و معناگرا (یعنی اتصال عقل با ارزش‌ها) وقتی عقل به عنوان یک موجودیت مستقل در

ما فرمانروایی می‌کند، چالش‌های پیش رویش را ارزیابی کرده و سعی می‌کند بهترین را انتخاب کند. بنابراین، دلیل اینکه عقل به مشورت تن می‌دهد این است که می‌خواهد خود را با خود شبیه خود شریک کرده و بهترین فهم خود از موضوع را انتخاب کند!

بهترین چیست؟ آیا تعریفی برای آن وجود دارد؟



گشت و گذار در شعبه های بانک سامان این بار به سراغ شعبه آذربایجان رفته ایم

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

رئیس شعبه

دیداری پراز حرف و خاطره از شعبه آذربایجان بانک سامان

بانک سامان
SamanBank

دیدن برگه بزرگ استخدام... شعبه مرکزی را یافتیم و یک راست به آنجا رفتم، همانجا برای نخستین بار آقای عزیزی را دیدم، در گفت و گوی اولیه با وی وقتی دریافت که با سیستم بورس آشنایی دارم، از من خواست برگه استخدام را پر کنم که فهمیدم قدم اول برداشته شده، همانجا آقای حیدری هم که حضور داشت دلم را گرم کرد و گفت منتظر باشید تا همین چند روزه با شما تماس بگیریم، وقتی آمدم خانه نگاه افراد خانواده فرق می کرد، نمی دانم چه چیزی در رفتار و صورت دیدند که اظهار خوشحالی کردند. چند روز بعد که رفته بودم مرکز آمار، از خانه تماس گرفتم که از بانک زنگ زده شده که فردا صبح شما برای مصاحبه بیایید، حالا تا صبح چقدر فکر کردم بماند، بالاخره صبح شد و خودم را در شعبه مرکزی دیدم، آقای افغان و حیدری مصاحبه را انجام دادند و اعلام کردند از نظر ما مثبت است، در حضور آقای رجایی هم اعلام پذیرش مثبت شد، و در همین مسیر یادم هست از سوی اعضای هیات مدیره، آقایان سیف و خلیل آذر هم مصاحبه انجام شد و از همانجا دستور دادند یک حساب در شعبه مرکزی باز کنم و پس از تأمین سفته و ضامن و گواهی



عدم سوء پیشینه، من شدم یکی از اعضای بانک سامان، سپس برای کارآموزی به شعبه پاسداران رفتم که این دیدار و ماندگاری و کار دو سال و نیم زندگی ام را تشکیل داد، کارهای تسهیلاتی انجام می دادم که به شعبه سعادت آباد فرستاده شدم، اما هنوز حکم نگرفته بودم. ناگفته نماند که برای مدت ۲ هفته در آخرین روزهای خدمتم در شعبه پاسداران جهت کمک در راه اندازی و افتتاح شعبه مرا به شهرستان قزوین فرستادن و در آنجا دوستان و خاطرات خوب و زیادی دارم.

دایره اعتبارات

در همین دوره بعد از ماجرای افتتاح شعبه قزوین، در خدمت بانک سامان با سرپرستی آقای امام بخش به عنوان کاربر کارهای افتتاح شعبه جنت آباد را انجام دادیم. که درخواست حکم داده شد و بنده به عنوان رئیس دایره اعتبارات شعبه جنت آباد معرفی شدم و این بار هم یک سال و نیم فعالیتیم در این شعبه طول کشید که بالاخره راهی شعبه سی تیر شدم. در شعبه ۳۰ تیر هم دو سال کار کردم تا حکم معاونت گرفتم، همه این فعالیت و رفت و آمدها باعث شد تا تمام زمینه های کاری را در یک

وقتی می گویند شعبه بزرگ بانک سامان در آدرس «خیابان آذربایجان»، نبش آزادی، روبروی بهبودی، پلاک ۱۰۷۶ در ایستگاه آزادی قرار دارد، به تبع نام و آدرس «آزادی» که اعلام شده، یاد برج آزادی می افتید و به آنجا مراجعه می کنید که از سر اتفاق ما هم به همان آدرس می رویم اما وقتی می شنویم بهبودی لااقل ۴ ایستگاه با میدان فاصله دارد، تعجب زده از اینکه چرا در یک خیابان بلند و طولانی پایتخت دو ایستگاه آزادی وجود دارد، با حالتی سرگردان، یک تاکسی گرفته و راه رفته رادوباره بر می گردیم تا بالاخره چشممان به جمال شعبه آزادی سامان روشن می شود؛ شعبه ای بزرگ با بیشترین تعداد کاربران جوان، معاون جوان و رئیس جوان و همه سر حال و با هوش و خستگی ناپذیر، تازه یادمان می افتد در روزگاری دور، در دوران نوجوانی این راه را می آمدیم تا از پشت شیشه های بزرگ و یترین مانند به دستگاه گول پیکری نگاه کنیم که مثل آدم آهنی شیشه های نوشابه تازه وارد شده را می شست، خشک می کرد و درونش را طبق برنامه پر می کرد از نوشابه ای گاز دار که خود به خود بر تشنگی می افزود، و بنابراین با پرداخت یک ۵ ریالی، یک نوشابه خنک تازه می گرفتیم و آرام آرام می نوشیدیم، به طوری که دلمان می خواست این نوشیدن تا مدت ها ادامه یابد، گاز نوشابه به علت نا آشنایی با نوع خوردن جرعه جرعه، می زد توی چشم و دماغمان و لذتی تکرار نشده به جانمان می ریخت، حالا ما دیگر خبری از این تصویر قدیمی نیست، ساخت نوشابه های مختلف با طعمی نزدیک به طعم قدیمی، در جاهای مختلف عادی شده، از آن شیشه ها خبری نیست و به جای نوشابه در دست عابران در حال گذر فقط می توان آب دید که به قولی از شیرهای لوله کشی شده شهری پر شده است حالا با رفتن به سمت شعبه بانک سامان خودمان، یاد کارخانه نوشابه سازی و یک خاطره سی / چهل ساله می افتیم، مربوط است به رسم نوشتن یک گزارش..

شعبه بانکی و هفت سین پر خاطره

وقتی وارد شعبه می شویم، با انبوه مشتری روبرو شده ایم و زحمت و برنامه ریزی برای برپایی یک هفت سین خاطره انگیز، سبزه ای در کاسه گل مرغی، یک گلدان، دو شاخه سنبل سفید هلندی، ظرف سفالی آب زلال، ظرف سمنو، یک سیب بزرگ، کاسه سفالی مملو از سکه یا شبه سکه که بر روی میزی چهار گوش و رومیزی زربفت قدیمی چیده شده و هنوز تا آمدن ماهی قرمز ها وقت دارد، هر یک از مشتریان و سپرده گذاران، با لبخندهایی پر از محبت و آشنایی به این هفت سین زود انداخته شده «سامانی» چشم می دوزند و حرفی می زنند و مبارک بادی می گویند در آخرین روزهای سال.

پیمان جمشیدیان رئیس جوان و خوش برخورد شعبه استقبالیان
می کند با چای و لبخند و شکلات تلخ و شیرین و به حرف و گفت و گو می نشینم، اول از خاطره ای آغاز می کند:

سال ۸۲ در یک شرکت اقتصادی همکاری می کردم، اما بیشتر برای پرکردن وقت و آمادگی جهت برداشتن گام و نزدیک شدن به کار بانکی، فکر می کنم، در این زمینه شانس و اقبال سهم ویژه ای را بازی می کند، آن روز مرخصی گرفته بودم و هنگام گذر از جلوی یک شعبه بانک سامان با

کرده ایم. پس نباید توقع آنچنانی داشته باشیم، اما در شعبه پاسداران که بودم دو بار لوح کارمند نمونه گرفتم و یک جایزه دیگر، آقای رجایی هم لطف کردند یک لوح هدیه کردند، به هر حال خاطره های خوب هست، اما در زمینه جذب مشتری و بالا بردن روش های موفقیت رشد نقدینگی، اتفاق دور از واقعیتی نیست، به عبارتی به صورت اتوماتیک همراه با تلاش گروهی پیش می آید، این راه هم می دانیم که بانک به عنوان یک موسسه اقتصادی قائم به فرد نیست، مشتری در همان روزهای نخست و حتی ساعات اولیه می تواند جذب یا دفع شود، بنابراین بدون حرکت گروهی و احترام به شخصیت سپرده گذار و مشتری های دائمی و وفادار، جذب نمی شوند، منظور این است که من به تنهایی قادر نیستم یک شعبه بانکی را از نظر جذب مشتری و بالا بردن نقدینگی ارتقا ببخشم، من در مورد همکاران جوانم و همین شعبه یک بحث را نهادینه کردم، به بچه ها تفهیم کردم دشمن موفقیت و پیشبرد فعالیت ها، بی تفاوتی است.

شغل بانکی، یک شغل ارتباطی است، باید اندیشه ها به کار گرفته شود، بنابراین باید همه کار کنیم، نتیجه به کارگیری این روش اول از همه استفاده از موقعیت های موجود در شهرک غرب بود، ما با کلی برنامه ریزی و دستیابی به خواسته های مان، دستگاه های "POS" زیادی راه اندازی کردیم، از جمله آموزشگاه ها، بیمارستان ها و دیگر مجموعه های فعال در این منطقه را مورد توجه قرار دادیم و حتی وام در اختیارشان قرار دادیم تا از این طریق ارتباط لازم را به وجود آوریم، مثلاً در مواردی برای شرکت های تولیدی بزرگ در این منطقه و حتی مناطق دورتر ارتباط اقتصادی راه اندازی کردیم، به کارمندانمان بن کارت دادیم، به سختی کار کردیم و هیچ روزی نبود که در یک زمینه پیشرفت نداشته باشیم. کار به جایی رسید که همکاران جوانمان، اقدام به بررسی مشتری از لحاظ شخصیت اجتماعی، اقتصادی و رفتاری کردند، نتیجه اینکه جذب مشتری به این طریق، واقعی تر و از روی برنامه صورت می گرفت، ما حتی با همین برنامه ریزی ها شرکت های بزرگ و تعاونی ها را توانستیم جذب کنیم، حتی در مقابل دستگاه های کارتخوان تسهیلات در اختیارشان قرار دادیم. اعتبارات گوناگون تصویب کردیم، حالا نیز به جایی رسیده ایم که مشتری ناراضی به هیچ وجه نداریم، به ویژه تعاونی های چند منظوره توانستند از تسهیلات و اعتبارات بیشتری سود ببرند.

■ در زمینه مشتری یابی، یا به عبارتی دیگر، ارتباط های لازم همه افراد همکاری کردند؟

- باور کنید یکی از برنامه های روزانه مان، ایجاد ارتباط از طریق رفت و آمد و گفت و گو با مشتریان شرکتی بود، بچه ها را از روی برنامه تک به تک روزی نیم ساعت بیرون می فرستادیم، برای شرکت یابی، حضور در بیمارستان ها، جهت افتتاح حساب و جذب مشتری جدید همه زحمت کشیدند، به همین جهت هم تراکش ها بالاست، بین مشتریان شرکتی، توانسته ایم خیلی از شرکت های بزرگ را جذب کنیم، بنابراین بزرگی شعبه، چندان هم کارساز نیست، چون اینجا یکی از شعبه های شلوغ بانک به شمار می آید، گرچه در حال حاضر ۶ باجه داریم با ۶ کاربر

دوره مو به مو یاد بگیرم، حالا دیگر یک سامانی شده بودم، خوشحال هم بودم و تقدیر و سرنوشت همراه با دیگر فعالیت ها، آینده را برایم ساخت، نکته مهم در این رفت و آمد به شعبه های بانک سامان، حضور برای افتتاح شعبه، فراگیری ها و آموزش ها، به نوعی همان ماجرای فولاد آبدیده را برایم تداعی می کرد، مثل خیلی های دیگر از دوستان و همکاران بانکی، نکته قابل توجه و ارزشمند برای من که با هر کدام از این همکاران روبه رو می شدم، این بود که همگی آنان به نوعی عاشق کار در این بانک جوان شده بودند و بانک را از خود می دانستند، بنابراین بی دلیل نبود که همه مشتریان و سپرده گذاران سامان، بیشترین و بهترین خاطره شان مشتری مداری کاربران در شعبه ها است.

■ گویا آن زمان و آن روزها، افتتاح شعبه ها، روز به روز به انجام می رسید تا سامان در همه بخش های شهر حضور داشته باشد.

- دقیقاً همین طور است، یادم هست بعد از دو سال و نیم کار کردن در شعبه ۳۰ تیر که حکم معاونتم را گرفته بودم، باز با آقای فکوری رفتیم برای راه اندازی شعبه نازی آباد، شعبه ای تازه تاسیس، شعبه شهرک راه آهن هم حدود پنج ماه به عنوان معاونت خدمت کردم، همراه با آماده سازی کارمندان و کاربران جوان و سپس معتكف این شعبه شدیم، یعنی



همین شعبه آذربایجان که سال ۹۰ به عنوان معاون وارد شعبه شده و در همین شعبه از آبان ماه سال ۹۱ به عنوان سرپرست تاکنون مشغول به خدمت هستم و از آن موقع در خدمت مشتریان و سپرده گذاران هستم، سپرده گذارانی که با همت و همکاری همه دوستان جوان، روز به روز بر تعدادشان افزوده شد.

■ راستی در همین زمینه جذب مشتری آن هم در وضعیت فعلی چگونه صورت گرفت؟ چون کار ساده ای نباید باشد؟ حتماً جایزه هم گرفتید؟

- راستش از زمانی که برای افتتاح شعبه قزوین معرفی شدم، احساس کردم سرنوشت من برای کار و فعالیت و ادامه همکاری با این بانک گره خورده، بنابراین مثل یک صاحب کار ایستادگی کردم، در مورد تشویق؟ اولاً من و امثال من طبق وظیفه ای که به عهده مان گذاشته شده کار

و فعالیت و تحصیلات لیسانس مترجمی زبان انگلیسی، که کارش را از بخش ارزی آغاز کرده و در شعبه های بازار، مرکزی با پیشکسوتانی همچون آقایان علی اکبری، تفرشی، جهانبخش و میرزایی حسین زاده کار کرده و حالا معاونت ریالی شعبه آذربایجان را به عهده دارد، معتقد است:

مسئله به انجام رسیدن فعالیت هاست و اینکه کاری روی زمین نماند، من در زمینه کنترل اسناد شعبه، رسیدگی به درخواست مشتری ها، انجام دیگر فعالیت ها در زمینه جذب مشتری و ... کار می کنم و این دلیل نمی شود به کارهای دیگر نرسم. مهم انجام به موقع برنامه هاست و بس. **مهدی کیخسروی (همه کاره) معتقد است:** این شعبه از جمله پر مشتری ترین شعبه های سامان است، با همسرش هم در شعبه بازار آشنا شده و حالا ۴ سالی هست که در کنار هم زندگی آرامی دارند، جالب اینکه همسرش هم فارغ التحصیل زبان و ادبیات انگلیسی است!

و همزمان جناب جمشیدیان گویا یاد موضوع نگفته ای می افتد:

این راه را باید بگویم که ما از قدیمی ترها خیلی یاد گرفتیم، با روسای حداقل ده شعبه کار کرده ام و یاد گرفتم، همه همکاری می کردند، در اینجا باید از آقایان شه دل، محمدی، امام بخش، وزیری، فکوری،

همیشه فعال، به اضافه باجه بیمه و بانک، که این قسمت هم بسیار فعال است.

■ **به اهداف برنامه ریزی شده اولیه دست یافتید؟ البته می دانیم که با به وجود آمدن بحران ارزی حفظ منابع حتما با مشکل روبرو شده است، چه از نظر حفظ مشتری دارای نقدینگی ارزی و چه از لحاظ تصمیم سپرده گذاران در جهت تبدیل سپرده شان به سکه و ارز، که به هر حال در جامعه وجود داشته است؟**

جمشیدیان، با کمی سکوت و نگاه به دورهای خاطره، لبخندی می زند و بعد آرام می گوید:

میزان دستیابی به اهداف شعبه قبل از بحران ارزی و تب سکه و دلار نزدیک ۱۰۰ درصد بود ولی با شروع بحران از ۶۸ درصد شروع کردیم و بعضی از ماه های بیشتر و بعضی ماه ها کمتر از این میزان به اهداف دسترسی پیدا کردیم و علت کاهش دسترسی به اهداف پایین آمدن منابع و جذب سپرده از میزان پیش بینی و روند شعبه بود که بیشتر نقدینگی جذب بازارهای دیگر از جمله سوداگری ارز و سکه و غیره شد و شعبه برای پوشش اهداف از سایر گزینه های در دسترس مانند افزایش میزان وام دهی - جذب سپرده هایی از طریق نصب دستگاه های «پایانه فروشگاهی» استفاده کرد.

■ **با این همه کار، برگزاری جلسات چگونه صورت گرفت یا می گیرید؟ چون مطرح شدن مشکلات پیش آمده در عرض هفته و راه اندازی بخش دوره بندی برای رفع بعضی نکات لازم است!**

- پنجشنبه ها صبح، قبل از آغاز کار روزمره، یک ساعت زودتر می آییم و در حالی که زمانی را برای صرف صبحانه در کنار هم می گذرانیم به حرف و حدیث های پیش آمده می پردازیم، هر کس به هر حال مشکلی دارد که مطرح می کند، با یک جمع بندی گروهی و حل مشکل و نظرگیری جمعی، به آرامش لازم می رسیم، حتی ممکن است یک موضوع برای طرح تاحل و نتیجه گیری، دو سه جلسه را پر کند، در این میان، آن ارتباط لازم به وجود می آید، از هم کار یاد می گیریم، باور کنید گاهی وقت ها،

به موضوعی که تا به حال فکر نمی کردم برای حل و نتیجه گیری دست پیدا می کنم. مهم تبادل تجربه های حاصل از جمع بندی نظر ها و اطلاع رسانی گروهی است.

و با این حرف ها و خاطرات به یک موضوع شخصی می رسیم و موضوع شخصی اینکه، رئیس جوان شعبه، در سال ۸۵ ازدواج کرده و فعلا صاحب یک فرزند هم شده اند و به تبع آن زندگی جمع و جوری رانیز فراهم کرده و چشم انداز آینده زندگیش دسترسی به آرزوها و یادگیری و یاد دادن است، ...

و بقیه دوستان

در حالی که هنوز کار ادامه دارد و بچه های پشت باجه ها مشغول جمع آوری حاصل تلاش یک روز کاری هستند و گاه چشم به هفت سین تازه چیده شده دارند سراغ دیگران می رویم. مثلا شخص کیخسروی معاونت ریالی شعبه آذربایجان بانک سامان، با حدود ۶ سال سابقه کار



شمس الدین، میرزایی فرید، بیات، سعایی نیا، طولابیان و فزونی یاد کنم، وقتی به گذشته نگاه می کنم آنها را می بینم و خاطراتم ورق می خورد...

آرامش فکری

خانم سمیه احمدی، متصدی امور بانکی یادآوری می کند که ۶ سال و ۵ ماه است که در سامان کار می کند، با تحصیلات لیسانس اقتصاد نظری، با خواندن یک اطلاعیه جذب کارمند بانکی، در آزمون شرکت کرده و در شعبه های صادقیه، باجه ماهان، میدان قزوین و حالا همین شعبه آذربایجان کار کرده و خیلی هم راضی است، چون آرامش فکری دارد، بدون مشکل و دقت کافی برای یادگیری.

برق، بازرگانی و بانک

محمد علی واحدی از سال ۸۷ با تحصیلات دانشجویی فوق لیسانس مدیریت بازرگانی به بانک آمده، قبل از آن در زمینه برق و بعد بازرگانی

جو شعبه صمیمی است

محمود صفابخش با تحصیلات لیسانس مدیریت صنعتی هم اکنون یک سال و هفت ماه است که در بانک سامان کار می کند، البته برادر بزرگش هم بانکی است و هم او باعث علاقه اش به کار در بانک شده، در باجه "کلر" کار می کند و بیشترین علاقه اش به جذب روز افزون مشتری است. از خاطرات خوبش این است که سال گذشته گاه تا ساعت ۲۳ در بانک بوده و کار کرده است.

از آفریقا تا سندج

سهیلا حسینی با فوق لیسانس مدیریت بازرگانی، پس از موفقیت در آزمون و مصاحبه، حدود ۴ سال است که در سامان کار می کند و در این مدت در شعبه های آفریقا، سندج و آذربایجان فعالیت داشته است، کار در بانک را دوست دارد و انتخاب اولش بوده است.

دوقلوها

مجتبی خدادادی با تحصیلات لیسانس مدیریت بازرگانی از سال ۸۸ به سامان آمده و قبلاً به عنوان مدیریت فروش در بازار کار می کرده، مجرد است و در شعبه های آرژانتین، تهرانپارس، ملت، اکباتان و حالا آذربایجان کار کرده، جالب این که همراه برادرش که دوقلو هم هستند به تهران آمده اند و باز جالب تر اینکه، محل کار برادرش هم در یک سازمان دولتی آنسوی خیابان است و حالا که مجتبی خان با استفاده از تسهیلات موفق به خرید خانه شده، خیالش از جانب سکونت آن هم در خانه خودشان راحت تر شده است.

فعالیت داشته است، بعد از طریق آزمون وارد بانک شده، در شعبه های مرکزی و آذربایجان، در زمینه بازاریابی دستگاه "POS" و صندوق کار کرده، همسرش هم کارمند یک شرکت خصوصی است.

فوق لیسانس

الهام محبی، دو سال است آمده بانک سامان، دانشجوی فوق لیسانس رشته حسابداری دانشگاه تربیت مدرس است، قبلاً کارهای حسابداری کرده و هنگامی که وارد بانک شده در شعبه های پارک ساعی، کریم خان، بورس و حالا آذربایجان مشغول فعالیت است. فعلاً کاربر باجه است.

بانک و بیمه

بخش بانک و بیمه در یک سال اخیر کارش بیشتر شده و نسیم شهبابی، در بخش بانک و بیمه فعال است. از سال ۸۹ به بیمه بانک آمده و از شهریور ماه رسماً به پیکره بانک ملحق شده، با تحصیلات مدیریت بازرگانی، در شعبه های هاپیر استار، تهرانسر، دفتر مرکزی و حالا آذربایجان فعالیت دارد، به قول خودش باید از تجربه کاری آدم های قبلی استفاده شود و نیز سرمایه هر بانک، اول مشتری و بعد نفرت فعال در آن است، و می گوید ما در صنعت بیمه، جزو ده شعبه اول هستیم. من خوشحالم که در یک سازمان برتر کار می کنم، کار ما خدماتی است و به شدت علاقه مندیم در جایی که کار می کنیم از همه جهت موفق و برتر باشد و همین طور خواهد بود.



گزارش



گزارش ماهانه تحلیل بازار

(تحلیل دوره فروردین ماه ۱۳۹۲)

مدیریت امور تحقیقات و برنامه ریزی



اقتصاد سیاسی

اقتصاد ایران در سال ۹۲: بر اساس گزارش صندوق بین المللی پول رشد اقتصادی ایران در سال ۲۰۱۳ در حدود ۱/۳- پیش بینی شده است.

بازار مالی

شاخص بورس در فروردین ماه در حدود ۵/۰۴ درصد افزایش یافت.

بازار طلا

قیمت طلا در ماه گذشته روند نزولی داشت. فروش ذخایر طلای کشور قبرس به منظور جبران زیان بانک‌های تجاری خود و احتمال اتمام سیاست‌های فوق انبساطی فدرال رزرو تا پایان سال ۲۰۱۳، از مهم‌ترین عوامل کاهش قیمت طلا بودند.

ارز

در ماه گذشته ارزش یورو در برابر دلار روند صعودی داشت. کاهش

سطح اشتغال و خرده‌فروشی آمریکا و رشد بالاتر از انتظار تولیدات صنعتی منطقه یورو از دلایل تقویت یورو در برابر دلار بود.

نفت

قیمت نفت در ماه گذشته روند نزولی داشت. اعلام کاهش رشد اقتصاد جهانی توسط صندوق بین‌المللی پول و افزایش عرضه نفت از طرف اعضای غیر اوپک از مهمترین علل کاهش قیمت نفت عنوان شد.

اقتصاد بین الملل

صندوق بین‌المللی پول پیش‌بینی خود از نرخ رشد اقتصادی جهان را از ۳/۵ درصد به ۳/۳ درصد کاهش داد.

پولی و بانکی

تاثیر بودجه سال ۹۲ بر سیاست‌های پولی: دولت قصد دارد با تصویب بندهایی در بودجه ۹۲ از استقلال بانک مرکزی در سیاست‌گذاری‌های پولی و ارزی بکاهد.

۱- اقتصاد سیاسی

اقتصاد ایران در سال ۹۲

بانک جهانی و صندوق بین‌المللی پول رشد اقتصادی ایران را در سال ۲۰۱۲ به ترتیب ۳- و ۱/۹- درصد و در سال ۲۰۱۳ در حدود ۱/۳- درصد اعلام نمودند.

جدول شماره ۱: مقایسه شاخص‌های کلان ۲۰۱۳ نسبت به ۲۰۱۲ (درصد)

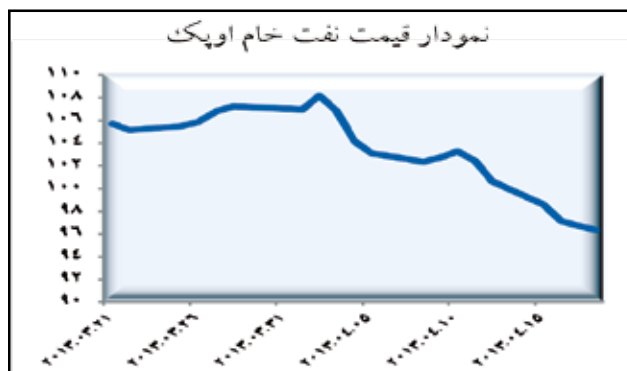
نرخ بیکاری	مازاد حساب جاری (درصد از GDP)	رشد اقتصادی	تورم	
سال ۲۰۱۲	۴/۹	-۱/۹	۳۰/۶	۱۲/۵
سال ۲۰۱۳	۳/۶	-۱/۳	۲۷/۲	۱۳/۴

ماخذ: IMF

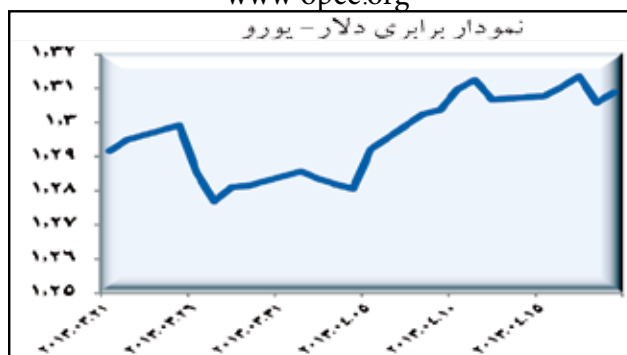
بر اساس این گزارش، درآمدهای نفتی ایران در سال ۲۰۱۲ از ۱۱۸ میلیارد دلار به ۶۷/۴ میلیارد دلار کاهش یافته و به تبع آن واردات نیز ۱۹ درصد کاهش یافته است. علاوه بر این درآمدهای دولت از ۲۵/۸ درصد GDP به ۱۵/۲ درصد GDP و پس‌انداز ناخالص ملی از ۴۳/۸ درصد به ۳۴/۹ درصد و سرمایه‌گذاری از ۳۱/۸ درصد GDP به ۳۰ درصد GDP کاهش یافته است. علاوه بر این، تبعات کاهش درآمدهای نفتی بر تراز حساب‌های جاری موثر بوده است. تراز حساب جاری در سال ۲۰۱۲ بالغ بر ۲۶/۷ میلیارد دلار برآورد شده که این رقم با کاهش حدوداً ۳۲ میلیارد دلاری نسبت به سال گذشته مواجه شده است. همچنین براساس گزارشات منتشره داخلی برای سال ۱۳۹۱، نرخ تورم ۳۱/۵ درصد، نرخ بیکاری ۱۲/۱ درصد و رشد ۳۱ درصد نقدینگی (۴۵۰ هزار میلیارد تومان) اعلام شده است. بر اساس نظرات کارشناسان، اقتصاد ایران برای رسیدن به ثبات مجدد نیاز به بازنگری در نهادهای سیاسی، ایجاد سرمایه اجتماعی و جلب اعتماد سرمایه‌گذاران دارد.

۲- بازار مالی

بازار بورس در فروردین ماه رکورد تاریخی دیگری را بر جای گذاشت و از مرز ۴۰ هزار واحد گذشت، به‌طوری‌که شاخص بورس در پایان فروردین ماه ۱۳۹۲ در مقایسه با اسفند ۱۳۹۱ به میزان ۱۹۴۸/۲ واحد برابر با ۵/۰۴ درصد افزایش یافت و از ۳۸۶۰۲/۶ واحد به ۴۰۵۵۰/۸ واحد رسید. از دلایل افزایش شاخص بورس می‌توان به افزایش قیمت جهانی فلزات اساسی، تعدیل مثبت در سود شرکت‌های پالایشگاهی و قندی، رفع ابهامات صورت‌های مالی شرکت‌ها، تعدیل نرخ بهره مالکانه معدنی‌ها در بودجه ۹۲ و توافق تهران و آژانس بین‌المللی انرژی اتمی برای برگزاری دور جدید مذاکرات اشاره داشت. گزارش‌های مالی شرکت‌های بورس نشان می‌دهد که یک تحول جدی در برخی از صنایع صادرات‌محور روی داده که البته منشأ آن عاملی جز افزایش نرخ ارز نیست. با توجه به چشم‌انداز موجود در بازار ارز، انتظار می‌رود عوامل



www.opec.org



www.Imf.org



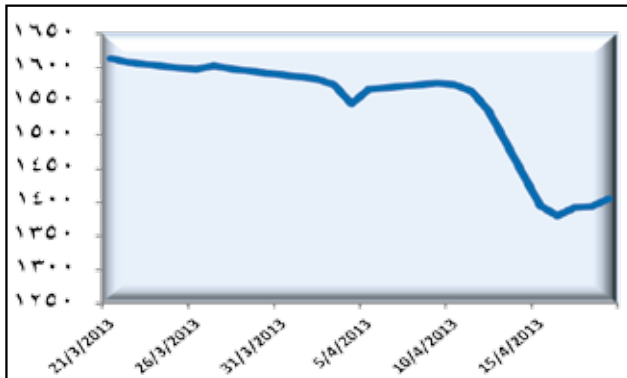
www.finance.yahoo.com



طلا فرصتی به دست داده تا برخی از خریداران در جهان اقدام به خرید این فلز گرانبها نمایند. در نتیجه افزایش تقاضای فیزیکی در بازارهای جهانی طلا توسط برخی از کشورها نظیر هندوستان در کنار برخی نگرانی‌های امنیتی در آمریکا، قیمت طلا را دوباره از ۱۴۰۰ دلار بالاتر برده است.

در بازار داخلی، در پی افت قیمت‌های جهانی، قیمت سکه کاهش چندانی نیافت؛ زیرا که خریدهای گران در ماه‌های گذشته باعث چسبندگی قیمت‌ها شده است.

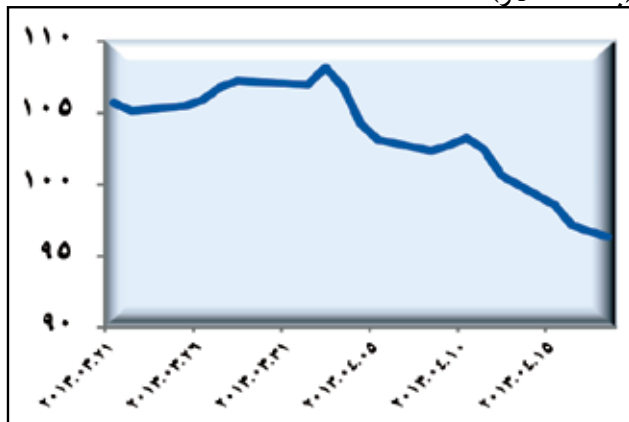
نمودار شماره ۲- قیمت جهانی طلا (اونس - دلار)



۴- بازار نفت

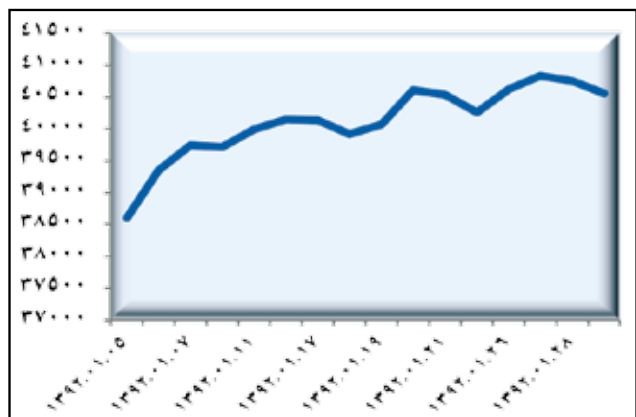
قیمت نفت در ماه گذشته روند نزولی داشت. از عوامل موثر بر کاهش قیمت نفت می‌توان به کاهش تقاضای پیش‌بینی شده نفت توسط سه موسسه مطالعاتی اوپک، اداره اطلاعات انرژی آمریکا و سازمان بین‌المللی انرژی، اعلام کاهش رشد اقتصاد جهانی توسط صندوق بین‌المللی پول و کاهش ۰/۲ درصدی تولید ناخالص داخلی چین (از ۷/۹ درصد به ۷/۷ درصد) در سه ماهه اول سال ۲۰۱۳ در مقایسه با سه ماهه پایانی ۲۰۱۲ اشاره نمود. علاوه بر این افزایش عرضه بخصوص از ناحیه کشورهای غیر اوپک از مهمترین دلایل تضعیف قیمت نفت در ماه گذشته بود.

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



روند دهنده مزبور در سال ۹۲ کمابیش پابرجا باشد. علاوه بر این تصمیمات کمیسیون تلفیق مجلس در خصوص بررسی ردیف‌های درآمدی بودجه سال ۹۲ کل کشور منتشر شد. بر اساس اظهارات سخنگوی این کمیسیون، کل اعتبار قانون هدفمندی یارانه‌ها در سال ۹۲ از ۴۲ هزار میلیارد تومان در سال قبل به ۵۰ هزار میلیارد تومان افزایش یافته است. این در حالی است که نظر دولت افزایش این رقم به ۱۲۰ هزار میلیارد تومان بوده که مستلزم افزایش چند برابری قیمت حامل‌های انرژی است. ضمناً نظر کمیسیون درباره افزایش قیمت حامل‌های انرژی این است که دولت نرخ حامل‌هایی نظیر بنزین و گاز مایع را افزایش دهد و بار تورمی کمتری را متوجه نهاده‌های تولید نظیر گازوئیل کند. با توجه به اینکه مصوبات کمیسیون تلفیق در صحن مجلس معمولاً مورد تأیید قرار می‌گیرد، خبر مزبور را می‌توان به معنای اجرای نسخه ملایم هدفمندی در سال ۹۲ دانست؛ شرایطی که با حذف تهدید جهش قیمت حامل‌های انرژی، احتمال بروز پیامدهای نامطلوب برای صنایع و به تبع آن سودآوری شرکت‌های بوری و قیمت سهام آن‌ها در کوتاه‌مدت را به حداقل رسانده است. از طرف دیگر، کاهش سفته‌بازی در بازارهای موازی بورس نظیر طلا و ارز باعث افزایش شاخص بورس نیز شد. همچنین نتایج انتخابات دور یازدهم ریاست جمهوری و مذاکرات آلمانی ۲ می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای در تعیین روند آتی بازار بورس داشته باشد.

نمودار شماره ۱- شاخص کل بورس در ماه گذشته



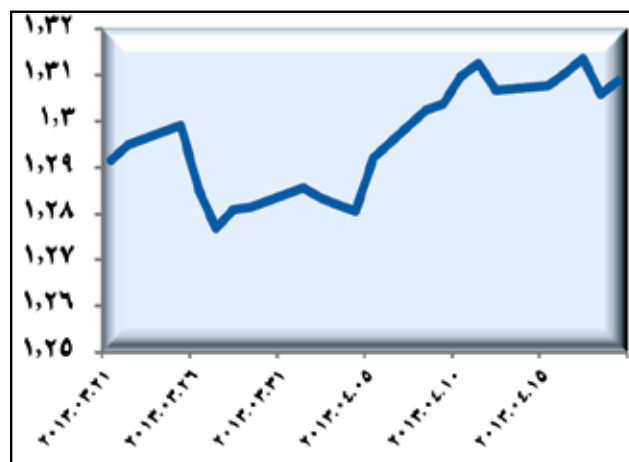
۳- بازار طلا

قیمت جهانی طلا در ماه گذشته روند نزولی داشت. قیمت هر اونس طلا در ماه گذشته به زیر ۱۴۰۰ دلار در هر اونس سقوط کرد و بزرگ‌ترین افت تاریخ طلا را در سال ۲۰۱۳ میلادی به ثبت رساند. فروش ۱۶ تن از ذخایر طلای قبرس به قصد تأمین مالی این کشور و احتمال پایان یافتن سیاست‌های انبساطی فدرال رزرو تا پایان سال ۲۰۱۳ از جمله عواملی هستند که بر کاهش قیمت طلا در ماه گذشته موثر بودند. از سویی دیگر، افت تقریباً ۲۰۰ دلاری

۵- ارز

در ماه گذشته یورو در برابر دلار تقویت شد. نگرانی ژئوپولیتیکی ناشی از بمب‌گذاری در آمریکا و همچنین کاهش سطح شاخص‌های اشتغال، خرده‌فروشی و سطح خوش‌بینی تجاری آمریکا و رشد بالاتر از انتظار تولیدات صنعتی منطقه یورو از دلایل تقویت یورو در برابر دلار بود. علاوه بر این بحث در مورد تداوم سیاست انبساطی پولی در آمریکا و اروپا منجر به تضعیف دلار شد.

در بازار داخلی، قرار است نرخ مرجع تنها به دو کالای گندم و خوراک دامی تعلق گیرد و سایر اولویت‌های اقلام ضروری (کره، شکر، گوشت قرمز و دام زنده، دارو، مواد اولیه دارویی، شیرخشک و تجهیزات و ملزومات پزشکی) با ارز مبادلاتی وارد شوند. از سویی دیگر، به نظر می‌رسد که یورو و دلار از پرداخت‌های ارزی در مرکز مبادلات به تدریج در حال حذف شدن است. به عنوان نمونه در مرکز مبادلات به تجار و مراجعه‌کنندگان به این مرکز، که در انتظار دریافت ارز هستند، پیشنهاد پرداخت ارز روپیه هندوستان، یوان چین یا وون کره می‌شود. همچنین به واردکنندگانی که خواستار دریافت ارز یورو می‌باشند اعلام شده که به یکی از صرافی‌های بانکی مراجعه کرده و ارز مورد نیاز خود را با درصد بالاتری دریافت کنند که این امر به ضرر آن‌ها تمام می‌شود. **نمودار شماره ۴- نرخ برابری دلار - یورو در ماه گذشته**



ماخذ: www.imf.org

۶- اقتصاد بین الملل

صندوق بین‌المللی پول پیش‌بینی خود را از رشد اقتصاد جهان در سال ۲۰۱۳ از ۳/۵ درصد به ۳/۳ درصد تعدیل نمود.

آمریکا: بر اساس پیش‌بینی صندوق بین‌المللی پول رشد اقتصادی آمریکا در سال ۲۰۱۳ برابر با ۱/۹ درصد است. در این گزارش سطح تورم ۱/۸ درصد، مازاد حساب جاری ۲/۹ - درصد از GDP و نرخ بیکاری ۷/۷ درصد اعلام شد. در آمریکا شاخص خوش‌بینی بنگاه‌های کوچک اقتصادی در ماه مارس کاهش یافت.

همچنین شاخص خرده‌فروشی با کاهش ۰/۴ درصدی مواجه شد. شاخص‌های قیمت واردات و قیمت تولیدکننده به ترتیب با ۰/۵ و ۰/۶ درصد کاهش در ماه مارس روبرو شدند، که عمدتاً ناشی از کاهش ۱/۹ درصدی قیمت نفت بود. شاخص تورم نیز در ماه مارس به ۱/۵ درصد در دوره سالانه رسید، نرخ بیکاری این ماه به ۷/۶ درصد رسیده و بخش خصوصی آمریکا در این ماه ۱۵۸ هزار فرصت شغلی ایجاد کرد که بسیار کمتر از میزان ایجاد اشتغال در ماه فوریه (۱۹۱ هزار نفر) بوده است.

اروپا: بر اساس پیش‌بینی صندوق بین‌المللی پول، رشد اقتصادی اتحادیه اروپا در ۲۰۱۳ برابر با ۰/۳ - درصد خواهد بود. در این گزارش سطح تورم این ناحیه ۱/۷ درصد، مازاد حساب جاری ۲/۳ درصد از GDP و نرخ بیکاری ۱۲/۳ درصد اعلام شد. بر اساس آمار منتشره بانک مرکزی اروپا، شاخص اعتماد سرمایه‌گذاران برای ماه آوریل کاهش ۶۳ درصدی (از ۱۰/۶ - به ۱۷/۳ - واحد) را تجربه نمود. از دلایل کاهش این شاخص، بی‌نتیجه ماندن انتخابات ایتالیا و بدهی‌های قبرس اعلام شد. در نشست وزرای دارایی حوزه یورو قرار شد که در قبرس ذخایر طلای خود را به فروش برساند و به دو کشور ایرلند و پرتغال مهلت ۷ ساله‌ای برای بازپرداخت وام‌هایشان داده شد. شایان ذکر است که کشورهای قبرس، ایرلند و پرتغال به ترتیب ۱۰۹ میلیارد، ۸۵ میلیارد و ۷۸ میلیارد یورو بدهی به بانک مرکزی اروپا دارند.

ژاپن: بر اساس گزارش صندوق بین‌المللی پول، رشد اقتصادی ژاپن در ۲۰۱۳ برابر با ۱/۶ درصد است. بر اساس گزارشات منتشره، در ماه فوریه تراز حساب جاری ژاپن بعد از سه ماه به مثبت ۶۳۷ میلیارد ین رسید. مثبت شدن تراز حساب جاری این کشور ناشی از کاهش واردات از چین و رشد ۱۳ درصدی خالص درآمدها از خارج نسبت به سال گذشته بود. افزایش در خالص درآمدها، به سبب کاهش ارزش ین در مقابل سایر اسعار روی داد، هر چند که این امر نقطه قوت چندانی برای ژاپن محسوب نمی‌شود.

چین: چین در فصل نخست ۲۰۱۳ نسبت به سال گذشته میلادی رشد ۷/۷ درصدی را تجربه نمود. علاوه بر این، موسسه رتبه‌بندی مودیز چشم‌انداز رتبه اعتباری چین را از مثبت به پایدار (Aa۳) کاهش داد. این موسسه علت این کاهش رتبه را عدم پیشرفت این کشور در کاهش بدهی دولت اعلام نمود. همچنین موسسه رتبه‌بندی فیچ نیز به دلیل خطرات پیش‌روی ثبات مالی در این کشور، رتبه اعتباری بلندمدت پول چین را (از AA- به A+) کاهش داد.

۷- بخش پولی و بانکی

تاثیر بودجه سال ۹۲ بر سیاست‌های پولی

بر اساس گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس، دولت با اضافه کردن بندهایی قصد دارد در سیاست‌گذاری پولی بانک مرکزی دخالت نماید. طبق بند ۴ لایحه بودجه، دولت عملاً خواهان تأمین کسری



بودجه از محل کاهش ارزش پول ملی می‌باشد. بر این اساس، دولت می‌خواهد از ارزش پول ملی در برابر پول‌های خارجی به عنوان متغیر ترازکننده بودجه، استفاده کند. در چنین شرایطی فعالان اقتصادی و خانوارها نگران وضعیت ارز شده و به منظور محافظت از کسب و کار و حفظ ارزش دارایی‌های خود، تقاضای خود برای ارز را افزایش می‌دهند که این موضوع می‌تواند تلاطم ارزی در سال ۹۲ را ایجاد نماید. همچنین بر اساس بند ۲۲، همه دستگاه‌های اجرایی موظفند هر نوع مبادله و استفاده از منابع ارزی خود را با هماهنگی و تصویب کارگروهی متشکل از معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی ریاست‌جمهوری، وزارت امور اقتصادی و دارایی، بانک مرکزی و وزارت صنعت انجام دهند. از جمله «تعیین نرخ روز ارز در مرکز مبادلات ارزی» به عهده این کارگروه قرار دارد. در بند ۳۲ نیز صادرکنندگان کالا و خدمات مکلف شده‌اند درآمدهای ارزی خود را به نرخ مبادله‌ای (که آن هم از سوی یک کارگروه دولتی تعیین می‌شود) به نظام بانکی کشور عرضه کنند که این موضوع بیانگر کاهش استقلال بانک مرکزی در سیاستگذاری پولی و ارزی است.

جدول ۲- شاخص‌های کلان اقتصادی

شاخص	ابتدای ماه	انتهای ماه	تغییرات (درصد)
نرخ ارز (دلار به ریال)	۲۴,۵۸۰	۲۴,۷۵۵	۰/۷۱
نرخ ارز (یورو به ریال)	۳۱,۷۰۹	۳۲,۳۱۰	۱/۸۹
شاخص بورس اوراق بهادار تهران	۳۸۶۰۲,۶	۴۰۵۵۰,۸	۵/۰۴
قیمت هر اونس طلا (دلار)	۱۶۱۳,۷۵	۱۴۰۵,۵	-۱۲/۹
قیمت هر بشکه نفت اوپک (دلار)	۱۰۵,۶۹	۹۶,۳۵	-۸/۸۳
نرخ تورم ۱۲ ماه گذشته (در پایان اسفند ۹۱)	۳۱/۵		

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

جدول ۲- پیش‌بینی متغیرهای رشد اقتصادی مناطق مختلف جهان در سال ۲۰۱۳

مناطق	۲۰۱۳
اتحادیه اروپا	-۰/۳
امریکا	۱/۹
ژاپن	۱/۶
چین	۸
جهان	۳/۳

ماخذ: IMF

جدول ۳- پیش‌بینی متغیرهای کلان اقتصادی ایران در سال ۱۳۹۲

متغیرها	۱۳۹۲
رشد اقتصادی	-۱/۳
تورم	۲۷/۲
مازاد حساب جاری درصد از GDP	۳/۶

ماخذ: صندوق بین‌المللی پول

آموزش



درباره قرارداد L/C بیشتر بدانیم

محمد کهکشانی
(مشتری شعبه قصر دشت شیراز)

مقدمه:

تجارت قاعدتا یک بازی برد و باخت واقعی است که اگر در آن قاعده برد- برد رعایت شود، قطعا هر دو طرف یعنی خریدار و فروشنده و در صحنه بین المللی وارد کننده و صادر کننده برنده می شوند. این موضوع مساله ای است که در تمام طول تاریخ وجود داشته، از زمانی که به قول سعدی ایرانی‌ها کاسه چینی به روم می بردند و دیبای رومی به هند و فولاد هندی به حلب و آبگینه حلبی به یمن.

اما با گذشت زمان و پیشرفت بشر و مدرنیته قواعد این بازی بین المللی نیز دستخوش تحول گردید، شاید بتوان گفت سرآغاز این تحول در قرون وسطی هنگامی که تاسیسات جدید حقوقی و بانکی مثل چک، سفته و برات به وجود آمده‌اند بوده و دوران اوج آن نیز پس از جنگ جهانی دوم و تاسیس نهاد های بین المللی متعدد در زمینه تجارت بین الملل می باشد و تا به امروز که ما در عصر مدرنیته قرار داریم ادامه دارد.

اما یکی از این تاسیسات که امروزه کاربرد بسیاری در خرید و فروش های بین المللی دارد قرارداد L/C است که مخفف شده واژه انگلیسی Letter of Credit می باشد. در ترجمه این واژه نظریات گوناگونی ارائه شده که به نظر می رسد بهترین آنها عبارت (اعتبار اسنادی) است.

اما اعتبار اسنادی چیست، دلیل وجود آن چیست، اشخاص درگیر در این قرارداد کدامند، چه رابطه هایی در یک قرارداد اعتبار اسنادی وجود دارد، انواع آن کدام است و بالاخره ماهیت حقوقی آن چیست، همه و همه پرسش هایی هستند که سعی شده به صورت خلاصه در این یادداشت پاسخ داده شوند، امید است مطلوب واقع گردد.



تعریف و جرایبی وجود قرارداد L/C

در ابتدا، ذکر این نکته ضروری است که قدمت صدور قراردادهای اعتبار اسنادی احتمالا به قرن چهارم قبل از میلاد و تمدن های یونان باستان می رسد. اما اعتبار اسنادی بنا به تعریف و ماهیت کنونی آن به صورت ساده و برای اولین بار در کشورهای انگلوساکسون و در سال های قبل از جنگ جهانی اول به وجود آمد، اما با پیشرفت و گسترش دامنه تجارت بین الملل اتاق بازرگانی بین المللی ICC (International chamber of commerce) در صدد وضع مقررات جامعی در مورد اعتبارات اسنادی برآمد و برای اولین بار در سال ۱۹۳۳ در هفتمین کنگره اتاق بازرگانی بین الملل مقررات مقدماتی تدوین و از آن به بعد کشورهای زیادی رسماً به آن پیوستند. البته این مقررات با توجه به مقتضیات زمان بارها مورد بازنگری و تدوین قرار گرفته و آنچه را که ما امروز به عنوان قرارداد L/C می شناسیم حاصل بازنگری و تدوین آن در سال ۲۰۰۷ می باشد که در نشریه ی UCP (Uniform customs & practice for documentary credits-۲۰۰۶) به چاپ رسیده است.

بر این اساس در تعریف قرارداد L/C باید به این مقررات متحدالشکل رجوع کرد که در ماده ۲ این مقررات، قرارداد اعتبار اسنادی این گونه تعریف شده است:

اعتبار اسنادی به معنی هر گونه قراردادی است که به موجب آن بانک گشاینده اعتبار بنا به درخواست و دستور های مشتری اش یا از سوی خود موظف می شود تا در برابر اسناد مقرر در اعتبار و نیز مشروط به رعایت شرایط اعتبار، پرداختی را به شخص ثالث یا به حواله کرد او انجام دهد یا بروات صادره توسط ذینفع را قبولی بنویسد یا پرداخت کند یا به بانک دیگری اجازه دهد که آن پرداخت را انجام دهد یا بروات را قبول و پرداخت کند یا به بانک دیگری اجازه معامله اسناد را بدهد. از نظر این مواد شعب یک بانک در کشورهای مختلف شعبی مجزا تلقی می شوند.

بنا بر این تعریف به سهولت به این نتیجه می رسیم که مهم ترین دلیل وجود این نوع قرارداد گشایش اعتبار برای خریدار و به نفع فروشنده می باشد، زیرا آنچه که در دنیای امروز مهم ترین نقش را در تجارت بین الملل ایفا می کند اعتبار و اعتمادی است که اشخاص به یکدیگر دارند و بدین وسیله هم خریدار و هم فروشنده در انجام یک معامله بین المللی دلگرم تر و راغب تر می شوند چرا که بدینسان به نوعی هم پول و هم سرمایه خود را تضمین می نمایند.

اشخاص درگیر در یک قرارداد L/C

بنا بر مطالبی که گذشت می توان اینگونه نتیجه گیری کرد که ۵ شخص در یک قرارداد اعتبار اسنادی دخالت دارند که به ترتیب عبارتند از:

۱- **متقاضی گشایش اعتبار:** یا خریدار که درخواست گشایش اعتبار می نماید.

۲- **بانک گشاینده اعتبار:** بانکی که اعتبار را بنا به درخواست خریدار یا متقاضی اعتبار و مطابق شرایط، مبلغ، تاریخ انقضای اعتبار و نوع اعتباری که او تعیین می کند به طور مستقیم یا از طریق بانک دیگر که بانک کارگزار نامیده می شود به نفع ذینفع اعتبار می گشاید.

۳- **بانک ابلاغ کننده اعتبار:** ابلاغ اعتبار گشایش شده توسط بانک دیگری که معمولاً بانک محل اقامت ذینفع است انجام می شود که به آن بانک ابلاغ کننده می گویند. البته این بانک در مواردی تنها وظیفه ابلاغ اعتبار را بر عهده دارد و در مواردی نیز اعتبار را هم ابلاغ و هم تایید می کند.

۴- **بانک پرداخت کننده وجه اعتبار:** در صورتی که بانک ابلاغ کننده تنها به ابلاغ اعتبار به ذینفع اقدام کند و در حقیقت اعتبار را تایید نکرده باشد بانک ثالثی وظیفه ی پرداخت را بر عهده می گیرد که به بانک پرداخت کننده یا معامله کننده اسناد معروف است.

۵- **ذینفع اعتبار:** ذینفع اعتبار یا فروشنده شخصی است که خواهان افتتاح اعتبار اسنادی جهت پرداخت ثمن و بهای کالای خود است و در حقیقت استفاده از این روش را برای تضمین پرداخت مقرر کرده و در نهایت اعتبار به نفع او گشایش می یابد.

رابطه های موجود در یک قرارداد L/C و مراحل انجام آن

مهم ترین رابطه هایی که در یک قرارداد اعتبار اسنادی می تواند وجود داشته باشد عبارتند از رابطه بین بانک گشاینده اعتبار و متقاضی اعتبار و رابطه بین بانک گشاینده اعتبار و ذینفع اعتبار. بدین توضیح که در ابتدا خریدار که همان متقاضی گشایش اعتبار است به بانک محل اقامت خود مراجعه نموده و نامه گشایش اعتبار را به بانک تقدیم می نماید و بانک گشاینده با ملاحظه پاره ای از شرایط از جمله وضع مالی متقاضی، نوع کالا و امکان خرید و فروش آن تقاضای متقاضی را می پذیرد و با امضای مدارک مزبور بین متقاضی و بانک قراردادی منعقد می گردد که متضمن حقوق و تعهدات آن دو نسبت به یکدیگر است و در واقع این قرارداد تبلوری از قرارداد اولیه ای است که میان خریدار و فروشنده وجود داشته که قرارداد مبنا نامیده می شود که بر اساس آن معامله باید مطابق اعتبار اسنادی انجام شود.

رابطه مهم دیگر در این نوع قرارداد ها رابطه بین بانک گشاینده اعتبار و ذینفع در اعتبار می باشد که در این رابطه بانک گشاینده اعتبار با صدور اعتبار اسنادی از سوی متقاضی اعتبار به عنوان واسطه بین او و فروشنده عمل می کند و در واقع این بانک اعتبار را از دارایی خریدار به نفع فروشنده که همان ذینفع است می گشاید و از بانک کارگزار دیگری که معمولاً در کشور فروشنده واقع است درخواست می کند که اعتبار را به وی ابلاغ یا ابلاغ

صورت پذیرد و بانک گشاینده مکلف است تا به شرایط مندرج در متن اعتبار نامه از جمله پرداخت وجه یا تدارک پرداخت وجه عمل نماید.

ماهیت حقوقی قرارداد L/C

در خصوص ماهیت حقوقی قرارداد اعتبار اسنادی بحث و گفتگو بسیار است، برخی آن را با عقود اذنی از جمله وکالت، حواله و ضمان مقایسه و تشبیه نموده اند و برخی دیگر آن را در قالب عقود مشارکتی مانند جعاله و مضاربه تعریف کرده اند که البته بحث در خصوص تشابه هر یک از این عقود با قرارداد اعتبار اسنادی از حوصله این یادداشت خارج است و تنها ذکر این نکته کافی است که اولاً در عقد بودن آن شکی نیست چرا که بیش از یک نفر در انجام آن دخالت دارند که همین امر تفاوت ماهوی بین عقد وایقاع است که در انشای آن مداخله تنها یک نفر کافی است، هر چند که برخی به اشتباه این قرارداد را یک ایقاع پنداشته اند، و ثانیاً در بحث نوع عقد این قرارداد باید گفت که قرارداد اعتبار اسنادی بر خلاف تصور با هیچ یک از عقود معین کلاسیک مطابقت کاملی نداشته و در صورت وجود اندک مشابهتی این شباهت به اندازه ای ظریف است که نمی تواند در قالب هیچ یک از این عقود تعریف شود و تنها راهی که برای ورود این قرارداد به عرصه حقوقی ایران می توان گشود تعریف آن در قالب ماده ۱۰ قانون مدنی است که بیان می دارد: (قرارداد های خصوصی نسبت به کسانی که آن را منعقد نموده اند در صورتی که مخالف صریح قانون نباشد نافذ است) چرا که این قرارداد به عنوان نهادی جدید بنا به شرایط و مقتضیات روابط تجاری در حوزه تجارت بین الملل ایجاد شده و عرف و رویه بانکی و تجاری در تعیین قواعد و مقررات حاکم بر آن نقش خواهد داشت.

نتیجه گیری

امروزه اعتبار اسنادی به عنوان بهترین شیوه پرداخت تلقی می شود زیرا از یک سو خریدار مطمئن است تا

زمانی که کالا به او تحویل نشده هزینه

را نمی پردازد و فروشنده نیز

اطمینان دارد به محض ارائه

و تسلیم سند حمل و نقل به

بانک کارگزار اعتبار صادره

را وصول خواهد نمود.

بنابراین با آشنایی با ماهیت

حقوقی اعتبار اسنادی و

نحوه عملکرد آن می توان از

مزایای بسیار این شیوه نوین

پرداخت استفاده نمود که

برخی از این مزایا عبارتند از:

و تایید بنماید که بدین صورت بانک فوق موظف به پرداخت وجوه، بروات و سایر شرایط قراردادی به ذینفع می شود و بر اساس ماده ۳ قوانین متحد الشکل UCP انجام این تعهدات از سوی بانک گشاینده اعتبار موکول به ادعاهای متقاضی اعتبار که ناشی از روابط او با بانک گشاینده اعتبار یا ذینفع است نخواهد بود. یعنی در حقیقت اعتبار اسنادی به شکل قراردادی جداگانه در آمده که به قرارداد مبنا که بین خریدار و فروشنده وجود داشته است مربوط نمی شود.

با نگاهی دقیق در قوانین متحد الشکل UCP می توان به این نتیجه رسید که در واقع بانک مبلغ نقش چندانی را در این نوع قرارداد ها ایفا نمی کند و تنها وظیفه او ابلاغ اعتبار گشایش یافته و در مواردی نیز تایید آن می باشد و در حقیقت این بانک گشاینده اعتبار است که از نقطه نظر حقوقی دو قرارداد را یکی بین خود و متقاضی گشایش اعتبار و دیگری را نیز بین خود و ذینفع اعتبار بسته و عملیات انتقال وجه را انجام می دهد.

بنابراین اگر بخواهیم به صورت فهرست وار مراحل انعقاد یک قرارداد اعتبار اسنادی را بیان نماییم با ۴ مرحله روبه رو می شویم: ۱- خریدار و فروشنده در یک قرارداد مبنا موافقت می نمایند که خرید و فروش باید بر اساس اعتبار اسنادی صورت پذیرد.

۲- خریدار به بانک محل اقامت خود مراجعه و در خواست می نماید که اعتباری برای فروشنده بر اساس شرایط مقرر در قرارداد مبنا و قرارداد L/C گشایش نماید.

۳- بانک گشاینده اعتبار با یک بانک دیگر واقع در محل اقامت فروشنده هما هنگی نموده تا بروات و اسناد حمل و نقل وی را تحویل گرفته و اعتبار صادره را به وی ابلاغ یا ابلاغ و تایید بنماید. ۴- در صورتی که بانک مبلغ تنها وظیفه ابلاغ را بر عهده داشته باشد به بانک دیگری دستور تایید و پرداخت وجه اعتبار را می دهد.

انواع قرارداد های L/C

هر چند که انواع و اقسام مختلفی از قرارداد اعتبار اسنادی مثل قرارداد وارداتی و صادراتی، تایید شده و تایید نشده، دیداری و غیردیداری و ... توسط اشخاص و بانک های مختلف تعریف شده اند اما در مقررات متحد الشکل UCP در ماده ۶ آن تنها به دو نوع قرارداد برگشت پذیر و برگشت ناپذیر اشاره شده است. قرارداد برگشت پذیر به قراردادی گفته می شود که در آن اعتبار گشایش یافته می تواند در هر لحظه و بدون آگهی قبلی ذینفع توسط بانک گشاینده اعتبار تصحیح یا ابطال شود که این امر بسته به شرایط مالی و اعتبار متقاضی متغیر است.

اما قرارداد اعتباری برگشت ناپذیر در واقع نوعی تعهد قطعی برای دستور دهنده و بانک گشاینده اعتبار ایجاد می کند و هر گونه تغییر در شرایط اعتبار و ابطال آن باید با توافق بانک گشاینده و ذینفع



سهولت در پرداخت، کاهش خطرات حمل و نقل، حمایت اعتباری و تضمین روش پرداخت و تامین نیازهای مالی خریدار و فروشنده از سوی بانک و مهم‌تر از همه کسب اعتبار در تعاملات تجاری بین‌المللی.

منابع:

دکتر محمد تقی رفیعی، تحلیل حقوقی قرارداد گشایش اعتبار اسنادی در حقوق ایران، نشریه اندیشه‌های حقوق خصوصی، شماره ۱۲، بهار و تابستان ۸۷

رسول ابافت، اعتبارات اسنادی و ماهیت حقوقی آن در حقوق تجارت بین‌الملل، نشریه پیک نور، ضمیمه زمستان ۸۶
فاطمه غریبی، اعتبارات اسنادی، مقاله دانشجویی دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین

Iranlc.persionblog.ir/post/۲
Ecokafe.persionblog.ir/post/۳۰۲
www.banki.ir
www.daneshnameh.com



تعریف مدیریت ارتباط با مشتریان CRM

آزاده فرح‌آبادی
(معاون اداره رسیدگی به مشتریان)

نیازهای او را به سرعت و با آسان‌ترین روش ارتباطی مرتفع می‌کند. CRM نوعی استراتژی بازاریابی است که هدف آن صرفاً به بالا بردن معاملات که در حقیقت بالا بردن سوددهی به‌طور مقطعی است، محدود نمی‌شود بلکه CRM سعی دارد به دیدگاهی منحصر به فرد و یکپارچه از مشتری و یک راه حل مشتری مدارانه دست یابد که باعث بالارفتن رضایت مشتری و افزایش سود شرکت در بلندمدت است. CRM استراتژی کسب و کاری است جهت بهینه سازی سوددهی، درآمدزایی و رضایت مشتری که بر اساس مبانی زیر طراحی می‌شود:

۱. ساماندهی ارائه خدمات براساس نیازهای مشتری

۲. بالا بردن سطح رضایت مشتریان مطابق اصول مشتری مداری

۳. پیاده سازی فرایندهای مشتری محور

تعاریف متفاوتی از مدیریت ارتباط با مشتری ارائه شده است که از آن جمله می‌توان به بازاریابی یک به یک یا به بازاریابی در تمام دوره عمر مشتری اشاره نمود.

شاید تعریف "زیر که" موئز لیمایم (Moez Limayem) از CRM ارائه کرده بهترین تعریف باشد:

«CRM به همه فرایندها و فناوری‌هایی اطلاق می‌شود که سازمان برای شناسایی، انتخاب، ترغیب، گسترش، حفظ و خدمت به مشتری

CRM برگرفته از عبارت Customer Relationship Management

بوده و در ایران با نام مدیریت ارتباط با مشتری شناخته می‌شود. با بهره گیری از CRM، ارتباط مشتریان با سازمان و نیازمندی‌های آنها مورد بررسی و تجزیه و تحلیل اصولی قرار می‌گیرد. CRM درواقع فرآیندی جهت گردآوری و یکپارچه‌سازی اطلاعات به منظور بهره برداری مؤثر و هدفدار از آنها است. این اطلاعات می‌تواند در رابطه با مشتریان، فروش، بازاریابی مؤثر، حساسیت و یا نیازهای بازار باشد.

CRM بخشی از استراتژی یک سازمان جهت شناسایی مشتریان، راضی نگه‌داشتن آنها و تبدیل آنها به مشتری دائمی است. همچنین CRM در راستای مدیریت ارتباطات مشتری با سازمان و به منظور به حداکثر رساندن ارزش هر مشتری، سازمان را یاری می‌کند.

ارتباطات مشتریان با سازمان از راه‌های مختلف، از جمله وب، تلفن، مراکز فروش، توزیع کنندگان و شبکه‌های همکار صورت می‌پذیرد. وظیفه اصلی CRM تسهیل در برقراری ارتباط مشتری با سازمان (به هر صورتی که مشتری تمایل دارد) بدون محدودیت زمانی، مکانی و ملیتی است، به نحوی که مشتری احساس کند، با سازمان واحدی در تماس است که وی را می‌شناسد، برای وی ارزش قائل است و

بدین منظور در چارچوب افزایش ارتباط با مشتریان فعالیتهایی همچون رسیدگی به درخواستها و شکایات، دریافت و پیگیری انتقادات و پیشنهادات، معرفی خدمات و محصولات بانک از طریق کانالهای ارتباطی مدرن و کارآمد همچون پیام کوتاه و پست الکترونیکی نیز در دستورکار این واحد قرار گرفته است.

اهداف راه اندازی اداره رسیدگی به امور مشتریان

- افزایش سطح رضایتمندی و وفاداری مشتریان از طریق برقراری روابط موثر و پایدار با آنها.
- بهبود مستمر دانش و آگاهی بانک در مورد مشتریان و شناخت نیازها و انتظارات آنها.
- ایجاد کیفیت یکسان خدمات ارائه شده به مشتریان از طریق کانالهای مختلف ارائه خدمت.
- مشخص نمودن مرجع تجمع اطلاعات مشتریان و تجزیه و تحلیل آنها.

- افزایش کارایی در اطلاع رسانی و پاسخگویی به مشتریان هدف.
- شناسایی سریع مشکلات و زمینههای بهبود در فعالیتهای بانکی.
- رسیدگی سریع به درخواستها، شکایات، انتقادات و پیشنهادات مشتریان.

طبقه بندی خدمات اداره رسیدگی به امور مشتریان

۱. فرایند رسیدگی به شکایات مشتریان
۲. فرایند مدیریت نظام پیشنهادات مشتریان
۳. فرایند مدیریت نظام رسیدگی به درخواستهای مشتریان
۴. ایجاد ارتباط با مشتریان از طریق پیام کوتاه و ایمیل
۵. ایجاد و مدیریت پایگاه اطلاعاتی مشتریان

۱. فرایند رسیدگی به شکایات

فراهم نمودن بستری آزاد، اثربخش و ساده برای دریافت و رسیدگی به شکایات مشتریان لازمه ایجاد و افزایش رضایت در مشتریان و یادگیری از آنها به منظور بهبود در کیفیت خدمات و محصولات بانک است. تجزیه و تحلیل و ارزیابی شکایات مشتریان می تواند با ایجاد زمینه لازم برای درک نیازمندی ها و انتظارات مشتریان از خدمات بانک موجبات یادگیری مستمر از مشتریان و به تبع آن بهبود در فرایندها و رویه های کاری و محصولات و خدمات بانک را فراهم آورد. هدف از تنظیم این روش اجرایی تعیین فرایندها و الزامات اساسی به منظور رسیدگی اثر بخش به شکایات مشتریان در بانک سامان است.

- طرح ریزی نظام رسیدگی به شکایات مشتریان
- اطلاع رسانی به مشتریان در مورد شیوه های اعلام شکایت
- دریافت و طبقه بندی شکایات
- ارزیابی و رسیدگی به شکایات
- پاسخگویی به پیگیری مشتریان
- مدیریت اطلاعات و تجزیه و تحلیل شکایات

به کار می گیرد».

تاریخچه CRM

شاید بتوان تاریخچه ظهور مباحث مرتبط با CRM را در سه دوره زیر خلاصه کرد:

الف) دوره انقلاب صنعتی (تولید دستی تا تولید انبوه): ابتکارات فورد در به کارگیری روش تولید انبوه به جای روش تولید دستی، یکی از مهم ترین شاخص های این دوره است. هر چند تغییر شیوه تولید باعث شد که محدوده انتخاب مشتریان از نظر مشخصه های محصول کاهش یابد (نسبت به تولیدات صنایع دستی)، اما محصولات تولید شده به روش جدید از قیمت تمام شده پایین تری برخوردار شدند؛ به عبارتی دیگر، در انتخاب روش تولید انبوه از سوی فورد، افزایش کارایی و صرفه اقتصادی مهم ترین اهداف پیش بینی شده بودند.

ب) دوره انقلاب کیفیت (تولید انبوه تا بهبود مستمر): این دوره هم زمان با ابتکار شرکت های ژاپنی مبنی بر بهبود مستمر فرایندها آغاز شد؛ این امر به نوبه خود به تولید کم هزینه تر و با کیفیت تر محصولات منجر شد. با مطرح شدن روش های نوین مدیریت کیفیت مانند TQM، این دوره به اوج خود رسید، اما با افزایش تعداد شرکت های حاضر در عرصه رقابتی و گسترش فرهنگ حفظ و بهبود کیفیت محصول (از طریق ابزارهای مختلف کیفیتی)، دیگر این مزیت رقابتی برای شرکت های پیشرو کارساز نبود و لزوم یافتن راه های جدیدی برای حفظ مزیت رقابتی احساس می شد.

ج) دوره انقلاب مشتری (بهبود مستمر تا سفارش سازی انبوه): در این دوره با توجه به افزایش توقع مشتریان، تولیدکنندگان ملزم شدند محصولات خود را با هزینه کم، کیفیت بالا و تنوع زیاد تولید کنند؛ به معنای دیگر، تولیدکنندگان مجبور بودند توجه خود را از تولید صرف به یافتن راه هایی برای جلب رضایت و حفظ مشتریان سابق خود معطوف کنند.

مدیریت ارتباط با مشتریان در بانک سامان

توجه به مشتری و بالابردن میزان وفاداری مشتریان به بانک یکی از اهداف مهمی است که طی چند سال گذشته در بانک سامان بسیار مورد توجه قرار گرفته است.

ارتباط موثر و مستمر با مشتریان ضامن رشد و سودآوری پایدار و یکی از عوامل حیاتی موفقیت در کسب و کار بانک تلقی می شود. اداره رسیدگی به امور مشتریان به عنوان پل ارتباطی میان بانک و مشتریان، مسئولیت ایجاد و توسعه روابط با ایشان را برعهده دارد. این فرایند پس از فروش خدمات بانک آغاز شده و ماموریت آن فراهم آوردن شرایطی برای فروش بیشتر است. افزایش کیفیت ارائه خدمات به مشتریان با هدف افزایش رضایت مندی و وفاداری ایشان از طریق برقراری روابط موثر و مستمر امکان پذیر بوده و این مهم با ایجاد و تشکیل این اداره در سال ۱۳۹۰ محقق گردید.

■ پایش فرایند رسیدگی

■ سنجش رضایت مشتریان از فرایند رسیدگی به شکایات

۲. فرایند مدیریت نظام پیشنهادات

آگاهی و توجه به پیشنهادات مطرح شده از سوی مشتریان که بهترین ناظر و دقیق‌ترین همراه ما در ارائه خدمات بانکی هستند سبب تعریف فرایند نظام پیشنهادات در اداره رسیدگی به امور مشتریان گردید.

این نظام مجموعه‌ای از کارکردهای سیستماتیک به منظور ایجاد و تقویت مشارکت مشتریان و استفاده از یافته‌های ذهنی و نوآوری آنها در جهت بهبود خدمات موجود و روش‌های کاری و ارائه خدمات جدید است.

این فرایند بر مبنای ثبت، بهره‌گیری و استفاده درست و اصولی از پیشنهاداتی است که از سوی کانال‌های مختلف بانکی در اختیار اداره رسیدگی به امور مشتریان قرار می‌گیرد.

نکته مهم در پیاده‌سازی این نظام اعطای پاداش به پیشنهادکنندگان بر مبنای امتیاز پیشنهاد، ضریب وزنی و ضریب ریالی پیشنهاد مطرح شده می‌باشد.

ارزیابی، احراز شرایط دریافت پاداش نقدی و سایر موارد مرتبط با نظام با تشکیل کمیته صدای مشتریان در پایان هر سه ماه صورت می‌پذیرد.

۳. فرایند رسیدگی به درخواست‌ها

به منظور توسعه ارائه خدمات و مراقبت از مشتریان فرایند رسیدگی به

درخواست‌ها در فاز بعدی

خدمات CRM بانک قرار

گرفته است. در این فرایند

رسیدگی و پاسخگویی به

درخواست‌های مهم، استراتژیک و

پیگیری سریع و غیرحضوری در دستورکار

قرار گرفته است.

اهم درخواست‌های شناسایی شده جهت پیاده سازی در

این حوزه عبارتند از:

■ اعلام گردش حساب‌های مشتری

■ اعلام آخرین موجودی کارت

■ اعلام مبلغ چک پاس شده

■ مسدود نمودن چک سرقتی یا مفقودی

■ مسدود نمودن کارت مفقودی یا مسروقه (شامل کارت‌های

اعتباری، هدیه، Debit Card، کارت خرید و ...)

■ اعلام سود واریزی به حساب

■ ارسال صورتحساب از طریق نامبر

■ تقاضای صدور دسته چک جدید

■ پرداخت اقساط وام

■ اعلام وضعیت چک از لحاظ مفقودی یا سرقتی

■ اعلام وضعیت چک‌های واگذاری

■ تغییر رمز (اینترنت بانک، کارت، تلفن بانک و ...)

■ ثبت مبلغ چک‌های صادر شده قبل از وصول

■ اعلام نرخ‌های سود سپرده‌های مختلف

■ اعلام نرخ ارز

■ ارائه اطلاعات قبوض پرداختی

■ گزارش وضعیت تسهیلات دریافتی

■ رفع مغایرت حساب‌ها

■ رفع رکود حساب

■ مسدود نمودن اینترنت بانک

■ مسدود نمودن تلفن بانک

۴. ایجاد ارتباط با مشتریان از طریق پیام کوتاه و ایمیل

■ ارسال پیام کوتاه تبلیغاتی و اطلاع رسانی

یکی از کانال‌های اطلاع‌رسانی و ایجاد ارتباط مستمر

و مداوم با مشتریان ارسال پیام کوتاه می‌باشد.

ارسال پیام کوتاه در مناسبت‌هایی

همچون اعیاد و مراسم سوگواری

و در حوزه خدمات بانکی جهت

اطلاع‌رسانی سریع به مشتریان

در مواقع اضطراری و یا معرفی

محصولات و خدمات جدید مورد

استفاده قرار می‌گیرد.

■ ارسال پست الکترونیکی

جهت برقراری ارتباط با مشتریان از

طریق فناوری‌های روز، ارسال پست

الکترونیک در برنامه‌های این اداره در

نظر گرفته شده است. هدف از ایجاد این ارتباط

معرفی محصولات و خدمات جدید بانک، نظرسنجی

در خصوص خدمات و ارسال پست‌های الکترونیکی مناسبی

است.

کانال‌های ارتباط با مشتریان

این کانال‌ها عبارتند از:

۱- ارتباط تلفنی از طریق تلفن نصب شده بر روی کیوسک‌های

نظر سنجی داخل شعب یا تماس با مرکز سامان ارتباط با شماره

تلفن ۰۲۱-۶۴۲۲

۲- پست الکترونیک بانک به آدرس info@sb24.com

۳- صندوق پستی بانک به شماره ۱۵۸۷۵۵۵۶۵

۴- نمایر اداری رسیدگی به امور مشتریان به شماره

۰۲۱-۲۲۰۱۷۹۴۳





گروه مالی سامان



با فرهنگ مشتری مداری آینده سازمان را بیمه کنید

تهیه و تنظیم: آرزو لونی
(واحد نظرسنجی شرکت آفتاب تجارت سامان)
nazarsanjisaman@yahoo.com



ویژگی های فرهنگ مشتری مداری:

این مشتریان نیستند که به سازمان ها وابسته اند، بلکه این سازمان ها هستند که به مشتریان وابسته هستند. مشتریان هر زمان که کار با یک سازمان را رضایت بخش ندانند انتخاب جدیدی انجام می دهند. «کیونی» در استفاده از استعاره های جالب برای مشتریان هزاره جدید آن را همچون پروانه هایی توصیف می کند که روی هر گل (سازمان) می نشینند و از شیره گل (کالا یا خدمات عالی) استفاده می کند و زمانی که شیره گل تمام شد (تنزل کیفیت کالا یا خدمات یا پیدا کردن کالا یا خدمات بهتر) این گل را ترک می کند و به گلی دیگر (سازمان دیگر) متمایل می شود.

تمام مشتریان دارای مجموعه علائق مشترک هستند از جمله این علائق میل مورد احترام قرار گرفتن و استفاده از کلمات و عبارات محترمانه با آنها، احساس مهم بودن و احساس امنیت داشتن است. مشتریان به ایجاد رابطه ای با سازمان تمایل دارند که متضمن احترام و به رسمیت شناختن فردیت آنان است.

کیفیت کالا یا خدمات از اهمیت ویژه ای در نزد مشتری برخوردار است. کیفیت کالا یا خدمات باعث ایجاد ارزش افزوده می شود و این امکان را به سازمان می دهد تا برای کالاها یا خدمات خود، قیمت مناسبی را مطالبه کند. مشتری فقط کالا یا خدمت را خریداری نمی کند بلکه توقعات و نتایج را نیز خریداری می کند.

سازمان ها باید برای برقراری رابطه ای نزدیک با مشتری علاقه نشان دهند، چرا که مشتریان به فراست در می یابند که آیا سازمان ها در برقراری رابطه صداقت دارند یا فقط ظاهر سازی می کنند؟ این قضاوت مبنایی برای انتخاب های آنان است.

مشتریان راضی، مشتریان پایدار هستند. آنان هستند که مشتریان جدید را به همراه می آورند.

همچنین با انتخاب صحیح و تشخیص مناسب کارکنان و آموزش می توان در افزایش رضایت مشتریان یک شعبه به سبک بازاری تحول آید. نمود. طبق یک ضرب المثل می توان با ارائه پاسخ مناسب، برخورد صحیح و منطقی، یک مراجعه ساده را به یک معامله سود آور تبدیل کرد. به منظور مشخص کردن سطح رضایتمندی مشتریان، می توان از سنجش

فعالان عرصه اقتصاد و کسانی که به مانند گاری جاودانه در این عرصه می اندیشند، به خوبی می دانند که یکی از محورهای اساسی در دنیای تجارت، اصل مشتری مداری است و درک این سخن که همیشه حق با مشتری است را سرلوحه برنامه های خویش می دانند، زیرا حضور مشتری در یک واحد اقتصادی علاوه بر آنکه سود مالی به دنبال دارد، زمینه رقابت در عرصه بین المللی را فراهم می سازد. امروزه سازمان ها و شرکت ها در سطح مالی و بین المللی در بازار رقابت، دائماً در حال پژوهش در جهت ابداع روش های جدید و کارآمد به منظور جذب مشتریان جدید و جلب رضایت مشتریان قدیم می باشند. در بانک های موفق دنیا با مطالعه برنامه های استراتژیک، آهنگ تغییر از محصول مداری به مشتری مداری دقیقاً قابل تشخیص است. جورج گرین در کتاب خود به نام «تأمین رضایت مشتری» یک قانون طلایی ارائه کرد و گفت «مواظب مشتریان خود باشید زیرا اگر چنین نکنند کس دیگری این کار را انجام خواهد داد». مشتری مداری، به عنوان سنگ بنای نظریه های مدیریت بازاریابی نوین شناسایی شده است.

فرهنگ سازمان عبارت است از سلسله ارزش هایی که خوب ها و بدها را بیان می کند. فرهنگ سازمان را نمی توان مخفی کرد، هر لحظه که مشتریان درگیر هر گونه تعامل کاری با سازمان می شوند همان لحظه تجلی فرهنگ سازمان است و مشتری به این نکته واقف می شود که سازمان تا چه اندازه مشتری مدار است. ایجاد فرهنگ مناسب جهت حفظ مشتری، محوری ترین مساله است. از یک فرهنگ مشتری مدار انتظار می رود تا در قبال مشتری احساس مسوولیت کند و کارها به سرعت از بخشی به بخش دیگر منتقل می شود و دارای جوی باز برای فعالیت همگان باشد و کارکنان در آن از اختفاء اطلاعات از یکدیگر و از مشتری پرهیز کنند، ارائه کالا یا خدمت در آن پایدار باشد و با تغییر فرد، کیفیت کالا یا خدمت تغییر ننماید. اصول، عقاید و زبان مشترک بین کارکنان و مشتریان ایجاد نماید، عقاید و ارائه دهندگان آن برای همگان روشن باشند و بازخور به عنوان یک جریان دائمی وجود داشته باشد. سازمان ها و بنگاه های اقتصادی که دارای فرهنگ مشتری مداری بوده اند، در رقابت قیمت، کمترین ضربه را دیده اند.

این مفهوم باید بخشی از چشم انداز، ارزش ها و نگرش تک تک کارکنان یک مجموعه باشد.



می دهند. لذا رضایت مشتری کاملاً به نحوه ارائه خدمات توسط کارکنان بستگی دارد و ارائه خدمات با کیفیت توسط کارکنان نیز به رضایت آنان از سازمان وابسته است. بدین معنی که رضایت کارکنان (مشتریان داخلی) بر کیفیت محصولات و ارائه خدمات تأثیر بسزایی داشته و در نتیجه رضایت مشتریان بر وزن سازمانی را در بر دارد. تحقیقات نشان می دهد که توجه سازمان به کارکنان تأثیر بسزایی بر رفتار کارکنان و نتایج سازمانی دارد.

سازمان هایی که به نیازهای مشتریان بی اعتنایی می کنند و رویکرد محصول محوری را پیشه خود می سازند از صحنه رقابت حذف می شوند.

توجه به مشتری و نیازهای او به عبارتی نهادینه کردن مفهوم مشتری مداری باید در مرحله نخست از اندیشه های مدیران ارشد سرچشمه بگیرد و به عنوان یک استراتژی اثر بخش از کانال های ارتباطی مختلف به بدنه سازمان جریان پیدا کند و اندک اندک در اذهان کارکنان خط اول جا بیفتد و در کردار و رفتار آنان تبلور بیرونی پیدا کند.

مشتری چه کسی است؟ دیدگاه سنتی مشتری را کسی تعریف می کند که برای خدمت طلب پول پرداخت می کند، اگر چه این دیدگاه ممکن است کامل نباشد اما درست است. افرادی که به شما پولی پرداخت می کنند به واسطه آنچه که شما برای آن فراهم می آورید مشتری شما هستند پاسخ دیگر به این پرسش مشتریان را به داخلی و خارجی تقسیم می کند، وقتی ما از مشتریان صحبت می کنیم این خیلی مهم است که بدانیم مشتریان به دو دسته داخلی و خارجی تقسیم می شوند. چرا که در بسیاری از سازمان ها ارزش مشتری داخلی نادیده انگاشته می شود. اگر قرار باشد به یک مشتری خارجی خدمتی ارائه شود کل زنجیره ارزش درگیر آن می شود. کارکنان اگر باور نداشته باشند که سازمانشان به آنها توجه نمی کند به مشتریان توجه نخواهند کرد. مشتریان خارجی زمانی خدمتی را دریافت خواهند کرد که ارائه کننده خدمت در درون سازمان، خدمت بهتری را از ارائه کنندگان داخلی دریافت کند، بنابراین مشتری خارجی به خاطر آنچه که شما به او ارائه می کنید به شما پول پرداخت می کند و ولی مشتری داخلی با شما کار می کند تا آن را به مشتری خارجی ارائه کند.

در رویکرد مشتری مدار، تعهد به مشتری باید مسئولیت مشترک همه اعضای سازمان باشد نه یک فرد خاص به نام مدیر و یک واحد تخصصی به نام بازاریابی. همه افراد در سطوح سازمانی باید فلسفه وجودی علت و هدف نهایی کار سازمانی را خدمت به مشتری بدانند.

شاید بتوان پیترو دراکر را از نخستین کسانی دانست که به این تغییرات در شرایط بازار توجه نمود. او را می توان به حق پدر نظریه بازار گرا، با اصل اساسی آن یعنی مشتری مداری دانست. وی سوال اساسی مطرح کرد: این سوال که «هدف کسب و کار چیست؟».

و خود چنین پاسخ داد: اگر می خواهیم به هدف یک کسب و کاری ببریم، ناگزیر باید از هدف آن آغاز کنیم، فقط یک تعریف معتبر از آن وجود دارد، خلق مشتری، این مشتری است که تعیین می کند کسب و کار چیست، زیرا مشتری است که از طریق تمایل به پرداخت در ازای کالا و خدمت، منابع اقتصادی را به ثروت و مواد اولیه را به کالا تبدیل می کند.

منبع: ensani.ir

رضایتمندی مشتری استفاده کرد. هدف از سنجش به دست آوردن بازخوری از عملکرد سازمان به منظور اداره فعالیت های سازمان به نحوی که روابط بلندمدت با مشتریان مدنظر باشد. اگر سازمانی بخواهد مشتریانی کاملاً رضایتمند داشته باشد باید سطح رضایتمندی آنها را به طور مداوم بسنجد و سعی کند تا دلایل ناراضی احتمالی مشتریان را شناسایی کند. رضایت مندی مشتری به عنوان یک هدف استراتژیک و قتی می تواند به دست آید که سطح آن به صورت مکرر سنجیده شود. این سنجش های مکرر اطلاعاتی در رابطه با اینکه فرایندها تا چه اندازه موثر هستند و اینکه کارکنان تا چه اندازه خوب کار می کنند، ارائه می دهند. سنجش فراهم آورنده اطلاعات مورد نیاز برای کسب بینش اولیه در رابطه با مشکلات بالقوه و ایجاد تغییراتی برای جلوگیری از آنها می باشد. همچنین سنجش رضایتمندی مشتری اغلب فرصت ها را آشکار می کند و اجازه می دهد تا از این فرصت ها استفاده شود. وقتی سنجش رضایتمندی مشتری به صورت موشکافانه انجام شود، ارائه دهنده اطلاعات روشنی درباره اقدامات اصلاحی مورد نیاز و راهنمایی هایی برای مدیران، کارکنان و مشتریان سازمانی است.

سنجش رضایتمندی مشتریان، بینشی که برای برنامه ریزی، سازماندهی، کنترل و هدایت و رهبری مورد نیاز است، را ارائه می دهد و همچنین موارد زیر را بهبود می بخشد:

(۱) کفایت و عملکرد فنی کالاها یا خدمات

(۲) شکل زمان بندی و پیشرفت

(۳) منابع و هزینه ها

(۴) رشد و ثبات

(۵) کیفیت کالاها و خدمات

(۶) عملکرد فرایند چرخه عمر کالاها و خدمات

(۷) اثربخشی فناوری

(۸) رضایتمندی مشتریان

تحقیقات نشان می دهد که ۹۶ درصد مشتریان هیچگاه در رابطه با رفتار بد و کیفیت نامطلوب کالاها و خدمات شکایت نمی کنند و ۹۰ درصد این مشتریان ناراضی دوباره به سازمان مربوطه مراجعه نمی کنند. هر کدام از این مشتریان ناراضی، ناراحتی خود را حداقل به ۹ نفر می گویند و ۱۳ درصد مشتریان ناراضی، ناراضی خود را به بیش از ۲۰ نفر انتقال می دهند.

تمرکز بر نیازهای مشتریان، عامل اصلی فلسفه بازاریابی است. سازمان هایی که نمی توانند مشتریان خود را راضی نگه دارند با گذشت زمان در بازار رقابتی نخواهند ماند. عرضه محصول با کیفیت برتر و ارائه خدمات به مشتریان در سطح عالی باعث ایجاد مزیت های رقابتی از جمله ایجاد موانع رقابتی، وفاداری مشتریان، تولید و عرضه محصولات متمایز، کاهش هزینه های بازاریابی و تعیین قیمت های بالاتر می شود.

در ادارات و سازمان هایی که بیشتر با مشتریان خود در ارتباط هستند عدم برقراری یک ارتباط صحیح با مشتری می تواند خسارات سنگینی را به این سازمان ها وارد کند. پس باید در سازمان ها فضایی حاکم شود که کارمندان بتوانند و بخواهند رفتار مشتری مدارانه خود را توسعه دهند.

در هر سازمان منابع انسانی یا نیروی کار، هسته اصلی سازمان را تشکیل





اعلام نتایج قرعه کشی مرحله اول و دوم جشنواره پرداخت طلایی

نتایج قرعه کشی مرحله نخست جشنواره پرداخت طلایی شنبه ۲۶ اسفندماه و مرحله دوم جشنواره پرداخت طلایی سه شنبه ۲۷ فروردین ماه اعلام شد. به گزارش روابط عمومی شرکت پرداخت الکترونیک سامان، قرعه کشی مرحله اول و دوم جشنواره پرداخت طلایی، ویژه دارندگان دستگاه های کارتخوان سامان، با حضور مدیران ارشد بانک سامان و شرکت پرداخت الکترونیک سامان برگزار شد. اسامی برندگان به شرح زیر اعلام شد:

برندگان جایزه ۲۴۰,۰۰۰,۰۰۰ ریالی (دوره اول):

شماره تریمینال کارتخوان	شماره مشتری	نام و نام خانوادگی	نام فروشگاه	شهر
۲۲۵۵۹۲۱	۱۴۹۶۷۹۱	محبوبه پرنده	ایران خودرو	اصفهان
۲۹۴۵۴۹	۸۸۶۳۸۷	کریم شریفی	پژو پرشیا	شیراز

برندگان جایزه ۲۴۰,۰۰۰,۰۰۰ ریالی (دوره اول):

شماره تریمینال کارتخوان	شماره مشتری	نام و نام خانوادگی	نام فروشگاه	شهر
۲۲۰۹۲۵۰	۱۵۲۹۴۴	سید جمشید سادات الحسینی	فروشگاه پرنس	تهران
۱۳۴۹۴۱	۲۰۶۴۳۰	امیر رحیمی	چسب رازی	قم
۲۴۶۰۷۸	۱۴۶۵۹۵۳	رضا حمیدی الدرق	حمیدی	تهران
۲۲۲۵۲۳۹	۱۱۸۵۱۹۹	رضا گل نژاد امامیه	دپو	تبریز
۱۶۶۶۸۸	۱۲۸۵۳۲۰	سعید وطنی	چینی و بلور وطنی	اصفهان
۲۱۱۰۱۷۶	۳۵۵۵۵۹	رسول رشیدی مولایی	کیف و کفش رنگارنگ	کرمان
۲۱۳۴۲۳	۱۵۱۲۰۲۵	صید ولی رشنویی	لباس فروشی	خرم آباد
۲۸۴۱۷	۲۶۴۲۰۷	علیرضا پهلوان زاده	اکسیر	کرج
۲۲۱۱۷۲۰	۱۴۵۷۶۵۵	محمد مرادی عبدی	پوشاک هنرمندان	تهران
۲۱۶۱۸۸۲	-----	بهنام نازی اسپگرانی	ملودیکا	تهران
۲۵۳۵۲۲	۱۴۸۷۱۶	امیررضایی حسنجانی	عطاری نوروز	تهران
۱۴۰۸۰۵	۷۳۱۴۶۱	حسین جعفری	آویشن	ساری
۲۳۱۰۴۷	۱۲۸۱۳۲۶	بهنام بابایی و فاطمه بابایی	رنگ فروشی بابایی	آمل
۲۰۶۰۳۳	۱۴۲۹۳۷۶	رضا عباسی راکی	میل پرشیا	اصفهان
۲۲۱۷۵۹۴	۱۵۲۴۴۷۱	ابوالفضل سکرزاده	قصر پرده امیر علی	تهران
۲۳۶۷۷۹	۳۳۱۹۶۲	مرتضی میرزایی	بهبوشان	تهران
۲۱۳۸۴۳	۱۷۳۶۲۵	محمد تقی قربانی	گلچین کادو	تهران
۲۱۳۸۴۸۵	۱۱۷۷۶۸۰	محمود کریمی فرد	گالری جواهرات کریمی	تهران
۲۱۸۹۱۸۹	۱۱۳۲۵۹۷	شهین پور شفیعی	تهران دبی	تهران
۵۰۱۸۸	۸۳۷۸۳۸	محسن الوندی نژاد فرد	فروشگاه الوندی	کرج
۱۹۶۳۰۴	۱۴۰۷۱۲۱	مریم فیضی کریم آبادی	پرآمد	تهران
۲۲۱۹۴۰۹	۱۴۴۰۰۳۰	جواد بیگ محمدی	بیگ محمدی	تهران
۲۲۱۷۲۴۷	۸۳۷۵	رضا فرید ممی نیا	رستوران هفت	تبریز
۲۲۲۳۷۴۰	۱۳۸۱۴۹۲	شیلا شیدایی دوست	بی بی بو	تهران
۲۲۰۱۳۸۱	۱۴۳۳۸۳۲	ایوب اکبرزاده	فروشگاه ملودی	تهران
۵۸۸۲	۳۲۹۳۶	مجددظاهری	بی وی سی	کیش
۱۵۴۲۱۸	۱۲۴۹۱۷۷	مهدی ارواندامچی	حامی سافت ۲	تهران
۱۴۰۴۵۴	۱۱۸۷۵۶۹	ایل ناز احرامی	مطب دندانپزشکی دکتر احرامی	زنجان
۲۳۳۱۴۲۰	۱۱۴۵۸۲۸	اسمعیل انصاری و شبین حاجیلو	انصاری	تهران
۱۱۰۰۳۷	۸۵۰۷۳۲	احمد صابونچیا	خرازی بال ۲	قزوین

شماره ترمینال کارخوان	شماره مشتری	نام و نام خانوادگی	نام فروشگاه	شهر
۲۳۴۱۴۷۵	۱۴۱۹۷۳۲	رسول پیری	کفش باریبی	کرج
۲۱۷۵۷۰۵	۱۱۶۲۹۹۲	محمود صمدی توانا	توانا	تبریز
۲۱۹۵۳۶۷	۱۴۰۸۴۷۳	رامین پایروند و امید جلیوند	پیشناز	تهران
۲۲۰۲۰۲۸	۱۴۳۳۱۶۷	محمد ابراهیم ناصح زاده تبریز	آکاتا	تهران
۲۲۴۴۷۵۸	۳۷۵۹۶۸۱	حمیدرضا رفیعی	Eugov	تهران
۱۰۰۰۲۵۲۶	۱۶۰۷۸۵۷	سعید افشاری بادجانی	امانت فروشی بادجانی	اصفهان
۲۱۳۳۴۰۷	۱۱۴۴۴۴۰	سهیلا ملک نژاد و عبدالمجید ترابی	لی لاک	تهران
۲۳۶۸۵۷	۱۵۹۸۲۸	رضا ابوسعیدی	مطب پزشکی ابوسعیدی	کرمان
۱۷۷۹۳۶	۱۳۳۸۹۶۲	رضا نورصبیحی	مواد غذایی امیر	اصفهان
۲۱۶۱۳۵۱	۱۲۷۰۰۶۴	مهربان حسینی	لوازم جانبی کابینت حسینی	کرمانشاه
۲۵۵۷۵	۱۰۸۹۹۸	مهران پناهی	ارمغان کیش	کیش
۲۱۹۸۳۶۹	۱۴۲۱۴۴۶	مازیار اکبری جامی	آران	سمنان
۲۱۹۸۹۴۸	۱۴۳۰۹۳۱	احمداله کریمی	بالی	تهران
۲۲۰۵۴۶۰	۱۴۱۹۵۶۱	حسن جلالی	ایران مرغ	اصفهان
۱۰۷۴۴۹	۹۵۵۵۶۳	آرش سبحانیان	آرایشی بهداشتی ونوس	بجنورد
۲۲۱۶۱۵۲	۵۵۵۵۴۵۶	بهزاد ترکمانی پور	آزمایشگاه بهار	چابهار
۲۱۵۸۷۴۷	۱۱۳۸۱۲۲	مرجان سمائی و وحید جاویدفر	بنیز	تبریز
۱۰۰۴۲۰۶۴	۱۶۲۹۹۸۸	زهرآ قربانی	آذین نو	تهران

برندگان جایزه ۲۴۰,۰۰۰,۰۰۰ ریالی (دوره دوم):

شماره مشتری	نام و نام خانوادگی	نام فروشگاه	شماره ترمینال کارخوان
۱۲۱۱۱۰۰	جواد میرباقری	میران تحریر	۲۲۱۸۰۶۲
۹۰۰۲۰۰	کارگزاری سرمایه و دانش	کارگزاری سرمایه و دانش	۱۴۹۱۲۱

برندگان جایزه ۲۴۰,۰۰۰,۰۰۰ ریالی (دوره دوم):

شماره مشتری	نام و نام خانوادگی	نام فروشگاه	شماره ترمینال کارخوان
۱۱۶۸۱۴۶	مصطفی کشاورز حدادها	املاک کشاورز	۲۱۳۷۷۷۰
۹۲۹۸۳۰	سعید رضوی	جواهری الهام	۱۰۰۴۴۶۷۳
۹۱۸۲۴	علی آقایی ابری	کویر	۲۶۹۷۶
۶۰۵۵۸۸۶	سید حمید موسوی	مطب دکتر موسوی	۲۲۰۳۹۱۰
۱۴۵۴۵۷۵	محمد آژ	AZH آره	۲۲۱۱۵۴۲
۱۱۲۱۰۴۳	علیرضا محمدی	پارسیان	۲۲۵۸۱۷۸
۱۴۶۹۷۵۳	حمیدرضا بابایی میرزا	لوازم ساختمانی پارسیان	۲۲۵۰۶۴۹
۳۶۱۳۸۱	حامد مشهدی باقر	فروشگاه سعدی	۲۲۸۶۴۵
۱۴۱۰۶۲۲	اصغر باغبان اصفهانی	فروشگاه ثمن	۲۱۹۵۵۳۱
۷۷۱۲۲۳	حسین عاشوری	کفش پاپوش	۴۶۶۱۶
۷۴۸۵۹۱	عباس کرمانی	گذرخان	۲۴۱۰۸۱
۱۳۷۷۷۰۷	قادر اصلانی	موبایل آریا	۲۲۲۸۴۶۰
۱۴۰۸۵۰۶	صدرالدین حسین خانی	فروشگاه رسانه های تصویری	۲۲۳۱۵۸۴
۲۱۵۰۲۷	امیر مسعود رحیمیان	رحیمیان	۲۱۹۶۹۸
۱۲۷۵۱۲۷	لیلا محمودی جلال	خیاطی و گلدوزی رزا	۱۰۰۰۵۷۹۴
۱۲۴۶۷۲۲	محسن سامعی	نمایندگی gea	۲۱۵۳۴۱۶

شماره مشتری	نام و نام خانوادگی	نام فروشگاه	شماره ترمینال کارتخوان
۳۵۵۸۸۳	سیروس پولادی	نمایشگاه کالای کیش	۱۰۰۰۳۵۱۷
۲۰۳۱۰۳	دکتر امیرطاهر افتخارسادات و بابک ربیعی	آزمایشگاه تشخیص طبی نوین	۲۲۰۲۰۰۳
۲۴۹۹۷۲	محمد عاطف سدره زاده و هادی قندوسی جوهری	صدف شبکه	۲۱۴۲۳۸۹
۷۱۷۲۰۲۵	سید حجت اله حسینی	پارچه فروشی حسینی	۲۱۵۲۸۵۵
۲۱۳۹۵۸	محمدنقی کمیجانی پز چلوبی	آنتیک	۲۱۸۳۷۲
۱۴۳۲۴۹۶	نبی اله حسنی	بهاران	۲۲۰۵۹۳۶
۲۶۶۴۵۳	کسری راهوار	زرگری راهوار	۱۰۰۰۳۴۴۷
۱۳۶۹۳۴۹	رضا کاظمی لقمانی	مجموعه ورزشی ارم	۲۲۶۳۳۷۹
۳۲۷۲۵۹	محمد کدخدایی	جام جم	۳۵۹۶۲
۸۸۴۶۶۱	حسین تقی لو	نیما	۲۹۴۴۸۲
۷۱۷۴۱	عباس احمدی و مهدی احمدی	ذوب فلزات احمدی	۱۰۰۰۱۵۴۶
۱۳۶۸۳۹۶	سپیده پارس نژاد	باران	۱۶۳۵۶۶
۱۴۴۴۵۱۰	بهنام جاوید	سوپر میوه چهار فصل	۲۱۵۵۱۸
۱۰۷۱۴۹۱	عباس دلداري پناه	روسی TT	۲۱۴۰۶۱۴
۱۳۶۹۱۳۱	علی اکبر مالکی	نمایندگی انحصاری ایسک نوش ۷	۲۱۹۱۴۱۱
۱۰۲۴۰۶۱	کیوان معزی	کالای خانگی معزی	۲۱۱۱۰۸۶
۱۴۱۶۳۸۸	حمید بوژمهرانی	پروتین مینو	۲۱۹۶۷۲۰
۱۴۱۹۳۱۰	فریدون محمدزاده سالستانی	ممتاز شمال	۲۱۹۷۵۹۶
۱۴۵۴۷۴۶	سیدمحمد امین حسینی	پوشاک فروشگاه امین	۲۲۴۱۷۴۶
۱۵۲۵۰۰۸	حمیدرضا جمشیدی	جوراب و لباس	۲۲۵۶۳۳۰
۴۹۱۸۶۰۰	سید ابوالقاسم و سید علیرضا وقار	فوزان	۲۱۹۷۴۶۷
۱۵۳۱۱۸۶	رحمان بهبهانی	فوریو شعبه ۲	۲۲۵۸۰۴۵
۱۰۳۷۵۹۱	حسن رهبری زارع	فروشگاه ایده	۲۱۰۵۸۴۳
۱۵۳۶۲۲۴	محمد خیر خواهان	خدمات برق اتومبیل	۲۲۵۸۵۴۶
۱۴۱۴۱۵۵	واحه زرگریان	مطب دندانپزشکی فرمانیه	۲۱۴۴۶۳۶
۱۶۵۲۵۱۷	جلیل کارگر راد	عینک دیپلمات	۱۰۰۴۳۸۹۶
۱۲۷۷۳۳۲	علی فتح آبادی	نوین یدک	۲۱۶۵۰۶۳
۱۵۰۵۸۹۹	آرش جعفر پور ایناللو	باراتا	۲۲۱۴۱۴۵
۱۵۵۲۲۳۱	امیر ناصر نوری	تهیه غذای الهیه	۲۲۶۰۷۵۵
۷۷۹۷۹۰	امیررضا ضیاء چرندابی	هترکده قانوس	۲۹۳۹۴۱
۱۴۳۸۳۳۶	محمدرضا محمدی	استایل	۲۲۰۷۴۳۹
۱۴۳۹۲۷۴	قریانهلی کاظمی	برادران کاظمی	۲۲۰۷۰۷۶

با خرید بیمه مسافرتی سامان در قوه کشی ماهانه بیمه سامان شرکت نماید

بیمه سامان با هدف ترویج استفاده از مزایای بیمه مسافرتی برای هم میهنان عزیز اقدام به برگزاری قرعه کشی ماهانه می نماید. این شرکت هر ماه به ۵ نفر از بیمه گذاران بیمه مسافرتی سامان که پس از خرید بیمه نامه مسافرتی سامان، شماره گذرنامه خود را به شماره ۳۰۱۰۷۲۹۹ ارسال نمایند به قید قرعه جوایز ارزنده ای تقدیم می کند. بیمه مسافرتی سامان هزینه های درمانی، فوریت های پزشکی و دندانپزشکی، هزینه های ناشی از تاخیر در حرکت هواپیماها و گم شدن چمدان ها را پوشش می دهد و همچنین در زمان مفقود شدن بار یا سرقت مدارک و یا در صورت نیاز به مشاوره حقوقی به مسافران ایرانی امدادسانی می نماید. به گزارش روابط عمومی بیمه سامان، بیمه گذاران بیمه مسافرتی سامان پس از تهیه بیمه مسافرتی خود با ارسال کد ۱ و * و سپس شماره گذرنامه خود به شماره ۳۰۱۰۷۲۹۹ می توانند از شانس برنده شدن در جشنواره بیمه مسافرتی سامان بهره مند شوند. همچنین هموطنان عزیزی می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر در خصوص بیمه مسافرتی سامان با مراجعه به وب سایت رسمی شرکت بیمه سامان به آدرس www.samaninsurance.com و یا تماس با شماره ۸۹۴۳-۰۲۱ از شرایط و مزایای این بیمه نامه مطلع گردند.

باحہ خیال
...



اهمیت برخورد اول در وفاداری کارکنان

محمود ملکی پاشا (معاون شعبه ساری)

۱. یکی از خاطرات و شاید نخستین خاطره ای که در بانک سامان همچنان تداعی کننده نیکی‌ها است، نحوه برخورد با همکاران شعبه آفریقا در بدو ورودم به بانک است که با معرفی به آن‌ها به همراه آقای مجید ملکی (یکی از همکاران آن شعبه) بوده و استقبال گرمی را در پی داشت، به طوری که زیبایی آن لحظات همچنان به ذهن متبادر است. فضای حاکم بر شعبه آفریقا و نحوه تعامل بین همکاران در سال ۱۳۸۳ شاید هرگز تکرار نشود. دوستانی که در آن مدت یافتیم (که البته اکنون اغلب آنها از مسوولان شعب تهران و شهرستان‌ها هستند) بسیار موجب خرسندی است.

۲. خاطره بعدی مربوط به حضورم در دوره های تخصصی ارزی است که پس از سپری شدن مدتی و آشنایی با سایر همکاران، برنامه تفریحی و سیاحتی از اماکن تاریخی و دیدنی شهر تهران مورد توجه قرار گرفت و مقرر شد در ساعات فراغت و پس از مطالعات گروهی مطالب دوره مذکور، صورت گیرد. هرچند با توجه به حضورم در دانشگاه علامه و سکونت در تهران، چندان با این فضا نا آشنا نبودم. اما حضور در این مجالس موجب شناخت بیشتر همکاران نسبت به یکدیگر و ایجاد پویایی مطلوبی شد. به طوری که اغلب افراد حاضر در گروه نمرات بسیار خوبی از دوره مورد نظر کسب کردند.

حال از دیدگاه اینجانب، د نتیجه از این خاطره ها قابل استناد است:

- در مورد خاطره نخست، یکی از عوامل مهم جهت ایجاد حس وفاداری و تعلق خاطر در کارکنان، به برخورد نخستین و ایجاد ذهنیت مثبت یا منفی نسبت به شغل و سازمان برمی گردد که بسیار قابل تأمل است.

- در مورد خاطره دوم، برگزاری دوره های آموزشی مختلف جهت همکاران شعب، علاوه بر بُعد آموزشی آن در ایجاد گروه های مختلف شغلی و دوستی، موجب برقراری ارتباطات مثبت و روان شدن فرآیند رفع مشکلات بین شعبه ای خواهد شد که جای تقدیر دارد.

یک شب در سامان!

واله سعیدی (معاون شعبه دکتر بهشتی تهران)

سال ۸۱ یا ۸۲ بود، قبل از اینکه برای ادامه تحصیل از ایران بروم، متصدی صندوق در شعبه اصفهان بودم. جمع کوچک ولی خیلی خوبی داشتیم. مرحوم آقای محسنی (رئیس شعبه)، خانم ایلخانی (معاون فعلی شعبه چهارباغ بالای اصفهان)، آقای سیف الدینی (معاون فعلی شعبه خیابان حافظ اصفهان) و آقای صالحی کیا (رئیس فعلی شعبه آجودانیه تهران).

آن زمان روال این بود که هرچند وقت یکبار یک سری عملیات سیستمی بر روی سرورهای شعب باید از طریق واحد انفورماتیک در تهران صورت می گرفت. به همین دلیل، یکی از همکاران (که همیشه از آقایان بودند) باید در شعبه می ماندند و پس از انجام این عملیات که معمولاً حدود نیمه شب انجام می گرفت، به منزل می رفتند.

یکی از همین دفعات بود که مرحوم محسنی (رئیس شعبه) پس از اینکه بخشنامه مربوطه را دریافت کرد، طبق معمول موضوع را با دو نفر از آقایان که همیشه در این مواقع یکی از آن‌ها زحمت این کار را می کشید، در میان گذاشت. اما در آن روز به خصوص، هیچکدام و به هیچ عنوان نمی توانستند در شعبه بمانند. چاره ای نبود و باید کاری می کردیم. این بود که به آقای محسنی گفتم من می مونم! اولش کمی جا خورد. اما بعد که دید چاره ای نیست موضوع را پذیرفت. حالا مونده بودم که تا ساعت یک شب توی بانک چیکار کنم و بعد از اون چطور برم خونه. تصمیم گرفتم که شب رو توی بانک بمونم. چون واقعا ارزشش رو نداشت. اون موقع یک اتاق (سوئیت) هم کنار آشپزخانه شعبه وجود داشت که دارای تلویزیون و تخت خواب بود. وقتی موضوع رو توی خونه مطرح کردم گفتند که همیشه تنها بری و خلاصه بعد از اصرارهای من تصمیم بر این شد که مامان هم بیان که من تنها نباشم. اون شب برام خیلی خاطره شد. با مامان شام خوردیم، سریال تلویزیونی دیدیم و من کماکان منتظر تلفن از تهران بودم.

آقای محسنی هم هریک ساعت یکبار تماس می گرفت و احوالاتم رو جویا می شد. ساعت از نیمه شب گذشته بود که از تهران زنگ زدند و با تعجب بسیار از اینکه من این ساعت اونجا چیکار می کنم، یک سری موارد سیستمی رو گفتند که انجام دادم و کار تمام شد و بعد از اون خوابیدیم. صبح ساعت ۶ و ۳۰ دقیقه بود که با آمدن آقای افشاری و باز کردن در شعبه، مامان رفت خونه و من هم روز کاری جدید رو آغاز کردم.

واقعاً یاد اون دوران به خیر ... یاد آقای محسنی هم گرمی و روحش شاد

کارمند مادر، مادر کارمند

سمیه حسینی (متصدی امور بانکی شعبه فرامرزعباسی مشهد)

پاورچین پاورچین ظرف غدامو گذاشتم روی میز. هنوز درست و حسابی سیر نشده بودم که با صدای دخترم از جا پریدم. طفلکی تازه ۱۰ دقیقه بود که خوابیده بود. آرام بغلش کردم و بقیه غدامو خوردم. بعد از ناهار، آوردمش روی میز خودم و تا رسیدن چک‌های کلر به شعبه، محیط بانک رو نشونش دادم. اون روز (پنجشنبه ۲۰ بهمن ۱۳۹۰) شعبه مدرس مشهد پذیرای دختر کوچولوی ۱۰ ماهه من بود. (فرزندم پارمیس متولد ۲۱ اردیبهشت ۱۳۹۰ است.)

تعطیلی جمعه و بیست و دوم بهمن ماه، کمبود پرسنل جهت ثبت چک‌های کلر، دوره آموزشی تعدادی از همکاران و خلاصه همه چیز دست به دست هم داده بود تا یک روز کاری جدید را تجربه کنم. تمام مدت بارداری و بعد از زایمان، همه همکاران من با صبر و حوصله کمکم می‌کردند تا من فشار کاری نداشته باشم. اما آن روز باید در بانک می‌ماندم. خلاصه زمان ثبت چک‌ها، همسرم در بانک از بچه مراقبت می‌کرد. من هم سعی می‌کردم این اوضاع به کارم لطمه‌ای نزند. آن روز با همکاری سایر همکاران کار من زودتر تمام شد. می‌دانم این خاطره برای خیلی از همکاران پیش آمده که با وجود داشتن فرزند کوچک نسبت به کار و پایبندی به اهداف بانک همت دارند. امیدوارم لااقل من بتوانم مثل خیلی از همکاران موفق هم مادر خوبی برای فرزندم باشم و هم کارمند خوبی برای سازمان، به طوری که مادر بودنم به کارم لطمه نزند و کارمند بودنم به زندگی ام. این هدفی است که سعی دارم به بهترین نحو آنرا انجام دهم. سخت است ولی ممکن. در این میان برخورد لازم می‌دانم از ریاست محترم شعبه مدرس مشهد و تمام همکاران مهربان و دلسوزم در آن شعبه تشکر نمایم.

داستان‌های باجه ۸

رضا ریسی زیارانی (کارشناس مدیریت امور تحقیقات)

ماشین حساب، چسب، مهر، دستگاه پول‌شمار

دینگ... دینگ... شماره یک... باجه ۸

- سلام

- سلام صبح بخیر

- ببخشید می‌خواستم پول واریز کنم

- این فیش رو تکمیل کنید... ببخشید مطمئنید شماره حسابتون درسته؟

- آره خب! گفتن عوارض شهرداری رو به این حساب واریز کنید

- نه دوست عزیز باید تشریف ببرید بانک ملی

- جدی؟!... ممنون... خدانگهدار

چند دقیقه بعد (صدای جیغ بنفش همکارم) رسولی، رئیسی کدومتون این زونکن پوشه‌ای رو برداشته؟

دینگ... دینگ... شماره ۳ ... باجه ۸

- آقا این دستگاه {خودپرداز} اون‌وری یه کارت منو قورت داد!

- سلام خانم روز بخیر.

- ببخشید سلام. حالا چیکار کنم؟

- هیچی. خونسردی خودتونو حفظ نموده و بر اعصاب خود مسلط باشید. (مشتري می‌خندد)

- تشریف ببرید باجه ۳ و از مسئول دستگاه خودپرداز کارتتون رو تحویل بگیرید. البته کارت ملی که همراهتون هست؟

- بله آقا. خیلی ممنون.

و مشتری بعد... و مشتری بعد و...

همیشه با خودم فکر می‌کردم این کارمندای بانک خسته نمی‌شن از این همه کار یکنواخت! هیچ‌گاه تصور نمی‌کردم خودم یه روز کارمند بانک می‌شم. اما حالا که این متن را می‌نویسم، ساعت حدود ۱۰ شب است. توی این سکوت و تنهایی که خبری از چک و مشتری و غیره نیست، به جرات می‌گویم که خیلی خوشحالم از اینکه یه کارمند بانک هستم. چون هر روز یک دنیا تجربه جدید کسب می‌کنم.

به نظر من «هر مشتری یه دنیاس واسه خودش» - عجب جمله ادیبانه‌ای گفتم - اصلاً می‌دونید چیه؟ از نظر کارشناسی پشت باجه نشستن عین پشت فرمون نشستن. کلی فوت و فن و قلقی داره. اگر هم نتونی دنیای مشتریایی که میان جلوی باجه رو کشف کنی و نتونی باهاشون ارتباط برقرار کنی، به قول آقا چنگیز که ۳۰ ساله توی جاده‌ها پشت فرمون ماشین سنگین میشینه: «میری تو باقالیا!» من هم همیشه سعی کردم تمام توان و انرژی خود را در باجه ۸ به کار ببندم تا بتوانم با دنیای متفاوت مشتریانی که روبرویم می‌نشینند ارتباط برقرار کنم و به عنوان یه سلول از این بدن هوشمند که همه آن را به نام بانک سامان می‌شناسند نقش خودمو عالی ایفا کنم و به قول یارو گفتنی به کارم عشق بورزم و به قول دوست شاعرم «بی‌عشق سر نکنم که دلم پیر می‌شود»

القصة که کلی داستان داره واسه خودش باجه شماره ۸.

یه دنیا پشت این باجه نشسته که منتظر دنیا‌های جدید.

عکس: مهدی شریفی
ارتباطات ماهواره ای سامان







ش

• شتر را گم کرده بی افسارش میگردد!
• شتر سواری دولا دولا نمیشه!
• شتر که نواله میخواد گردن دراز میکنه!
• شتر کجاش خوبه که لبش بده؟!
• شتر گاو پلنگ!
• شتر مرد و حاجی خلاص!
• شتر مرغ را گفتند: بار بردار. گفت: من مرغم.
• گفتند: پرواز کن. گفت: من شترم!
• شترها را نعل می کردند، کک هم پایش را بلند کرد!

• شریک اگر خوب بود خدا هم شریک می گرفت!

• شریک دزد و رفیق قافله!
• شست پات توی چشمت نره!
• شش ماهه به دنیا اومده!
• شعر چرا میگی که توی قافیه اش بمونی!
• شغال، پوزه اش به انگور نمیرسه میگه ترشه!
• شغال ترسو انگور خوب نمیخوره!
• شغال که از باغ قهر کنه منفعت باغبونه!
• شغالی که مرغ میگیره بیخ گوشش زرده!
• شکمت گوشت نو بالا آورده!
• شلوار نداره، بند شلوارش را می بنده!
• شمر جلودارش نمیشه!
• شنا بلد نیست زیر آبکی هم میره!
• شنونده باید عاقل باشه!
• شوهر کردم و سمه کنم نه وصله کنم!
• شوهر برود کاروانسرا، نونش بیاد حرمسرا!
• شوهرم شغال باشد، نونم در تغار باشد!
• شیر بی یال و اشکم که دید --- اینچنین شیری خدا هم نافرید. ((مولوی))

• شاگرد اتو گرم، سرد میارم حرفه، گرم میارم حرفه!

• شاه خانم میزاد، ماه خانم درد میکشه!
• شاه می بخشه نوکرش نمی بخشه!
• شاهنامه آخرش خوشه!
• شب دراز است و قلندر بیدار!
• شب سمور گذشت و لب تنور گذشت!
• شب عید است و یار از من چغندر پخته می خواهد

• شبهای چهارشنبه هم غش میکنه!
• شپش توی جیبش سه قاب بازی میکنه!
• شپش توی جیبش منیژه خانومه!
• شتر اگر مرده هم باشد پوستش بار خره!
• شتر بزرگه زحمتش هم بزرگه!
• شتر خوابیده شم بلندتر از خر ایستاده است!
• شتر در خواب بیند پنبه دانه
• شتر دیدی ندیدی؟!
• شتر را چه به علاقه بندی?
• شتر را گفتند: چرا گردنت کجی؟ گفت: کجام راسته!



خواجوی کرمانی



کمال الدین ابوالعطاء محمود بن علی بن محمود، معروف به خواجوی کرمانی از مشاهیر، شعرا و عرفای قرن هفتم هجری است. وی در سال ۶۸۹ هجری قمری در کرمان متولد شد و در همانجا به تحصیل علوم و فنون متداول مشغول شد. سپس به سیر و سیاحت پرداخت، به زیارت کعبه رفت و بعدها نیز مدتی در تبریز و شیراز به سر برد. وی به غیر از دیوان قصاید و غزلیات، خمسه نظامی گنجوی را نیز جواب داده است. او در سال ۷۵۳ هجری قمری در شهر شیراز دار فانی را وداع گفت و در بالای تنگ الله اکبر شیراز به خاک سپرده شد.

غزل شماره ۴۳

هر که در عهد ازل مست شد از جام شراب
سر ببالین ابد باز نهد مست و خراب
بیدلان را رخ زیبا نمائی به چه وجه
عاشقانرا ز در خویش برانی ز چه باب
می پرستان همه مخمور و عقیقت همه می
عالمی مرده ز بی آبی و عالم همه آب
سر کوی خط و قدرت چمن و سنبل و سرو
سمن و عارض و لعلت شکر و جام شراب
دل ما بی لب لعل تو ندارد ذوقی
همه دانند که باشد ز نمک ذوق کباب
هر که در آتش سودای تو امروز بسوخت
ظاهر آنست که فردا بود ایمن ز عذاب
گر چه نقش تو خیالیست که نتوان دیدن
همه شب چشم توام مست نمایند بخواب
ترشود دم به دم خرقه ز خون دل ریش
زانک رسمست که برجامه فشانند گلاب
پیر گشتی بجوانی و همانی خواجو
دو سه روزی دگر ایام بقا را دریاب

کوچ

ندا شوکتیان
(سرپرست دایره اعتبارات اسنادی و ضمانتنامه های ارزی شعبه مرکزی)
چه مغرورانه
بر فراز قله های دور
آشیانه خویش بنا ساخته اند
این مرغان مهاجر!
گویی که از سرزمین دیگری آمده اند
که در هیبت نگاهشان هیچ آوازی را به خود نمی خوانند!
چونان عقابی سبک بال، مست پروازند؛
آنچنان اوج می گیرند
که دیگر یارای فرودشان نیست!
براستی به کدامین بهانه مسیر کوچ می گیرند
که تا ابدیت مرثیه پرواز می سرایند؟
بگذار
به پرواز در آیند
و اوج بگیرند
بیگانه پندارشان
بر پهنای این آبی بیکران
بگذار
دامن کشان بیایند
و
خرامان بروند
که در قاموس مرغان مهاجر:
کوچ، رسم دیرین پرواز است.

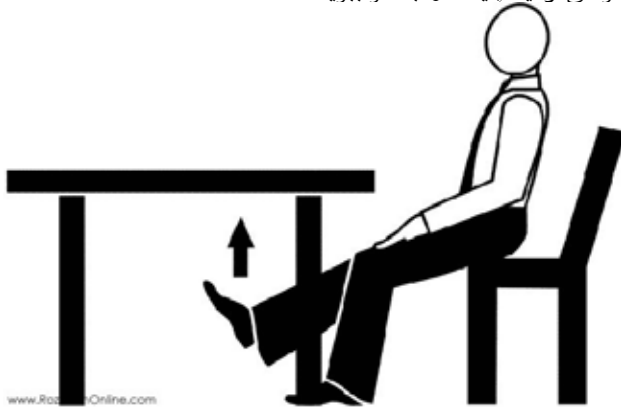
راز سبب سرخ

سمیه افشار قلعه
(باجه بانک بیمه شعبه یزد)
سبب سرخی توی بشقاب است و من نه به فکر خوردن آنم که می اندیشم آخر
چیست رمز سبزی نهادش!
رمز بودن در کناری، بی صدا، اما پراز حرف
رمز دانه، رشد کردن، سبز بودن
قامتی را زیر نور پر فروغش، زیر گرما
راست کردن، صاف بودن
تکیه گاه یک مسافر، با سخاوت میوه دادن وز برای آن پرنده
گرم کردن، لانه بودن
توی سرمای زمستان، زیر شلاقهای باد این خشم طبیعت
صبر کردن، سبز بودن
زیر درد تیغ عابر، در جفای مرد و تیشه
گریه کردن، سایه بودن
و هنگامی که افتد قامت سبز و صبورش
او نخواهد مرد، ریشه خواهد زد و من شعار سبز او را می نگارم توی دفتر....
در میان سوز محنت، با نگاهی عاشقانه
صبر کردن، سبز بودن.....

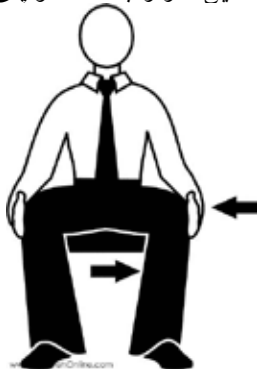
نسخه پزشکی

باشگاه ورزشی پست میز نشین‌ها

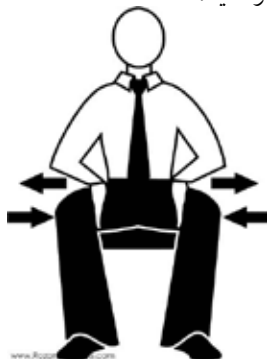
روی لبه صندلی بنشینید و پاهایتان را به نوبت کاملاً صاف کرده، چند سانت از سطح زمین بلند کنید و برای چند دقیقه نگهدارید. اگر می‌توانید یاتان را بالاتر ببرید.



همان طور که بر روی صندلی نشسته‌اید دست راست را روی قسمت بیرونی زانوی راست گذاشته و با تمام نیرو زانو را فشار دهید مثل این که می‌خواهید زانو را به سمت پای چپ هل دهید. در همان زمان با پای راست فشاری در خلاف جهت دست و برای مقابله با آن وارد کنید. این کار را با دست و پای چپ تکرار کنید.

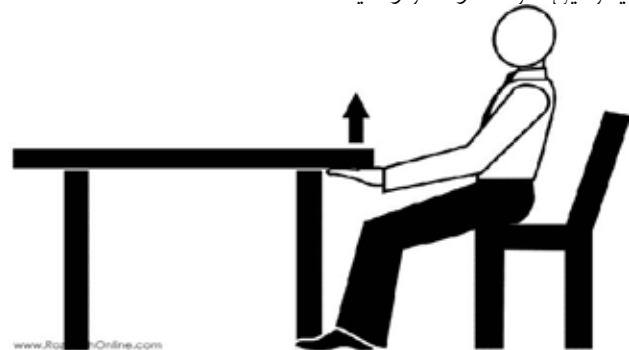


دست راست را بر روی قسمت داخلی زانوی راست قرار داده و فشار دهید مثل این که بخواهید آن را از پای چپ دور کنید و در همان زمان با پای راست با این فشار مقابله کنید. این حرکت را روی پای دیگر تکرار کنید.

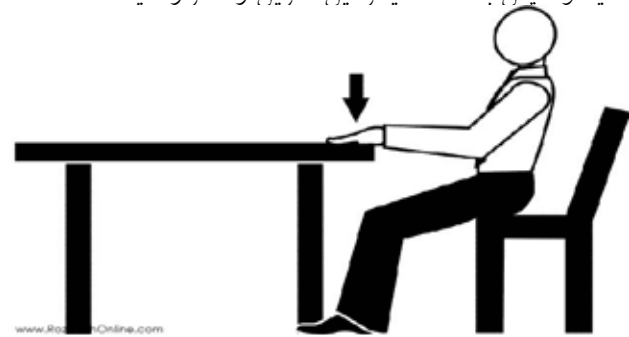


اکثر ما دست کم ۸ ساعت از روزمان را پشت میز کار می‌گذرانیم و این نشستن‌های طولانی عوارض جسمی و روانی زیادی دارد. با انجام تمرینات ساده‌ای، از فرصت‌های فراغت می‌توانید نهایت استفاده را به نفع سلامت‌تان ببرید.

لبه میز را بگیرید و مانند زمانی که می‌خواهید میز را از زمین بلند کنید به دستتان کشش وارد کنید. زمانی که خسته شدید با دست دیگر این حرکت را تکرار کنید.



دست‌تان را بر روی میز بگذارید و با تمام نیرو دست را به سمت پایین فشار دهید. تا زمانی که خسته نشدید در این حالت کشش بمانید و سپس با دست دیگر این تمرین را تکرار کنید.



دست راست را بر روی میز و دست چپ را زیر میز بگذارید و دست راست را با تمام قدرت و به سمت پایین فشار دهید. همزمان دست چپ را به سمت بالا فشار دهید. وقتی خسته شدید جای دست‌ها را عوض و تمرین را تکرار کنید.





همان طور که بر روی صندلی نشسته‌اید، دست‌ها را پایین بیاورید و کف دست‌ها را به هم بچسبانید و آنها را محکم به هم فشار دهید. این تمرین را در حالتی که انگشتان به سمت بالا هستند تکرار کنید.



پاها را از زمین بلند کنید و به هم گره بزنید و آنها را در جهت مخالف بکشید تا عضلات تان خسته شود.



پاها را کاملاً صاف و از زمین بلند کنید و روی هم بگذارید و با پای بالایی به پای پایینی فشار بیاورید. سپس جای پاها را عوض کنید.



دست راست را بر روی زانوی راست قرار داده و تا جایی که می‌توانید زانو را به سمت پایین فشار دهید و کششی در زانو ایجاد کنید. این حرکت را هم روی پای دیگر و یا همزمان روی هر دو پا تکرار کنید.



با دست چپ، مچ دست راست را گرفته و در جهت مخالف بکشید. روال را تغییر داده و دوباره تکرار کنید.



در حالی که بر روی صندلی نشسته‌اید، لبه آن را با دست گرفته و با تمام قدرت مثل زمانی که می‌خواهید صندلی را بلند کنید به آن نیرو وارد کنید.



هر دو دست را بر روی میز قرار دهید، دست چپ را مشت کرده و آن را بر کف دست راست عمود کنید و محکم به هم فشار دهید.

کوتاه خواندنی

لطفاً خودتو به مردن زن!!

پراز گردنه های حیران و سنگلاخ های برف گیر است.
برای خودت دعا کن تا پاهایت خسته نشوند و بتوانی راه بیایی
چون هر جای راه بایستی مرده ای و مرگی که شکل نفس نکشیده به سراغ
آدم بیاید، خیلی دردناک است.
هیچ وقت خودت را به مردن زن.
برای خودت دعا کن که زنده بمانی. زنده ماندن چند راه حل ساده دارد!
برای اینکه زنده بمانی نباید بگذاری که هیچ وقت بیشتر از چیزی که نیاز
داری بخوابی.
باید همیشه با خدا در تماس باشی تا به تو بیداری بدهد.
بیداری هایی آمیخته با روشنائی، صدا، نور، حرکت.
تو باید از خداوند شادمانی طلب کنی. همیشه سهمت را بخواه.
و بیشتر از آن چه که به تو شادمانی ارزانی می شود در دنیا شادمانی
بیافرین تا دیگران هم سهمشان را بگیرند.
برای اینکه زنده بمانی باید درست نفس بکشی
و
نگذاری هیچ چیزی سینه ات را آلوده کند.
برای اینکه زنده بمانی باید حواست به قلبت باشد.
هر چند وقت یکبار قلبت را به فرشته ها نشان بده و از آنها
بخواه قلبت را معاینه کنند. دریچه هایش را، ورودی ها و خروجی هایش را
و ببینند به اندازه کافی ذخیره شادمانی در قلبت داری یا نه!!
اگر ذخیره شادمانی هایت دارد تمام می شود باید بروی پشت
پنجره و به آسمان نگاه کنی. آنقدر منتظر بمان و به آسمان نگاه کن
تا بالاخره خداوند از آنجا رد بشود؛
آن وقت صدایش کن؛
به نام صدایش کن؛
او حتماً برمی گردد و به تو نگاه می کند و از تو می پرسد که چه می خواهی؟
تو صریح و ساده و رک بگو.
هر چیزی که می خواهی از خدا بخواه. خدا هیچ چیز خوبی را از تو دریغ
نمی کند.
شادمان باش او به تو زندگی بخشیده است و کمکت می کند
که زنده بمانی. از او کمک بگیر. از او بخواه به تو نفس
پشمک، چرخ و فلک، قدم زدن، کوه، سنگ،
دریا، شعر، درخت، تاب، بستنی، سجاده،
اشک، حوض، شنا، راه، توپ، دوچرخه،
دست، آلبالو، لبخند، دودیدن و عشق بدهد.
آن وقت قدر همه اینها را بدان و آن قدر زندگیت را ادامه بده
که زندگی از این که تو زنده هستی به خودش ببالد!!
دیگران را فراموش نکن!
...
با عشق...
خلاصه اینکه خودتو به مردن زن!!!

شب ها زود بخواب. صبح ها زودتر بیدار شو.
نرمش کن. بدو. کم غذا بخور.
زیر بارون راه برو. گلوله برفی درست کن.
هر چند وقت یک بار نقاشی بکش.
در حمام آواز بخوان و کمی آب بازی کن.
سفید بپوش. آب نبات چوبی لیس بزن.
بستنی قیفی بخور. به کوچکترها سلام کن.
شعر بخوان. نامه کوتاه بنویس.
زیر جمله های خوبی که تو کتاب ها هست خط بکش.
به دوست های قدیمیت تلفن بزن.
شمال برو. شنا کن.
هفت تا سنگ تو آب بنداز و هفت تا آرزو بکن.
خواب ببین. شعر بخوان. بدو. چای بخور و برای دیگران چای دم کن.
جوراب های رنگی بپوش
مادرت رو بغل کن. مادرت رو ببوس. مادرت رو بو کن.
به پدرت احترام بذار و حرفاش رو گوش کن.
به برگ درخت ها دقت کن به بال پروانه ها دقت کن.
قاصدک ها رو بگیر و فوت کن. خواب ببین.
از خواب های بد بپرو آب بخور.
بسم الله الرحمن الرحيم بگو.
به باغ وحش برو. چرخ و فلک سوار شو. پشمک بخور.
کوه برو. هر جا خسته شدی کمی استراحت کن و بعد ادامه بده.
خواب هات رو تعریف نکن. خواب هات رو بنویس.
یک تسبیح گلی سی و سه دانه ای داشته باش.
بخند. چشم هات رو روی هم بگذار. شعر بخون. سپید بپوش.
شیرینی بخر. با بچه ها توپ بازی کن. برای خودت برنامه بریز.
قبل از خواب موهات رو شانه کن. به سر خودت دستی بکش.
خودت رو دوست داشته باش، برای خودت دعا کن!
برای خودت دعا کن که آرام باشی.
وقتی توفان می آید تو همچنان آرام باشی
تا توفان از آرامش تو آرام بگیرد.
برای خودت دعا کن تا صبور باشی؛ آنقدر صبور باشی تا بالاخره ابرهای سیاه
آسمان کنار بروند و خورشید دوباره بتابد.
برای خودت دعا کن تا خورشید را بهتر بشناسی.
توانی هم صحبتش باشی و صبح ها برایش نان تازه بگیری.
برای خودت دعا کن که سر سفره خورشید بنشین و جای آسمانی بنوشی.
برای خودت دعا کن تا همه شب هایت ماه داشته باشد؛
چون در تاریکی محض راه رفتن خیلی خطرناک است.
ماه چراغ کوچکی است که روشن شده تا جلوی پایت را ببینی.
برای خودت دعا کن تا همیشه جلوی پایت را ببینی؛ آخر راهی را که باید
بروی خیلی طولانی است. خیلی چاله چوله دارد؛ دام های زیادی در آن پهن
شده است و باریکه های خطرناکی دارد؛

شایعه

سقراط گفت: بسیار خوب، پس واقعاً نمیدانی که خبر درست است یا نادرست.

حالا پرسش دوم: پرسش «خوبی و بدی» آیا آنچه را که در مورد شاگردم می‌خواهی به من بگویی خبر خوبی است؟

مرد پاسخ داد: نه، بر عکس...

سقراط ادامه داد: پس می‌خواهی خبری بد در مورد شاگردم که حتی در مورد آن مطمئن هم نیستی بگویی؟

مرد کمی دستپاچه شد و شانه بالا انداخت.

سقراط ادامه داد: و اما پرسش سوم» «سودمند بودن» است. آن چه را که می‌خواهی در مورد شاگردم به من بگویی برایم سودمند است؟

مرد پاسخ داد: نه، واقعاً...

سقراط نتیجه‌گیری کرد: اگر می‌خواهی به من چیزی را بگویی که نه حقیقت دارد و نه خوب است و نه حتی سودمند است پس چرا اصلاً آن را به من می‌گویی؟

زمانی که شایعه‌ای را می‌شنوید و قصد انتقال آن به دیگری را دارید بحث کوتاه فلسفی زیر را در ذهن خود مرور کنید:

در یونان باستان سقراط به دلیل خرد و درایت فراوانش مورد ستایش بود.

روزی فیلسوفی که از آشنایان سقراط بود، با هیجان نزد او آمد و گفت: سقراط میدانی درباره یکی از شاگردانت چه شنیده‌ام؟

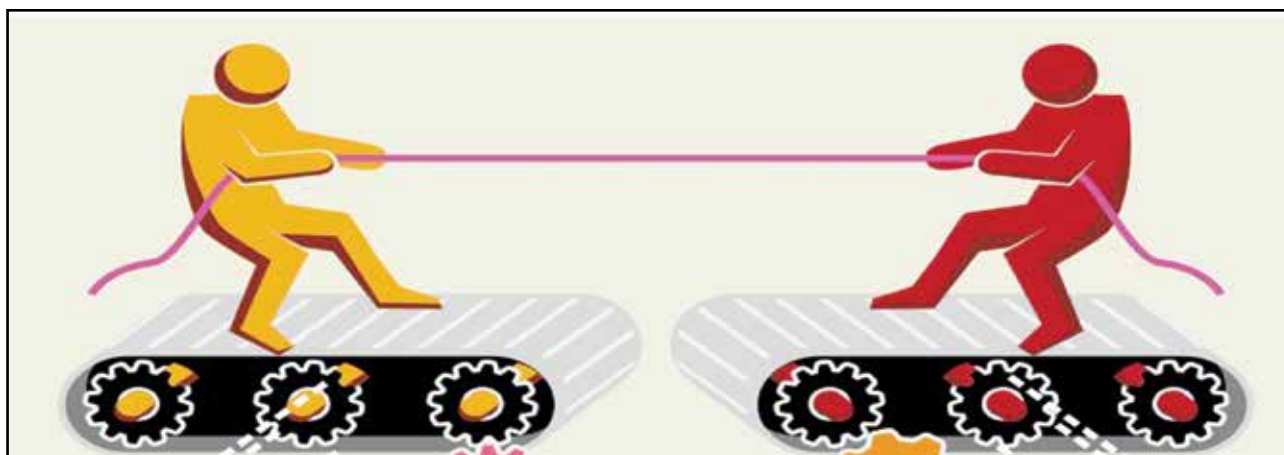
سقراط پاسخ داد: لحظه‌ای صبر کن! پیش از اینکه به من چیزی بگویی از تو می‌خواهم آزمون کوچکی را که نامش «سه پرسش» است پاسخ دهی.

مرد پرسید: سه پرسش؟

سقراط گفت: بله درست است. پیش از اینکه درباره شاگردم با من صحبت کنی، لحظه‌ای آنچه را که قصد گفتنش را داری آزمایش می‌کنیم.

نخستین پرسش «حقیقت» است. آیا کاملاً مطمئنی که آنچه را که می‌خواهی به من بگویی حقیقت دارد؟

مرد پاسخ داد: نه، فقط در موردش شنیده‌ام.



به راستی ما کدامیم؟..

از نوشته‌های مرحوم قیصر امین پور

بعضی از آدمها قیمت پشت جلد دارند.

بعضی از آدمها با چند درصد تخفیف به فروش می‌رسند.

بعضی از آدمها بعد از فروش پس گرفته نمی‌شوند.

بعضی از آدمها را باید جلد گرفت.

بعضی از آدمها را می‌شود توی جیب گذاشت و بعضی را توی کیف.

بعضی از آدمها نمایشنامه‌اند و در چند پرده نوشته و اجرا می‌شوند.

بعضی از آدمها فقط جدول سرگرمی‌اند و بعضی‌ها معلومات عمومی.

بعضی از آدمها خط خوردگی و خط زدگی دارند و

بعضی از آدمها غلط‌های چاپی فراوان.

از روی بعضی از آدمها باید مشق نوشت و از روی بعضی آدمها باید جریمه نوشت به راستی ما کدامیم؟..

بعضی از آدمها را باید چند بار خواند تا معنی آنها را فهمید و

بعضی از آدمها را باید نخوانده دور انداخت..

بعضی آدمها جلد زرکوب دارند بعضی جلد ضخیم،

بعضی جلد نازک و بعضی اصلاً جلد ندارند.

بعضی آدمها با کاغذ کاهی نامرغوب چاپ می‌شوند و

بعضی با کاغذ خارجی.

بعضی آدمها ترجمه شده‌اند و بعضی تفسیر می‌شوند.

بعضی از آدمها تجدید چاپ می‌شوند و

بعضی از آدمها فتوکپی آدمهای دیگرند.

بعضی از آدمها دارای صفحات سیاه و سفیدند و بعضی از آدمها صفحات رنگی و جذاب دارند.

کتاب خود را برای ما فرستید
تا در این صفحه معرفی کنیم



معرفی کتاب

اصول و مبانی امضای الکترونیک و گواهی دیجیتال

با امضای دیجیتال امکان ارائه به صورت یک رشته بیتی را دارند. مانند پست الکترونیک، قراردادها و یا پیام هایی که از طریق قواعد رمزنگاری های دیگر ارسال شده باشند. امضاهای دیجیتال اغلب برای به انجام رساندن امضاهای الکترونیکی به کار می روند. در تعدادی از کشورها، مانند آمریکا و کشورهای اتحادیه اروپا، امضاهای الکترونیکی قوانین مخصوص به خود را دارند. هر چند قوانین درباره امضاهای الکترونیکی همواره روشن نمی سازد که آیا امضاهای دیجیتال به درستی به کار گرفته شده اند و یا اهمیت آن ها به چه میزان است.

در حالت کلی قوانین به شکل واضح در اختیار کاربران قرار نمی گیرد و گاهی آنان را به گمراهی می کشاند.

انتشارات این کتاب «موسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران» و نویسندگان آن حمید دوست محمدیان، امیر حسین میرمحمدصادقی و مهناز شایق هستند.

مطالب فوق خلاصه ای بود از کتاب اصول و مبانی امضای الکترونیک و گواهی دیجیتال که شامل سیزده فصل به شرح ذیل می باشد:

فصل اول: مقدمه

فصل دوم: واژه نامه

فصل سوم: معرفی

فصل چهارم: مقررات عمومی

فصل پنجم: تشخیص واحراز هویت

فصل ششم: خواسته های عملیاتی

فصل هفتم: کنترل های امنیت فیزیکی، رویه ای، فردی

فصل هشتم: کنترل های امنیتی فنی

فصل نهم: مشخصات گواهی و لیست گواهی های باطل شده

فصل دهم: راهبری

فصل یازدهم: راهکار جامع زیرساخت امضاء PKI

فصل دوازدهم: کاربردهای امضای دیجیتال

فصل سیزدهم: خلاصه، نتیجه گیری و پیشنهادات

در این کتاب رمزنگاری داده ها و برخی جنبه های آن مورد بحث قرار داده شده اند. در ابتدا به معرفی رمزنگاری و انواع آن پرداخته ایم که در نهایت امضای دیجیتال و استفاده از پروتکل SSL را نیز شامل شده است که هر دو روش برای حفاظت از اطلاعات به کار گرفته می شوند.

آنچه به عنوان امضای دیجیتال در سیستم های اتوماسیون اداری جریان دارد عکس گرفتن از امضاء و کپی کردن آن زیر نامه ها و اسناد است در صورتی که امضاء دیجیتال در حقیقت یک مجموعه کد یا به بیان واضح تر ترکیبی از کلید خصوصی و کلید عمومی است که به نام یک فرد مشخص ثبت می شود و برای حفاظت و رمزنگاری اطلاعات مورد استفاده قرار می گیرد.

یک امضاء دیجیتال نوعی رمزنگاری نامتقارن است. هنگامی که پیغامی از کانالی ناامن ارسال می شود، یک امضاء دیجیتال که به شکل صحیح به انجام رسیده باشد می تواند برای شخص گیرنده پیام دلیلی باشد تا ادعای شخص فرستنده را باور کند و یا به عبارت بهتر شخص گیرنده از طریق امضاء دیجیتال می تواند این اطمینان را حاصل کند که همان شخص فرستنده نامه را امضاء کرده است و نامه جعلی نیست. امضاهای دیجیتال در بسیاری از جنبه ها مشابه امضاهای سنتی هستند، انجام امضاهای دیجیتال به شکل صحیح بسیار مشکل تر از یک امضای دستی است. طرح های فایل امضای دیجیتال بر مبنای رمزنگاری نامتقارن هستند و می بایست به شکل صحیح صورت گیرد تا موثر واقع شود. همچنین امضاهای دیجیتال می توانند امضاهایی غیر قابل انکار را ایجاد کنند به این معنی که شخص امضاء کننده نمی تواند تازمانی که کلید شخصی فرد به صورت مخفی باقی مانده است، ادعا کند که من این نامه که امضای من را همراه دارد، امضاء نکرده ام. ولی در زمانی که کلید شخصی فرد در شبکه از حالت مخفی خارج شود یا زمان اعتبار امضای او به اتمام برسد شخص می تواند امضای دیجیتال خود را انکار کند هر چند که در این حالت نیز با وجود ساختار قوی امضای دیجیتال، این امضاء اعتبار خود را حفظ می کند. پیغام های امضاء شده



سمینار ارتقا فرهنگ فرایندگرایی در بانک سامان برگزار شد



به منظور ارتقا فرهنگ فرایندگرایی در بانک سامان، سمینار مدیریت فرایندها با حضور معاونان، مدیران امور و روسای ادارات مستقل بانک برگزار شد. به گزارش اداره روابط عمومی بانک سامان، در این سمینار موضوع‌هایی همچون ضرورت مدیریت فرایندگرایی در سازمان‌های امروزی، آشنایی با فرایند و مدیریت فرایندهای کسب و کار، طبقه‌بندی فرایندها و شناسایی فرایندهای کلیدی و استقرار مدیریت فرایندهای کسب و کار در سازمان‌ها توسط دکتر تقوی مدرس سمینار مطرح شد. بر اساس این گزارش، پس از بررسی و شناخت اهداف و چرایی مدیریت فرایندها، جایگاه بانک سامان در مسیر تعالی مدیریت فرایندها مورد بحث و تبادل نظر قرار گرفت. مدرس سمینار نیز با تأکید بر ضرورت وجود زیرساخت‌های فنی لازم به منظور طراحی، اجرا، پایش و بهبود فرایندها در سطح بانک، بر

لزوم همکاری تمام واحدهای سازمانی در پیشبرد اهداف مدیریت فرایندها تأکید کرد. این گزارش حاکی است، در بخش دیگری از این سمینار کارشناسان اداره بهبود و مدیریت فرایندها وضعیت مدیریت فرایندها در بانک و اقدامات صورت گرفته در راستای جاری‌سازی نظام مدیریت فرایندهای چند سال گذشته و نتایج و موفقیت‌های حاصله را تشریح کردند. در ادامه سمینار برنامه‌ها و پروژه‌های آتی در راستای تحقق اهداف مدیریت فرایندها در بانک سامان مورد تبادل نظر قرار گرفت. در پایان سمینار مدیریت فرایندها، دکتر احمد مجتهد معاون طرح و توسعه بانک بر ضرورت همکاری تمام واحدهای سازمانی در جهت پیشبرد پروژه مدیریت فرایندها و تبدیل بانک سامان به سازمانی فرایندمحور تأکید کرد. گفتنی است، مدیریت فرایندها به عنوان ابزاری مدیریتی جهت کنترل و دستیابی به استراتژی‌ها و اهداف کلان سازمان مهم‌ترین راهکار پیش روی سازمان‌های امروزی به‌شمار می‌رود. به همین جهت، بانک سامان پروژه مدیریت فرایندها را به عنوان بخشی از قابلیت‌های مورد نیاز جهت تحقق اهداف کلان خود اجرا کرده است.

بودجه هدایای نوروزی بانک سامان صرف بازسازی شهر ورزقان شد

در آستانه نوروز ۱۳۹۲ پروژه ساخت مدرسه و درمانگاه شهر ورزقان که از محل بودجه هدایای نوروزی بانک سامان تأمین شده بود به روزهای پایانی خود نزدیک می‌شود. به گزارش اداره روابط عمومی بانک سامان، هیئت مدیره این بانک در شهریور ماه ۹۱ کل بودجه هدایای نوروزی را به زلزله‌زدگان آذربایجان اختصاص داد. بر اساس این گزارش از محل بودجه مذکور عملیات احداث یک مدرسه، درمانگاه و آپارتمانی جهت اسکان پزشک مستقر در محل، یک ماه پس از حادثه زلزله آغاز شد که این پروژه‌ها به‌زودی به بهره‌برداری خواهند رسید. شایان ذکر است این تصمیم با استقبال کارکنان و مشتریان مواجه شد تا آنها نیز همراه با مدیران بانک در تأمین یک هدیه ماندگار و ارزشمند برای هم‌وطنان و کودکان ورزقان سهیم باشند.



طرح سپاس، فرصتی برای قدردانی از همکاران سامانی



اولین جلسه سپاس از پرسنل سامان با حضور نیروهای برگزیده شعب و ادارات برگزار شد. در این جلسه تعداد ۳۲ نفر از همکاران سامانی برگزیده شدند که اسامی این عزیزان بدین شرح است: مرصیه عزیزی، مهران علی دوست، رامین بابایی همتی و مصطفی بیات از مدیریت امور سازمان و روش‌ها، زهره شمس، احمد رسولی، محمد خادم و محمد علی براتی، سحر کار دوست و رسول مهدیخانی از مدیریت امور تحقیقات، مکرمه مهدیون، حسین حکمت، تهمنه مردانی، هدیه مطهری، سمیه عباسی و صدف توحیدی از مدیریت امور حقوقی، امیر ایزدپناه و رقیه حسین پور از مدیریت امور نظارت و تطبیق، ملیحه ملا احمدی، معصومه محمد حسینی، مجتبی سلیمانی، مریم عبداللهی، مهسا کریمی، فاطمه احمدی، عباس رادفر، عباس عباسی، مهدی نوید

و پیمان نادری از مدیریت امور منابع انسانی، محمدرضا ملک محمدی از مدیریت امور سرمایه‌گذاری، شروین یاسان از مدیریت امور فناوری اطلاعات و مجید سیف‌الدینی و مهدی پوراحمدی از مدیریت امور شعب. فرشته ضرابیه، مدیر امور منابع انسانی، طرح سپاس را روشی به منظور قدردانی از کارکنان بانک سامان عنوان می‌کند. احمد مجتهد، معاون طرح و توسعه، طرح سپاس را فرصتی برای قدردانی از همکاران سامانی می‌داند و تأکید می‌کند که پیش از این‌طور که شاید و باید از پرسنل بانک قدردانی نمی‌شد، اما با اجرای این طرح بیش از پیش در جریان پیشنهادها و تلاش‌های کارکنان قرار می‌گیریم. معاون طرح و توسعه موفقیت هر بانک را در ارائه محصولات جدید و کارایی بیشتر می‌داند. در این برنامه، به همکاران سامانی علاوه بر تقدیرنامه، هدایایی ارزشمند نیز اهدا شد.

بانک سامان حامی فدراسیون و تیم‌های ملی والیبال ایران شد



بانک سامان حامی تیم‌های ملی والیبال ایران در تمام مسابقات جهانی، آسیایی و داخلی در سال ۱۳۹۲ شد.

به گزارش اداره روابط عمومی بانک سامان، مراسم رونمایی از حامی فدراسیون والیبال جمهوری اسلامی ایران در سال ۱۳۹۲ با حضور محمدرضا داورزنی رئیس فدراسیون والیبال، جمعی از مدیران ارشد بانک سامان و مسئولان کنفدراسیون والیبال آسیا برگزار شد.

در ابتدای این مراسم، رئیس فدراسیون والیبال کشورمان، ضمن اعلام خبر حمایت همه‌جانبه بانک سامان از این فدراسیون، ابراز امیدواری کرد که این همکاری، منجر به تحقق اهداف دوطرف شود. بر اساس این گزارش، در ادامه این مراسم، پس از تبادل قرارداد اسپانسر، از پیراهن جدید تیم ملی والیبال با لوگوی

بانک سامان رونمایی شد. گفتنی است، تندیس یادبودی نیز از سوی رئیس فدراسیون والیبال جمهوری اسلامی ایران به بانک سامان اهدا شد.

انتقال وجه سه‌جانبه بین بانکی در بانک سامان

سرویس انتقال وجه شتابی سه‌جانبه بین بانکی در دستگاه‌های خودپرداز، کارت‌های بدهی و پایانه‌های شعب (pinpad) بانک سامان راه‌اندازی شد. به گزارش اداره روابط عمومی بانک سامان، با هدف گسترش خدمات بانکداری الکترونیک و تسریع در ارائه خدمات بانکی به مشتریان، امکان انتقال وجه شتابی سه‌جانبه بین بانکی از سوی بانک سامان فراهم شد. بر اساس این گزارش، با راه‌اندازی این خدمت، تمام دارندگان کارت‌های بدهی بانک سامان می‌توانند از طریق دستگاه‌های خودپرداز و پایانه‌های شعب بانک‌های دارای سرویس انتقال وجه سه‌جانبه، نسبت به انتقال وجه موردنظر خود به کارت بانکهایی که دارای سرویس انتقال وجه سه‌جانبه باشند، اقدام کنند. همچنین دارندگان کارت سایر بانک‌های متصل به سرویس انتقال وجه سه‌جانبه نیز می‌توانند روی خودپردازها و پایانه‌های شعبه‌ای بانک سامان تبادل وجه کنند. گفتنی است، سقف مبلغ انتقال وجه در مورد حساب‌های شتابی مانند سقف‌های از پیش تعیین شده است. برای کسب اطلاع بیشتر درخصوص این خدمت جدید می‌توانید با مرکز سامان ارتباط به شماره ۰۲۱-۶۴۲۲-۰۲۱ تماس بگیرید.

پنجمین دوره «پروژه جان» انجام شد



پنجمین دوره ارتقاء توانمندی، فرهنگ سازمانی، آموزش و آشنایی روسا، معاونین و کارشناسان شعب متناسب با دانش بانکداری بین المللی در کشور ترکیه برگزار شد.

گفتنی است، هدف کلی از برگزاری این دوره‌ها شناخت هرچه بهتر همکاران از نحوه ارائه شیوه‌های بانکداری مدرن بین المللی در راستای ارائه فرهنگ سازمانی برتر است.

در این دوره علاوه بر گذراندن واحدهای درسی متعدد، بازدید از شعب بانک‌هایی که شیوه‌های مدرن بانکداری آنها برگرفته از عملیات بانکی بین‌المللی اروپایی و مستقر در کشور ترکیه هستند، صورت گرفت.

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه	کد شعبه	آدرس	تلفن	نماینده	نام مسئول شعبه - باجه
۱	آفریقا	۸۰۱	تهران، بزرگراه آفریقا، نرسیده به چهارراه جهان کودک، پلاک ۳۱	۸۸۸۸۱۹۵۰	۸۸۷۳۳۷۷۳	آقای ساعی نیا
۲	مرکزی	۸۰۲	تهران، خ انقلاب، بین چهارراه کالج و چهارراه ولیعصر، شماره ۸۷۹	۶۶۹۵۹۰۵۰	۶۶۹۶۴۹۹۸	آقای فرونی
۳	باغ فردوس	۸۰۴	تهران، خ ولیعصر، رو به روی باغ فردوس، بالاتر از سه راه زعفرانیه، پلاک ۱۶۳۸	۲۲۷۴۰۷۷۵	۲۲۷۴۰۷۱۵	آقای محمدی
۴	پاسداران	۸۰۵	تهران، خ پاسداران، مقابل بوستان ششم، جنب برج سفید، شماره ۲۳۸	۲۲۵۹۵۶۵۷-۸	۲۲۵۹۷۵۴۰	آقای رضا زاده
۵	بازار	۸۰۶	تهران، بازار، خ ۱۵ خرداد غربی، بین چهار راه گلوندک و ابوسعید، شماره ۶۸۱	۵۵۵۷۵۳۸-۹	۵۵۵۷۶۴۹۵	آقای فمی تفرشی
۶	صادقیه	۸۰۷	تهران، ضلع جنوب شرقی فلکه اول صادقیه، پلاک ۹۱۸	۴۴۲۵۴۵۱۸-۲۱	۴۴۲۵۴۵۱۷	آقای ملامحمدی
۷	سه راه اقدسیه	۸۰۸	تهران، خ پاسداران، نبش نارنجستان یازدهم، پلاک ۶۷	۲۲۸۲۱۹۱۸-۲۰	۲۲۸۲۲۲۲۳	آقای سیفی
۸	میرداماد	۸۰۹	تهران، خ میرداماد، نرسیده به میدان مادر، جنب آزمایشگاه پیشگام شماره ۱۴۸	۲۲۹۲۴۴۵۱-۳	۲۲۹۲۴۴۶۳	آقای مدرس
۹	دکتر فاطمی	۸۱۰	تهران، خ دکتر فاطمی، روبروی خ کاج، نبش کوچه ششم	۸۸۹۸۲۱۸۱-۸۵	۸۸۹۸۲۱۹۴	خانم رضاییان
۱۰	سعادت آباد	۸۱۱	تهران، خ سعادت آباد، میدان کاج، ضلع شمال غربی میدان، جنب مسجد الرسول	۲۲۰۸۶۱۹۱-۲۰۰	۲۲۰۸۷۷۰۸	آقای قاسم پور
۱۱	جنت آباد	۸۱۲	تهران، خ جنت آباد، نبش لاله شرقی، مجتمع سمرقند	۴۴۴۹۲۰۱-۹	۴۴۴۹۵۲۲۸	آقای سادات کیایی
۱۲	دولت	۸۱۳	تهران، خ دولت-نرسیده به ۴راه پاسداران- جنب ایران خودرو- پ ۱۸	۲۲۷۶۴۲۸۲-۷	۲۲۷۶۰۳۳۸	آقای یوسنی پور
۱۳	میدان ونک	۸۱۴	تهران، خ ولیعصر، بالاتر از میدان ونک نبش خیابان شریفی، پلاک ۱۳۲۵	۸۸۲۰۵۴۵۵-۵۹	۸۸۲۰۵۴۴۸	خانم میزان
۱۴	ایران زمین	۸۱۵	تهران، شهرک غرب، خ ایران زمین، پاساژ ایران زمین پلاک ۱۳ و ۱۴	۸۸۵۷۷۶۰۵-۱۰	۸۸۵۷۱۲۱۵	آقای حسینی
۱۵	اریکه ایرانیان	۸۱۶	تهران، بلوار فرحزادی، نبش ارغوان غربی، مجتمع تجاری اریکه ایرانیان	۲۲۳۵۹۲۷۵-۷۸	۲۲۳۵۳۵۱۶	آقای رمضانیا
۱۶	یافت آباد	۸۱۷	تهران، تقاطع جاده ساوه و یافت آباد، مجموعه بازار میل، پلاک ۲۰۲/۵	۶۶۲۱۱۰۱۴-۱۷	۶۶۲۳۷۱۱۰	آقای فکور
۱۷	شهرری	۸۱۸	تهران، شهر ری، خ ذکریای رازی- پلاک ۲۵۷	۵۵۹۷۰۷۴۲-۳	۵۵۹۷۰۷۳۰	آقای بیات
۱۸	پل رومی	۸۱۹	تهران، خ شریعتی، بعد از پل رومی، نبش کوی سلمان، پلاک ۱۷۶۹	۲۲۲۱۳۱۹۴ و ۹۶	۲۲۲۱۳۱۹۵	آقای بیات
۱۹	آفریقای شمالی	۸۲۰	تهران، بلوار آفریقای شمالی، تقاطع دستگردی، پلاک ۱۷۲	۸۸۸۸۸۳۱۱ و ۳۱	۸۸۷۳۱۵۱	آقای اعتمادیه
۲۰	جام جم	۸۲۱	تهران، خ ولیعصر، نرسیده به چهار راه پارک وی، نبش کوچه ترکش دوز، پلاک ۳	۲۶۲۱۰۹۱۲-۱۴	۲۶۲۱۰۹۱۷	آقای رضانی
۲۱	پیروزی	۸۲۲	تهران، خ پیروزی، نبش خ عادل، پلاک ۵۱۷ و ۵۱۹	۳۳۳۲۳۱۴۰-۴۱	۳۳۳۲۳۱۴۳	آقای حمیدیا
۲۲	ولنجک	۸۲۳	تهران، خ ولنجک، خ چهاردهم، پلاک ۳	۲۲۴۲۱۲۲۷-۳۱	۲۲۱۷۲۵۹۰	آقای سخانی
۲۳	آذربایجان	۸۲۴	تهران، خ آذربایجان، نبش آزادی، روبروی یهودی، پلاک ۱۰۷۶	۶۶۰۶۷۸۸۲-۶	۶۶۰۶۷۸۸۰	آقای جمشیدیان
۲۴	شهرک اکباتان	۸۲۵	تهران، شهرک اکباتان، انتهای فاز ۲، بلوار گلها، مجتمع تجاری گلها، پلاک ۱	۴۴۶۳۶۳۰۹-۱۸	۴۴۶۵۶۸۹۶	آقای علیخانی
۲۵	میدان آرژانتین	۸۲۶	تهران، خ بیهقی، ضلع غربی محوطه فروشگاه شماره یک شهروند پلاک ۲۱۰	۸۸۵۱۶۹۰۶ و ۸	۸۸۵۱۷۳۸۱	آقای محمدی
۲۶	ملت/اکباتان	۸۲۷	تهران، خ سعدی جنوبی، خ اکباتان، پلاک ۹۳	۳۳۹۹۸۰۰۴-۷	۳۳۹۹۸۰۰۹	آقای حاجی پور
۲۷	قیطریه	۸۲۸	تهران، بلوار ۳۵ متری قیطریه، روبروی درب شمالی پارک قیطریه، پلاک ۱۶۱	۲۲۲۳۴۰۹۷	۲۲۲۳۴۲۵۸	آقای شایسته
۲۸	ملاصدرا	۸۲۹	تهران، خ ملاصدرا، بعد از خ شیراز، جنب پلاک ۹۵	۸۸۰۶۹۲۵۸	۸۸۰۶۹۲۵۴	آقای بایگانی
۲۹	اسدآبادی	۸۳۰	تهران، خ سیدجمال الدین اسدآبادی، نبش خ ۴، پلاک ۳۸۳	۸۸۰۵۵۴۶۱-۴	۸۸۶۱۰۲۹۵	آقای نیری
۳۰	میدان قزوین	۸۳۱	تهران، خ کارگر جنوبی، ضلع شمال شرقی میدان قزوین، پلاک ۱۸	۵۵۴۸۱۱۷۲-۴	۵۵۴۸۱۱۷۹	آقای پورداد
۳۱	دکتر بهشتی	۸۳۲	تهران، خ شهید دکتر بهشتی، بعد از چهار راه سهوردی، پلاک ۱۳۶	۸۸۵۱۲۶۰۳-۸	۸۸۷۴۶۶۹۹	آقای سماک
۳۲	کارگر شمالی	۸۳۳	تهران، خ کارگر شمالی، بالاتر از خ دکتر فاطمی، پلاک ۲۴۳	۸۸۹۹۱۳۴۵-۸	۸۸۹۹۱۳۵۰	آقای امینی
۳۳	فلکه سوم تهرانپارس	۸۳۴	تهران، خ تهران پارس، بالاتر از فلکه سوم، نبش خ ۲۱۴ شرقی، پلاک ۴۴۳	۷۷۳۷۰۳۶۸	۷۷۳۷۰۴۴۱	آقای روحانی فرد
۳۴	پارک ساعی	۸۳۵	تهران، خ ولیعصر، بالاتر از خ شهید دکتر بهشتی، نبش کوچه کوزه گر، پلاک ۲۱۳۳	۸۸۷۰۹۴۸۱-۲	۸۸۵۵۶۹۶۶	آقای وزیری
۳۵	فلکه اول تهرانپارس	۸۳۶	تهران، خ تهرانپارس، فلکه اول تهرانپارس، نبش خ ۴۸ غربی، پلاک ۳۲	۷۷۷۲۳۲۵۰-۵۴	۷۷۷۲۳۲۵۵	آقای کاهه
۳۶	بازار کفاش ها	۸۳۷	تهران، بازار بزرگ، انتهای بازار کفاش ها، مقابل سرای مشکوه، ساختمان ضیای	۵۵۱۵۱۸۰۵	۵۵۶۱۶۰۷۳	آقای سروری
۳۷	الهیه	۸۳۸	تهران، الهیه، خ مریم شرقی، نبش خ شریفی مش، پلاک ۶۰	۲۶۲۰۳۴۷۰-۱	۲۲۰۲۷۹۳۰	آقای میزایی فرید
۳۸	منیریه	۸۳۹	تهران، خ ولیعصر، میدان منیریه، خ معیری، نبش بن بست ناظمی، پلاک ۵۳	۶۶۴۹۱۰۷۵-۶	۶۶۴۹۱۰۷۳	آقای پوراحمدی
۳۹	شهرک راه آهن	۸۴۰	تهران، شهرک راه آهن، میدان امیر کبیر، خ امیر کبیر، پلاک ۵۳	۴۴۷۳۸۹۶۹ و ۵۹	۴۴۷۳۷۸۸۸	آقای کریمی
۴۰	میدان نبوت	۸۴۱	تهران، ضلع جنوبی میدان نبوت، پلاک ۵۶۰	۷۷۹۴۰۴۲۸-۹	۷۷۹۴۰۴۱۸	آقای بیات
۴۱	دلاوران	۸۴۲	بلوار دلاوران، بعد از چهارراه آزادگان- پلاک ۳۴۰	۷۷۲۱۱۶۵۱-۷۷۲۱۱۹۳۴	۷۷۲۱۳۷۷۷	آقای فخرالدینی
۴۲	شهران	۸۴۴	تهران، شهران، نبش فلکه دوم، ابتدای خ ۱۲ متری، پلاک ۱۲	۴۴۳۱۲۹۵۵	۴۴۳۰۳۶۹۱	آقای اسلامی
۴۳	بلوار فردوس	۸۴۵	تهران، بلوار فردوس، بزرگراه شهید ستاری، ابتدای بلوار فردوس شرقی، پلاک ۴۴۸	۴۴۰۰۰۲۸۶	۴۴۰۰۶۸۲۶	خانم قاسمی

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه	کد شعبه	آدرس	تلفن	نمابر	نام مسوول شعبه - باجه
۴۴	فرودگاه امام خمینی	۸۴۶	تهران، کیلومتر ۳۰ اتوبان تهران - قم، فرودگاه بین المللی امام خمینی، سالن ورودی، طبقه همکف	۵۵۶۷۸۴۰۸ - ۱۱	۵۵۶۷۸۴۱۰	آقای محسنی
۴۵	میدان تجریش	۸۴۷	تهران، میدان تجریش، خ شهرداری - جنب سینما آستارا - پلاک ۸۱	۲۲۷۳۳۳۵۲ - ۲۲۷۳۳۱۳۹	۲۲۷۳۳۴۴۸	آقای دادخواه
۴۶	نازی آباد	۸۴۸	تهران، نازی آباد، خ مدانی، بعد از ایستگاه برق، پلاک ۱۱۸ و ۱۱۹	۵۵۳۳۱۰۰۶ - ۷	۵۵۳۵۶۰۵۱	آقای سلمانی
۴۷	سی تیر	۸۴۹	تهران، خ سی تیر، جنب بانک ملی شعبه سی تیر، نبش کوچه بهزاد، پلاک ۸۳	۶۶۷۵۰۴۱۲ - ۱۸	۶۶۷۵۰۲۳۶	آقای هادیان
۴۸	باجه هواپیمائی ماهان	۸۵۱	تهران، اول اتوبان کرج، خ آزادگان، برج هواپیمائی ماهان	۴۸۳۸۱۴۹۲ - ۹۴	۴۸۳۸۱۴۹۵	آقای محسنی
۴۹	مهرآباد ترمینال ۲	۸۵۲	تهران، فرودگاه مهر آباد، پروازهای داخلی، ترمینال ۲	۴۴۶۹۰۰۹۰	۴۴۶۶۲۵۲	آقای محسنی
۵۰	فرجام	۸۵۳	تهران، خ فرجام، بعد از چهار راه ولیعصر، پلاک ۴۱۹	۷۷۲۳۰۷۴۴ - ۷	۷۷۲۲۸۳۶۲	آقای واسعی
۵۱	مولوی	۸۵۴	تهران، میدان محمدیه، خ مولوی شرقی، ایستگاه سعادت، نبش کوچه اکبری، پلاک ۵۱۸	۵۵۱۵۴۶۳۱	۵۵۱۵۴۷۲۹	آقای امیری
۵۲	لواسانی	۸۵۵	تهران، خ کامرانیه، شهید لواسانی غربی، نبش دو راهی آریا، پلاک ۲	۲۲۸۱۶۶۹۱ - ۵	۲۲۸۱۶۶۸۹	آقای بوزیایی امیری
۵۳	تهرانسر	۸۵۶	تهران، بلوار اصلی تهرانسر، نبش خ چهاردهم، پلاک ۶۴	۴۴۵۱۷۵۵۶	۴۴۵۱۶۶۶۲	آقای اخشی
۵۴	هاپیر استار	۸۵۷	تهران، بزرگراه شهید ستاری، بلوار فردوس غربی، بزرگراه شهید باکری، مرکز خرید هاپیر استار	۴۴۱۶۷۱۸۲ - ۸۷	۴۴۱۶۷۱۹۹	خانم بابایی
۵۵	آصف	۸۵۸	تهران، زعفرانیه، خ آصف، خ بهزادی، پلاک ۳	۲۲۴۳۱۹۷۱ و ۹	۲۲۴۳۲۶۲۲	خانم قدمی
۵۶	میدان حسین آباد	۸۵۹	تهران، چهارراه پاسداران، میدان حسین آباد، ساختمان مهدی، پلاک ۱۲۰	۲۲۹۵۹۹۶۴	۲۲۹۵۹۹۰۹	آقای صفری
۵۷	اختیاریه	۸۶۰	تهران، خ شهید کلاهدوز (دولت)، خ اختیاریه جنوبی، نبش کوچه خداجو، پلاک ۲۶	۲۲۵۷۵۰۷۶	۲۲۷۷۶۵۷۱	آقای صدقیانی
۵۸	اوین	۸۶۱	تهران، بزرگراه چمران، خ رجایی اوین، درکه، خ شهید کجویی، پلاک ۸۸ و ۹۰	۲۲۴۳۲۴۱۹	۲۲۴۳۲۴۲۶	آقای فعال
۵۹	ولیعصر - زرتشت	۸۶۲	تهران، بالاتر از میدان ولیعصر، نرسیده به کوچه ناصر، پلاک ۱۷۷۷	۸۸۹۰۶۱۷۸	۸۸۸۰۷۵۹۲	آقای اطهری
۶۰	دزاشیب - سه راه عمار	۸۶۳	تهران، میدان قدس، خیابان شهید کبیری (دزاشیب)، سه راه عمار، پلاک ۱۵۸	۲۲۷۵۳۹۱۴ - ۱۸	۲۲۷۵۳۹۱۳	آقای شاهمرادی
۶۱	بورس کالا	۸۶۴	تهران، خ طالقانی، نبش خیابان بندر انزلی، ساختمان بورس کالا، طبقه همکف	۸۸۳۸۳۴۹۶ - ۷	۸۸۳۸۳۴۹۸	آقای طارمی
۶۲	جمهوری - ابوریحان	۸۶۵	تهران، خ جمهوری، چهارراه ابوریحان، ساختمان ابوریحان پ ۱۰۶۴	۶۶۴۷۷۶۶۶ و ۹	۶۶۴۷۷۶۵۵	آقای نصیری
۶۳	سرو	۸۶۶	سعادت آباد - سرو غربی - میدان سرو - ضلع جنوب شرقی میدان - پلاک ۷	۲۲۱۴۶۰۸۳ - ۴	۲۲۱۴۵۸۳۲	آقای صادقی
۶۴	دهکده المپیک	۸۶۷	تهران، بلوار دهکده المپیک، خ شهید یعقوبی، پلاک ۲	۴۴۷۰۱۴۶۷	۴۴۷۱۱۷۸۲	آقای رزاقی
۶۵	قلهک	۸۶۸	خیابان شریعتی - قلهک - نبش کوچه خلیل پور - پلاک ۱۴۹۸	۲۶۶۰۱۵۰۵ - ۸	۲۶۶۰۱۵۰۹	خانم ترابی
۶۶	ستارخان	۸۶۹	میدان توحید - ابتدای خیابان ستارخان - نبش کوچه ستایش - پلاک ۲	۶۶۵۶۲۶۱۲ و ۱۵	۶۶۵۶۲۸۶۵	آقای لاریجانی
۶۷	پونک	۸۷۰	خیابان اشرفی اصفهانی - بالاتر از میدان پونک - نبش کوچه نوزدهم - پلاک ۱	۴۴۴۶۲۵۱۰	۴۴۴۶۲۸۱۵	آقای باقی
۶۸	آجودانیه	۸۷۱	خیابان اقدسیه - روبروی خیابان سپند - نبش نیلوفر - پلاک ۲	۲۶۱۲۴۱۹۹ - ۲۰۰	۲۶۱۲۴۱۸۵	آقای صالحی کیا
۶۹	شمس آباد - میدان ملت	۸۷۲	خیابان استاد حسن بنا، بالاتر از میدان ملت، نبش شهید عبیدی، پلاک ۱	۲۲۵۳۰۱۶۰	۲۲۵۳۰۱۴۶	آقای هادی زاده
۷۰	کریم خان زند	۸۷۳	تهران، خ کریم خان زند، نرسیده به میدان هفت تیر، ضلع جنوبی، پلاک ۴۲	۸۸۸۴۵۹۴۲	۸۸۸۴۶۱۹۰	آقای عطایی فر
۷۱	نیاوران	۸۷۴	خیابان دکتر باهنر (نیاوران)، روبروی پارک باهنر، پلاک ۱۴۸	۲۶۱۱۷۱۹۲ - ۲۶۱۱۷۲۰۱	۲۶۱۱۷۰۶۹	خانم خسروی
۷۲	بلوار آفتاب - سعادت آباد	۸۷۵	سعادت آباد، میدان فرهنگ، بلوار ۲۴ متری، نبش کوچه چهارم غربی	۲۲۳۷۸۸۵۶ - ۷	۲۲۳۵۷۶۰۵	خانم حکیمی
۷۳	آقابزرگی - الهیه	۸۷۶	تهران، الهیه، خ شهید آقا بزرگی، نبش استانبول، پلاک ۳۰	۲۲۶۹۶۴۵۱ - ۵۲	۲۲۶۹۶۴۵۳	خانم سهیلی مجد
۷۴	بزرگراه فتح	۸۷۷	بزرگراه فتح، جاده قدیم کرج، بعد از شیر پاستوریزه، مجتمع تجاری تهران، پلاک ۲۳۸	۶۶۸۱۵۹۶۵ و ۲۸ و ۹۷	۶۶۸۱۶۰۰۸	آقای قاسملو
۷۵	شهر قدس	۸۷۸	شهر قدس (قلعه حسن خان) بلوار ۴۵ متری انقلاب، جنب بانک ملت، پلاک ۱۱۲	۴۶۸۳۲۲۳۰	۴۶۸۳۲۲۴۱	آقای اسدیان
۷۶	رسالت - مجیدیه	۸۷۹	بزرگراه رسالت - نبش جنوب شرقی رسالت و تقاطع مجیدیه - پلاک ۴۱۷	۲۲۳۱۷۱۹۴ و ۹۵	۲۲۳۱۹۹۲۷	آقای عظیمی
۷۷	بلوار مرزداران	۸۸۱	شهرک ژاندارمری، بلوار مرزداران، پلاک ۱۳۶	۴۴۲۱۱۰۴۰	۴۴۲۱۱۸۴۱	آقای جلالی
۷۸	بلوار کشاورز	۸۸۲	بلوار کشاورز - روبروی وزارت کشاورزی، پلاک ۱۷۸	۸۸۹۸۳۱۵۴ - ۶	۸۸۹۸۳۱۵۷	آقای جلیل زاده
۷۹	بلوار دریا	۸۸۳	سعادت آباد، بلوار دریا، پلاک ۸۶۳	۸۸۵۷۸۱۷۱ و ۸۸۳۳۳۸۱۸	۸۸۳۶۶۷۶۹	آقای پاکزاد
۸۰	گیشا	۸۸۴	کوی نصر (گیشا)، نبش خیابان نوزدهم، پلاک ۳۶۲	۸۸۴۵۷۲۳۶۲ - ۹۱ - ۸۸۴۵۷۲۸۴	۸۸۴۵۷۲۸۷	آقای میرحسینی
۸۱	جهان شهر کرج	۹۰۱	کرج، میدان سپاه، اول خ جهان شهر، نبش نیلوفر، پلاک ۱	۰۲۶۳ - ۴۴۷۹۹۶۰	۰۲۶۳ - ۴۴۸۱۴۴۵	آقای سرمدی
۸۲	میدان توحید کرج	۹۰۲	کرج، خ شاه عباسی، بین میدان توحید و میدان قدس، برج سامان	۰۲۶۳ - ۲۲۰۶۴۷۲ - ۹	۰۲۶۳ - ۲۲۵۴۸۶۲	آقای سامانی پور
۸۳	بورس کرج	۹۰۳	کرج، میدان هفت تیر، ابتدای بلوار شهدای دانش آموز، تالار بورس	۰۲۶۳ - ۲۷۷۰۱۹۶	۰۲۶۳ - ۲۷۷۰۱۹۶	آقای حکیمی بستی
۸۴	مهرشهر کرج	۹۰۵	مهرشهر، بلوار شهرداری، فاز ۲، نبش خیابان ۲۰۸، پلاک ۵۴۳	۰۲۶۳ - ۳۴۱۵۷۳۳ - ۵	۰۲۶۳ - ۳۴۱۷۹۰۵	آقای خواجوی
۸۵	شهریار	۹۰۴	شهریار، خ ولیعصر، ضلع شرقی میدان امام، پلاک ۱۳۰	۰۲۱ - ۶۵۳۶۹۰۲۱ و ۳	۰۲۱ - ۶۵۳۶۹۸۶۲	آقای ایرج کاوندی
۸۶	تبریز	۹۶۰۱	تبریز، خ امام خمینی، بالاتر از میدان شهید بهشتی، جنب کوی فرهنگ، پلاک ۵۲۱	۰۴۱۱ - ۳۳۷۳۸۰۰ - ۲	۰۴۱۱ - ۳۳۶۵۱۶۰	آقای اصفهانی

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه	کد شعبه	آدرس	تلفن	نماینر	نام مسئول شعبه-باجه
۸۷	ولیعصر تبریز	۹۶۰۲	تبریز، خیابان ولیعصر، حد فاصل فلکه بازار و ایردک، پلاک ۲۷	۰۴۱۱-۳۳۲۷۰۸۵	۰۴۱۱-۳۳۱۹۸۶۴	آقای فرامرز زاده
۸۸	۱۷ شهر یور تبریز	۹۶۰۳	تبریز، ابتدای خیابان ۱۷ شهر یور جدید، جنب ساختمان آبان، پلاک ۱۴	۰۴۱۱-۵۵۷۳۶۷۱-۲	۰۴۱۱-۵۵۷۳۶۷۳	آقای دانشمند
۸۹	استاد شهریار	۹۶۰۴	تبریز، ابتدای جاده اتل گلی، بالاتر از هتل شهریار، نبش کوی الهی پرست، پلاک ۳	۰۴۱۱-۳۲۹۳۲۶۳-۶۴	۰۴۱۱-۳۲۹۳۲۶۰	آقای محمودی
۹۰	بازار تبریز	۹۶۰۵	تبریز، بلوار جمهوری اسلامی، ابتدای خ دارایی، پلاک ۱۹۲۷۳۲	۰۴۱۱-۵۲۴۴۰۴۹	۰۴۱۱-۵۲۴۲۶۲۳	خانم هریسچی
۹۱	میدان معلم تبریز	۹۶۰۶	تبریز، خ ولیعصر، میدان معلم، پلاک ۲۰	۰۴۱۱-۳۳۳۵۴۰۰ و ۳۲۹۷۴۰۱	۰۴۱۱-۳۳۱۰۷۱۲	آقای موسی خانی
۹۲	ارومیه	۹۶۲۱	ارومیه، خ کاشانی، روبروی مرکز بهداشت، پلاک ۱۵۶	۰۴۴۱-۲۲۴۳۶۶۸-۹	۰۴۴۱-۲۲۴۰۳۹۲	آقای مطمئن
۹۳	سرداران ارومیه	۹۶۲۲	ارومیه، خ سرداران، جنب مسجد قدس، پلاک ۱۶۹	۰۴۴۱-۲۲۵۰۵۲۲-۲۴	۰۴۴۱-۲۲۲۷۸۴۶	آقای غلامعلی زاده
۹۴	اردبیل	۹۶۴۱	اردبیل، خ شیخ صفی، پلاک ۱۶۰	۰۴۵۱-۲۲۵۲۶۰۱-۸	۰۴۵۱-۲۲۵۳۵۰۱	آقای معادی
۹۵	شریعتی اردبیل	۹۶۴۲	اردبیل، میدان شریعتی، به طرف ایستگاه سرعین، پلاک ۳۴۶	۰۴۵۱-۲۲۵۴۰۹۱-۸	۰۴۵۱-۲۲۵۴۰۹۹	آقای ربطی
۹۶	اصفهان	۸۰۳	اصفهان، خ فردوسی، نبش منوچهری، ساختمان امیر، پلاک ۱۳	۰۳۱۱-۲۲۳۰۴۲۴-۷	۰۳۱۱-۲۲۳۰۴۲۸	آقای سبزه زار
۹۷	زاینده رود اصفهان	۹۵۲۱	اصفهان، خ توحید، پلاک ۵	۰۳۱۱-۶۲۸۵۷۲-۸	۰۳۱۱-۶۲۷۹۴۰۹	آقای مظاهری
۹۸	چهار باغ بالا	۹۵۲۲	اصفهان، میدان آزادی، خ چهار باغ بالا، نبش کوچه بهار آزادی	۰۳۱۱-۶۲۹۱۳۲۵-۶	۰۳۱۱-۶۲۹۱۳۲۹	آقای غیور نجف آبادی
۹۹	حافظ اصفهان	۹۵۲۳	اصفهان، میدان نقش جهان، ابتدای خیابان حافظ	۰۳۱۱-۲۲۰۹۴۷۶-۹	۰۳۱۱-۲۲۲۷۴۲۶	آقای سیف الدینی
۱۰۰	خانه اصفهان	۹۵۲۴	اصفهان، خانه اصفهان، ابتدای خیابان گلستانه، پلاک ۶۰	۰۳۱۱-۴۴۱۲۲۷۱	۰۳۱۱-۴۴۱۳۶۸۸	آقای منصوری
۱۰۱	ایلام	۹۲۶۱	ایلام، خ طالقانی، روبه روی فرمانداری ایلام، پلاک ۳۵۱	۰۸۴۱-۳۳۶۸۹۷۶۰۹	۰۸۴۱-۳۳۳۳۱۵۲	آقای کریمی
۱۰۲	خرم آباد	۹۲۸۱	خرم آباد، بلوار علوی، نرسیده به میدان امام، پلاک ۴۲۲	۰۶۶۱-۲۲۳۵۵۹۰۲ و ۳	۰۶۶۱-۲۲۳۵۵۹۱	آقای محمدی
۱۰۳	بوشهر	۹۱۴۱	بوشهر، میدان امام خمینی، ابتدای فرودگاه، پلاک ۳۷	۰۷۷۱-۵۵۶۲۳۱۹-۲۴	۰۷۷۱-۵۵۶۲۳۲۵	آقای فرشیدفر
۱۰۴	بجنورد	۹۳۲۱	بجنورد، تقاطع بلوار امام خمینی و میرزا رضای کرمانی	۰۵۸۴-۲۲۴۴۳۲۰	۰۵۸۴-۲۲۴۷۳۴۸	آقای تیموری
۱۰۵	مشهد	۹۳۰۱	مشهد، بلوار احمد آباد، سی متری اول، نبش کوچه رضای دوم	۰۵۱۱-۸۴۴۴۴۶۰-۱	۰۵۱۱-۸۴۴۳۹۱۴	آقای ابراهیمیان
۱۰۶	مدرس مشهد	۹۳۰۲	مشهد، بلوار مدرس، نبش مدرس ۵، پلاک ۳۷	۰۵۱۱-۲۲۴۸۰۲-۷	۰۵۱۱-۲۲۴۱۰۴۶	آقای گرابلی
۱۰۷	بلوار سجاد مشهد	۹۳۰۳	مشهد، بلوار سجاد، نبش سجاد ۸۵ یا خ لاله جنوبی	۰۵۱۱-۷۶۴۸۲۰۸-۹	۰۵۱۱-۷۶۷۴۰۴۶	آقای آرزومندان
۱۰۸	فرامرز عباسی مشهد	۹۳۰۴	مشهد، بلوار فرامرز عباسی، بین عباسی ۳ و ۱۶۸	۰۵۱۱-۶۰۹۷۸۹۲ و ۴	۰۵۱۱-۶۰۹۷۸۹۵	آقای مقدم نیا
۱۰۹	هاشمیه مشهد	۹۳۰۵	بلوار هاشمیه، بین هاشمیه ۱۶ و ۱۸۵ پلاک ۱۴۴	۰۵۱۱-۸۸۳۴۸۴۴	۰۵۱۱-۸۸۴۱۵۲۹	آقای حاتمی
۱۱۰	نیشابور	۹۳۱۶	نیشابور، خیابان امام خمینی، روبروی کوچه واعظی، پلاک ۱۳۸۸	۰۵۵۱-۳۳۴۹۴۱۳-۱۵	۰۵۵۱-۳۳۴۹۴۱۶	آقای علی ابراهیمیان
۱۱۱	بیرجند	۹۳۴۱	بیرجند، بلوار مدرس، نبش مدرس ۲۶	۰۵۶۱-۴۴۴۵۰۶۵-۹	۰۵۶۱-۴۴۴۶۷۰۷	آقای نیک کار
۱۱۲	اهواز	۹۷۰۱	اهواز، خ کیانپارس، حد فاصل خیابان های ۳ و ۴ شرقی، پلاک ۲۰۵	۰۶۱۱-۳۹۲۰۵۲۳-۷	۰۶۱۱-۳۹۲۰۷۴۵	آقای توکلی
۱۱۳	امانیه اهواز	۹۷۰۳	اهواز، خ انقلاب (امانیه)، نبش خ بوعلی، ۱۸ پ، ساختمان سیمرغ	۰۶۱۱-۳۳۳۴۱۶-۱۹	۰۶۱۱-۳۳۳۳۸۱	آقای دوبریچی زاده
۱۱۴	زنجان	۹۶۸۱	زنجان، میدان آزادی، ابتدای خ امام	۰۲۴۱-۳۲۲۰۶۵۴-۶۰	۰۲۴۱-۳۲۲۷۷۳۳	آقای نهاوندیان
۱۱۵	سعدی شمالی زنجان	۹۶۸۲	زنجان، خ سعدی شمالی، نبش کوچه روشن، ساختمان اشراق، پلاک ۷۲	۰۲۴۱-۵۲۸۶۵۱	۰۲۴۱-۵۲۸۶۸۱	آقای گروسی
۱۱۶	زاهدان	۹۱۳۱	زاهدان، میدان امام علی (ع)، ابتدای بلوار شهید مطهری	۰۵۴۱-۳۲۶۰۱۷۸-۷۹	۰۵۴۱-۳۲۶۳۲۸۶	آقای شهرکی
۱۱۷	شیراز	۹۱۰۱	شیراز، خ زند، بین خ فلسطین و ۲۰ متری سینما سعدی، پلاک ۳۹۶، ساختمان پاسارگاد	۰۷۱۱-۲۳۱۹۵۲۱-۲۷	۰۷۱۱-۲۳۱۹۵۱۳	آقای آزادی
۱۱۸	فلکه گاز جام جم شیراز	۹۱۰۲	شیراز، فلکه گاز، ابتدای خیابان جهاد سازندگی، جنب فروشگاه رفاه، پلاک ۲۰	۰۷۱۱-۲۲۶۲۸۵۲-۴	۰۷۱۱-۲۲۷۴۸۳۴	آقای شیرازی فر
۱۱۹	قصرالدشت شیراز	۹۱۰۳	شیراز، خ قصرالدشت، روبروی خلد برین، پلاک ۷۵	۰۷۱۱-۶۲۷۹۱۸۰ و ۸۹	۰۷۱۱-۶۲۷۹۲۱۶	آقای بردبار
۱۲۰	بلوار میرزای شیرازی	۹۱۰۴	شیراز، بلوار میرزای شیرازی، بین پل معالی آباد و پارک علوی، پلاک ۱۵۰	۰۷۱۱-۶۲۵۴۰۴۶	۰۷۱۱-۶۲۳۹۰۹۳	آقای جلال حسینی
۱۲۱	بازار وکیل	۹۱۰۵	شیراز، بلوار وکیل، خ ۲۷، جنب رستوران شرز، پلاک ۸۴	۰۷۱۱-۲۲۳۳۸۳۵	۰۷۱۱-۲۲۳۳۸۳۴	آقای ارجمند
۱۲۲	ستارخان	۹۱۰۶	شیراز، بلوار ستارخان، بین خیابان عقیف آباد و خیابان ولیعصر (عج)	۰۷۱۱-۶۲۳۱۶۵ و ۶۲۳۰۶۵	۰۷۱۱-۶۲۳۳۲۹	آقای جمسی
۱۲۳	قزوین	۹۲۰۱	قزوین، خ خیام شمالی، جنب بانک ملی شعبه خیام شمالی، پلاک ۵۶۰	۰۲۸۱-۳۳۵۷۳۰۵-۸	۰۲۸۱-۳۳۵۸۰۹۵	آقای فرضی
۱۲۴	قشم	۹۸۲۱	قشم، بلوار امام قلی خان، روبروی مرکز تجاری خلیج فارس و مرجان	۰۷۶۳-۵۲۴۲۶۴۰-۴۷	۰۷۶۳-۵۲۴۲۶۵۰	آقای محمدپور
۱۲۵	قم	۹۰۰۱	قم، بلوار امین، نبش کوچه ۴۱	۰۲۵۱-۲۹۴۰۶۰۱-۳	۰۲۵۱-۲۹۱۶۶۱۶	آقای خوش گفتار
۱۲۶	فلکه جهاد قم	۹۰۰۲	قم، فلکه جهاد، خ ۱۵۱، پلاک ۵۵۵ و ۵۵۷	۰۲۵۱-۷۷۰۸۸۴۱	۰۲۵۱-۷۷۰۵۹۴۹	آقای درویشی
۱۲۷	سندج	۹۲۷۱	سندج، خ سید قطب، پلاک ۳	۰۸۷۱-۳۲۴۵۴۳۱-۳۴	۰۸۷۱-۳۲۴۵۴۲۶	آقای سخاوی
۱۲۸	کرمان	۹۵۰۱	کرمان، خ قره نی، نرسیده به ژاندارمری، نبش تیمچه	۰۳۴۱-۲۲۳۳۴۹۶	۰۳۴۱-۲۲۳۷۹۶۰	آقای صرافی
۱۲۹	کوثر کرمان	۹۵۰۲	کرمان، شهرک باهنر، میدان کوثر، جنب شهرداری منطقه ۲	۰۳۴۱-۲۴۷۶۷۶۱-۲	۰۳۴۱-۲۴۷۶۷۶۵	آقای ابراهیمی
۱۳۰	رفسنجان	۹۵۱۱	ابتدای خیابان مطهری، بعد از پل فجر، ساختمان محمد عسگری	۰۳۹۱-۳۲۲۲۱۰۵-۶	۰۳۹۱-۳۲۲۲۱۰۱	آقای علی پور
۱۳۱	کرمانشاه	۹۲۴۱	کرمانشاه، میدان فردوسی، جنب بیمارستان معتضدی، پلاک ۱۲	۰۸۳۱-۷۲۵۹۹۵۹-۶۴	۰۸۳۱-۷۲۵۹۹۷۱	آقای توحیدلی

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه	کد شعبه	آدرس	تلفن	نمابر	نام مسئول شعبه-باجه
۱۳۲	ياسوج	۹۲۵۱	ياسوج، بلوار مطهری، پلاک ۴۰۰	۰۷۴۱-۲۲۳۵۳۴۸	۰۷۴۱-۲۲۳۵۳۷۵	آقای آران پور
۱۳۳	کیش	۹۸۰۱	کیش، خ فردوسی، مجتمع تجاری کیش، طبقه همکف، پلاک ۶۴ و ۶۷	۰۷۶۴-۴۴۵۲۲۶۱-۲	۰۷۶۴-۴۴۵۲۲۵۹	آقای علی اکبری
۱۳۴	گرگان	۹۴۴۱	گرگان، خ ولیعصر، بین عدالت ۱۰ و ۸	۰۱۷۱-۲۳۶۹۰۰۱-۸	۰۱۷۱-۲۳۶۹۰۱۲	آقای میدانی
۱۳۵	گنبد	۹۴۴۲	گنبد کاووس، خ امام خمینی جنوبی، بین خ گلشن و شهدای شرقی پلاک ۱۸۳۹	۰۱۷۲-۳۳۴۷۶۱۲-۱۹	۰۱۷۲-۳۳۴۷۶۲۴	آقای جاوید
۱۳۶	گلزار رشت	۹۴۰۱	رشت، میدان باستانی شعار، اول بلوار گلزار	۰۱۳۱-۷۲۲۴۷۱۰۱۲	۰۱۳۱-۷۲۲۴۷۱۳	آقای بابک دولتی
۱۳۷	آمل	۹۴۳۱	آمل، خیابان امام خمینی، حد فاصل آفتاب ۱۸ و ۲۰	۰۱۲۱-۲۲۹۶۴۲۱-۸	۰۱۲۱-۲۲۹۶۴۳۵	آقای صادقیان
۱۳۸	ساری	۹۴۰۲	ساری، خ فرهنگ، بعد از سه راه قارن (به طرف میدان شهدا) پلاک ۲۸	۰۱۵۱-۳۲۵۹۷۶۲-۵	۰۱۵۱-۳۲۵۹۷۶۱	آقای رستمیان
۱۳۹	بابل	۹۴۲۱	بابل، میدان ولایت، ابتدای خ مدرس، روبروی شهرداری	۰۱۱۱-۲۱۹۷۱۴۱-۴	۰۱۱۱-۲۱۹۷۱۴۸	آقای دانشفر
۱۴۰	تنکابن	۹۴۲۲	تنکابن، خ امام خمینی، نیش شهید مروتی	۰۱۹۲-۴۲۱۰۲۶۱-۷۰	۰۱۹۲-۴۲۱۰۲۷۴	آقای اکبرخواه گل سفیدی
۱۴۱	اراک	۹۵۶۱	اراک، خ شهید رجائی، پلاک ۸۸۳۷	۰۸۶۱-۲۲۱۴۵۰۴-۷	۰۸۶۱-۲۲۲۵۹۵۷	آقای سعیدی
۱۴۲	بندرعباس	۹۱۲۱	بندر عباس، خیابان امام خمینی، سه راه دلگشا، برج نیلوفر، طبقه همکف	۰۷۶۱-۲۲۳۵۳۰۲-۸	۰۷۶۱-۲۲۳۵۳۳۰	آقای گوری
۱۴۳	همدان	۹۲۲۱	همدان، خ جهان نما، روبروی خ آزادی، پلاک ۱۵۳، برج شهپاز، طبقه همکف	۰۸۱۱-۸۲۱۳۲۹۰۹۲	۰۸۱۱-۸۲۱۳۲۸۹	آقای ترایان
۱۴۴	خواجه رشیدهمدان	۹۲۲۲	همدان، خ شریعتی، نرسیده به چهارراه خواجه رشید، روبروی کوچه نبوی، پلاک ۲۷۳	۰۸۱۱-۲۵۲۷۳۱۸	۰۸۱۱-۲۵۲۷۳۳۸	آقای حکیمی
۱۴۵	یزد	۹۵۴۱	یزد، خ امام خمینی، جنب کوچه شهید صدوقی، پلاک ۲۷۴	۰۳۵۱-۶۲۲۱۶۶۱-۲	۰۳۵۱-۶۲۶۹۵۲۵	آقای صحیح النسب
۱۴۶	جمهوری اسلامی یزد	۹۵۴۲	یزد، بلوار جمهوری اسلامی، نیش کوچه وحدت، پلاک ۷۹	۰۳۵۱-۵۲۴۸۲۰۳-۵	۰۳۵۱-۵۲۴۸۲۰۶	آقای رشیدی
۱۴۷	سمنان	۹۴۵۱	سمنان، خ مولوی، سه راه فرمانداری سابق، پلاک ۲۲۴	۰۲۳۱-۳۳۲۰۲۸۹	۰۲۳۱-۳۳۲۰۴۷۶	آقای شهاب
۱۴۸	شهرکرد	۹۵۷۱	شهرکرد، خ ملت، نرسیده به چهار راه بازار، پلاک ۳۹۲	۰۳۸۱-۲۲۷۷۵۸۳-۵	۰۳۸۱-۲۲۷۷۵۸۰	آقای محمدقاسمی
۱۴۹	منطقه آزاد اروند	۹۸۵۱	منطقه آزاد اروند، بلوار شهید منتظری (شاهپور سابق) نیش خیابان امیری	۰۶۳۱-۲۲۳۲۶۵۰-۲	۰۶۳۱-۲۲۳۲۶۵۳	آقای بهرامی

شعب بانک سامان پاسخگوی همیشگی شما

ساعت کار شعب تهران و فرودگاه مهر آباد بانک سامان	شنبه تا چهارشنبه	۸ صبح الی ۱۶ بعد از ظهر	پنجشنبه	۸ صبح الی ۱۳ بعد از ظهر
ساعت کار شعبه هایپر استار	شنبه تا چهارشنبه	۸ صبح الی ۱۸ بعد از ظهر	پنجشنبه	۸ صبح الی ۱۳ بعد از ظهر
ساعت کار شعبه فرودگاه امام خمینی	شنبه تا چهارشنبه	۲۴ ساعته	پنجشنبه	۲۴ ساعته
ساعت کار شعب شهرستان بانک سامان	شنبه تا چهارشنبه	۷/۳۰ صبح الی ۱۴ بعد از ظهر	پنجشنبه	۷/۳۰ صبح الی ۱۳ بعد از ظهر
باجه عصر شعبه شهرستانها	شنبه تا چهارشنبه	۱۶ الی ۱۸ بعد از ظهر		
ساعت کار شعبه کیش	شنبه تا چهارشنبه	۷/۳۰ صبح الی ۱۴ بعد از ظهر	پنجشنبه	۷/۳۰ صبح الی ۱۳ بعد از ظهر
باجه عصر شعبه کیش	شنبه تا چهارشنبه	۱۷/۳۰ الی ۱۹/۳۰ بعد از ظهر		

لیست مشخصات مربوط به سرپرستی ها		
نام	سمت	آدرس
عزیزاله عزیزی	سرپرست منطقه ۱	خیابان دزاشیب سه راه عمار، پلاک ۱۵۸-طبقه فوقانی شعبه دزاشیب-تلفن: ۲۲۷۱۷۵۶۹
محمد غفاری	سرپرست منطقه ۲	سعادت آباد-خ سرو غربی-میدان سرو-پ ۷-طبقه فوقانی شعبه سرو-تلفن: ۲۲۱۴۶۰۴۹
عباس جناب	سرپرست منطقه ۳	خیابان ولی عصر-بالاخر از خیابان بهشتی-نیش کوچه برزگر-پلاک ۲۱۳-طبقه فوقانی شعبه خیابان ولی عصر-پارک ساعی-تلفن: ۸۸۷۰۹۴۲
محمد باقر غلام علمداری	سرپرست منطقه ۴	خ پیروزی، نیش خ عادل، پ ۵۶۷ و ۵۶۹، طبقه فوقانی شعبه پیروزی-تلفن: ۴۴۳۳۳۲۳۱۴۲ و ۴۴۳۳۳۲۳۱۴۲
هادی صدیقی	سرپرست منطقه ۵	خیابان انقلاب-بین غراه کالج و ولی عصر-پ ۸۷۹-طبقه بالایی شعبه مرکزی-تلفن: ۰۵-۶۶۴۸۳۳۳۳-نمابر: ۶۶۴۸۳۳۶۶
تقی لقمانی	سرپرست استان های مرکز	اصفهان - خیابان توحید میانی - نیش کوچه شهید نقی آبادی - پلاک ۵ - ط اول - تلفن ۰۳۱۱-۶۲۸۴۰۸۰-نمابر: ۰۳۱۱-۶۲۸۴۰۹۰
منصور صرافانی	سرپرست استان های جنوب شرق	کرمان - خیابان سپهبد قره نی - نرسیده به میدان سپهبد قره نی (ژاندارمری سابق) - جنب تیمچه - پلاک ۲۱۶ - تلفن ۰۳۴۱-۲۲۶۲۹۱۳ / ۰۳۴۱-۲۲۳۳۳۸۶-۷
محمد فیروزی پارسا	سرپرست استان های شرق و شمال شرق	مشهد- بلوار سجاد- نیش سجاد- (خیابان لاله جنوبی)- ساختمان بانک سامان طبقه ۶- تلفن ۰۵۱۱-۷۶۷۹۱۴۳-۴۴
منوچهر خامنه اصل	سرپرست استان های شمال غرب	تبریز-خ امام خمینی -بالاخر از میدان شهید بهشتی، جنب کوی فرهنگ- پلاک ۵۲۱ - طبقه چهار ساختمان شعبه تبریز- تلفن ۰۴۱۱-۳۳۷۳۸۲۸-نمابر: ۰۴۱۱-۳۳۷۳۸۲۷
محمد نبی وفا	سرپرست استان های جنوب و جنوب غرب	شیراز، خ زند، بین خ فلسطین و ۲۰ متری سینما سعدی، ساختمان پاسارگاد تلفن: ۰۷۱۱-۲۳۱۹۴۵۷-نمابر: ۰۷۱۱-۲۳۱۹۴۶۶
سید حسین ایمانی	سرپرست استان های شمال	ساری - خیابان فرهنگ- بعد از سه راه قارن - طبقه فوقانی شعبه ساری - تلفن: ۰۳۲۵۹۷۸۴-نمابر: ۰۱۵۱-۳۲۵۹۷۸۴
ابوالفضل خوش گفتار	سرپرست استان های غرب	قم-بلوار امین-نیش کوچه ۴۱-طبقه فوقانی شعبه قم-تلفن: ۰۲۵۱-۲۹۰۱۸۱۷-نمابر: ۰۲۵۱-۲۹۰۵۰۷۷

نرخ سود سپرده‌های ارزی و ریالی

جدول نرخ سود سپرده‌های سرمایه‌گذاری مدت‌دار ارزی
از تاریخ ۹۰/۱۰/۱۷ (نرخ‌ها به درصد)

نوع ارز	۱ ماهه	۲ ماهه	۳ ماهه	۶ ماهه	۹ ماهه	۱ ساله
دلار آمریکا	۱/۷۵	۲	۴	۴/۵	۴/۵	۶
یورو	۲/۵	۳	۵/۲۵	۵/۲۵	۶/۲۵	۶/۷۵
درهم امارات	۳/۲۵	۳/۵	۴	۶	۶/۵	۷
پوند انگلیس	-----	-----	۱/۲۵	۱/۵	۱/۶	۱/۷۵

نرخ سود علی‌الحساب سالانه سپرده‌های بلندمدت توشه از ۹۰/۱۱/۹

مدت سپرده توشه	کل بازده در پایان دوره	نرخ سود علی‌الحساب سالانه
دو ساله	٪۴۲/۰۸	٪۲۱/۰۴
سه ساله	٪۷۳/۷۴	٪۲۴/۵۸
چهار ساله	٪۱۱۲/۷۲	٪۲۸/۱۸
پنج ساله	٪۱۶۲/۱	٪۳۲/۴۲

جدول نرخ انواع سپرده‌های سرمایه‌گذاری مدت‌دار با قابلیت پرداخت سود
در مقطع خاص از تاریخ ۹۰/۱۱/۹ (نرخ‌ها به درصد)

نوع سپرده	پرداخت سود در مقطع ۳ ماهه	پرداخت سود در مقطع ۶ ماهه	پرداخت سود در مقطع ۹ ماهه	پرداخت سود در مقطع ۱۲ ماهه
نرخ سود	نرخ سود	نرخ سود	نرخ سود	نرخ سود
کوتاه مدت ویژه ۶ ماهه	۱۲/۰۷	۱۲/۲۲	-----	-----
کوتاه مدت ویژه ۹ ماهه	۱۵/۰۹	-----	۱۵/۵۶	-----
بلندمدت ۱ ساله	۱۷/۱۰	۱۷/۳۱	-----	۱۸/۰۳
بلندمدت ۲ ساله	۱۸/۱۱	۱۸/۳۳	-----	۱۹/۰۹
بلندمدت ۳ ساله	۱۹/۱۱	۱۹/۳۵	-----	۲۰/۱۵
بلندمدت ۴ ساله	۱۹/۶۱	۱۹/۸۶	-----	۲۰/۶۸
بلندمدت ۵ ساله	۲۰/۱۲	۲۰/۳۷	-----	۲۱/۲۱

شرایط بستن سپرده سرمایه‌گذاری بلندمدت توشه از تاریخ ۹۰/۱۱/۹

زمان فسخ تمام یا بخشی از قرارداد	سپرده ماک بستن	نرخ سود متعلقه	نرخ جریمه
قبل از سپری شدن یک ماه کامل	بدون سود	-	-
بین یک الی سه ماه (شامل سررسید یک ماه)	کوتاه مدت عادی	٪۷	٪۰/۵
بین سه الی شش ماه (شامل سررسید سه ماه)	کوتاه مدت ویژه سه ماهه	٪۱۰	٪۰/۵
بین شش الی نه ماه (شامل سررسید شش ماه)	کوتاه مدت ویژه شش ماهه	٪۱۲	٪۰/۵
بین نه ماه الی یک سال (شامل سررسید نه ماه)	کوتاه مدت ویژه نه ماهه	٪۱۵	٪۰/۵
بین یک سال اول و دوم (شامل سررسید یک سال)	سپرده توشه یک ساله	٪۱۸/۰۳	٪۰/۷۵
بین سال دوم و سوم (شامل سررسید دو سال)	سپرده توشه دو ساله	٪۲۱/۰۴	٪۱
بین سال سوم و چهارم (شامل سررسید سه سال)	سپرده توشه سه ساله	٪۲۴/۵۸	٪۱/۲۵
بین سال چهارم و پنجم (شامل سررسید چهار سال)	سپرده توشه چهار ساله	٪۲۸/۱۸	٪۱/۵

جدول نرخ سود سپرده‌گذاری کوتاه مدت ویژه یک و دو ماهه از تاریخ ۹۱/۸/۱

نوع سپرده	نرخ سود سالانه	حداقل مبلغ افتتاح (به ریال)
سپرده سرمایه‌گذاری کوتاه مدت ویژه یک ماهه	۱۲	۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰
سپرده سرمایه‌گذاری کوتاه مدت ویژه دو ماهه	۱۴	۱,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰

جدول نرخ سود علی‌الحساب سپرده‌های سرمایه‌گذاری
مدت‌دار ریالی از تاریخ ۹۰/۱۱/۱۱

نوع سپرده	نرخ سود سالانه
سپرده سرمایه‌گذاری کوتاه مدت	٪۷
سپرده کوتاه مدت ویژه سه ماهه	٪۱۰
سپرده کوتاه مدت ویژه شش ماهه	٪۱۲
سپرده کوتاه مدت ویژه ۹ ماهه	٪۱۵
سپرده بلندمدت یک ساله	٪۱۷
سپرده بلندمدت دو ساله	٪۱۸
سپرده بلندمدت سه ساله	٪۱۹
سپرده بلندمدت چهار ساله	٪۱۹/۵
سپرده بلندمدت پنج ساله	٪۲۰

نرخ سود اندوخته‌های بیمه نامه عمر و تشکیل سرمایه سامان

اندوخته‌های با ریسک کم	نرخ سود فنی با تضمین ده ساله	نرخ سود قطعی سال ۱۳۹۰
اندوخته‌های با ریسک متوسط	٪۱۴	٪۱۹/۵
اندوخته‌های با ریسک زیاد	٪۱۲	٪۲۵



*۷۲۴#



یک گُد برای همه

سفر بی خطر! با بیمه مسافرتی سامان

بیمه مسافرتی سامان شامل پوشش های متنوعی میباشد که مهمترین آنها عبارتند از:

- پرداخت هزینه های فوریت های پزشکی تا سقف ۵۰.۰۰۰ یورو در کلیه کشورهای جهان.
- خدمات فوریت های پزشکی، دندانپزشکی و انتقال با آمبولانس.
- ارائه هزینه های مشاوره حقوقی توسط مجرب ترین وکلای خارج از کشور.
- جبران هزینه های ناشی از تاخیر در پرواز.
- انتقال داروهای مورد مصرف بیمه شده در نقاط دورافتاده و یا بدون امکانات پزشکی.



جهت تهیه بیمه نامه مسافرتی سامان می توانید به وب سایت بیمه سامان، فرودگاه امام خمینی (ره)، دفاتر خدمات مسافرتی، کلیه نمایندگان و شعب بیمه سامان مراجعه فرمائید.

تهران، خیابان خاندان سلیمان (وزرا)، شماره ۱۲۳، کد پستی ۱۵۱۳۸۱۳۱۱۹
تلفن: ۰۲۱-۸۸۷۰۰۲۰۵ و ۸۸۷۰۰۲۰۴
شماره: ۸۸۷۰۰۲۰۴
www.samaninsurance.ir

بیمه سامان
تجربیات امروز، رفاه فردا

