

سلمان

سال هجدهم، شماره ۱۷۸
فروردین ۱۴۰۱

بانک سامان
SamanBank



باشمادری جریان هستیم

نوروز ۱۴۰۱ خجسته باد.



ثبت، تأیید و انتقال

چک‌های صیادی از دستگاه خودپرداز





گروه مالی سامان

پروخت الكترونيك سامان كيش

تهران، خيابان وليعصر، بالاتر از ميدان ونك، انتهاي خيابان خدامي، بعد از تقاطع آفتاب، پلاك ۱۰۴
تلفن: ۸۴۳۴۵۰۰۰ مرکز ارتباط با مشتريان: ۸۴۰۸۰ نمابر: ۸۸۲۱۹۱۴۰
www.sep.ir



بیمه سامان

تهران، خيابان سيدجمال الدين اسدآبادي، پلاك ۴۳۳
تلفن: ۰۲۱-۸۹۴۳ نمابر: ۸۸۷۰۰۲۰۴
www.si24.ir



كارگزاری بانک سامان

تهران، بلوار آفريقا، خيابان ناهيد غربي، پلاك ۳۱
تلفن: ۸۸۷۷۴۶۶۹-۷۱ نمابر: ۸۸۷۷۴۶۸۹
www.samanbourse.com



صرافي سامان

شعبه مركزي: تهران، خيابان خالد اسلامبولي (وزرا)، خيابان هفتم، پلاك ۱۱
تلفن: ۸۸۷۰۵۸۰۳ و ۱۹۰۷ نمابر: ۸۸۷۰۹۲۱۰
www.samanexchange.com



اعتبارسنجي حافظ سامان ايرانيان

تهران، خيابان شريعتي، نرسیده به همت، نبش كوچه اتوبانك، برج سامان
تلفن: ۴۱۷۲۶۰۰۰ نمابر: ۴۱۷۲۶۰۰۱
www.icbs.ir



خدماتي آفتاب تجارت سامان

تهران، خيابان خالد اسلامبولي (وزراء)، كوچه ۲۰ (شهيد رفيعي)، پلاك ۴، طبقه اول
تلفن: ۴۷۷۰۲۰۰۰ نمابر: ۴۷۷۰۲۲۲۲
www.aftabts.com



تأمین سرمایه کاردان

تهران، خيابان نلسون ماندلا، خيابان ظفر غربي پلاك ۲۸۱ كد پستي ۱۹۶۸۶۳۴۷۷۹۵
تلفن: ۹۶۶۲۱۱۰۰ نمابر: ۹۶۶۲۱۱۳۳
www.kardan.ir



كيش سل پارس

تهران، سعادت آباد، ضلع شمال شرقي چهارراه سرو، جنب بانک سامان، پلاك ۷۷
تلفن: ۰۲۱-۸۷۶۴۰ نمابر: ۰۲۱-۲۶۶۵۴۸۰۹
www.samantel.ir



پردازشگران سامان

تهران - محله امانيه - بلوار نلسون ماندلا - خيابان شهيد محمد علي رحيمي - پلاك ۴۳
تلفن: ۰۲۱-۲۶۲۹۳۹۴۲ نمابر: ۰۲۱-۲۶۲۹۳۹۴۲
www.samanpr.net



تندر نور

تهران، ميدان رسالت، خيابان هنگام، بلوار دلاوران، بين چهارراه آزادگان و تكاوران، پلاك ۳۷۷
تلفن: ۰۲۱-۷۷۴۴۴۴۶۴ - ۰۲۱-۷۷۱۸۲۸۴۴
www.thunder-light.com





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

همیشه منتظر آثار شما هستیم

- از دریافت مقالات و دیدگاه‌های صاحب نظران استقبال می‌کنیم.
- از ارسال مطالب چاپ شده در مطبوعات خودداری شود.
- لطفا مطالب منابع در گیومه مشخص شود.
- 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 شود.
- 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.
- بی‌نوشت و هرگونه توضیح در مورد منابع در انتها قرار گیرد.
- کلماتی که مخفف نوشته می‌شود، یک بار کامل درج شود.
- تیر و سوتیرهای مناسب به وسیله نویسنده مشخص شود.
- مطالب چاپ شده الزاماً نظر رسمی مجله نیست.
- تا حد امکان از کلمات خارجی استفاده نشود و معادل فارسی به کار رود.
- اعداد به صورت عدد ریاضی نوشته شود.
- در نوشتن کلمات از رسم الخط جداسازی استفاده شود.
- از چاپ مقاله با ۲ امضا معذور هستیم.
- مجله در ویرایش و تلخیص مقالات آزاد است.

- کمیته حسابرسی و کیفیت گزارشگری مالی ۳۶/
- مروری بر عملکرد ماهانه شرکت آفتاب تجارت سامان در سال ۱۴۰۰/۳۸
- قیمت گذاری: ۱۰ استراتژی همیشه سبز برای افزایش فروش ۴۲/
- ضریب شرافت... ۴۴/
- خلاصه گزارش پیمایش کسب و کار صنف داروخانه ۴۶/
- ارزیابی وضعیت اقتصادی و مالی واحدهای صنفی ۵۰/
- درخشش ستارگان اینشورتک ایران با حمایت بیمه سامان در استانبول ۵۸/
- «مجازی» بدوید و از «سامان» جایزه بگیرید! ۵۸/
- سامانه جدید چک با تلاش این عزیزان پیاده سازی شد ۶۰/
- تقدیر از همکاران ۶۱/
- شعب بانک سامان ۶۲/

- جریان زندگی در سامان ۶/
- یادداشت مدیر مسئول ۸/
- یادداشت سردبیر ۱۰/
- بهار طبیعت هر سال یادآور آغاز دوباره رشد و پیشرفت در هستی است ۱۲/
- کارگزاری سامان ارتقای تکنولوژی و کیفیت در سال ۱۴۰۱ ۱۴/
- تندر نور موفقیت از فکر تا اجرا ۱۵/
- با آموختن و ساختن پویایی و رشد فرهنگ ما شد ۱۶/
- در جریان باشیم ۱۷/
- امید و آرزو ۱۸/
- هزار و سیصد و خط می‌زنم... ۱۹/
- در ایران بی‌رقیب هستیم ۲۰/
- بازدید معاونان رئیس جمهور از پلنت ۲۳/
- ویژگی سازمان‌های خدمات محور ۲۴/
- در خنده‌ها و گریه‌های یکدیگر شریکیم ۲۹/

دفاتر بانکداری شرکتی بانک سامان

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

نشانی اداره مرکزی بانک سامان:

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

نشانی روابط عمومی بانک سامان:

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

نشانی دفتر مجله سامان:

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



علیرضا معرفت
مدیر عامل

پیام نوروزی مدیر عامل بانک سامان جریان زندگی در سامان

سال ۱۴۰۱ برای ما مسیری روشن را نوید می‌دهد که مبتنی بر یک برنامه استراتژیک و هدفمند برای پیشروی و حرکت رو به رشد و بهبود مداوم است.

در آغاز تصمیم‌گیری پیاده‌سازی طرح سامان ۱۴۰۰ ما با بهره‌گیری از تجارب بیست سال گذشته بانک و با نگاه به آینده و تکیه بر دانش روز مشاوران بین‌المللی خود و توان بالای همکاران ستاد و شعب قدم در راهی گذاشتیم که می‌دانستیم در آن با دشواری‌ها و چالش‌های فراوانی مواجه خواهیم شد و با مشکلات متنوع و متفاوتی دست و پنجه نرم خواهیم کرد، چراکه این برنامه تحول قرار بود بسیاری از فرآیندهای سنتی و تکراری را حذف و به جای آن‌ها رفتارها و روش‌های نوینی را جایگزین کند.

امروز با لطف الهی و تلاش بی‌نظیر همکاران ستادی و شعب موفق شده‌ایم طرح تحول سامان ۱۴۰۰ را در همه شعب بانک سامان پیاده کنیم. صدا البته که

همکاران، سهام‌داران و مشتریان عزیز سامان اکنون که به لطف ایزد منان آخرین سال برنامه تحول سامان را به عنوان برنامه راهبردی تحول بانک سامان با چشم‌انداز و افق سال ۱۴۰۰ به اجرا می‌رسانیم جای بسی شکرگزاری است که موفق شدیم با همدلی و همراهی ستودنی و مثال‌زدنی همه شما مجموعه گسترده‌ای از اقدامات زیرساختی، اجرایی، فرآیندی و آموزشی که هدف و مأموریتش ارائه و روایت مدل، سبک و فرهنگ جدیدی در بانکداری ایران بود را به اجرا درآوریم.

امروز با پشتوانه‌ای قوی و استوار گام در سال ۱۴۰۱ به عنوان اولین سال از برنامه راهبردی جدید سامان خواهیم گذاشت که تا سال ۱۴۰۴ تداوم خواهد یافت. برنامه‌ای که تداوم جریان رشد و موفقیت بانک سامان خواهد بود و به ما فرصت‌های بیشتری برای بهره‌برداری از ظرفیت‌ها و امکانات بانک، پرسنل و بازار را خواهد داد.



امروز در آستانه بهار طبیعت، سامان ۱۴۰۰ نیز به بهار خود رسیده است و ما شاهد یکدستی و هماهنگی کامل همه واحدهای ستادی و شعب در رسیدن به استاندارد واحد از رویکرد جدید برنامه کسب و کار بانک هستیم و در این نقطه است که همه ما درک روشن و مشترکی از برنامه خواهیم داشت

از خدمات ریالی، اعتباری، بیمه‌ای و ارزی را از طریق شعب ما با سرعت و راحتی بیشتری دریافت کنند و با استفاده از درگاه‌های متنوع الکترونیکی بانک مانند نت بانک، موبایل، تل بانک و... لذت استفاده از خدمات بانکی غیر حضوری را تجربه کنند.

من وظیفه خود می‌دانم از همراهی و حمایت و پشتیبانی مشتریان و سهام‌داران عزیز سامان که همواره به عنوان عضوی از خانواده بزرگ سامان در کنار ما بوده‌اند و حضورشان انرژی بخش ما برای تداوم پویایی در فعالیت‌ها و خدمات سامان است تقدیر کنم و بهترین آرزوهای خود و همکارانم در مجموعه سامان را برای سال جدید تقدیم ایشان کنم. به امید اینکه سال ۱۴۰۱ سالی توأم با موفقیت و شادی و سلامتی برای همه آن‌ها باشد و ما نیز در مجموعه بانک سامان بتوانیم با توانی دوچندان خدماتی شایسته به آن‌ها ارائه کنیم.

گذر از این مسیر بر داشته‌ها و دانش‌ها و تجارب یکایک ما افزود تا با توان و دید بازتر و بهتری بتوانیم خود را برای آینده‌ای موفق آماده کنیم. آینده‌ای که در افق ۱۴۰۴ به ما فرصت خواهد داد نتایج صبرها و تلاش‌ها و همدلی‌ها و دشواری‌هایی که کردیم و انجام دادیم و دیدیم را لمس کنیم.

امروز در آستانه بهار طبیعت، سامان ۱۴۰۰ نیز به بهار خود رسیده است و ما شاهد یکدستی و هماهنگی کامل همه واحدهای ستادی و شعب در رسیدن به استاندارد واحد از رویکرد جدید برنامه کسب و کار بانک هستیم و در این نقطه است که همه ما درک روشن و مشترکی از برنامه خواهیم داشت و با این حس و نگاه و درک مشترک خود را آماده می‌کنیم تا با روحیه‌ای قوی سال جدید را آغاز کنیم.

مهم‌ترین نوید و پیام ما برای همه مشتریان علی‌الخصوص مشتریان ویژه، شرکتی و اصناف در سال آینده این است که آن‌ها می‌توانند سبد گسترده‌ای

پیام نوروزی مدیرمسئول نشریه سامان تغییر از بانکداری سنتی تا ثنوبانک



فرشته ضرابیه
مدیرمسئول نشریه سامان
معاونت توسعه و زیرساخت

باید از جای امنی که در آن نشسته بودیم بلند شویم و حرکتی نو و تازه را آغاز کنیم.

اما آیا رسیدن به موفقیت در این زمانه به سادگی امکان پذیر است؟ پاسخ سؤال روشن است؛ خیر، هیچ چیز در جهان به سادگی به دست نیامده است. برای هر موفقیتی در طول تاریخ، انسان‌های بسیار تلاش کرده و می‌کنند.

موفق شدن شجاعت می‌خواهد. جرأت می‌خواهد، جسارت می‌خواهد، دانش می‌خواهد، فرهنگ و شعور می‌خواهد، ابزار کار می‌خواهد، یار و همکار می‌خواهد، مدیر و راه‌بلد می‌خواهد.

برای موفق شدن باید به دل توفان زد و از توفان گذشت. باید کشتی موفقیت را با همکاری ملوانانی شجاع و ناخدایی ماهر به سلامت از توفان عبور داد و مسیر و راه پیروزی را پیدا کرد. گاهی باید خودت

همه ما به خوبی می‌دانیم دنیا در حال تغییر است و تغییر همیشه با خود شرایط بهتر را برای جامعه به همراه داشته است. سال گذشته در خصوص تغییر در معنای سرمایه و دیدگاه جدید آن صحبت کردیم.

برای موفق شدن در دنیای جدید ما نیز باید در بسیاری از موضوعات زندگی خود یک روش جدید به کار گیریم و تغییری در آن ایجاد کنیم. یکی از این تغییرهایی که به خوبی در حال لمس آن هستیم و باعث موفقیت بانک می‌شود، تغییر از بانکداری سنتی به سمت ثنوبانک است. برای رفتن به این سمت از موفقیت، باید فرهنگ، نگرش، سبک زندگی روزمره، سیستم سنتی اداری، ابزار کار و خیلی از باورهای حتی شخصی و خیلی از چیزهای دیگری که به صورت منطقی قبول کرده بودیم را تغییر دهیم.

سال مبارک نو



**خانواده بزرگ سامان هم از روز آغازین خود برای تغییر
در نگاه سنتی بانکداری متولد شد و در همه ۲۲ سال
گذشته تلاش کرد با همه کمبودها و تحریم‌ها و مشکلات
اقتصادی و بانکداری، با هر تغییری در جهان هماهنگ
باشد و نگاه به آینده بهتر و روشن‌تری داشته باشد**

که برای رسیدن به موفقیت در هر رشته و هر موضوعی تلاش کرده باشند.

تلاش و کوشش، واژه‌هایی است که با تغییر و موفقیت عجین و کنار همه نام‌های بزرگ از مخترعان تا مکتشفان، از جنگاوران تا صلح‌آوران، از دانشمندان تا اندیشمندان در همه تاریخ تکرار شده است.

ما هم اگر بخواهیم، می‌توانیم هر کار سختی را انجام دهیم. تاریخ پر از نمونه انسان‌ها و حتی سازمان‌هایی است که با تلاش و ایستادگی و تکرار و تغییر به موفقیت رسیده‌اند؛ انسان‌ها و سازمان‌هایی که در مسیر حرکت بارها و بارها زمین خورده‌اند، اما بلند شده و به مسیر خویش ادامه داده‌اند و شاهد موفقیت خویش بوده‌اند.

خانواده بزرگ سامان هم از روز آغازین خود برای تغییر در نگاه سنتی بانکداری متولد شد و در همه ۲۲ سال گذشته تلاش کرد با همه کمبودها و تحریم‌ها و مشکلات اقتصادی و بانکداری، با هر تغییری در جهان هماهنگ باشد و نگاه به آینده بهتر و روشن‌تری داشته باشد. امیدواریم با برداشته شدن تحریم‌ها، نیروی انسانی بانک بتواند خودش را آماده جهش‌های بهتر در سیستم بانکداری کند.

اطمینان دارم سال ۱۴۰۱ سال بهتری برای سامان و سامانی‌ها و همه مردم ایران عزیز خواهد بود.

برای خانواده بزرگ خودمان و مشتریان عزیز سامان آرزوی سلامتی و موفقیت می‌کنیم و آمادگی خود را برای تغییر و رشد بیشتر فریاد می‌زنیم.

توفانی شوی و راه‌هایی را بروی که تا به حال نرفتی و در عوض مزه موفقیت‌های بعدی را حس و راه‌های جدید را تجربه کنی و لذتش را ببری.

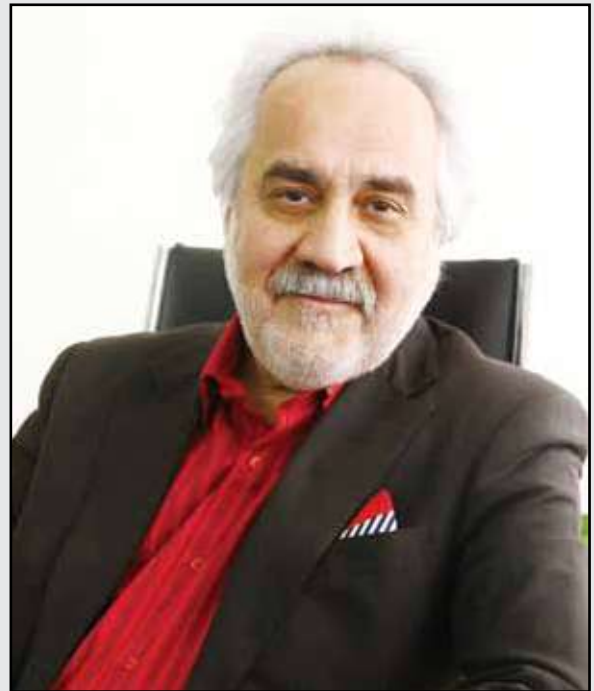
در مقابل موفق نشدن بسیار ساده است. اگر نمی‌خواهی در توفان باشی یا توفان ایجاد کنی، می‌توانی زندگی روزمره‌ات را داشته باشی و مثل بسیاری از افراد و سازمان‌ها، درگیر روزمرگی با همان روال گذشته بمانی و به همان شکل ادامه بدهی و ریسک تغییر را هم نپذیری.

اما اگر می‌خواهی موفقیت‌های بیشتری را در زندگی‌ات و در آینده تجربه کنی، باید از نقطه آرامشت بلند شوی و حرکت کردن را آغاز کنی. اگر می‌خواهی تغییر در زندگی را شروع کنی، باید از ابتدایی‌ترین کارهای روزمره آغاز کنی.

این تغییر شجاعت می‌خواهد؛ شجاعت به‌معنای نترسیدن نیست، بلکه به‌معنای در دل ترس رفتن است، با ایمان حرکت کردن است، مسیر را درست ارزیابی کردن است. برای موفق شدن باید شجاع بود و با ترس مواجه و از نقطه امن بلند شد و جسارت را پیشه کرد تا بتوانیم موفقیت را در آغوش بفشاریم.

کار کردن، تلاش کردن، نوآوری، سربالایی را رفتن، کوه را پیمودن، کارهایی بسیار سخت است؛ اما رسیدن به قله و پرچم پیروزی را در آنجا نشان دادن، ارزش همه این سختی‌ها را داشته و دارد. لذتی که هر صعودکننده به قله‌های صعب‌العبور تجربه کرده را فقط کسانی می‌فهمند

تاکتیکون برای چند نفر پل ساخته ایم؟



ناصر بزرگمهر
nbozorgmehr@yahoo.com

به نام او که هر چه بخواهد همان می شود

کنم؟» برادر بزرگتر جواب داد: «بله؛ اتفاقاً من یک مقدار کار دارم. به آن نهر در وسط مزرعه نگاه کن، آن همسایه در حقیقت برادر کوچکتر من است. او هفته گذشته چند نفر را استخدام کرد که وسط مزرعه را کنند و این نهر آب بین مزرعه ما افتاد. او حتماً این کار را به خاطر کینه‌ای که از من به دل دارد، انجام داد.» سپس به انبار مزرعه اشاره کرد و گفت: «در انبار مقداری الوار دارم؛ از تو می‌خواهم بین مزرعه من و برادرم حصار بکشی تا دیگر او را نبینم.»

نجار پذیرفت و شروع کرد به اندازه‌گیری و الوارها را اره کردن. برادر بزرگتر به نجار گفت: «من برای خرید به شهر می‌روم؛ اگر به وسیله‌ای نیاز داری برای بخرم.» نجار در حالی که به شدت مشغول کار بود، جواب داد: «نه؛ چیزی لازم ندارم.» هنگام غروب وقتی کشاورز به مزرعه برگشت، چشمانش از تعجب گرد شد. حصاری در کار نبود؛ نجار به جای حصار یک پل روی نهر ساخته بود.

کشاورز با عصبانیت رو به نجار کرد و گفت: «مگر من به تو نگفته بودم برایم حصار بسازی؟» در همین لحظه برادر کوچکتر از راه رسید و با دیدن پل فکر کرد برادرش دستور ساختن آن را داده و خواسته به این وسیله آشتی کند. با همین تفکر از روی پل عبور کرد و برادر بزرگترش را در آغوش گرفت و از او برای کندن نهر معذرت خواست.

وقتی برادر بزرگتر برگشت، نجار را دید که جعبه ابزارش را روی دوشش گذاشته و در حال رفتن است. نزد او رفت و بعد از تشکر، از او

همه پل‌ها کاش
روی جریان پر از آبی بود
همه پل‌ها کاش
سوی سرسبزی جنگل می‌رفت
همه پل‌ها کاش
وصل می‌کرد دو آبادی را
در عرض زمین
و دو انسان
اصلاً همه دل‌ها را
در طول زمان
و گذرگاه دل خسته آدم‌ها بود
کاش ما پل بودیم

دو برادر سال‌ها با هم در مزرعه‌ای که از پدرشان به آنها ارث رسیده بود، زندگی می‌کردند؛ تا به خاطر یک سوء تفاهم کوچک، با هم جرو بحث کردند. پس از چند هفته سکوت، اختلاف آنها زیاد شد و بعد از دعوایی خانوادگی از هم جدا شدند.

یک روز صبح در خانه برادر بزرگتر به صدا در آمد. برادر بزرگتر وقتی در خانه را باز کرد، مرد نجاری را دید. نجار گفت: «من چند روزی است که دنبال کار می‌گردم. فکر کردم شاید شما کمی خرده‌کاری در خانه و مزرعه و نیاز به یک نجار داشته باشید، آیا امکان دارد که کمک‌تان

خواست تا چند روزی مهمان او و برادرش باشد.
نچار گفت: «دوست دارم بمانم، اما پل‌های زیادی هست که باید آنها را
بسازم؛ کار من پل ساختن است.»

اول گفتم چه زحمتی دارد پل
بعدا دیدم چه همتی دارد پل
زان لحظه که پل شدم میان دو عبور
با خود گفتم چه لذتی دارد پل

پایان هر سال فرصتی است که به پشت سر نگاه کنیم و به خودمان
بگوییم در سالی که گذشت چند پل ساختیم؟ به چند نفر در گذشتن از
روی پل کمک کردیم؟ اصلاً در طول عمرمان به ساختن چند پل همت
یا کمک کرده‌ایم؟ تا به حال به پل ساختن برای چند نفر فکر کرده‌ایم؟
چیزی در زندگی برای دیگران ساخته‌ایم؟ چقدر دست این یا آن را
گرفته‌ایم؟ در سیستم کاری و اداری‌مان جزو کدام گروه هستیم؟ جزو
آنها که با نه، نمی‌شود و نمی‌توان برای بروکرسی‌های اداری و خدمت
کردن به مردم مانع‌تراشی می‌کنیم، یا آنها که با عشق به مردم، سعی در
حل مسائل و رفع موانع اداری و خدمت بهتر و بیشتر دارند.

گل باش که همنشین عطار شوی
زان پیش که همدم خس و خار شوی
زحمت متراش و مژده رحمت باش
پل باش به جای آن که دیوار شوی

پل بودن و خدمت کردن به دیگری یا دیگران کار بزرگ و سترگی است که
از روحیه بالا و والای انسانی سرچشمه می‌گیرد و سال‌هاست که متأسفانه
رنگ و بوی آن در جامعه جوانمردی فرهنگ ایرانی کمرنگ شده است.
دلیل یا دلایل این کمرنگی را باید روانشناسان و جامعه‌شناسان در
موضوعات مختلف جامعه بررسی و راهکارهای لازم را برای شرایط
بهتر اعلام کنند، اما یکی از مهم‌ترین علل آن، وضعیت نامساعد اقتصادی
و بی‌توجهی به خصیصه‌های خوب بشری است.

اما حتی این حجم از گرفتاری و شرایط سخت هم بهانه خوبی برای
مانع‌تراشی و دیوارسازی و دوری از پل شدن نیست.

بدون شک همگان به شرایط سخت زیستی مردم ما آگاه هستند و شاید
به‌نظر توقع زیادی باشد، اگر بخواهیم مردم در بدترین شرایط زندگی، به
همنوع خود فکر کنند؟ اما مگر چاره دیگری وجود دارد؟
انسان تنها، اگر به دیگری نیندیشد، تنها تر خواهد شد.

پایان هر سال، تنها نگاه به حساب و کتاب‌ها و پرداخت بدهی‌ها و قبض
آب و برق و گاز و تلفن و اینترنت و هزار پرونده باز و بررسی طلب‌های
وصول نشده و گزارش انباشته از کارهای نکرده یک ساله و گزارش دادن
از کارهای کرده، حقوق و دستمزد، پاداش و عیدی و سنوات، مالیات و
تامین اجتماعی، انواع عوارض و پول‌های زور برره‌ای در سرگرفته‌های
دولتی، حمل پسماند غذاهای خورده‌شده، نوسازی خانه کلنگی صدساله
و تسویه حساب‌های گوناگون نیست.

اسفندماه فرصتی است تا به کارنامه رفتاری و گفتاری و پنداری‌مان هم
بیندیشیم و ببینیم در کارنامه خود چه نمره‌ای گرفتیم و قرار است آینده
را چگونه بسازیم.

اسفند، ماه عجیبی است؛ فرصت تعمق و اندیشه کردن به یک سال یا
همه سال‌هایی که تند تند می‌گذرد. البته اگر بخواهیم، باید از خود سوال
کنیم یک سال چگونه گذشت و ما چه کردیم؟

نوروز را به همه همکاران عزیز سامانی که اطمینان داریم در سالی که
گذشت هم مثل همیشه، تلاش کردند تا پل مهربانی بین خدمات خود
و مشتریان عزیز و مردم باشند، صمیمانه تبریک می‌گویم و برای یکایک
شما و همه خوانندگان خوب مجله سامان آرزوی موفقیت و سلامتی
دارم. بدون شک این سومین نوروزی است که کرونا همچنان سایه شوم
خود را بر جهان و سرزمین ما گسترانده است و هر کدام از ما وظیفه
داریم برای مقابله با این بیماری ناشناخته، توان خود را به کار گیریم و
از خود و مشتریان‌مان مواظبت کنیم. سال ۱۴۰۱ را با عشق و مهربانی و
آرزوهای بهتر برای همدیگر آغاز می‌کنیم و امیدواریم سلامتی سرلوحه
زندگی همه باشد.

*شعرها از مرحوم مجتبی کاشانی

بهار طبیعت هر سال پایه آور آغاز دوباره رشد و پیشرفت دروستی است



احمد رضا ضرابیه
مدیرعامل بیمه سامان

محور فعالیت‌های نوآورانه بیمه سامان، نه تنها
بر پایه گستره جغرافیایی، بلکه در عمق
محاسبات و تغییرات بنیادی در رویکردها و
فرآیندهای کسب‌وکار و در حال پیشرفت است

ما باور داریم با رفتار حرفه‌ای و تمرکز بر اهداف راهبردی، می‌توانیم همواره در مسیر رشد و تعالی قرار گیریم؛ چنانکه تأکید بر تحول دیجیتال و توسعه برون‌مرزی، جزئی از فعالیت‌های روزانه همکارانمان در بیمه سامان شده است.

بیمه سامان در طول دوران خدمت خود به جامعه عزیز کشورمان ایران، بر پایه سرمایه‌های انسانی ارزشمند خود توانسته است با افتخار، نمادی از خدمات با کیفیت و شایسته را در کشور معرفی و نهادینه کند. سطح کار و خدمت به مردم در بیمه سامان به‌عنوان یکی از بالاترین سطوح احترام به مشتری و ارتقای عزت ایرانی شناخته می‌شود. با این حال، می‌بایست تلاش کنیم این موقعیت که با تلاش روزمره و از خودگذشتگی و تخصص و پشتکار همکاران عزیزمان به‌سختی به‌دست آمده است، اعتلا یابد.

اکنون، سرآغاز تحول و بهار طبیعت را به حضور آحاد مردم عزیز کشورمان و شما همراهان و همکاران گرامی در گروه مالی سامان تبریک عرض نموده و آرزو داریم به‌زودی شاهد تحقق آرمان‌های هر یک از شما عزیزان در قرن نو باشیم.

تغییرات همواره موجب حرکت و پویایی بوده و این رشد حیات، خود امیددهنده و پدیدآورنده رویدادهای نو و خارق‌العاده است. همان‌گونه که طبیعت هر سال خود را برای رویارویی با این تحول آماده می‌کند، ما نیز در بیمه سامان، اعتقاد راسخ داریم که تغییرات، جزء جدایی‌ناپذیر کسب‌وکار شرکت است؛ از این رو همواره سعی داریم با بهره‌گیری از تفکر خارج از چارچوب معمول، بهره‌مندی از فناوری‌های نوین و نیز استفاده از دانش روز دنیا، مرزهای تحول را یکی پس از دیگری فتح کنیم و در خدمات‌رسانی، سرآمد باشیم.

محور فعالیت‌های نوآورانه بیمه سامان، نه تنها گستره جغرافیایی، بلکه در عمق محاسبات و تغییرات بنیادی در رویکردها و فرآیندهای کسب‌وکار و در حال پیشرفت است، به صورتی که مفهوم نوآوری در عمل و در سیر تجربه مشتری نهادینه شده است.

سرمایه‌گذاری ما در پیاده‌سازی اهداف راهبردی شرکت قابل توجه بوده است و توانسته‌ایم در این راه، تجربیات قابل توجهی به دست آوریم؛ تجربیاتی که سرچشمه تحولات آتی بوده و زمینه را برای آینده‌ای که پیش روی خود داریم، روشن‌تر می‌کند.



| حسین واعظ قمصری |
| مدیرعامل شرکت پرداخت الکترونیک سامان |

شمیم بیداری بار دگر عالم را فرا گرفت و فصل نو شدن‌ها از راه رسید. اینجانب فرا رسیدن جشن باستانی نوروز را تبریک و تهنیت عرض کرده و سعادت و سرافرازی را برای همه شما عزیزان آرزومندم.



کارگزاری سامان ارتقای تکنولوژی و کیفیت در سال ۱۴۰۱

| حمیدرضا مهرآور |
| مدیر عامل کارگزاری سامان |



یاران هستند لیک دلسوز تویی
عید من و نوروز من امروز تویی
(حضرت مولانا)

اندر دل من مها دل افروز تویی
شادند جهانیان به نوروز و به عید

بهار یکی از باشکوه‌ترین جلوه‌های خدا در جهان هستی است که می‌توان با تماشای آن راهی به‌سوی معبود یافت و جمال پروردگار را به تماشا نشست. نوروز، ارمغان دگرگونی احوال طبیعت و پیام‌آور دوستی و ترنمی از عشق و زیبایی است.

از عهد باستان در میان ما ایرانیان آئین زیبای آغاز سال مرسوم است، لیک خوشا آنان که پایان سال خود را نیز جشن می‌گیرند. هم‌زمان با فرارسیدن نوروز که تجلی‌گر حال و احوالی نو و بیدارکننده دل‌های خداجو است هر کسی باید بیندیشد در سالی که گذشت ارزشمندترین سرمایه، یعنی عمر خود را صرف چه کرده است.

خداوند متعال را شاکریم که حلاوت حلول سالی دیگر را بر ایرانیان ارزانی داشت تا با تدبیر و تعقل بر آنچه گذراندیم در سایه کرامتش دل به تلاشی افزون برای عزت، سربلندی و کامیابی ببندیم. فرارسیدن سال نو اگرچه پایان یک سال تلاش صادقانه شما عزیزان است اما سرآغاز دیگری برای یک سال کوشش و خدمت‌گزاری مجدانه را رقم می‌زند. سالی که باید با امید به ساختن آینده‌ای بهتر برای کشور عزیزمان در راستای تحقق اهداف متعالی بر تلاش خویش بیفزاییم.

کارگزاری بانک سامان در سال تولید، پشتیبانی‌ها و مانع‌زدایی‌ها موفق شد بازم در تمامی حوزه‌های بازار سرمایه از جمله اوراق، کالا انرژی عملکرد خوبی داشته باشد و با وجود تمامی فراز و نشیب‌ها همچنان جزو کارگزاری‌های موفق در این عرصه باشد. به لطف خدا و همت مجموعه در سال ۱۴۰۰ موفق شدیم از سایت جدید کارگزاری رونمایی کنیم و فعالیت و خدمات ارائه‌شده توسط کارگزاری را در سطح جامعه انعکاس بهتری بدهیم. همچنین با راه‌اندازی باشگاه مشتریان کارگزاری بانک سامان گزینه‌های جذاب و متنوعی را به مشتریان خود ارائه نمودیم. در کارگزاری بانک سامان همواره تلاش بر رضایت حداکثری مشتریان بوده است.

لازم به ذکر است شرکت کارگزاری بانک سامان به‌عنوان مشاور عرضه و پذیرش شرکت فرهنگی ورزشی پرسپولیس واسطه ورود این صنعت جدید به بازار سرمایه بوده است. ورود قهرمان لیگ برتر در چند دوره اخیر اتفاق بزرگی بود که به همت همکاران خوبمان در کارگزاری بانک سامان صورت پذیرفت.

در انتها امیدواریم در سال جدید با بهبود روند بازار و رسیدن به یک ثبات سیاسی و اقتصادی شاهد رشد روزافزون بازار سرمایه باشیم.

تندر نور موفقیت از فکر تا اجرا

| هومن سپهری |
| مدیرعامل شرکت تندر نور |



«روزی
خواهم آمد و پیامی خواهم آورد.
در رگها، نور خواهم ریخت...
خواهم آمد، گل یاسی به گدا خواهم داد...
کور را خواهم گفت: چه تماشا دارد باغ!
دوره گردی خواهم شد، کوچه‌ها را خواهم گشت، جار خواهم زد:
آی شبنم، شبنم، شبنم...
من گره خواهم زد، چشمان را با خورشید، دل‌ها را با عشق، سایه‌ها را با آب، شاخه‌ها
را با باد...
خواهم آمد سر هر دیواری، میخکی خواهم کاشت.
پای هر پنجره‌ای، شعری خواهم خواند...
آشتی خواهم داد.
آشنا خواهم کرد...
دوست خواهم داشت.»

سهراب سپهری

سال ۱۴۰۱ را در حالی آغاز می‌کنیم که در سال گذشته به یاری خداوند متعال، همت همکاران صديق و حمایت مدیران ارشد بانک و گروه مالی سامان، شاهد دستاوردی قابل توجه در حوزه تولید دستگاه‌های کارتخوان و قدم نهادن به حوزه تحقیق و توسعه ابزار پرداخت الکترونیک بودیم و امید که از این پس نیز با تمام سعی و توان و سرعتی مضاعف روند رو به رشد را ادامه دهیم.

از جمله اهداف استراتژیک شرکت نرم‌افزاری تندر نور این است که با به‌کارگیری نیروها و استعداد های انسانی کارآمد، خوش فکر و جوان در کنار نیروهای با تجربه و متخصص، بهره‌برداری از آخرین تکنولوژی روز دنیا، استفاده بهینه و دقیق از کلیه منابع و امکانات موجود، ارتقای توانمندی و مهارتی پرسنل خود، به گونه‌ای عمل نماید که علاوه بر نوآوری و توسعه، سطح رضایتمندی مشتریان را نیز در راستای اهداف متعالی و چشم‌اندازهای بانک و گروه مالی سامان ارتقا بخشیده و با این پتانسیل عظیم در سال جدید پیشرو در خلق و عملیاتی‌سازی ایده‌های صنعت پرداخت الکترونیک باشد.

از مهم‌ترین فعالیت‌ها و اقدامات شرکت نرم‌افزاری تندر نور در سال ۱۴۰۰ می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: تجهیز، افتتاح و راه‌اندازی کارخانه تولید دستگاه‌های کارتخوان در مساحتی نزدیک به ۱۶۰۰ مترمربع زیربنا واقع در پارک علم و فناوری پردیس با ظرفیت تولید ۲۰ هزار دستگاه کارتخوان در ماه طراحی و رونمایی از کیوسک خدمات مالی

کسب رتبه ۳۹۳ فروش در بین ۵۰۰ شرکت برتر ایران در رتبه‌بندی سازمان مدیریت صنعتی (IMI۱۰۰) افزایش دو برابری حجم تعمیرات پایانه‌های فروشگاهی شرکت پرداخت الکترونیک سامان کارآفرینی برای نیروهای جوان و کارآمد با افزایش دو برابری جذب و استخدام نیروها نسبت به سال ۱۳۹۹ در نهایت با عرض تبریک سال نو و آرزوی سلامتی و سالی سرشار از موفقیت در سال ۱۴۰۱، امیدواریم با تکیه بر تجربه گرانمای سال‌های گذشته و افق پیش رو، ضمن تداوم گام برداشتن در مسیر رشد و پویایی بی‌وقفه، خود را برای به ثمر رساندن پروژه‌های آغاز شده و خلق پروژه‌های جدید آماده ساخته و همسو با تغییر و تحول طبیعت، ما نیز به همراه سایر شرکت‌های عضو گروه مالی سامان، مسیر رشد و توسعه و تحول همه‌جانبه را بهتر از سال گذشته طی نماییم.

با آموختن و ساختن پویایی ورشد فرهنگ ما شد

| سعید امامی مقدم |
| مدیرعامل شرکت آفتاب تجارت |

سال ۱۴۰۱ را در حالی آغاز می‌کنیم که در سال گذشته به یاری خداوند متعال و همت همکاران آفتاب تجارت سامان شاهد دستاوردهای قابل توجهی در حوزه خدمات بودیم. خدای سبحان را شاکریم که در سایه الطاف و عنایات بیکرانیش، با وجود فراز و نشیب‌های فراوان، با همت، همراهی و همکاری شما خویان توانستیم قدم‌هایی مؤثر و موفق در راستای توسعه و پیشرفت شرکت برداریم. در این مسیر ضمن پویایی در کیفیت خدمات ارائه شده، زمینه‌های ایمنی و بهداشت کارکنان و مسائل محیط‌زیست را در نظر داشته‌ایم. سال گذشته کارکنان شرکت علیرغم فشارهای شدید اقتصادی، ما را در مسیر رشد و توسعه تنها نگذاشتند که همین‌جا از یکایک همکاران و همراهان پرتلاشم تشکر نموده و دست یکایکشان را می‌فشارم.



برای کسی که سراغ تاریخچه ما برود شرایط امروز ما بسیار قابل تأمل است. در مسیری که پشت سر گذاشتیم با چالش‌ها، ناملایمات و دشواری‌های بسیاری روبه‌رو بودیم؛ در حقیقت شاید حتی از نبودن به بودن رسیدیم و با مشارکت و تلاش گروهی تهدیدها را به فرصت تبدیل کردیم. کنارهم برای رسیدن به اهدافمان تلاش کردیم؛ همکاران من با غیرت، معرفت و علاقه‌ای که به سازمان داشتند هر روز بیشتر از روز قبل به آموختن و ساختن پرداختند. کنار هم آنقدر آموختیم و گام نهادیم و ساختیم تا جایی که پویایی و رشد به فرهنگ سازمانی ما تبدیل شد.

امروز ما به گذشته خود افتخار می‌کنیم به تمام آن چالش‌ها، رنج‌ها و ناملایماتی که توانستیم اغلب سخت و دشوار از آن‌ها عبور کنیم. هیچ‌کس نمی‌تواند بگوید که اگر دیروز آن مسائل سر راه ما قرار نداشت ما امروز وضعیت بهتری داشتیم یا خیر اما واقعیتی که الان وجود دارد این است که تمام شرایط دیروز ما فرصتی بود برای دستیابی به شرایط امروز. ما یاد گرفتیم حال خوب را از کسی نخواهیم بلکه خود بسازیم و همواره برای دستیابی به حال خوب پیش رفته و می‌رویم؛ اما باید توجه کرد که برای ما این تازه اول راه است؛ وضعیتی که تا امروز ساختیم در مقابل چشم‌انداز توسعه‌ما، اندکی را شامل می‌شود لذا راه زیادی پیش‌رو داریم و چالش‌های تازه منتظر ما هستند؛ اما امروز به پشتوانه سرمایه‌ای که داریم بیش از هر زمان دیگری اطمینان داریم که آینده از آن ماست. سرمایه ما همکاران ما هستند که اگر فداکاری‌هایشان نبود بدون اغراق امروز اسمی از ما هم نبود.

اکنون به پشتوانه این سرمایه بزرگ و ارزشمند نوید روزهای روشن را می‌دهم. ما برآنیم تا با بهره‌گیری از نیروی انسانی توانمند و با تجربه، برنامه‌های تعالی سازمانی، رشد و توسعه را مبتنی بر تغییرات زیرساختی به شکل نوینی از ارائه خدمات در این صنعت پیاده‌سازی کنیم و برای دستیابی به اهداف کوتاه‌مدت و بلندمدت و به ثمر رسیدن برنامه‌ها در دهه دوم فعالیت آفتاب تجارت سامان به گونه‌ای عمل نماییم که شاهد افزایش سطح رضایتمندی مشتریان درونی و بیرونی خود باشیم. ما بر آنیم مثال سیمرغی که از میان خاکستر خود دوباره جان می‌گیرد و گیاهی که از میان برف‌ها جوانه می‌زند، دست بر زانوان خویش گذاشته و به یاری یگانه یاور هستی و همت بلند خانواده بزرگ آفتاب تجارت سامان، تعالی و کمال را به خود هدیه دهیم.

همکاران پرتلاش و گرمی؛ در آستانه ورود به سال جدید از همه شما عزیزان تقاضا دارم با ارتقای سطح دانش و بینش خود، تعالی سازمانی و روحیه مشارکت‌جویی در اجرای برنامه‌های پیش‌رو، همدل و همگام باشد و با تلاشی مضاعف در جهت توسعه و بهبود شرکت گام برداشته تا با استعانت از درگاه خداوند متعال شاهد بالندگی و تحولات بنیادین بیشتری در این شرکت بزرگ باشیم. اگر می‌خواهیم زندگی بهتری داشته باشیم باید رشد کنیم؛ تنها راه رشد، تغییر و تنها راه تغییر، آموختن چیزهای جدید است. این شما هستید که می‌توانید به یاری خداوند متعال با مجموعه‌ای از دست‌های پیوسته و دل‌هایی یکی شده آینده این شرکت را روشن کنید.

سال جدید که با قرن جدید همراه شده را به همکاران پرتلاش خود در شرکت آفتاب تجارت سامان و گروه مالی سامان تبریک عرض می‌کنم.

در جریان باشیم

| فرنود حسنی |

| مدیر روابط عمومی و صدای مشتریان |



انگار همین چند روز پیش بود که هیاهو و جنجال بر سر اینکه ۱۴۰۰ سال آغاز قرن جدید است یا ۱۴۰۱ شکل گرفته بود و هر کس بنابر عقیده و محاسبه خود چیزی می‌گفت اما به‌رحال با چشم بر هم‌زدنی قصه سال ۱۴۰۰ تمام شد. سالی پر از تب‌وتاب و چالش و تجربه برای هر یک از ما که در آن نکته‌ها و درس‌های بسیاری آموختیم. همه ما بزرگ‌تر شدیم. همه ما شکست‌هایی را تجربه کردیم و طعم پیروزی‌هایی را چشیدیم.

هر چه بود گذشت مثل جریان آب در رودخانه‌ای که جز به حرکت و پیش رفتن نمی‌اندیشد و این همان ذات حیات است که انسان را در برابر رخدادها آب‌دیده‌تر و سخت‌تر و آموخته‌تر می‌کند.

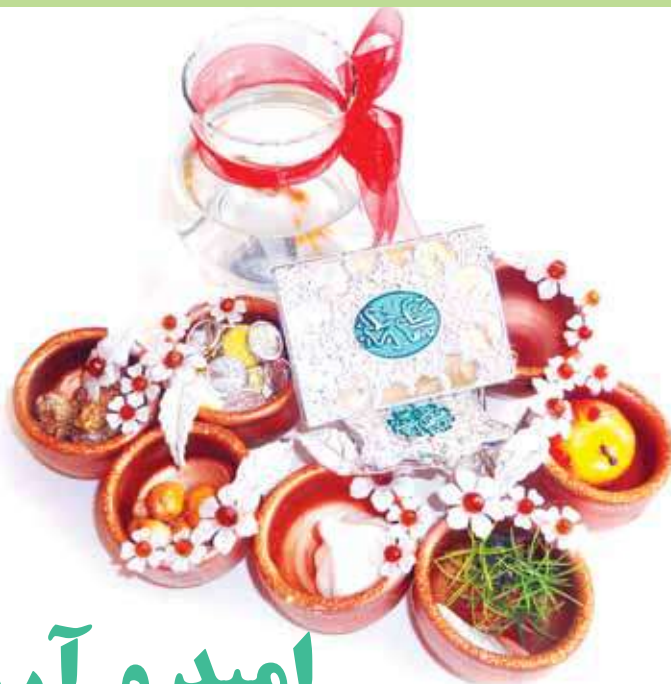
سال ۱۴۰۰ در روند کسب‌وکار سامان سالی بسیار مهم و کلیدی محسوب می‌شود که قطعاً در آینده از آن به‌عنوان یک خاطره سخت و شیرین یاد خواهیم کرد. سالی که در آن بسیار آموختیم و یاد گرفتیم که نگاهمان به دنیای کسب‌وکار و بازار رقابتی را تغییر دهیم تا بتوانیم پویاتر و جدی‌تر کار و تلاش کنیم؛ سالی که نقطه عطف و پایان ۴ سال حرکت بر مدار یک استراتژی بود.

۴ سال پر از جنبش و حرکت و در جریان بودن که همه ما را در یک مسیر و معنی به حرکت در آورد. برنامه سامان ۱۴۰۰ زمینه‌ساز تداوم حرکت بانک در مسیر موفقیت است و بستری دقیق و برنامه‌ریزی شده است تا یک جهت‌گیری مشخص برای فعالیت‌های همه واحدها و کارکنان بانک را به تصویر بکشد. همان‌طور که در سخنان مدیریت ارشد بانک هم دیدیم و شنیدیم سامان ۱۴۰۰ یک نقطه پایان نبود و این جریان و حکایت در آینده هم ادامه خواهد داشت. جریانی همچون فرآیندی مبتنی بر رشد هدفمند و هوشمندانه که نیازمند همکاری، همدلی و همراهی یکایک سامانی‌ها در مسئولیت‌ها و نقش‌هایشان است.

باید با همدلی و مشارکت تلاش کنیم تا بتوانیم تغییرات لازم را در بانک و در خود ایجاد کنیم و برنامه راهبردی آینده بانک یعنی سامان ۱۴۰۴ را در اولویت‌های کاری خود قرار دهیم و تردید نداشته باشیم رسیدن به اهداف مشترک حتماً منتج به موفقیت‌های فردی بزرگ هم می‌شود.

از آغاز سال ۱۴۰۱ تا پایان سال ۱۴۰۴ مسیر و اهداف جدید و افق بزرگ‌تری در پیش خواهیم داشت و قرار است دنیاها و اتفاقات جدیدی را تجربه کنیم و با هم بسازیم.

من برای همه همکاران عزیزم در واحدهای ستادی و شعب در سال آینده بهترین آرزوها را دارم و امیدوارم خانواده بزرگ سامان همیشه در کنار هم دستاوردها و موفقیت‌های چشمگیری را رقم بزنند. در پایان بر خود وظیفه می‌دانم از همراهی تیم خوبم در روابط عمومی بانک سامان که روزهای سخت کاری را با تلاش و صبر و امید و انگیزه و پویایی خود به روزهای خوبی تبدیل کردند تبریک بگویم و صمیمانه تشکر کنم و برایشان آرزوی سالی خوب و زیبا و پربرکت داشته باشم.



امید و آرزو

| لیلا نوری |
| مدیریت روابط عمومی و صدای مشتریان |

در این روزها که اپیدمی کرونا، تورم و جنگ بر زندگی همه سایه انداخته است بیشتر از قبل باید به فکر سلامتی، برنامه‌ریزی و آینده‌نگری باشیم. تغییرات به وجود آمده ناشی از جنگ منجر به افزایش قیمت نفت و طلا شده است. برای آنکه بتوانیم برنامه‌ریزی درست در این شرایط داشته باشیم بعضی کارها را باید انجام دهیم.

مثلاً از نظر مالی، افزایش قیمت طلا، تلنگری است که اهمیت و جایگاه ذخایر طلا برای کشورها را نشان می‌دهد. برای آنکه بتوان بحران اقتصادی را مهار کرد علاوه بر منابع ارزی توجه ویژه به ذخایر طلا ضروری است. این موضوع در زندگی شخصی ما هم اثرگذار است. یکی از روش‌هایی که از قدیم در خانواده‌ها وجود داشته خرید سکه است. بهتراست که بخشی از پس‌انداز خودمان را برای خرید سکه پرداخت کنیم تا پشتوانه مالی قابل اتکا داشته باشیم.

علاوه بر این تلاش کنیم با عادات‌های غذایی درست همراه با ورزش کردن شرطی بشویم. از کینه‌هایی که به بهانه‌های بیچگانه از اطرافیان داریم، دست بکشیم. از استرس دوری کنیم تا بتوانیم به اعتمادبه‌نفس بیشتر برسیم. کمترین وقت خود را صرف حضور در شبکه‌های اجتماعی و بیشترین آن را برای بیشتر دانستن بکار ببریم. زمانی هم به مطالعه و شناخت تاریخچه هنر، موسیقی، فرهنگ، اقتصاد و... اختصاص بدهیم.

با انجام این کارها کم‌کم به طرف ثبات قدم بر خواهیم داشت. داشته‌های خودمان را به شیوه هنرمندانه مطرح خواهیم کرد. خلاقیت مانند یک اهرم به ما یاری خواهد رساند و به قول قدیمی‌ها زندگی به ما لبخند خواهد زد. درنهایت رضایت بیشتر از زندگی و عاشقانه‌تر رفتار کردن به دست خواهد آمد. به عادت‌های خوبی که در خود پرورش داده‌ایم، افتخار کنیم. تلاش کنیم تا بر درد غالب شده، غبارروبی خود و خانه را انجام دهیم و با امید و آرزو سال جدید را آغاز کنیم.

هزار و سیصد و خط می زنم...

| راضیه غنجی |
| مدیر هماهنگی نشریه سامان |



من هنوزم در اسفندماه سالی که داره به پایان می‌رسه بالای نامه‌های اداری می‌نویسم هزار و سیصد و خط می‌زنم... و یادم می‌افته اصلاً هزار و سیصدی در کار نیست؛ بعد به خودم میام می‌گم ببین! داره می‌شه چهارصد و یک. این یعنی هزار و چهارصد بدون عادت گذشت، بدون اینکه تو اسفندش عادت کنم به سال جدید و سال جدیدتر داره از راه می‌رسه. «سرعت» در انجام امور بانکی، سرعت در انتقال وجه، سرعت در ارائه خدمت به مشتری، سرعت در ارسال پیامک بانکی و سرعت در صفحه نخست تقویم و سررسید در مأموریتی که بانک برای ما مشخص کرده و باید به آن برسیم یک ارزش محسوب می‌شود.

آیا ما هم باید سریع زندگی کنیم، سریع سرکار بیاییم و به سرعت به خانه برگردیم. سریع جواب دهیم، سریع شروع کنیم، سریع تمام کنیم. نگاه کن، «سرعت» دارد می‌شود ارزش زندگی عادی‌مان و ما به سرعت داریم از سر زندگی می‌گذریم و تقویم را ورق می‌زنیم. برایمان یک گفت‌وگوی عادی ملموس شده که دیدی چقدر امسال زود گذشت! ما کدام سال را زود نگذرانیدیم. امروز کرونا را بهانه می‌کنیم که دنبالمان راه افتاده و یقه زندگی‌مان را گرفته. یک روز تورم را بهانه می‌کنیم و روزی زلزله آخر سال. مرگ ناگهانی چند آدم مشهور. به هم ریختگی اقتصادی. جنگ احتمالاً جهانی و چای‌هایی که بدون دقت ما سرد می‌شود.

ما دنبال بهانه‌ایم که بگوییم چقدر زود گذشت ما که چیزی نفهمیدیم. نه عزیز من گوشت را بیاور جلو... این را آرام‌تر بگویم تا به کسی برنخورد ما خودمان را زده‌ایم به آن راه! ما خودمان را زده‌ایم به سرعت؛ چون درنگ، چون سکوت، چون ایستادن، چون تماشا، چون شنیدن درد دارد. همه ما می‌خواهیم بدوییم، نمائیم، نشنویم و بی‌حوصلگی‌مان دارد زندگی را از ما می‌گیرد و عیار بودنمان چقدر پایین است این روزها. تازه خبر بد اینکه ما عجین شده‌ایم به این روال پرسرعت؛ به اینکه خیلی دقت نکنیم درخت حیاط خانه‌مان کی شکوفه زد؟ آخرین باری که زیر باران قدم زدیم و گاز ماشین و احتمالاً درخواست اسنپ را نگرفتیم کی بود؟ ما نه تنها غذای دیشب که آخرین باری که از ته دل خندیدیم را هم یادمان رفته! و بیشتر از اینکه عکس‌هایمان را چاپ کنیم عکس‌های زیادی داریم برای پاک کردن.

از این مثال‌ها زیاد است و جسته‌وگریخته در کتاب‌ها و کپشن‌ها خوانده‌اید و من اینجا حوصله کم‌تان را سرنمی‌برم به همین چند مثال بسنده می‌کنم.

سرعت تایپ کردنم را پایین آورده‌ام و خودم هم دارم به آخرین‌های زندگی‌ام فکر می‌کنم؛ به آخرین نگاه از ته دل، آخرین آغوش، آخرین لبخند و عکس‌هایی که لحظه را از من گرفت و از گوشه‌ی البته حافظه‌ام پاک شد.

بهار بر شما مبارک و دوست دارم یک روز برای تک‌تک شما بنویسم «بودنت مبارک» بودن

فرهنگ فارسی معین

(ذ) [په . ل . ۱ - وجود داشتن ، هستی ۲ - حاضر بودن

به امید روزی که باشیم و هر جایی که هستیم وجود داشته باشیم، بدون شتاب و بادرنگ!

هومن سپهری مدیر عامل شرکت تندر نور:

در ایران بی رقیب هستیم

| جعفر تکبیری |

شرکت تندر نور به عنوان یکی از شرکت‌های عضو گروه مالی سامان، طی سال گذشته دست به اقدامات بسیار مهمی زد که بازتاب زیادی در سطح شبکه بانکی کشور داشت. اتفاقی که از تبدیل شدن به یک شرکت دانش بنیان آغاز شد و در نهایت به راه اندازی کارخانه تولید دستگاه‌های کارتخوان و عرضه محصولات این کارخانه به مشتریان منتهی شد. از این رو طی گفتگویی که با دکتر هومن سپهری مدیر عامل شرکت تندر نور داشتیم، به بررسی اقدامات و دستاوردهای این شرکت پرداختیم.

را داریم و این دانش در تمام این سال‌ها در مجموعه ما جمع شده و به جرات می‌توانم بگویم که چنین تجربه‌ای در هیچ کجای ایران وجود ندارد.

● **در حال حاضر به کدام شرکت‌ها و بانک‌ها خدمات ارائه می‌کنید؟**
همان‌طور که گفتم تجربه خوبی که در مجموعه تندر نور شکل گرفته، باعث شده ما بزرگ‌ترین شرکت تعمیرات دستگاه کارتخوان در ایران باشیم و در حال حاضر ظرفیت ما تعمیرات ۲۰ هزار دستگاه کارتخوان در طول ماه است که اکثر آن را به شرکت پرداخت الکترونیک ارائه می‌کنیم و به صورت موردی و پروژه‌ای هم به شرکت‌های بزرگ PSP می‌دهیم. همچنین بیان این نکته نیز لازم است که شرکت پرداخت الکترونیک سامان، در ابتدا فقط ۱۰ درصد از تعمیرات دستگاه کارتخوان را به ما واگذار می‌کرد و الباقی در اختیار شرکت توسن بود؛ اما در طول این سالیان توانستیم با ارائه خدمات کیفی و شرایط بهتر نسبت به رقبای خود و اعمال صداقت در فعالیت‌های خود، اعتماد شرکت پرداخت الکترونیک سامان را جلب کنیم و امروز تمام تعمیرات و خدمات مربوط به دستگاه‌های کارتخوان شرکت سپ در اختیار ما قرار دارد و گزارش‌ها و بازخوردهایی که داریم نشان می‌دهد دوستان در مجموعه پرداخت الکترونیک سامان از این خدمات بسیار راضی هستند. دلیل هم این است که میزان برگشتی دستگاه‌های تعمیری بسیار پایین‌تر از سایر شرکت‌ها و در حدود ۱ درصد است. علاوه بر این ما درگیر تقلب و کم‌کاری در تعمیرات نیستیم. برخی از شرکت‌ها موقع تعمیرات اگر هزینه تعمیرات بالا باشد، دستگاه را غیرقابل تعمیر اعلام می‌کنند یا حتی دستگاه پس از تعمیر مجدداً به خاطر مشکل برگشت می‌خورد. خوشبختانه در مجموعه تندر نور ما توانسته‌ایم کیفیت بالایی از خدمات را ارائه کنیم که این موضوع ناشی از دانش بسیار بالای همکاران ما، مرکز بسیار مجهز تعمیراتی و صداقتی است که در کار به خرج می‌دهیم.

● **اخیراً هم در حوزه تولید کارتخوان فعالیت خود را آغاز کردید. لطفاً در این خصوص هم توضیح دهید.**

همان‌طور که گفتید، شرکت تندر نور صرفاً در حوزه تعمیرات کارتخوان فعال نیست، بلکه خدمات دیگری هم ارائه می‌کند. به همین دلیل توانستیم در سال گذشته مجوز دانش بنیان را دریافت کنیم که بسیار به وضعیت شرکت برای تسریع در دریافت سایر مجوزهای تأسیس، ساخت و تولید

● **دکتر سپهری، سپاس از وقتی که برای گفتگو با نشریه سامان اختصاص دادید. به عنوان سؤال نخست تاریخچه‌ای از شرکت تندر نور برای خوانندگان ارائه کنید و بگویید که برای رسیدن به شرایط امروز چه مسیری را پشت سر گذاشتید؟**

من هم سلام می‌کنم به خوانندگان نشریه سامان و خوشحالم که در این گفتگو شرکت می‌کنم. در پاسخ به این سؤال مایل هستم تاریخچه شرکت تندر نور را از ابتدای تأسیس با خوانندگان درمیان بگذارم. تندر نور یک شرکت بسیار قدیمی در حوزه نرم‌افزارهای بانکی است و از سال ۱۳۷۳ با حضور تعدادی از اساتید فرهیخته دانشگاه صنعتی شریف باهدف تولید لبه تکنولوژی سیستم‌های هوشمند بانکی و پرداخت تأسیس شد. یکی از کارهای مهم این شرکت تولید اولین سوئیچ بانکی در ایران پیش از بسیاری از شرکت‌های نامدار این عرصه از جمله توسن بود. این سوئیچ بانکی از کارت هوشمند پشتیبانی می‌کرد و تا همین سال گذشته در بانک سپه فعال بود و روی سیستم‌های پین‌پد شعبه‌ای این بانک مورداستفاده قرار می‌گرفت. این باعث افتخار تندر نور است که سوئیچ بانکی تولید شرکت تندر نور در تمام این سال‌ها در یک بانک بزرگ مثل بانک سپه مورداستفاده قرار گرفت. جالب اینجاست، به رغم آنکه قرارداد میان شرکت و بانک سپه سال‌ها بود که به اتمام رسیده بود، شعب مختلف بانک سپه وقتی که با مشکل و خرابی در دستگاه‌ها و سوئیچ‌های خود روبرو می‌شدند، با شرکت تندر نور تماس می‌گرفتند و ما تعمیرات این مجموعه را انجام می‌دادیم. علاوه بر بانک سپه، این سوئیچ در اختیار شرکت توسعه ورزش وابسته به وزارت ورزش نیز قرار گرفته بود و در دهه ۸۰ استفاده‌کنندگان از اماکن ورزشی پرداخت‌های خود را از طریق کارت‌های هوشمند و به واسطه این سوئیچ انجام می‌دادند و طرح جمع‌آوری امتیاز در ازای دریافت خدمات نیز به واسطه همین سوئیچ اجرایی شد. در دهه ۸۰ ما نزدیک به ۳۰۰ کارتخوان در اماکن مختلف این شرکت داشتیم که برای آن زمان، عدد بسیار بزرگی بود.

یکی دیگر از کارهایی که شرکت تندر نور در تمام این سال‌ها در آن تجربه به دست آورد، تعمیرات و سرویس دستگاه‌های کارتخوان بود. ما خلاف سایر شرکت‌ها که فقط متکی به یک برند خاص هستند، خود را محدود به یک برند خاص نکردیم، به همین دلیل تنها شرکت در ایران هستیم که تجربه تعمیرات تمام برندهای اصلی دستگاه‌های کارتخوان



در حال حاضر نخستین نسخه از کیوسک‌های خدمات مالی شرکت طراحی و رونمایی شده است. این کیوسک‌ها با استفاده از تکنولوژی‌های پیشرفته پرداخت از جمله کارت‌خوان و کارت‌های غیرتماسی گزینه مناسبی برای استفاده در فودکورت‌ها، مراکز تجاری، بیمارستان‌ها و مشاغلی هستند که با مراجعات مردمی روبرو هستند

کارت‌خوان و ۵ هزار صندوق فروشگاهی را در اسفند ۱۳۹۹ دریافت کنیم. پس از این با وجود تمام مشکلات، مجوز پارک علم و فناوری پردیس را دریافت کردیم و ساختمان خریداری شده در این پارک به مساحت ۱۵۰۰ مترمربع را مطابق با آخرین استانداردهای روز دنیا تجهیز کردیم. هم‌زمان با تجهیز کارخانه، عملیات تولید را به صورت محدود از تیرماه ۱۴۰۰ آغاز کردیم. کارهای آماده‌سازی کارخانه تا دی‌ماه به طول انجامید و در روز ۱۹ دی‌ماه نیز به صورت رسمی کارخانه تولید دستگاه کارت‌خوان شرکت تندر نور افتتاح شد. تولید ما از روزی ۱۰۰ دستگاه کارت‌خوان آغاز شد و امروز به تولید روزانه ۱۰۰۰ دستگاه رسیده‌ایم. ظرفیت تولید سالانه نیز ۳۰۰ هزار دستگاه است که امکان افزایش این ظرفیت تا دو برابر نیز وجود دارد. این را نیز باید بگویم که در حال حاضر در حال مذاکره و گذراندن فرآیند اداری برای اخذ مجوز افزایش تولید هستیم.

● **اخیراً هم از محصولی جدید رونمایی کردید. لطفاً در خصوص این محصول هم توضیح دهید.**

همان‌طور که گفتید مجموعه ما هم‌زمان در حال کار روی تولید صندوق‌های فروشگاهی و کیوسک‌های خدمات مالی است. در حال حاضر نخستین نسخه از کیوسک‌های خدمات مالی شرکت طراحی و رونمایی شده است. این کیوسک‌ها با استفاده از تکنولوژی‌های پیشرفته پرداخت از جمله کارت‌خوان و کارت‌های غیرتماسی گزینه مناسبی برای استفاده در فودکورت‌ها، مراکز تجاری، بیمارستان‌ها و مشاغلی هستند که با مراجعات مردمی روبرو هستند و از این طریق امکان مدیریت زمان و سفارش‌های مشتریان وجود دارد.

علاوه بر این، کیوسک‌های خدمات مالی که در مجموعه تندر نور طراحی شده، جایگزین مناسبی برای دستگاه‌های CASHLESS یا همان پایانه‌های غیرنقد بانکی هستند که در حال حاضر از خارج کشور تهیه می‌شوند و بانک‌ها هزینه زیادی برای خرید این دستگاه‌ها می‌پردازند و ما با طراحی و تولید این دستگاه‌ها تلاش کردیم علاوه بر صرفه‌جویی ارزی باعث ارتقای تولید داخلی شویم.

این نکته را نیز باید بگویم که ما در طراحی و تولید این دستگاه‌ها از جدیدترین تکنولوژی روز دنیا و از قطعات بسیار باکیفیت بهره گرفتیم و این کیوسک‌ها مجهز به دستگاه کارت‌خوان تماسی و غیرتماسی، پرینتر، پین پد و صفحه نمایشگر لمسی هستند که نرم‌افزار آن نیز در مجموعه گروه مالی سامان طراحی و تولید شده است. این کیوسک‌ها

کمک کرد که بسیار اتفاق خوبی برای شرکت بود. در پاسخ به این سؤال باید بگویم بانک سامان و مجموعه پرداخت الکترونیک سامان، پیش از این و طی سال‌ها، هیچ برند خاصی برای دستگاه کارت‌خوان نداشتند. در سال ۹۶ پس از کسب مجوز از جناب آقای ضرابیه و هیأت‌مدیره، اقدام به بررسی و مطالعه در خصوص انتخاب یک برند خوب برای مجموعه بانک سامان و شرکت پرداخت الکترونیک سامان کردیم. در همین ارتباط ما آخرین گزارش‌های نیلسون رپورت را بررسی و اقدام به استخراج نام ۲۰ شرکت معروف تولید دستگاه کارت‌خوان کردیم. با تمام این شرکت‌ها تماس گرفتیم و از آن‌ها نمونه خواستیم. با توجه به تجربه خوب شرکت در حوزه نرم‌افزار و سخت‌افزار تک‌به‌تک دستگاه‌ها را باز و قطعات آن‌ها را بررسی کردیم. در این کار کیفیت دستگاه، کیفیت نرم‌افزار و سهولت تعمیرات را مورد مطالعه قرار دادیم. پس از این سه شرکت را انتخاب که از میان این سه شرکت، شرکت نیولند (Newland) توانست استانداردهای ما را پاس کند، چراکه کیفیت ساخت دستگاه باکیفیت دستگاه‌های آمریکایی و فرانسوی برابری می‌کرد. در زمان انتخاب نیولند، این شرکت در رتبه ششم و هفتم لیست نیلسون رپورت بود و امروز در رتبه دوم لیست نیلسون رپورت قرار دارد که نشان می‌دهد انتخاب ما اشتباه نبوده است. به همین خاطر مذاکرات خود را آغاز کردیم و توانستیم نمایندگی انحصاری شرکت را در ایران دریافت کنیم. تا سال گذشته نزدیک به ۳۵۰ هزار دستگاه از این شرکت وارد کردیم و هم‌زمان دوره‌های تعمیرات و توسعه دستگاه‌ها را برگزار کردیم و همین اتفاق باعث شد خرید کارت‌خوان توسط بانک سامان از مجموعه‌های قبلی متوقف شود.

در سال گذشته که موضوع جهش تولید ملی در کشور مطرح بود و هم‌زمان مشکل تحریم‌های ظالمانه شدت پیدا کرد و در کنار آن با مشکل جهش قیمت ارز روبرو بودیم و علاوه بر این شیوع کرونا رفتار مردم را تغییر داد، ما احساس کردیم نیاز به تولید داخلی وجود دارد و به همین خاطر موضوع تولید دستگاه کارت‌خوان در داخل را با هیأت‌مدیره مطرح کردیم و توانستیم نظر مثبت ایشان را در این خصوص جلب کنیم. جالب اینجا بود که هم‌زمان وزارت صمت واردات دستگاه کارت‌خوان را ممنوع کرد و این اتفاق خوبی بود که ما این مسیر را با قدرت ادامه دهیم. فرآیند اخذ مجوز تولید و جواز تأسیس کارخانه بسیار پیچیده بود اما توانستیم این موضوع را مدیریت کنیم و مجوز تولید ۲۰۰ هزار دستگاه

خوشبختانه با توجه به این شرایط PSP ها و بانکها برای خرید دستگاه از ما چراغ سبز نشان دادند و حساسیت خود را کنار گذاشته‌اند. به همین خاطر با افتخار اعلام می‌کنیم که در حال حاضر بهترین برند بازار هستیم و از نظر کیفیت و خدمات از تمام رقبای خود بالاتریم.

● **در خصوص برنامه آینده شرکت نیز برای خوانندگان توضیح دهید.**
خوب طبیعتاً برای بقا در این بازار رقابتی همه شرکت‌ها باید برنامه توسعه‌ای داشته باشند. همان‌طور که گفتم ما در حال اخذ مجوز برای افزایش دو برابری تولید هستیم.

در کنار این می‌کوشیم خط تولید کیوسک‌های خدمات مالی خود را راه‌اندازی کنیم. چند اتفاق مهم و هیجان‌انگیز دیگر هم در مجموعه ما در حال اجرایی شدن است که بسیار به نفع کشور و شبکه بانکی است ولی تا زمان اجرای نهایی امکان اطلاع‌رسانی در این خصوص را نداریم. ولی این قول را می‌دهیم که در آینده این اخبار خوب را منتشر کنیم.

همان‌طور که در مصاحبه دو سال پیش نیز قول راه‌اندازی خط تولید دستگاه کارتخوان را دادم، در این گفتگو نیز قول این اتفاق خوب در حوزه دستگاه‌های پرداخت را به خوانندگان می‌دهم.

در پایان نکته‌ای که دوست دارم اعلام کنم، موضوع توجه شرکت به حوزه اشتغال‌زایی است. به‌نحوی که با راه‌اندازی ابتدایی کارخانه حدود ۴۰ نفر از اهالی پردیس را استخدام و در مجموعه فعال کردیم و این ظرفیت را داریم که در آینده ۱۵۰ نفر دیگر نیز در کارخانه مشغول به کار شوند. این‌ها فقط آمار اشتغال مستقیمی است که در کارخانه تندر نور ایجاد شده و طبعاً تولید باعث ایجاد اشتغال غیرمستقیم در صنایع دیگر نیز می‌شود.

در دو نوع ایستاده و دیواری طراحی شده‌اند و ما امکان شخصی‌سازی این کیوسک‌ها متناسب با نیاز بانک‌ها، مراکز تجاری و کسب‌وکارهای مختلف را نیز داریم.

● وضعیت شرکت نسبت به رقبای چطور است؟

بازار پیش روی ما بازار بسیار بزرگ و خوبی است و ما هم همواره از رقابت سالم استقبال می‌کنیم. در حال حاضر ۱۰ میلیون دستگاه کارتخوان در کشور وجود دارد که میانگین عمر بسیار بالایی در حدود ۵ سال دارند. متوسط عمر هر دستگاه کارتخوان حدود ۳ سال است؛ بنابراین بسیاری از این دستگاه‌ها نیازمند تعویض و نوسازی هستند. در کنار این نیاز بازار سالی ۱ میلیون دستگاه کارتخوان جدید است. تمامی این مسائل در حالی است که در سال گذشته با توجه به هزینه بالای خرید دستگاه، برخی از شرکت‌ها اقدام به واردات دستگاه‌های دست‌دوم از کانال‌های غیررسمی کردند.

متأسفانه این دستگاه‌ها با مشکلات بسیار زیادی روبرو هستند. برخی از آن‌ها قابلیت نصب نرم‌افزار را ندارند، برد اصلی برخی دیگر با مشکل جدی روبرو است، تعدادی دیگر دکمه‌های فارسی ندارند و قاب بسیاری از آنان نیز شکسته و خراب است. خوشبختانه شاپرک و وزارت صمت در حال ممنوع کردن استفاده از دستگاه‌های غیراستاندارد و دست‌دوم هستند.

علاوه بر این، اتفاق مثبت دیگر این است که سریال تمام دستگاه‌های کارتخوان در حال ثبت است و امکان قاپچاق و واردات غیرقانونی به شدت محدود می‌شود. این موضوع باعث ایجاد نیاز در بازار خواهد شد و این شانس را برای ما ایجاد می‌کند که بتوانیم با وضعیت کنونی شرکت رقبای خود را پشت سر بگذاریم.

خوشبختانه با توجه به این شرایط PSP ها و بانکها برای خرید دستگاه از ما چراغ سبز نشان دادند و حساسیت خود را کنار گذاشته‌اند. به همین خاطر با افتخار اعلام می‌کنیم که در حال حاضر بهترین برند بازار هستیم و از نظر کیفیت و خدمات از تمام رقبای خود بالاتریم





بازدید معاونان رئیس جمهور از پلنت

توسعه استارت آپ‌ها قرار گرفتند. شبکه نوآفرینی سرآمد با نام تجاری پلنت، در خرداد ماه ۹۸ و با عنوان اولین مرکز نوآوری در صنعت بیمه آغاز به کار کرد. پلنت تلاش می‌کند نقطه اتصال شرکت‌های بیمه، کارگزاری‌ها، نمایندگان، مدیران ارشد و میانی و فعالان این صنعت با استارت‌آپ‌ها، صاحبان ایده، کسب‌وکارهای نوآور و صاحبان فناوری باشد.

دکتر محسن رضایی، معاون اقتصادی رئیس جمهوری و دکتر سورنا ستاری، معاون علمی فناوری ریاست جمهوری با حضور در شبکه نوآفرینی سرآمد، از این مرکز بزرگ نوآفرینی بازدید کردند.

به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، دکتر محسن رضایی و دکتر سورنا ستاری در این بازدید، در جریان اقدامات حمایتی مرکز پلنت در راستای حمایت و تقویت و



ویژگی سازمان‌های خدمات محور

"با استفاده از نتایج مطالعات موسسه گالوپ روی سازمان‌های خدمات محور"

تهیه و تنظیم: علی ایزی - مدیر تحقیق، توسعه و زیرساخت شرکت آفتاب تجارت سامان

و جوابگوی رسیدن به استانداردها قرار دهد. مدیران باید برای ایجاد اشتیاق در مشارکت و درگیری کارکنان تلاش کنند و آن‌ها را مسئول برنامه‌ریزی‌های رفتاری و اشتراک‌گذاری دانش قرار دهند.

هماهنگ کردن این فعالیت‌ها با برنامه استراتژیک سازمان خدمات محور و اهداف گسترده سازمان خیلی حیاتی است و باید برای همه، از بالاترین بخش‌های مدیریتی تا پایین‌ترین سطوح، روشن و شفاف باشد. یکی از بزرگ‌ترین چالش‌ها در هر سیستم مدرنی این است که موفقیت‌های متعددی وجود دارد، اما به‌ندرت بخش‌های متفاوت در بهترین عملکردها باهم سهیم هستند. حفظ ارتباط باز و هدفمند وسیله‌ای برای ترویج خدمات گسترده مشتری در سرتاسر یک سازمان است.

به‌طورکلی مانند دیگر صنایع با محوریت خدمات، کلید اصلی در این صنعت هم هماهنگی و یکپارچگی است. یک مشتری ممکن است در طول دوره دریافت خدمات با خیلی از بخش‌های سازمان در ارتباط باشد. دریافت خدمات عالی از یک بخش و دریافت خدمات متوسط از بخشی دیگر، برداشت یک مشتری را از تجربه کلی وی پایین می‌آورد. درنهایت هر سازمان خدمات محور برای بهبود عملکرد خود باید یک مکانیزم درونی داشته باشد. ایجاد تیم‌های بهبود عملکرد و بهره‌گیری از مدل «برنامه‌ریزی (P)، انجام (D)، بازرسی (C)، عمل (A)» می‌تواند به اطمینان از بهبود عملکرد و توجه به فرهنگ موردنظر، کمک کند.

بهبود تجربه مشتری با تغییر فرهنگ سازمان خدمات محور در ارتباط است. سیستم‌های خدمات محور که توانایی رسیدن به فرهنگ خدماتی مشتری محور را دارند بهبود تجربه مشتری را به اندازه بهبود دستوردهای مالی ضروری می‌دانند.

مطالعات گالوپ درباره سازمان‌های خدمات محور که یک فرهنگ قوی خدماتی را راه‌اندازی کرده‌اند چند موضوع اصلی را مطرح می‌کند:

۱- یک مدیریت قوی و قابل مشاهده که نه تنها متعهد به کسب تجربه مثبت از سوی مشتری است، بلکه قادر است این تعهد را به تدریج به دیگر بخش‌های سازمان تزریق کند. معمولاً دو مدل مدیر قوی در این پروسه نقش دارند: یک مدیریت یا مدیر ارشد اجرایی که اهداف را مشخص می‌کند و یک سرپرست اجرایی که به اجرای این استراتژی کمک می‌کند.

۲- مأموریت و اهداف روشن و ارزش‌ها و استانداردهای رفتاری که

موسسه تحقیقاتی گالوپ (Gallup) که از معتبرترین مؤسسات نظرسنجی در جهان است، از نتایج مطالعات خود روی سازمان‌های خدمات محور و شرکت‌های خدماتی دریافته است که یک فرهنگ خدمات محور نیازمند موارد زیر است:

یک تیم با مدیریت متعهد که پشتیبان فلسفه‌ای که برای این خدمات تنظیم شده، باشد.

تعهد کارمندان برای ارائه خدمات برجسته و باکیفیت. طرح‌ریزی استراتژیک برنامه‌ها، سیاست‌ها و فرآیندهای سازمان با هدف تمرکز بر خدمات.

فرآیندی ثابت برای مستند کردن و انتشار دانش و کارایی سازمانی. تعهدی همیشگی برای بهبود عملکرد و استفاده از تاکتیک‌های ثابت‌شده.

فرهنگ حاکم بر سازمان‌های خدمات محور

مدل فرهنگ خدماتی

اجرای هر نوع تغییری در یک صنعت خدماتی بدون یک نیروی کار متعهد و با انگیزه سخت است؛ حتی زمانی که مدیران به‌روشنی این موضوع را با سازمان مطرح کرده باشند.

بخش‌های خدماتی با یک فرهنگ قوی خدمات‌رسان، افرادی را که با این فرهنگ سازگار هستند استخدام کرده و حین عملیات استخدام و پذیرش سازمانی (onboarding): مکانیزمی که براساس آن کارکنان جدید به دانش، مهارت و رفتارهای لازم دست می‌یابند تا به عضو مؤثری در سازمان تبدیل شوند، باید این دیدگاه را با آن‌ها در میان بگذارند.

یک سیستم خدمات محور باید مکانیزم‌های منظم بازخورد را در مراحل اولیه و حرفه‌ای ارائه خدمات اجرا کند. سازمان باید هر ۳۰، ۶۰ و ۹۰ روز افراد تازه استخدام‌شده را بررسی کرده و ارزیابی کند که آیا این افراد خود را با فرهنگ سازمان وفق داده و همراه با این فرهنگ پیشرفت کرده‌اند یا نه. همچنین این سیستم ارائه دهنده خدمات باید به ارائه آموزش‌ها و بهبودی مداوم ادامه داده و هر ۱۲ تا ۱۸ ماه آموزش‌های جدیدی در راستای هدف و فرهنگ خود برگزار کند. به این ترتیب، با حمایت مدیریت، این کارکنان تبدیل به سفیران متعهدی برای ارائه خدمات با کیفیت خواهند شد.

بعد از یک پذیرش سازمانی (onboarding) مناسب، یک سیستم ارائه خدمات باید سیاست‌های منابع انسانی خود را به نحوی تنظیم کند که مشوق موفقیت و برتری در برنامه‌های خدماتی باشد و کارکنان را مسئول

اهداف و نیت سازمان را در برمی گیرند و برای اعضای سازمان مسئولیت ایجاد می کنند. این ها صرفاً عبارات و اصطلاح نیستند، بلکه سازمان های خدمات محور باید این عقاید و رفتارها را در جهت گیری ها، نشست های کارکنان و گردهمایی های روزانه تقویت کنند. بهترین کار برای اطمینان از اینکه مأموریت، هدف و استانداردها در همه جا رعایت می شود این است که سازمان های خدمات محور از مشتریان بازخورد دریافت کنند.

۳- هماهنگی و سازگاری اهداف تا مدیران و کارکنان به تجربه مشتریان به عنوان یک هدف استراتژیک که به اندازه دیگر دستاوردهای مالی مهم است، نگاه کنند. هماهنگی سیستم ارائه خدمات نه تنها در برنامه استراتژیک بلکه در وظایف و دستورالعمل های شغلی و ارزیابی های اجرایی که تجربه مثبت مشتری را تشکیل می دهد، بسیار مهم است.

۴- گردآوری هیاتی کلیدی، شامل مدیران و دیگر کارکنان مرتبط با مشتری. ارتباط منفی با هر کدام از این دو گروه می تواند بر تلاش های سیستم ارائه خدمات تأثیر منفی بگذارد. این موضوع به خصوص در مورد مدیران مصداق دارد. آن ها خیلی در تغییر جهت رویکرد مشتریان گذشته و مشتریان آینده مؤثر هستند. آن ها می توانند بر اساس تجربیات گذشته خود یا دیگران، تصویری از یک سیستم ارائه خدمات شکل دهند؛ بنابراین سازمان های خدمات محور باید در اهداف خود برای فائق آمدن بر مشکلات آینده سنجیده عمل کنند.

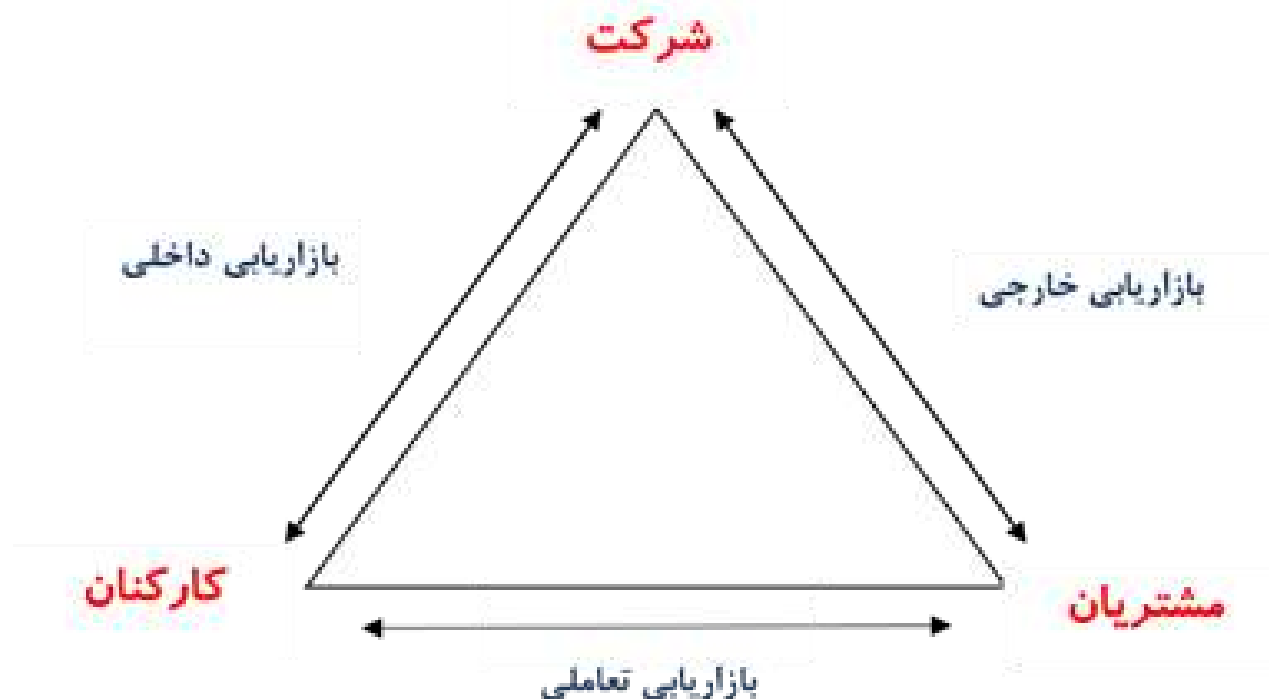
مسئولیت مدیریت ارشد در سازمان های خدمات محور

۵- ایجاد یک جو خانوادگی در بین بخش ها و قسمت های مختلف سازمان های خدمات محور. ایجاد چنین جوی با استخدام افرادی شروع می شود که هماهنگ با فرهنگ با بهترین تجربه ممکن برای مشتری را مهیا می سازد، هستند.

مدیران و رهبران باید بر احساس نزدیکی، عضو یک خانواده بودن و هماهنگی و سازگاری تأکید کنند. کل سازمان باید تا جایی حس وجود

مدل بازاریابی در سازمان های خدمات محور

برای شرکت های خدماتی می توان سه نوع مدل بازاریابی طراحی کرد: بازاریابی خارجی، بازاریابی داخلی و بازاریابی تعاملی. این سه نوع بازاریابی در قالب یک سه ضلعی قابل توصیف است.



بازاریابی خارجی:

تعامل شرکت با مشتریان: به این معنی که با ارائه خدمات با کیفیت تر توسط کارکنان سخت کوش تر و وظیفه شناس سعی بر خلق ارزش برای مشتریان داشته باشند و مشتریان را راضی و وفادار کنند.

بازاریابی داخلی:

تعامل شرکت با کارکنان: بازاریابی داخلی به این معنی است که شرکت باید کارکنان در ارتباط مستقیم با مشتری اش و افراد بخش پشتیبانی خدمات را جهت دهی کند تا به کار تیمی با هدف ایجاد رضایت در مشتری تشویق گردند و تفکر تک تک افراد یک سازمان مشتری محور شود. درواقع بازاریابی داخلی باید از بازاریابی خارجی پیشی بگیرد.

بازاریابی تعاملی:

تعامل کارکنان با مشتریان: بازاریابی تعاملی به این معناست که کیفیت خدمات به شدت وابسته به کیفیت تعامل خریدار - فروشنده در طول زمان ارائه خدمت، است. در بازاریابی محصول، کیفیت اغلب وابستگی کمی به نحوه به دست آوردن محصول دارد ولی در بازاریابی خدمات هم به نحوه به دست آوردن خدمت و هم به کیفیت ارائه آن و فرآیند ارائه بستگی دارد؛ بنابراین بازاریاب های خدمات، علاوه بر مهارت های بازاریابی سنتی باید بر بازاریابی تعاملی هم تسلط یابند.

استراتژی های سازمان های خدمات محور

این استراتژی ها، یک ابزار مشترک دارند و آن این است که در همه باید «تجزیه و تحلیل زنجیره ارزش» ارائه خدمات را انجام دهیم. بدین معنا که مشخص کنیم در کسب و کار خدمات محور زنجیره ارزشی از فعالیت هایی که به مشتری ارائه می دهیم چیست. چه فعالیت ها و گزینه هایی را در حال حاضر به مشتری ارائه می کنیم. کدام ها را می توانیم حذف کنیم که ارزشی برای مشتری ندارد و حذف آن ها باعث کاهش هزینه های ما می شود. حتما برای رسیدن به استراتژی های سبقت گیری، لازم است که تجزیه و تحلیل زنجیره ارزش فعالیت های ارائه خدمات به مشتری را انجام دهیم.

استراتژی صرفه جویی اقتصادی

کاری که می توانیم بکنیم این است که با برون سپاری طراحی خدمت را انجام دهیم؛ جایی که با هزینه کمتر و با کیفیت بالاتر است. به این ترتیب، هزینه ها کاهش می یابند. هزینه و قیمت می توانند هردو کاهش بیابند، بدون این که به منفعت آسیبی برسد؛ اما خیلی اوقات، وقتی می خواهیم هزینه را کاهش دهیم، منفعت هم کاهش می یابد؛ این بدان معناست که ارزش کاهش پیدا کرده است؛ بنابراین باید مراقب بود که با کاهش هزینه، منفعت خیلی کاهش نیابد.

استراتژی جابجایی ارزش

کاری که برند تجاری معروف ایکیا - که در زمینه مبلمان فعال است - انجام داد این بود که هرگاه هزینه را کاهش داد، منفعت را افزایش داد. ایکیا فعالیت مونتاژ و حمل و نقل را بر عهده مشتری گذاشت. این باعث شد که هم هزینه ها کاهش یابد و هم منفعت و رضایت مشتری افزایش یابد. نمایشگاه ایکیا را خارج از شهر قرار دادند؛ یعنی جایی که اجاره نمایشگاه بسیار پایین تر است. این کار برای مشتری به این معنی است که پارکینگ مجانی وجود دارد؛ فضای

بازی برای بچه ها فراهم است؛ در مجموع خرید را تبدیل به فعالیتی کرد که برای مشتری سرگرمی و منفعت به همراه دارد؛ بنابراین، هم هزینه ها کاهش یافت و هم منفعت افزایش. حتی از روش بهبود منفعت هم استفاده کرده است. به این معنی که بدون این که به هزینه دست بزنند منفعت را افزایش داده است. به این ترتیب خدماتی ارائه می دهد که در آن مبل های قدیمی شما را از منزل شما خارج و مبل جدید را جایگزین می کند. در اینجا هزینه ای را اضافه نکرده، ولی منفعتی که برای شما دارد، خلاص شدن از مبل های قدیمی است که به خصوص در کشورهای اروپایی و بال مشتری است. در این مثال دیدیم که از سه استراتژی سبقت گیری استفاده شده است. فراموش نکنیم هر کس در کسب و کار خدماتی خود، برای این که بتواند استراتژی های سبقت گیری را به کار گیرد، باید حتما تجزیه و تحلیل زنجیره ارزش را انجام دهد.

استراتژی سوم «تکامل، پیشرفت یا ارتقا»

حالا به جایی رسیده ایم که می توانیم ارزش را برای مشتری تعریف کنیم؛ با استفاده از استراتژی هایی که به طرف منفعت ارزش می پردازد یا به طرف هزینه آن. این همان چیزی است که می خواهیم به آن برسیم؛ یعنی پیشنهاد استثنایی فروش. این پیشنهاد استثنایی فروش می تواند به صورت یک شعار تبلیغاتی به مشتری ارائه شود.

مثلاً یک شعار تبلیغاتی برای یک استخر می تواند این باشد: ما به شما بلیت استخر نمی فروشیم، بلکه راه حلی برای حال و هوای شما می فروشیم. پس پیشنهاد استثنایی فروش ما می تواند از طریق یک شعار تبلیغاتی به مشتری ارائه شود.

پیشنهاد استثنایی فروش، علاوه بر این که می تواند از طریق یک شعار تبلیغاتی به مشتری ارائه شود، می تواند از طریق یک متن تعهدنامه پنج تا ده خطی نیز برای مشتری ذکر شود.

مثلاً شرکتی که تولیدکننده تجهیزات پزشکی است پیشنهاد استثنایی فروش خود را این گونه بیان می کند که ما در حوزه تجهیزات تست هستیم و در کار خود وسواس داریم. مشتریان ما در صنعت حفظ سلامت، هم حرفه ای ها هستند و هم مصرف کنندگان نهایی و ما به نیازهای هر دودسته توجه داریم. ما به انتقادات و پیشنهاد های مشتریانمان گوش می دهیم. برای حل مشکلات استثنایی، ما راه حل های سریع استثنایی داریم که هزینه آن برایمان مهم نیست. مشتری اگر در ارائه راه حل های بهتر به ما کمک کند، از ما اعتبار دریافت خواهد کرد.

پیشنهاد می شود این تعهدنامه را که در قالب پیشنهاد استثنایی فروش است، به شکل پوستر چاپ کنیم و روی در هر بخش و درهای اصلی شرکت نصب نماییم. مزیت این کار این است که هم مشتری داخلی و هم مشتری خارجی دقیقاً می بینند که چه چیزی را به او ارائه می دهیم و مشتری را در موقعیتی قرار می دهیم که اگر به آن ها تعهدات وفا نشد، بتواند اعتراض کند. مزیت دوم این کار این است که ارائه این پوستر روشی مطلوب برای یادآوری به کارکنان است که برای چه آنجا هستند و چه کاری را باید انجام دهند.

طراحی سایت سازمان های خدمات محور

قدم اول: هدف خود را مشخص کنیم و رقیبان را بشناسیم

یکی از اولین قدم ها برای راه اندازی یک استارت آپ این است که هدف خود را مشخص کنیم و آن را پرورش دهیم. حوزه خدمات از حوزه های محبوب راه اندازی استارت آپ است؛

بنابراین موضوع عجیبی نیست که در هر حوزه تعدادی رقیب وجود داشته باشد. به همین دلیل برای حضوری موفق لازم است از ابتدا حساب شده جلو برویم. مقصد طراحی سایت خدمات محور برای مثال با موضوع خدمات نظافتی را داریم. لازم است با حساسیت در خصوص جامعه هدف و خدمات قابل ارائه مدنظرمان فکر کنیم. برای گرفتن نتیجه بهتر، یک چک لیست از خدمات مدنظرمان تهیه می کنیم. سپس فهرستی از رقیبانمان در این حوزه تهیه و خدمات آن ها را هم لیست می کنیم. برای حضوری موفق، لازم است مقایسه کنیم و نکات قوت طرح خود را بیابیم.

قدم دوم: توسعه و طراحی سایت خدمات محور

با عبور از مرحله اول، ما به درک تقریباً کاملی از پروژه خود رسیده ایم. در این حالت است که می توانیم با شرکت های حوزه تجارت الکترونیک وارد مذاکره شویم.

برای شروع لازم است یک درخواست پروپوزال یا RFP که حاصل مرحله تعیین هدف و برنامه ریزی است را برای شرکت های فعال در این حوزه ارسال نماییم تا با پروژه ما آشنا شوند. سپس با برگزاری جلساتی می توانیم پروژه خود را شروع کنیم. این مرحله کاملاً وابسته به مرحله اول است.

در انتخاب زبان برنامه نویسی برای توسعه پروژه، باید به این توجه کنیم که با توجه به امکانات مدنظرمان، کدام زبان برنامه نویسی برای توسعه مناسب تر است.

این مرحله ای است که شما باید به مقایسه توسعه بر اساس اهداف تعیین شده، امکان پشتیبانی و توسعه و همچنین هزینه توسعه و نگهداری بپردازید. انتخاب زبان برنامه نویسی ای که رایج نباشد، حتی در صورتی که امکان رسیدن به اهداف تعریف شده در طراحی سایت خدمات محور را فراهم کند، می تواند در آینده مشکلاتی را برایمان به وجود بیاورد.

قدم سوم: تعیین راه های بازاریابی

این مرحله را می توان همگام با دو مرحله پیشین نیز دانست. یکی از موارد تعیین کننده موفقیت یک استارت آپ، بازگشت سرمایه و موفقیت در جذب مراجعه کننده و کاربر است. در صورتی که از ابتدا راه های بازاریابی را شناسایی کرده باشیم، می توانیم هوشمندانه تر تبلیغات خود را جلو ببریم.

فرآیند نگر بودن یکی از شاخص های اصلی سازمان های خدمات محور

سازمان های خدمات محور ساختار فرآیند نگر دارند. در سازمان های فرآیند نگر به اثربخشی فرآیندها توجه شده و آن، معیاری برای ارزیابی فعالیت های کارکنان است. به عبارتی فرآیند مجموعه ای از وظایف مرتبط به هم در کنار یکدیگر برای خلق نتیجه ای ارزشمند برای مشتری است. سازمان های فرآیند نگر، کار را به عنوان یک فرآیند می نگرند. کارکنان به فرآیند می اندیشند، یعنی آن ها به اینکه پیش از آن ها چه کاری انجام می شود و پس از آن ها چه اتفاقی می افتد و هنگامی که کارشان به دست مشتری می رسد چه اتفاقی می افتد، حساس هستند.

صاحبان فرآیند، بر افراد مدیریت نمی کنند بلکه طرح را مدیریت می کنند. در سازمان های فرآیند گرا تک تک افراد فرآیندهای سازمان را می شناسند. هر کسی می داند که چه چیزی مناسب است و خواسته مشتری چیست. همه توسط فرآیندها ارزیابی شده است. همه افراد سازمان متوجه تأمین

رضایت مشتری شده اند. رضایت مشتری معیاری سازمانی است که اجزای فرآیند را به یکدیگر متصل می کند.

به عبارت ساده تر، سازمانی که دیدگاه فرآیندمحوری دارد، وظیفه ها را به صورت مستقل مورد توجه قرار نمی دهد بلکه مجموع آن ها را که به خواسته مشتری جامه عمل می پوشانند در نظر می گیرد. در مفهوم فرآیند محوری نمی توان تنها به انجام وظیفه درست فردی دلخوش بود. همه دست اندکاران بایستی کوشش های خود را در جهت هدف همگانی و اصلی بسیج کنند، و گرنه فعالیت هایی که با هم تعارض دارند، به نتیجه صدمه می زنند. در فرآیند محوری نتیجه کار با اهمیت تر است تا اجزای تشکیل دهنده آن. فرآیندها مانند رشته وظیفه های سراسری هستند، از آغاز تا انجام که به آفرینش ارزشی مشتری پسند ختم می شود.

تعلق بیشتر کارکنان با بهره وری بیشتر، سودآوری بالاتر، محصول با کیفیت تر و کاهش نرخ خروج همراه است. این تأثیرات تعلق سازمانی را به یکی از داغ ترین موضوعات مدیریت تبدیل کرده است و توجه جدی ما را به سازمانمان می طلبد.

اولین گام در ایجاد بهبود تعلق سازمانی اندازه گیری وضع موجود سازمان است. یکی از بهترین ابزارها برای این امر پرسشنامه گالوپ است. مدل جهانی دلبستگی گالوپ با جامعه آماری میلیون نفری از شاغلان سراسر دنیا، منبع مناسبی برای مقایسه وضعیت تعلق سازمانی کارکنان شرکت با نرم جهانی است. در مدل ارائه شده توسط گالوپ روی چهار عامل مرتبط با تعلق سازمانی تأکید شده است:

اول: روشن بودن، منطقی بودن و

متناسب بودن انتظارات متقابل فرد و سازمان

وقتی کارکنان نمی دانند چه انتظاری داریم آیا می دانند چطور باید عالی باشند؟ روشن بودن، منطقی بودن و متناسب بودن انتظارات متقابل فرد و سازمان (شغل)، به این معنی است که انتظارات، سازمان، شغل و مدیر از فرد شفاف و روشن باشد. فرد (شاغل) نیز بتواند انتظارات و خواسته های خود را از سازمان، شغل یا مدیرش مطرح کند و طرفین از فرصتی مناسب و مشارکتی برای گفتگو و توافق در مورد این انتظارات برخوردار باشند.

دوم: مشارکت داشتن

مشارکت داشتن به این معنی که کارکنان احساس کنند مهم هستند، جدی گرفته می شوند، ایده های آن ها مهم است. می توانند ایده پردازی کرده و در تصمیم سازی ها و تصمیم گیری ها مشارکت کنند.

سوم: تناسب بین شخص و شغل

تناسب بین شخص و شغل، به این معنی که احساس شود هر کس در مناسب ترین جایگاه سازمانی ممکن قرار گرفته و بین ویژگی ها، علاقه مندی ها، شایستگی ها، دانش و مهارت افراد از یک سو و الزامات شغلی و فرهنگ سازمانی از سوی دیگر تناسب لازم وجود دارد.

چهارم: داشتن فرصت رشد و پیشرفت

داشتن فرصت هایی برای رشد و پیشرفت به این معنی کارکنان باید احساس کنند سازمان و مدیران آن به فکر رشد و پیشرفت آن ها هستند و برای این کار برنامه ریزی و سرمایه گذاری می کنند.



شرکت خدماتی آفتاب تجارت سامان (سهامی خاص)

گالوپ در قالب یک پرسشنامه ۱۲ سؤالی وضعیت موجود دلبستگی کارکنان به کار و سازمان را ارزیابی می‌نماید. سؤالات پرسشنامه بر اساس طیف پنج گزینه‌ای لیکرت کاملاً موافق (۵) تا کاملاً مخالف (۱) طراحی شده است، در ادامه این پرسشنامه نمایش داده شده است.

پرسشنامه اندازه‌گیری تعلق سازمانی گالوپ					
ردیف	سوال	کاملاً موافقم	موافقم	نه موافق و نه مخالفم	مخالفم کاملاً مخالفم
روشن بودن، منطقی بودن و متناسب بودن انتظارات متقابل فرد و سازمان					
۱	می‌دانم در محیط کار از من چه انتظاراتی دارند.				
۲	همه منابع و امکانات لازم را برای درست انجام دادن کار در اختیار دارم.				
مشارکت داشتن					
۳	اختیار و اجازه لازم را دارم که کارها را آنگونه که بهتر می‌دانم انجام دهیم.				
۴	طی یک هفته گذشته، از کارهای خوب من تقدیر شده است.				
۵	سرپرست یا کس دیگری در محیط کار به شخصیت انسانی من توجه دارد.				
۶	در محیط کار کسی هست که مشوق پیشرفت و پرورش من باشد.				
تناسب بین شخص و شغل					
۷	در محیط کار به دیدگاه‌های من اهمیت می‌دهند.				
۸	رسالت و هدف شرکت طوری است که احساس می‌کنم شغل و نقش مهمی دارم.				
۹	همکارانم متعهد به انجام کار با کیفیت هستند.				
۱۰	همکارانم از بهترین دوستانم هستند.				
داشتن فرصت رشد و پیشرفت					
۱۱	در ۶ ماه گذشته، کسی از محیط کار در مورد پیشرفت من با من گفتگو داشته است.				
۱۲	در سال گذشته فرصت‌هایی برای یادگیری و رشد در محیط کاربرایم فراهم بوده است.				

سخن آخر این که شرکت‌هایی که کارکنان را دلبسته می‌کنند، از یک مزیت رقابتی قابل توجهی نسبت به سازمان‌هایی که سیاست‌ها، فرهنگ‌ها و فعالیت‌هایی دارند که دلبستگی را تضعیف می‌کند، برخوردارند. تعلق سازمانی یکی از ویژگی‌های بارز کارکنان سازمان‌های خدمات‌محور است.

این تحقیق ادامه دارد...

اثری از پول در سؤالات بالا مشاهده نمی‌شود. البته این موضوع به این معنا نیست که حقوق و مزایا و منافع مادی در سازمان مهم نیست، اتفاقاً بسیار مهم است و تأثیر زیادی بر رضایت شغلی دارد اما باعث دلبستگی و تعلق کارکنان نمی‌شود، ایجاد دلبستگی کارکنان را می‌بایست در حوزه‌های دیگری از جنس رشد، مشارکت، معنا، شفافیت، تناسب و... جستجو کنیم که در این میان مدیران مستقیم کارکنان بیشترین نقش را در ایجاد تعلق یا از بین بردن آن دارند.



گفتگو با همکاران شعبه گران با کوله باری از تجربه

هر خنده ها و گریه های یکن یکن شریکیم

گفت و گو: جعفر تکبیری



بانک مشغول کار هستند باید قدرشناس باشند چون واقعاً تحول بزرگی در صنعت بانکداری اتفاق افتاده و با استفاده از ابزارهای الکترونیک و مدرن سرعت و دقت در کارها افزایش یافته و درصد خطاها و اشتباهات به حداقل رسیده است.

وی در خصوص آخرین وضعیت شعبه گرگان هم گفت: بانک سامان شعبه گرگان در خیابان ولی عصر که از بهترین خیابان‌های شهر است واقع شده و در مجاورت بازار تجاری و منطقه مسکونی پذیرای هر دو گروه مشتریان سپرده‌گذار و اصناف است و ساختار این مشتریان را افراد تحصیل کرده و جوان تشکیل می‌دهند که اکثریت آن‌ها از درگاه‌های غیرحضور و ابزارهای نوین بانکی استفاده می‌کنند. این عوامل سبب رشد شعبه در پروژه مهاجرت و بهبود فضای کار شده و حضور مشتریان در شعبه را کاهش داده است.

وی در ادامه افزود: همچنین پزشکان، داروخانه‌ها، طلافروش‌ها، آژانس‌های مسافرتی و سایر مشاغل مهم در این خیابان مستقر هستند و با اینکه در عرصه رقابتی بانک‌های زیادی هم در اطراف ما وجود دارند، مشتریان وفادار و خوبی داریم که به دلیل حسن برخورد و دانش بانکی همکاران نهایت همکاری را دارند و به بانک سامان علاقه‌مند هستند و آن را از سایر بانک‌ها متمایز می‌دانند.

رئیس شعبه گرگان سپس افزود: تعداد همکاران شعبه در حال حاضر ۱۲ نفر است که ترکیب نیروها (زن و مرد) برابر است. یکی از شاخص‌های بسیار حائز اهمیت در این شعبه وجود فضایی صمیمی در بین همکاران است که این موضوع خستگی ناشی از کار و فعالیت زیاد در شعبه را به مقدار زیادی کاهش می‌دهد و منجر به تقویت روحیه همکاران و درنهایت حسن برخوردشان با مشتریان و مراجعه‌کنندگان می‌شود.

بافندگان به تأثیر موضوع پاندمی کرونا بر عملکرد شعبه نیز اشاره کرد و گفت: خوشبختانه به دلیل رعایت کلیه پروتکل‌های بهداشتی و استفاده

شعبه گرگان بانک سامان از آن دست شعباتی است که می‌توان حس دوستی و رفاقت را مدام از آن دریافت کرد. حسی که باعث شده تمام همکاران شعبه، همانند اعضای یک خانواده به یکدیگر نگاه کنند و به گفته کارکنان شعبه، همین احساس دوستی و رفاقت باعث موفقیت شعبه گرگان شده است. آنچه در ادامه می‌خوانید، گفتگوی نشریه سامان با همکاران شعبه گرگان است که در خصوص این موفقیت سخن می‌گویند. مهدی بافندگان رئیس شعبه گرگان از قدیمی‌های شبکه بانکی است. او از سال ۶۶ به استخدام شبکه بانکی درآمده و پس از ۳۰ سال تلاش که به گفته خودش نیمی از آن با بهره‌گیری از سیستم‌های سنتی بود در سال ۹۴ به افتخار بازنشتگی نائل شده و از تیرماه همان سال وارد بانک سامان شعبه گنبدکاووس شد. بافندگان پس از جمع شدن شعبه گنبدکاووس به شعبه گرگان منتقل شده و تاکنون در این شعبه فعال بوده است.

بافندگان در خصوص زندگی شخصی خود می‌گوید: حاصل زندگی ام دو فرزند است که امیدهای زندگی من هستند، الهه متولد ۷۳ دارای مدرک تحصیلی لیسانس کامپیوتر که در سال ۹۷ ازدواج کرد و باعث شد که یک نفر دیگر (آقای داماد) به اعضای خانواده ما اضافه شود و در مهرماه ۱۴۰۰ با تولد آقا یزدان نوه گلم طعم شیرین پدربزرگ شدن را چشیدیم. آقا امیرحسین فرزند دوم من هم متولد سال ۱۳۷۸ و دانشجوی مهندسی شیمی دانشگاه فردوسی مشهد است. البته لازم است از همسر عزیزم تقدیر و تشکر کنم که از ابتدای زندگی مشترک همراه و همدل من بوده و با توجه به مشغله کاری زیاد در بانک نقش اساسی در تربیت و بزرگ کردن فرزندان داشته است.

رئیس شعبه گرگان در ادامه به ذکر خاطره‌ای از اجرای عملیات بانکی به شیوه سنتی پرداخت و گفت: در گذشته کلیه عملیات بانکی به صورت دستی بود و در پایان سال مالی جهت بستن حساب‌ها تا پاسی از شب و گاهی تا صبح در شعبه می‌ماندیم. همکاران عزیز که در حال حاضر در

و در نهایت به دنبال شناسایی فروشنده‌گان برتر نیز بودیم. رئیس شعبه گرگان در خصوص چالش‌های پیش روی شعبه نیز عنوان کرد: یکی از چالش‌ها در حال حاضر بحث تک شعبه‌ای بودن بانک سامان در بزرگ‌ترین شهر استان و در استان گلستان است که گاهی اوقات در این خصوص مورد سؤال مشتریان واقع می‌شویم. البته خدا را شکر در شهریورماه ۱۴۰۰ مرکز خدمات گنبدکاووس افتتاح شد که رضایت مشتریان در شهرستان گنبدکاووس و حومه را به همراه داشت. چالش دوم ما بحث تخصیص اعتبارات تکلیفی به شعبه است که بسیار زمان‌بر بوده و قسمت اعظمی از وقت همکاران را به خود اختصاص می‌دهد که امیدواریم در صورت امکان و صلاحدید بانک در این خصوص تجدیدنظر کند.

وی در پایان این گفتگو به ذکر خاطره‌ای از مراسم کلنگ زنی مدرسه سامان در شهرستان آق‌قلا اشاره کرد و گفت: حضور مدیریت محترم عامل بانک جناب آقای معرفت به‌اتفاق هیات همراه در استان گلستان و بازدید از شعبه و مذاکره با همکاران و همچنین ملاقات با مشتریان برتر بانک و در نهایت حضور در مراسم کلنگ زنی دبستان شش کلاسه روستای قوشجان‌آباد آق‌قلا که در اثر سیل سال ۹۸ دچار آسیب جدی شده بودند بهترین خاطره برای من بود. خاطرم هست که بعد از مراسم کلنگ زنی دانش آموزان که به‌اتفاق والدینشان در آنجا حضور داشتند اظهار خوشحالی و شادمانی می‌کردند و با توزیع شیرینی و شکلات از مدیران تقدیر و تشکر می‌کردند.

روابط کاری و رابطه دوستانه دو مقوله جدا از هم هستند

سمیه نظریان یکی از همکاران شعبه گرگان است که از سال ۸۵ به استخدام بانک سامان درآمده است. او فارغ‌التحصیل دوره کارشناسی حسابداری از دانشگاه مازندران و ارشد حسابداری از دانشگاه آزاد

از ماسک توسط همکاران و مشتریان عزیز شاهد کاهش میزان ابتلا به این ویروس در مقاطع حساس و اوج بیماری بودیم و با شروع عملیات واکسیناسیون کلیه همکاران عزیز اقدام به دریافت واکسن کردند که خدا را شکر کلیه همکاران در سلامت نسبی به سر می‌برند و جا دارد از مدیران ارشد بانک به جهت پشتیبانی‌های به هنگام در این ایام (تهیه ماسک، مواد ضدعفونی‌کننده، مرخصی‌های اضطراری و حفاظ‌های بهداشتی جلوی بایچه‌ها) تقدیر و تشکر کنم.

رئیس شعبه گرگان همچنین در پاسخ به این پرسش که نحوه هدایت و برنامه‌ریزی شما برای پیشبرد اهداف شعبه چگونه است، اظهار کرد: مطابق برنامه عملیاتی ابلاغی به شعبه گرگان به همت تلاش کلیه همکاران جهت دسترسی به اهداف تعیین‌شده برنامه‌ریزی لازم صورت گرفته است. علاوه بر این لازم است بگویم، سال ۱۴۰۰ با وجود شرایط ویژه کرونایی و رکود حاکم بر اقتصاد به‌خصوص اقتصاد خرد، سالی بسیار مهم و پر نوسان بوده و به‌یقین استمرار موفقیت‌ها، دستیابی به اهداف نیازمند تلاش هدفمند و هوشمندی همه پرسنل خواهد بود؛ بنابراین پیش از گذشته الزام به برنامه‌ریزی دقیق و اثربخشی خواهیم داشت که در این شعبه در قالب برنامه عملیاتی در حال اجرا است و با تبادل تجربیات، اخذ و ارائه راهکارهای تعاملی و کارآمد در راستای دستیابی به اهداف کلان بانک اقدام خواهیم کرد.

بافتندگان سپس با اشاره به اقدامات انجام‌شده جهت بهبود فرایند عملیاتی شعبه اظهار کرد: ما در این راستا اقدام به برگزاری جلسات هفتگی با حضور کلیه همکاران و بررسی نقاط قوت و ضعف و تحلیل و بررسی عملکرد شعبه در کلیه شاخص‌های برنامه عملیاتی کردیم. همچنین تلاش کردیم باعث ایجاد انگیزه و حس رقابت مثبت بین همکاران شویم. در کنار این به دنبال افزایش مشارکت کارکنان بودیم. همچنین تشویق عملکرد فردی همکاران در کنار عملکرد تیمی در دستور کار قرار داشت



و گریه‌های یکدیگر شریکیم و احساس رئیس و مرئوسی وجود ندارد. معاون شعبه گرگان درباره سختی‌ها و مشکلات کاری خود نیز گفت: هر شغلی برای خودش سختی‌هایی دارد و شغل ما هم به اقتضای مالی بودن و حساسیت آن همیشه مشکلاتی داشته و رقابت‌های ناعادلانه سایر بازارهای سرمایه و بانک‌ها اکثر اوقات رسیدن به اهداف پیش‌بینی‌شده را با مشکل مواجه کرده ولی این دلیل توقف ما در مسیر پیشرفت نیست.

در محیط کاری خود احساس آرامش می‌کنم

نازنین ریسمانچی هم از دیگر همکاران باسابقه شعبه گرگان است. او کارشناس مترجمی زبان انگلیسی و کارشناس ارشد مدیریت مالی است و از سال ۸۶ وارد بانک سامان شده است. ریسمانچی نفر اول فستیوال پلنت در سال ۱۳۹۹ بود و هم‌اکنون معاون ارزی شعبه گرگان است. ریسمانچی در خصوص احساس خود از کار در بانک سامان گفت: معمولاً افراد در تلاش‌اند تا به نحوی از محیط کاری خود لذت ببرند. من هم از آنجایی که به کار و محیط کارم علاقه‌مندم و تمامی همکارانم را دوست دارم و از مصاحبت با آن‌ها حس خوشایندی دارم تمام زمانی که در محیط کاری خود می‌گذرانم احساس آرامش و خشنودی دارم. او در خصوص نحوه تعامل خود با مشتریان نیز اظهار کرد: با توجه به اهداف بانک و اینکه سرلوحه کار ما در بانک سامان رضایت مشتری است، من همیشه خود را در جایگاه مشتری می‌بینم و سعی می‌کنم ابتدا نیاز مشتری را تشخیص و بعد برخوردی را که در شأن یک مشتری است انجام دهم. همیشه بر این باورم که برخورد و اخلاق مناسب و جلب رضایت مشتری، در جذب منابع و دستیابی به اهداف بانک نقش بسزایی دارد. علاوه بر این زمانی که بتوانیم عملکرد صحیح داشته باشیم و با اطلاعات درست نیاز مشتری را برطرف کنیم، مشتری ما را به‌عنوان مشاور اقتصادی انتخاب می‌کند و تبدیل به مشتری وفادار می‌شود. ریسمانچی در خصوص تعامل با سایر همکاران خود نیز عنوان کرد: همان‌طور که همه ما می‌دانیم دستیابی به اهداف در گرو کار تیمی است؛ پس اگر شعبه‌ای به اهداف دست پیدا کرد همه پرسنل شعبه زحمت کشیدند و مطمئناً یک تیم قوی در شعبه وجود داشته است. خدا را شکر در کنار رئیس شعبه آقای بافندگان اسطوره اخلاق و بقیه همکاران عزیزم مشکلی وجود نداشته و همیشه در کنار هم سعی کردیم بتوانیم به اهدافمان دست پیدا کنیم.

معاون ارزی شعبه گرگان سپس به مشکلات موجود در کار خود اشاره کرد و گفت: با توجه به بازار رقابتی شدید ناهمگون در سیستم بانکی و وجود بیماری کرونا طی دو سال اخیر متأسفانه برای رسیدن به اهداف باید تلاش بیشتر و برنامه‌ریزی بهتر کرد. وجود آمارهای فراوان که وقت و انرژی زیادی را در مسیر حرکت به‌سوی اهداف و فروش محصولات از ما می‌گیرد و در کنار آمارها، تغییرات سریع بخشنامه‌ها نیز باعث بروز مشکلات عدیده در بازاریابی مشتریان و روند کاری ما می‌شود.

همکاران شعبه خانواده‌ام هستند

تالیا طبسی بانکدار فروش تخصصی شعبه گرگان است. او نیز از سال ۱۳۸۶ وارد بانک سامان شده و در بخش‌های مختلف شعبه فعالیت کرده است.

طبسی در تشریح یک روز کاری خود در بانک سامان گفت: یک روز کاری برای من از لحظه‌ای که از منزل خارج می‌شوم با احساس خوش



علی‌آباد است و هم‌اکنون دانشجوی ترم آخر رشته حقوق دانشگاه آزاد گرگان است. او کار خود را به‌عنوان کارآموز در شعبه بابل آغاز کرده و پس از ۷۰ روز با افتتاح شعبه گرگان به این شعبه منتقل شده است. نظریان می‌گوید: در سال ۸۶ امور ارزی و اعتباری شعبه به اینجانب محول شد و در فروردین سال ۹۰ به‌عنوان رئیس دایره اعتبارات و از آذرماه سال ۹۱ به‌عنوان معاون شعبه منصوب شدم.

نظریان در بخش دیگری از این گفتگو عنوان کرد: من معتقدم هر روزمان باید با روز قبل فرق داشته باشد و چون به دنبال ایجاد چالش و حل آن هستم، هر روز که به بانک می‌روم دنبال ایجاد تغییر هستم. درمجموع از روزمرگی و گذراندن و تکرار مکررات به دور هستم و به‌طورکلی هر روز من در بانک با روز قبل فرق دارد.

وی ادامه داد: بانک سامان برای من حکم خانواده‌ام را دارد و شعبه گرگان حکم فرزند من که از ابتدای متولد شدنش و تاکنون بزرگ شدنش و پیشرفتش را دیدم و دوست دارم چه من باشم و چه نباشم هر روزش بهتر از روز قبلم باشد.

او درباره نحوه تعامل خود با مشتری‌ها نیز می‌گوید: معمولاً با مشتریان قدیمی به خاطر کوچک بودن شهر رابطه صمیمی‌تری داریم و همیشه سعی کردم طوری رفتار کنم که مشتریان به من و بانک سامان اعتماد کنند. ارائه راهکار جهت رفع نیازهای آنان و کمک به مشتریان جهت نیازسنجی و برطرف کردن نیازها و آموزش امور بانکی به‌خصوص استفاده از ابزارهای بانکداری الکترونیک را در تعامل با مشتریان همیشه مدنظر قرار می‌دهم.

نظریان همچنین ادامه داد: در شعبه ما خوشبختانه رابطه صمیمی همیشه وجود داشته و روابط کاری و رابطه دوستانه دو مقوله جدا از هم هستند. هر زمان که مشکلی برای یکی از افراد شعبه پیش بیاید بقیه از صمیم قلب به او کمک می‌کنند تا مشکلیش رفع شود و درمجموع در خنده‌ها

او گفتم من دانش آموز دبستان شما بودم، لبخند مهربانی تمام صورتش را فرا گرفت.

با تعصب به بانک سامان نگاه می‌کنم

حسین مهاجر یکی دیگر از همکاران شعبه گرگان است که از سال ۱۳۸۵ وارد بانک سامان شده و هم‌اکنون در بخش عملیات مشغول کار است.

مهاجر با بیان اینکه بانک سامان و برند سامان را دوست دارم و همیشه با افتخار و تعصب و علاقه به آن نگاه می‌کنم، عنوان کرد: نگاه من به مشتری به‌منزله فلسفه و دلیل وجود ما در بانک است، چرا که بدون وجود مشتری که به معنی واقعی ارباب رجوع هستند ما هم در شعبه وجود نداشتیم؛ بنابراین احترام و راضی نگه داشتن مشتریان همیشه در اولویت نگاه به مشتری، فارغ از میزان سپرده ایشان است و در مجموع همه نوع مشتری برای ما قابل احترام و تکریم هستند.

این کاربر عملیات سپس بانک سامان را یک بانک خوش‌نام و محبوب در شهر گرگان عنوان کرد و گفت: از زحمات رئیس شعبه جناب آقای بافندگان که با تجربه‌های گران‌قدرشان همیشه در کنار ما و همراه ما هستند تشکر می‌کنم. واقعاً ایشان هیچ‌گاه رئیس و مرئوسی در شعبه نداشتند و همچنین معاونین محترم ارزی و ریالی شعبه هم به‌عنوان مشاورانی خوب و قابل اعتماد برای همه همکاران هستند که از آن‌ها هم تشکر و قدردانی می‌کنم.

وی سپس مشکل موجود در شعبه را تک شعبه‌ای بودن بانک در استان گلستان قلمداد کرد و گفت: با توجه به تک شعبه بودن بانک در استان و پراکندگی مشتریان، از جاهای دور و نزدیک مجبورند به شعبه گرگان مراجعه کنند که امیدوارم جهت رفاه حال مشتریان به‌زودی شاهد افتتاح شعبه‌ای دیگر در استان باشیم.

شکرگزاری برای زندگی، کار و سلامتی خودم و تمام انسان‌ها آغاز می‌شود و به یاد ندارم که روزی را بدون مرور این افکار شروع کرده باشم. در طول روز تمام تلاشم را در جهت تحقق اهداف بانک و جلب رضایت مشتریان خواهم کرد و از حضور در کنار ریاست محترم بانک جناب آقای بافندگان و همکاران عزیزم لذت می‌برم، چراکه به‌راستی آن‌ها را خانواده خود می‌دانم.

وی سپس ادامه داد: به‌طور کلی در طول روز با اقشار مختلف مردم در ارتباطیم که این امر شغل ما را تبدیل به شغلی پر از فراز و نشیب و چالش می‌کند. به‌شخصه تمام تلاش خود را برای به حداقل رساندن نارضایتی مشتریان و جلب رضایت آن‌ها خواهم کرد. از آنجایی که این احساس، یک احساس کاملاً متقابل است، خود نیز از آن بازخورد خوبی می‌گیرم.

طیسی همچنین گفت: از آنجاکه ذاتاً در زندگی فردی انعطاف‌پذیر هستم، سعی خود را می‌کنم تا بتوانم با همکارانم به بهترین شکل در تعامل باشم و فکر می‌کنم تا حدود زیادی موفق بودم.

وی همچنین در خصوص خاطرات خود از بانک سامان می‌گوید: اغراق نمی‌کنم اگر بگویم که تک‌تک لحظات حضورم در بانک برایم خاطره بوده است و واقعاً در تمام لحظات احساس شیرین بودن در محیط گرم و صمیمی کارم را خاطره‌انگیز می‌کند. اگر بخواهم مثالی برایتان زده باشم، روزی پیرمردی با کارت ملی‌اش برای انتقال کارت به کارت به باجه‌ام مراجعه کرد.

ابتدا متوجه نشدم اما وقتی به تصویر کارت ملی نگاه کردم برایم آشنا آمد. دوباره به‌صورت پیر و سالخورده‌اش نگاه کردم. واقعاً در آن لحظه به‌قدری تمام وجودم سرشار از شوق و شادی شد که گویی خودم را دوباره در حیاط مدرسه‌ای دیدم که آقا مسلم زحمت‌کش سال‌ها بابای آن بود. وقتی آقا مسلم صدایش کردم و با خوشحالی برایش بلند شدم و به



سپاسگزار تلاش جمعی شما برای کاهش
حجم مطالبات غیر جاری در سال ۱۴۰۰ هستیم





کمیته حسابرسی و کیفیت گزارشگری مالی



| آرش آذین فر |
| (شعبه بابل) |

کمیته حسابرسی یکی از بنیادی ترین مفاهیمی است که در سال‌های اخیر به‌ویژه پس از رسوایی‌های مالی شرکت‌های بزرگ از جمله انرون، ورد کام و ... در کانون توجه نهادهای قانون‌گذاری و حرفه‌ای کشورهای توسعه‌یافته و بین‌المللی قرار گرفته است. علاوه بر آن، این کمیته که از ارکان راهبری شرکتی محسوب می‌شود و هیات‌های مدیره در انجام وظایف مالی و امانت‌داری‌شان در برابر سهام‌داران کمک می‌کند. همچنین کمیته حسابرسی موجب ارتقای سطح پاسخگویی مدیران نهادهای دولتی و بخش عمومی در برابر شهروندان و نمایندگان منتخب می‌شود. کمیته‌های حسابرسی، از هنگام شکل یافتن در اوایل دهه ۱۹۴۰ تاکنون، نقش مهمی در راهبری شرکت‌های سهامی داشته‌اند و اهمیت کمکی‌هایی که کرده‌اند، در سال‌های اخیر مشهودتر است. کمیته‌های حسابرسی را محافظان سازمانی می‌دانند که برای صادقانه بودن وضعیت مالی شرکت‌های سهامی عام، اطمینان بخشی می‌کنند. از دیدگاه قانون، سازمان‌های دولتی این قدرت را دارند که برای صادرکنندگان اوراق بهادار، یعنی بازارهای سهام، مقرراتی را وضع کنند و کمیسیون بورس و اوراق بهادار آمریکا (SEC)، در تأسیس و نظارت بر کمیته حسابرسی شرکت‌های سهامی عام، از آغاز شکل‌گیری آن‌ها، مشارکتی مؤثر داشته است. هر چند، بازارهای سهام، خود به‌عنوان مؤسساتی خودکنترلی Self-Regulatory، در شکل گرفتن جزئیات مقرراتی که SEC اجبار کرده بود و کمیته‌های حسابرسی نیز باید از آن‌ها پیروی می‌کردند، نقش مؤثری داشته‌اند، باین‌حال، صرف‌نظر از آن الزامات قانونی و مقرراتی، مجموعه‌ای از بهترین اقدامات که حاصل تلاش مشترک رهبران حرفه‌ای، نظیر حقوق، سرمایه‌گذاری و حسابرسی بودند نیز بسیار اثربخش بود. حرفه حسابداری عمومی از طریق انجمن حسابداران خبره آمریکا (AICPA) نیز فعالیت‌های حمایتی طولانی از نقش پراهمیت کمیته‌های حسابرسی داشته است. به دلیل شدت تأکیدهای اعمال شده بر راهبری شرکت‌های سهامی در هزاره قبلی به‌ویژه آن شرکت‌هایی که توسط عموم در آن‌ها سرمایه‌گذاری شده بود، کمیته‌های حسابرسی در بسیاری از سازمان‌های غیرانتفاعی وضعیت ویژه‌ای یافته و توجهات بیشتری را به خود جلب نموده‌اند و نفوذ تأثیر آن‌ها در سازمان‌ها با این روند مطابق بوده است.

کمیته حسابرسی

یکی از وظایف اساسی کمیته حسابرسی، نظارت بر کیفیت گزارشگری مالی با نظارت بر کنترل‌های داخلی شرکت برای اطمینان از انطباق آن با مقررات و قوانین است.

به گفته اسمیت در سال ۲۰۰۳، کمیته حسابرسی باید مسائل مهم گزارشگری مالی و قضاوت‌های انجام‌شده در ارتباط با تهیه صورت‌های مالی، گزارش‌های میان‌دوره‌ای، اطلاعیه‌های اولیه و صورت‌های رسمی مرتبط را بررسی کند. کمیته حسابرسی باید شفافیت و کامل بودن افشا در صورت‌های مالی را نیز بررسی کند. علاوه بر این، کمیته حسابرسی باید اطلاعات مرتبط ارائه‌شده همراه با صورت‌های مالی، از جمله بررسی عملیاتی و مالی و بیانی‌های حاکمیت شرکتی مربوط به حسابرسی و مدیریت ریسک را بررسی کند. علاوه بر این، کالومیریس و کارلسون در سال ۲۰۱۶، دریافتند کمیته حسابرسی برای مدت طولانی در شرکت برای کمک به نظارت بر مدیریت اجرایی با اجرای مسئولیت‌های نظارتی در رابطه با وظایف حسابداری، مالی و حسابرسی داخلی ضروری تلقی شده است.

کیفیت گزارشگری مالی

کیفیت گزارشگری مالی در ادبیات حسابداری در طول زمان به‌طور گسترده موردبحث قرار گرفت. درواقع، موردتوجه بسیاری از محققان و تنظیم‌کننده‌ها و سازمان‌هایی قرار گرفته است که تلاش‌های متعددی برای شفاف‌سازی آن انجام داده‌اند؛ بنابراین، جوناس و بلانش در سال ۲۰۰۰، کیفیت گزارشگری مالی را به این صورت تعریف کردند که گزارشگری مالی با کیفیت، اطلاعات مالی کامل و شفافی است که برای مبهم کردن یا گمراه کردن کاربران طراحی نشده است؛ بنابراین، آن‌ها دیدگاه حمایت از سهام‌داران / سرمایه‌گذاران کیفیت گزارشگری مالی را اتخاذ کردند، به این معنی که کیفیت گزارشگری به سودمندی و کفایت آن برای تأمین‌کنندگان سرمایه بستگی دارد. از این‌رو، هرچه استفاده از اطلاعات گزارش مالی بیشتر باشد، کیفیت گزارش مالی بالاتر است و بالعکس؛ بنابراین، صورت‌های مالی باید اطلاعات شفاف، به‌موقع و قابل اعتماد را برای محافظت از سرمایه‌گذاران ارائه دهد. علاوه بر این، آکجو و باباوند در سال ۲۰۱۷، نشان دادند که کیفیت گزارشگری مالی شامل اطلاعات مالی و اطلاعات غیرمالی مفید برای تصمیم‌گیری در گزارش‌های مالی می‌شود. درواقع، ارقام مالی بسیار موردتوجه هستند، اما اطلاعات غیرمالی نیز ممکن است یک شرکت را متمایز و تأمین‌کنندگان سرمایه را تشویق به سرمایه‌گذاری در آن کند. عملاً، عناصر مالی و غیرمالی خاص در گزارش‌های مالی براساس رویکرد و ویژگی‌های خاص برای اندازه‌گیری کیفیت صورت‌های مالی استفاده می‌شود. تأثیر ارائه اطلاعات خاص در گزارش سالانه بر تصمیمات اتخاذشده توسط کاربران را اندازه‌گیری می‌کنند. علاوه بر این، گزارش‌های مالی روش مفیدی برای انتقال اطلاعات مالی به کاربران در نظر گرفته می‌شود. از این‌رو، حساب‌رسان موظف به حسابرسی گزارشگری مالی به دلیل عدم تعادل در اطلاعات ارائه‌شده و اختلاف نظر نمایندگی بین مصرف‌کنندگان خارجی و منافع مدیران هستند. این می‌تواند گزارشگری مالی را افزایش دهد که اعتماد سرمایه‌گذاران را در مورد عملکرد شرکت و اوراق بهادار معامله‌شده‌ای که تصویر شرکت را منعکس می‌کند افزایش می‌دهد.

رابطه بین کمیته حسابرسی و کیفیت گزارشگری مالی

بسیاری از مطالعات ارتباط مستقیم بین کمیته حسابرسی و کیفیت

را بهبود می بخشد. اندازه کمیته عامل مهمی برای عملکرد مؤثر کمیته است. مدیری که هم زمان به عنوان سهام دار عمل می کند، می تواند ارزش شرکت را افزایش دهد، بنابراین به عنوان یک سهام دار، ارزش ثروت آن نیز افزایش می یابد. در نتیجه، موزس در سال ۲۰۱۶، توصیه کرد اندازه کمیته حسابرسی باید بزرگ باشد و اعضای بیشتری را با دانش حسابداری و مالی تشکیل دهد که از سهام داران سودمند خواهد بود.

سخن آخر

با رسوایی های شرکتی و پرونده های کلاهبرداری که در سال های اول دهه ۲۰۰۰ به شرکت ها ضربه زد، تنظیم کننده ها ساختارهای حاکمیت شرکتی را برای محافظت از سرمایه گذاران و اجتناب از گزارش های مالی تقلبی تجویز کردند؛ بنابراین، بحث های زیادی در مورد نقش اساسی حاکمیت شرکتی در افزایش کیفیت گزارشگری مالی از دیدگاه نظری تئوری نمایندگی و تئوری سیگنالینگ وجود داشته است. به طور دقیق تر، کیفیت گزارش مالی برای سهام داران، اعتباردهندگان و سرمایه گذاران نهایی است و اطلاعات مالی مربوط به یک شرکت را به آنها ارائه می دهد، بسته به قابلیت اطمینان آن که به تصمیم سرمایه گذاری تبدیل می شود. از این رو، ما نیاز به ارائه اطلاعات قابل اعتماد، به موقع و مرتبط را که برای بازارهای کارآمد حیاتی است، برجسته می کنیم. فقدان این اطلاعات باعث دستکاری بازار می شود. گزارشگری مالی متقلبانه که معمولاً با مدیریت سود شروع می شود، تهاجمی ترین اصول پذیرفته شده حسابداری را گسترش می دهد. باین حال، مدیریت سود ممکن است برای تأثیرگذاری بر انگیزه های سهام داران و بهبود ارزش اطلاعاتی سود مفید باشد. دودسته از رویه های مدیریت سود وجود دارد، به ویژه مدیریت سود واقعی و مدیریت سود تعهدی. اطلاعات با کیفیت بالا اجازه تصمیم گیری های تجاری و عملکرد مالی بهتر را می دهد. شواهد تجربی نشان می دهد ویژگی های کمیته حسابرسی (اعضای مستقل در کمیته حسابرسی، حضور یک کارشناس مالی در کمیته حسابرسی، فراوانی جلسات و اندازه کمیته حسابرسی) به طور قابل توجهی با کیفیت گزارشگری مالی مرتبط هستند. استقلال کمیته حسابرسی به طور منفی و قابل توجهی با کیفیت گزارشگری مالی در جریان نقدی عملیاتی غیرعادی و هزینه های تولید غیرعادی برای شرکت مرتبط است.

گزارشگری مالی را از طریق مدیریت سود بررسی کرده اند. به عنوان مثال، بر اساس نظریه نهادی، کمیته حسابرسی در نقش عمدتاً تشریفاتی ایفای نقش می کند و لزوماً نظارت دقیق را ارائه نمی دهد. استقلال کمیته حسابرسی توجه زیادی را به خود جلب کرده است. باین حال، برای عملکرد مؤثر، کمیته های حسابرسی باید مستقل از مدیریت باشند، زیرا به حسابرسان داخلی و خارجی اجازه می دهند تا از تأثیرات و دخالت های ناروا از سوی مدیران شرکت ها عاری باشند. استقلال کمیته حسابرسی به طور منفی با وقوع تقلب مالی مرتبط است. وقتی اعضای کمیته حسابرسی سهام یک شرکت را دارند، انگیزه کمتری برای جلوگیری از مدیریت سود دارند. شرکت های شکست خورده با نسبت بالاتری از مدیران غیر اجرایی مستقل در کمیته حسابرسی، احتمال بیشتری دارد که اصلاحات تداوم فعالیت حسابرس را دریافت کنند. یک کارشناس مالی برای اثربخشی کمیته حسابرسی ضروری تلقی می شود زیرا کمیته باید طیف وسیعی از وظایف را انجام دهد که به سطح بالایی از پیچیدگی مالی نیاز دارد. علاوه بر این، ضالیوال و همکاران در سال ۲۰۱۰، نشان دادند توانایی متخصص کیفیت سود را افزایش می دهد. در واقع، آن ها دریافتند که حضور کارشناسان حسابداری و مالی در کمیته حسابرسی تأثیر مثبتی بر کیفیت مالی شرکت های آمریکایی دارد. تخصص ترکیبی با حسابداری، مالی یا نظارت بهتر از تخصص واحد در کمیته حسابرسی است. آن ها کشف کردند که در حالی که کیفیت گزارشگری مالی به طور مثبت و قابل توجهی با حضور کارشناسان حسابداری در کمیته حسابرسی مرتبط است، با حضور کارشناس مالی یا ناظر به نهایی در کمیته حسابرسی مرتبط نیست.

کمیته حسابرسی به عنوان یک مکانیسم مهم در بهبود کیفیت فرایند حسابرسی قانونی در نظر گرفته می شود. تعداد جلسات هیات مدیره به طور منفی با سطح مدیریت سود مرتبط است که نشان می دهد هیات مدیره های که به طور منظم تشکیل جلسه می دهد بهتر می تواند نظارت شود. این نشان می دهد هیات مدیره فعالی که زمانی را برای اصلاح هرگونه مشکل فوری اختصاص می دهد، ممکن است از مدیریت سود جلوگیری کند. جلساتی که مکرر هستند، اقلام تعهدی اختیاری را کاهش می دهند و کیفیت گزارشگری مالی را بهبود می بخشد.

اثر تعدیل کننده کیفیت حسابرسی

دو تعریفی که بیشترین استناد از کیفیت حسابرسی را دارد توسط دی آنجلو در سال ۱۹۸۱ ارائه شد که کیفیت حسابرسی را به عنوان احتمال مشترک تعریف می کند تا حسابرسان هر دو یک نقض در سیستم حسابداری مشتری را کشف و آن را گزارش کنند که کیفیت بالاتر حسابرسی را به عنوان اطمینان بیشتر از کیفیت گزارشگری مالی بالا تعریف می کنند. در این خط فکری، تعاریف مختلف کیفیت حسابرسی شامل عناصر زیر است:

- احتمال وجود اشتباهات قابل توجه در صورت های مالی که حسابرس قادر به رمزگشایی آنها باشد

- احتمال اینکه حسابرس ممکن است گزارش مشروط برای صورت های مالی حاوی اشتباهات مهم صادر نکند
- ارزیابی توانایی حسابرس برای کاهش اشتباهات و تحریف های جانبدارانه و بهبود کیفیت داده های حسابداری
- صحت اطلاعاتی که حسابرس درباره آن ها گزارش تهیه کرده است.

در تئوری نمایندگی، اندازه کمیته حسابرسی کارایی و اثربخشی نظارت بر هیات مدیره و تیم مدیریت را تعیین می کند که کیفیت گزارش و حسابرسی



۱۴۰۰ در آفتاب تجارت سامان



سامان با یک جهش بزرگ و توسعه عظیم به مسیر خود ادامه داد. بی شک یک جهش بزرگ با یک دستاورد و پیشرفت در یک بخش میسر نخواهد بود، بلکه این جهش نتیجه دستاوردهایی در تمامی واحدها و خدمات ما می باشد.

در دیاگرام زیر نوع خدمت و دستاوردی که امسال در این خدمت داشته ایم آورده شده است.

سال ۱۴۰۰ با وجود تمام مشکلات، دشواری ها و چالش هایی که داشت برای آفتاب تجارت سامان سالی سرشار از موفقیت، پیشرفت و دستاوردهای عظیم بود. در برخی نوشته ها و بررسی ها حتی از کلمه جهش برای توصیف این موفقیت ها استفاده شده است. اما این جهش چطور و چگونه ممکن شد؟ در سالی که بسیاری از کسب و کارها برای بقا و جلوگیری از فروپاشی و رکود تلاش می کردند، آفتاب تجارت



همچنین تمام این دستاوردها به طور مستمر، پیوسته و گام به گام تحقق یافته‌اند. هر روز در راستای اهداف سازمانی قدمی برداشتیم، در کارنامه ماهانه خود هر ماه پروژه‌ها و رویدادهای بزرگی داریم. در زیر به شرح برخی از پروژه‌ها و رویدادهای برگزار شده می‌پردازیم.

مروری بر عملکرد ماهانه شرکت آفتاب تجارت سامان در سال ۱۴۰۰

شرح فعالیت‌های صورت گرفته در سال ۱۴۰۰ در هر ماه

همچنین ریاست محترم شرکت آفتاب تجارت سامان افتخار دریافت تقدیرنامه از نمایشگاه مذکور را دارد. خدمات مدیریت مجتمع برج سامان: این بار شرکت آفتاب تجارت سامان افتخار افتتاح و بهره‌برداری از برج سامان که سال‌ها از ساخت آن گذشته بود را به دست آورد.



تیرماه ۱۴۰۰

خدمات مدیریت مجتمع در مرکز دلگشا: مجتمع تجاری دلگشا در ۱۰ طبقه ساخته شده است. مساحت کلی این مجتمع ۲۶۰۰۰ مترمربع است. این مجتمع به صورت تدریجی و از سال ۱۳۹۹ راه‌اندازی شده و پارکینگ‌های مجتمع در حال ساخت است. فروشگاه‌های این مجتمع دارای محصولات متنوع مصرفی برای عموم مردم است. به گفته مدیریت مجتمع، بخش‌های ارائه‌دهنده پوشاک، عینک، کتاب، فرش، عطر و لوازم آرایش و ... در این مجتمع آخر هفته‌ها بالاتر از ۲۰ هزار «پاخور» دارد. دلگشا در ابتدای بازار تهران راه‌اندازی و این امر موجب شده تعداد مراجعه‌کنندگان به آن بسیار زیاد باشد. این مجتمع در حال حاضر توسط نیروهای شرکت خدماتی آفتاب تجارت سامان اعم از اپراتور آسانسور، سرپرست خدمات، تکنسین خدمات عمومی و نیروهای پذیرایی و تشریفات و ... اداره می‌شود.



فروردین ماه ۱۴۰۰

شروع همکاری با استانداری تهران: یکی از بخش‌های خدمت تخصصی کار در ارتفاع مربوط به تعمیر و مرمت نمای ساختمان‌هاست. نمای ساختمان استانداری تهران به دلیل تغییرات آب و هوایی، آلودگی بیش از حد شهر تهران و همچنین قدمت ساخت آن دچار آسیب شده بود. آفتاب تجارت سامان با استفاده از تجهیزات کار در ارتفاع و نیروهای ماهر و حرفه‌ای وارد عمل شد و آن را مرمت نمود.



اردیبهشت ماه ۱۴۰۰

رویداد اینوتکس: اینوتکس بزرگ‌ترین رویداد نوآوری و فناوری در کشور است که هر ساله افتخار میزبانی بیش از ۴۰ هزار مخاطب از سراسر جهان به صورت حضوری و مجازی را دارد. آفتاب تجارت سامان خدمات عمومی برگزاری این رویداد را بر عهده داشت.



خرداد ماه ۱۴۰۰

نمایشگاه بورس، بانک و بیمه: نمایشگاه بورس، بانک و بیمه محل گردهم آیی شرکت‌های مهم و بزرگ برای آشنایی باهم و به اشتراک گذاری فعالیت‌های مشترک می‌باشد. شرکت آفتاب تجارت در این نمایشگاه افتخار آشنایی با مسئولین شرکت‌های مهم و بزرگ را در جهت ارائه خدمات به آنها داشته است.

مرداد ماه ۱۴۰۰

شروع همکاری با مונکو: شرکت مهندسین مشاور مونکو ایران در سال ۱۳۵۲ با سرمایه گذاری مشترک بخش خصوصی ایران و شرکت مهندسی مونترال کانادا تاسیس شد و فعالیت خود را با تمرکز بر صنعت برق ایران آغاز نمود. در حال حاضر سهام داران عمده شرکت مهندسین مشاور مونکو ایران شامل گروه مپنا، شرکت Wood Group و شرکت مدیریت مهندسی و فناوری میر (متعلق به کارکنان) می باشند. آفتاب تجارت سامان افتخار همکاری با شرکت مذکور در زمینه خدمات تخصصی کار در ارتفاع را داشته است.



شهریور ماه ۱۴۰۰

شروع همکاری با موسسه اعتباری نور: آفتاب تجارت سامان افتخار همکاری با موسسه مذکور در زمینه کار در ارتفاع را داشته و با استفاده از نیروهای ماهر و تجهیزات مناسب به شستشو و پاکسازی نما پرداخته است.



مهر ۱۴۰۰

نمایشگاه ریتیل شو: سومین نمایشگاه ایران ریتیل شو در سالن های ۷، ۸ و ۹ نمایشگاه های بین المللی در اواسط مهرماه ۱۴۰۰ برگزار شد. این نمایشگاه با هدف ایجاد فضای مشترک کسب و کار و تجارت مالکین و دارندگان مجتمع های تجاری و اداری و همچنین بهره برداران این مجتمع ها در سومین سال برگزاری، پرشور و گرم برگزار شد. در این نمایشگاه چندین گروه متفاوت به منظور بهره گیری از فضاهای پیش رو مشارکت داشتند. ایران ریتیل شو در این سال ها تبدیل به فضایی شده که بتواند مدیران ارشد کسب و کارهای مختلف را حول یک محور جمع کرده و نشست های متعددی در این زمینه داشته باشد. مجتمع های

تجاری و اداری مانند مجتمع تجاری سیتی سنتر یزد، پاژ مشهد، میکامال کیش و... در این نمایشگاه حاضر بودند تا در کنار رقبای دیگر، مزایای رقابتی خود را به رخ بکشند؛ ضمن آنکه با داشتن ویژگی های متمایز از دیگران، تجارت مبتنی بر همدلی و همیاری را شکل بدهند. آفتاب تجارت سامان نیز در این نمایشگاه با تمامی توان و ظرفیت خود مشارکت کرد که تجارب زیادی رقم خورد و روابط گسترده ای حاصل شد.



آبان ماه ۱۴۰۰

برگزاری همایش به مناسبت هفته کتاب و کتابخوانی و روز کتابدار در حرم مطهر امام خمینی (س) و مرکز تبادل کتاب: آفتاب تجارت سامان افتخار همکاری با مرکز تبادل کتاب را از سال ۱۳۹۸ در راستای تامین نیروی انسانی کتابدار و روابط عمومی و سایر ردیف های شغلی داشته است. در روز ۲۴ آبان ماه به منظور اعتلای فرهنگ کتاب و قدردانی از زحمات همکاران کتابدار شاغل در مرکز تبادل کتاب و حرم مطهر رویدادی برگزاری شده است.



نگهداری و تعمیر تاسیسات الکتریکال و مکانیکال پارک فناوری پردیس: ناحیه نوآوری پردیس با محوریت پارک فناوری پردیس با مسئولیت نهاد ریاست جمهوری و با رویکرد فرابخشی سال ۱۳۸۰ تشکیل شد. این پارک بزرگ ترین پارک فناوری خاور میانه است. آفتاب تجارت سامان افتخار همکاری با پارک فناوری در زمینه نگهداری و تعمیر تاسیسات الکتریکال و مکانیکال را داراست. فعالیت های صورت گرفته شرکت اعم از تاسیسات ساختمان، شوفاژخانه، هواساز سرمایش و گرمایش، موتورخانه، برق توسط مسئولان فنی، تکنسین ها و کارشناسان آفتاب تجارت

سامان است.



آذر ماه ۱۴۰۰

شروع همکاری با وزارت امور خارجه: آفتاب تجارت سامان افتخار همکاری با وزارت امور خارجه جمهوری اسلامی ایران در زمینه مدیریت هوشمند ناوگان حمل و نقل جهت تامین راننده‌های خبره و ماهر با اتومبیل‌های مناسب برای حمل و نقل شهری سفیران را برعهده داشته است. قابل ذکر است که شرکت با استفاده از سامانه هوشمند خود بر کیفیت خدمات دهی در لحظه نظارت داشته است.



برگزاری کارگاه آموزشی برای کارکنان خدمات و تشریفات پرداخت الکترونیک سامان کیش: شرکت آفتاب تجارت سامان این بار افتخار همکاری در زمینه پذیرایی و تشریفات و تامین نیروهای انسانی را داشته است.



دی ماه ۱۴۰۰

شروع همکاری با تاسیسات دریایی ایران: آفتاب تجارت سامان با بهره‌گیری از نیروهای حرفه‌ای و تجهیزات مناسب کار در ارتفاع به پاک‌سازی و غبار رویی نمای شیشه‌ای این سازمان به

وسعت ۱۰ هزار متر مربع پرداخته است.



بهمن ماه ۱۴۰۰

همکاری با سازمان بورس اوراق بهادار: سازمان بورس و اوراق بهادار یک مؤسسه عمومی غیردولتی دارای شخصیت حقوقی و مالی مستقل است که از محل کارمزدهای دریافتی و سهمی از حق‌پذیرش شرکت‌ها در بورس‌ها و دیگر درآمدها اداره می‌شود. آفتاب تجارت سامان با استفاده از نیروهای حرفه‌ای و تجهیزات مناسب و ویژه کار در ارتفاع افتخار همکاری با این سازمان را داشته و نیروهای کارآمد به شستشوی نما، کامپوزیت و شیشه این سازمان پرداخته‌اند.



اسفند ماه ۱۴۰۰

برگزاری کلاس‌های کسب مهارت اکسل برای داوطلبان؛ شروع برگزاری دوره‌های توانمندسازی مهارت‌های تخصصی اکسل در آکادمی: آفتاب تجارت سامان با راه‌اندازی آکادمی به صورت دوره‌ای اقدام به برگزاری کلاس‌های مهارت آموزی کارکنان و نیروهای خود می‌نماید. کلاس‌های مهارت آموزی در زمان مناسب و با مدرس مجرب و حرفه‌ای برگزار می‌شود. برای داوطلبان سطح شهر تهران کلاس‌های حضوری و برای داوطلبان سطح شهرستان‌ها کلاس‌های مجازی تشکیل می‌شود. همچنین قابل ذکر می‌باشد که ویدئوهای آموزشی بعد از کلاس بین داوطلبان به اشتراک گذاشته می‌شود. در این دوره، کلاس کسب مهارت اکسل در بین نیروهای متمرکز گروه مالی سامان و همکارانمان در مراکزی همچون بیمه، بانک، مرکز تبادل کتاب، شرکت هواپیمایی لوفت هانزا و ... برگزار شد.

بی‌شک چنین پیشرفتی یک شبه و با یک اقدام ممکن نبود بلکه با همت تمام کارکنان در تمامی واحدها و به صورت پیوسته و مداوم میسر شد.



قیمت گذاری: ۱۰ استراتژی همیشه سبز برای افزایش فروش



| راحله رحیمی |
| کارشناس اداره فروش غیر حضوری |

بروشورهایی در اختیار مخاطبان گذاشتند که در آن‌ها اطلاعات خانه‌های کناری نوشته شده بود. در برخی از این بروشورها، قیمت‌ها قابل قبول و در برخی دیگر به صورت فضایی افزایش یافته بود. قسمت جالب اینجاست که نه تنها دانشجویان که متخصصان ملک هم توسط بروشورهای دروغین گمراه شدند که یعنی لنگراندازی حتی روی متخصصان یک زمینه کاری نیز تأثیر می‌گذارد. پس قرار دادن محصولات و خدمات ویژه در کنار گزینه استاندارد می‌تواند باعث ارزشمندتر شدن آن‌ها نزد مشتریان بالقوه شود و کاری کند که گزینه ارزان همچون یک فرصت استثنایی به نظر برسد.

قیمت‌ها را متناسب با قبل افزایش دهید!

طبق یک قانون که به نام قانون ویر شناخته می‌شود، تفاوت محسوس میان دو محرک، در نسبت مستقیم با شدت این محرک‌هاست. به بیان دیگر، تغییری که ما در یک چیز حس می‌کنیم، بسته به اندازه قبلی آن خواهد بود. قانون ویر بسیار در بازاریابی کاربرد دارد. به خصوص وقتی که یک فروشنده قصد افزایش قیمت محصولات و خدمات خود را داشته باشد. البته مشخصاً وقتی بحث افزایش قیمت در کار است، خبری از یک درصد جادویی نیست، اما طبق قانون ویر، به طور متوسط یک افزایش قیمت ۱۰ درصدی، آن مقداری است که مشتریان نسبت به آن حالت تدافعی نخواهند گرفت. البته همان‌طور که می‌دانید و ما هم قبل از این گفتیم، متغیرهای بسیاری هستند که روی قیمت‌گذاری تأثیر می‌گذارند. پس قانون ویر بیشتر به عنوان چارچوبی برای مشخص کردن محدوده افزایش قیمت کاربرد دارد تا یک قانون سفت و سخت.

فشار روانی کمتری را به مشتری وارد کنید!

ذهن انسان جوری طراحی شده که تا وقتی تحت فشار قرار بگیرد به خرج کردن ادامه بدهد. طبق مباحث اقتصاد عصبی، سر حد پیشروی انسان آن جایی است که درد قابل درک بیشتر از گنج قابل درک باشد. در همین راستا، محققان دانشگاه کارنچی ملون اقدام به بررسی راه‌های مختلف برای کاهش نقاط درد مشتریان و افزایش رضایت آن‌ها پس از خرید و شانس وفادار ماندن آن‌ها کردند.

ارزش محصول را در یک قالب مناسب بیان کنید

برای مشتری شما، حساب کردن سودمندی یک اشتراک ماهیانه

قیمت‌گذاری (Pricing) می‌تواند کاری سخت و چالش‌برانگیز باشد. هیچ راه فراری هم از آن نیست. در نهایت همه ما مجبور هستیم برای محصولات و خدمات خود قیمت بگذاریم. پس سؤال این است که چگونه می‌توانیم این کار را به بهترین نحو انجام دهیم؟ جواب احتمالاً برای شما هم مشخص است: ما باید وضعیت بازار، مشتریان و رقبا را به درستی ارزیابی کنیم، هزینه‌های خود را بشناسیم و بر اساس این اطلاعات تصمیم خود را بگیریم.

قیمت‌های یکسان در فروش تأثیر منفی دارند!

طبق تحقیقی از دانشگاه Yale، اگر دو چیز شبیه به هم قیمت‌گذاری یکسانی داشته باشند، نسبت به وقتی که قیمت آن‌ها حداقل کمی فرق بکند، شانس خرید آن‌ها کمتر خواهد بود.

در راستای این تحقیق، دو بسته آدامس از یک برند به فروش گذاشته شد. جالب اینجا بود که وقتی این آدامس‌ها هر دو به قیمت ۶۲ سنت فروخته شدند، تنها ۴۶٪ افراد آن را خریداری کردند؛ اما وقتی که قیمت آن‌ها متفاوت شد - یکی ۶۲ سنت و دیگری ۶۴ سنت - ۷۷٪ از مخاطبان تصمیم به خرید یک آدامس گرفتند. آن‌هم وقتی که این دو بسته آدامس تنها ۲ سنت اختلاف نرخ داشتند، اختلافی که هر چند جزئی بود اما باعث افزایش قابل توجهی در میزان فروش شد. البته قرار هم نیست که مثلاً تی‌شرت‌های یکسان خود را به قیمت‌های مختلفی بفروشید. فقط سعی کنید دلیل این شک مشتریان را بفهمید. وقتی که چیزهای مشابه به قیمت‌های یکسان فروخته می‌شوند، عموم مشتریان به جای آنکه تصمیم‌گیری کنند، وارد عمل شدن را به تعویق می‌اندازند. پس بهتر است تفاوت محصولات و خدمات در قیمت‌گذاری شما کاملاً مشخص باشد.

لنگرهای قیمت را ببندازید!

می‌گویند بهترین راه برای فروش یک ساعت ۲ میلیون تومانی آن است که این ساعت را کنار یک ساعت ۱۰ میلیون تومانی بگذارید؛ اما چرا؟ دلیل این موضوع یک تعصب ذهنی خیلی عادی است که نام آن را لنگراندازی گذاشته‌اند (که البته اسم کاملاً با مسامی هم هست). لنگراندازی یعنی ما معمولاً هنگام تصمیم‌گیری بیش از حد به اطلاعات اولیه‌ای که دریافت کرده‌ایم، اتکا می‌کنیم. در تحقیقی برای ارزیابی میزان تأثیر لنگرهای قیمت، محققان از سسوزه‌های خود خواستند که قیمت یک خانه را تخمین بزنند. آن‌ها

به قیمت ۵۰ هزار تومان، راحت‌تر از حساب کردن سودمندی یک اشتراک سالیانه به قیمت ۶۰۰ هزار تومان است. پس لازم است که شما در قالب درستی روی ارزش محصول یا خدمات خود تأکید کنید.

محصولات را در یک بسته کامل ارائه دهید

ست‌های تجهیزات سفر برای خودرو یک نمونه عالی از این تکنیک است. این بسته‌ها فروش بالایی دارند. دلیلش این است که توجه خرید یک بسته کامل راحت‌تر است تا خرید جداگانه سیستم گرمایش صندلی، سیستم مسیریابی و خدمات امداد در جاده. پس کارایی را مورد هدف قرار دهید یا جذابیت را برای کسانی که با حسابداری پول خرج می‌کنند. تأکید بر کاربرد یک محصول تأثیر بیشتری دارد؛ مثلاً پیامی که می‌گوید: «این دستگاه ماساژ کمر می‌تواند درد شما را تسکین دهد.» این در حالی است که افراد ولخرج بیشتر با تأکید بر لذت عایده قانع می‌شوند: «این دستگاه ماساژ کمر می‌تواند شما را آرام کند.»

یک چیز یا مجانی است یا مجانی نیست، تمام!

دان آریلی در کتاب خود به نام «بی‌منطقی قابل پیش‌بینی» به ما نشان می‌دهد که «ارزان» چقدر کلمه قدرتمندی است. مثالی که او در کتاب می‌آورد مربوط به فروشگاه آمازون است. زمانی فروش سایت آمازون در فرانسه به شدت پایین‌تر از سایر کشورهای اروپایی بود. وقتی این شرکت به دنبال دلیل این موضوع گشت، متوجه چیز جالبی شد. مشکل اینجا بود که سفارش‌های فرانسه شامل ۲۰ سنت هزینه ارسال می‌شدند، درحالی‌که ارسال به تمامی کشورهای دیگر رایگان بود. پس شاید بد نباشد گاهی از خیر چند سکه گذشت و در عوض مشتریان بیشتری داشت.

در انتخاب کلمات پیام تبلیغاتی خود دقت کنید

این نکته نیز توسط محققان دانشگاه کارنچی ملون به اثبات رسیده است. طی یک آزمایش، مخاطبان شانس این را داشتند که با قیمتی پایین به اشتراک یک کلپ فیلم درآیند. قسمت جالب اینجا بود که با تغییر دادن پیام فروش از «یک هزینه ۵ دلاری» به «یک هزینه کوچک ۵ دلاری» تعداد مشتریان این کلپ ۲۰٪ افزایش یافت. این به خوبی نشان می‌دهد که جزئیات متن پیام شما تا چه حد بر فروش تأثیر می‌گذارند.

بیایید یک سنت دیرینه را به چالش بکشیم: عدد جادویی ۹! گذاشتن عدد ۹ در آخر قیمت‌ها به عنوان یکی از روش‌های دیرینه برای فروش شناخته می‌شود؛ اما آیا این تکنیک واقعاً مؤثر است؟ طبق تحقیقات یک مجله بازاریابی، جواب این سؤال یک بله محکم است. قیمت‌هایی که با عدد ۹ به اتمام می‌رسند حتی از قیمت‌های ارزان‌تر نیز بیشتر فروش را افزایش می‌دهند.

کدام یک برای ما اهمیت بیشتری دارد: پول یا زمان؟

میلر لایت یک شرکت عرضه‌کننده نوشیدنی است که نسبت به رقبای خود قیمت‌های پایین‌تری دارد؛ اما با وجود داشتن یک قیمت ارزان، شعار آن‌ها این است: «وقت میلر رسیده». این شعار باعث

ایجاد سؤال برای ما می‌شود: آیا بهتر نیست که این شرکت به جای زمان، بر قیمت‌های پایین‌تر خود تأکید کند؟ جنیفر آکر، یکی از محققان دانشگاه استنفورد، توضیح جالبی در این مورد ارائه داده است. طبق صحبت‌های به چاپ رسیده وی، وقتی که از یک مشتری بخواهید نظر خود را درباره محصولی بدهد، او بیشتر تجربه خود با آن محصول را به خاطر خواهد آورد و اینکه با خرید آن محصول چقدر در پول خود صرفه‌جویی کرده برایش آنقدری اهمیت ندارد. آکر این‌طور توضیح داده است: «از آنجایی که تجربه فرد از یک محصول اغلب باعث به وجود آمدن احساسات شخصی نسبت به آن محصول می‌شود، اشاره به زمان معمولاً یک رویکرد بهتر را نسبت به محصول ایجاد می‌کند و نتیجه این رویکرد بهتر هم فروش بیشتر خواهد بود.» او همچنین به این نکته اشاره کرد که خریدهای ما شامل دو دسته «تجربی» و «مادی» می‌شوند. پس هنگام فروش بلیت یک کنسرت (از آنجایی که کنسرت یک تجربه را ارائه می‌دهد) بهتر است روی «زمان گذرانده» تأکید شود، درحالی‌که برای فروش شلوار جین باید بر با کلاس بودن آن و قیمتش تأکید کرد.

آیا مقایسه کردن قیمت‌های خود با دیگران مؤثر است؟

وقتی که بدون یک استراتژی درست بر قیمت ارزان محصول خود نسبت به رقبای تأکید کنید، نتیجه بی‌شک فروش کمتر خواهد بود. بر اساس یک تحقیق در دانشگاه استنفورد، در صورتی که دلیل قانع‌کننده‌ای برای مقایسه کردن قیمت‌ها به مشتری ارائه نشود، این کار می‌تواند تأثیر بسیار بدی بر فروش داشته باشد. به زبان ساده، اگر مستقیماً از مشتری بخواهید که قیمت‌های شما را با یک رقیب مقایسه کند، او اعتماد خود را نسبت به شما از دست می‌دهد. سرپرست تحقیق مذکور در صحبت‌های خود به این نکته اشاره کرده است که «وقتی از مشتریان می‌خواستیم که قیمت‌های ما را با دیگران مقایسه کنند، این ترس در آن‌ها ایجاد می‌شد که ما داریم به نحوی آن‌ها را گول می‌زنیم.»

سخن نهایی در مورد قیمت‌گذاری

محصولات و خدمات عالی آن‌هایی هستند که دارای کیفیت و قیمت مناسب‌تری باشند. قیمت این محصولات و خدمات به‌مرور زمان با بررسی بازخورد مشتریان تعیین شده است و در نتیجه بیشترین میزان فروش را تضمین می‌کنند. این یعنی شما نباید از بازی کردن با قیمت‌های خود برای پیدا کردن بهترین نقطه و تضمین بالاترین فروش، واهمه‌ای داشته باشید. روش‌هایی که در اینجا شمردیم هم می‌توانند در این امر به شما کمک کنند. البته به شرط آنکه با دقت و در جای درست از هر یک از استفاده کنید.

در آخر باید به شما اخطار بدهم که در تله «علم از یک نقطه‌نظر علمی که مورد تأیید خود علم است» نیفتید و ایمان کورکورانه به این روش‌ها و تحقیق‌های بازاریابی نداشته باشید. هدف موارد آورده شده تنها این بود که در فرآیند قیمت‌گذاری به شما کمک کرده و کمی این مسیر را برای شما هموار نمایند. این یعنی شما می‌توانید از آن‌ها به عنوان یک سکوی پرتاب استفاده کنید، اما در نهایت این شما هستید که باید مسیر را طی کرده و به خط پایان برسید.

<https://modiresabz.com>

DECENCY QUOTIENT...



نیما پورحاجی آقا گلستانی
کارشناس طراحی محصول

صحبت می‌کنیم. اکثر مدیران و رهبران با مفهوم EQ آشنا هستند، یعنی خودآگاهی از احساسات، هم در مورد دیگران و هم در مورد خود شخص. برخورداری از هوش هیجانی بالا به این معنی است که یک مدیر می‌تواند احساسات شخصی را درک کند، افکار دیگران را بخواند و بر اساس آن اطلاعات به‌دست‌آمده عمل کند. باین حال EQ به این معنی نیست که یک شخص همیشه قبل از اقدام به هر کاری آنچه را که برای دیگران بهتر است در نظر می‌گیرد. دانش احساسی و همدلی، با دلسوزی و صداقت برابر نیست. افراد می‌توانند هوش هیجانی داشته باشند اما از آن برای اداره کردن افراد در راستای منافع شخصی استفاده کنند.

پروفسور Dean Bill Boulding رئیس و عضو هیات‌مدیره شرکت دوک از دانشکده The Fuqua School of Business است. شغل قبلی وی در فوکوا معاون مدیر، استاد ارشد برنامه‌ریزی و مشاور برنامه‌های روزانه مربوط به مدیریت دوره MBA بود. وی در یک گفتگو بیان می‌کند، آجی بانگا اولین فردی بود که در مورد ضریب شرافت یا همان ضریب ارجمندی در سخنرانی در جمع دانشجویان ما در دانشکده بازرگانی با من صحبت کرد. او گفت IQ واقعاً مهم است، EQ واقعاً مهم است اما آنچه واقعاً برای من اهمیت دارد DQ است. اگر بتوانید هر روز ضریب شرافت خود را به سر کار بیاورید، شرکت را برای مردم بسیار سرگرم‌کننده خواهید کرد و مردم از حضور در آنجا و انجام کارهای درست لذت خواهند برد. متأسفانه، ما نمونه‌های بسیار زیادی در مورد آنچه در پی شکست شرافت رخ می‌دهد، داریم. مثال‌های دیگری نیز از مدیرانی که شرافت را پذیرفته‌اند وجود دارد. پروفسور بیلدینگ در گفتگوی خود با مدیرعامل بانک آمریکا Brian Moynihan در حضور دانشجویان دانشکده دوک سؤالی از ایشان پرسید که باعث شد بعضی از حضار نفس خود را حبس کنند، اما حواس او ذره‌ای پرت نشد. سؤال این

آجی بانگا (Ajay Banga) رئیس اجرایی MASTERCARD در سال ۲۰۱۷ به‌عنوان خلاصه‌نویسی از برخوردی که دیگران دوست دارند با آن‌ها شود، ابداع کرد. او می‌گوید شرافت یا نجابت پایه‌ای برای انواع روابطی است که احترام، نوآوری، فوریت و تفکر گسترده را به همراه دارد. این عنوان، عاملی است که افراد و کارمندان را حمایت می‌کند و به آن‌ها الهام می‌بخشد تا باور کنند که می‌توانند به همه سلسله‌مراتب بالادستی و پایین‌دستی در سازمان اعتماد کنند و بدانند که همواره موردحمایت خواهند بود؛ نه لزوماً مورد سرزنش. DQ عاملی است که به کارمندان اجازه می‌دهد بدانند که می‌توانند کاملاً قلب (EQ) و ذهن (IQ) خود را بر تمام کارهایی که انجام می‌دهند متمرکز کنند. درواقع، ضریب شرافت یک قدم فراتر از هوش هیجانی (EQ) می‌رود و نشان می‌دهد شخص نه تنها با کارکنان و همکاران خود همدلی دارد، بلکه دارای تمایل واقعی برای مراقبت از آن‌ها نیز است. حال سؤال اینجاست که آیا برای مدیران سازمان ضریب شرافت مهم است یا خیر؟

مدیران و رهبران سازمان‌ها تصمیماتی می‌گیرند که می‌تواند بر آینده سازمان یا شرکت تأثیر مثبت و منفی بگذارد که این تصمیمات طبیعتاً بر کارکنان و مشتریان هم اثرگذار خواهد بود؛ بنابراین، برای تصمیمات بزرگ هر رهبر و مدیری باید ویژگی‌های معنوی، اخلاقی و حرف‌های سطح بالا و همه‌شمول داشته باشد؛ یعنی هر سه ویژگی هوش منطقی، هوش هیجانی و هوش ارجمندی (IQ + EQ + DQ).

شایستگی در تجارت ضروری است و عقل که به‌عنوان ضریب هوشی یاد می‌شود، احتمالاً صفتی است که بیشتر به رهبری موفق مرتبط است. ما فقط در مورد نمره آزمون IQ صحبت نمی‌کنیم، بلکه در مورد ایده گسترده صلاحیت تجاری و درک آنچه امروز برای موفقیت لازم است

آجی بانگا، اولین فردی بود که گفت هوش منطقی مهم است،
هوش هیجانی واقعاً مهم است اما آنچه واقعاً برای
من اهمیت دارد هوش ارجمندی است.



Ajay Banga
Indian executive



ضرب شرافت ...

و مشتریان آن‌ها احساس حمایت و مراقبت می‌کردند، حتی در چنین کاهش چشمگیری در تعداد نیروی کار.

ما وارد دوره‌ای می‌شویم که ممکن است احتمال بی‌اعتمادی افزایش یابد. فناوری، نوآوری و اتوماسیون‌ها ماهیت کار را تغییر می‌دهد. به جای اینکه اجازه دهیم آن‌ها ما را شکست دهند، می‌توانیم از شرافت برای یافتن راه‌هایی در راستای حرکت به جلو، بدون پشت سر گذاشتن کسی استفاده کنیم. زمانی که مدیرانی که تحت هدایت شرافت هستند نوآوری می‌کنند، آن‌ها فقط به آنچه ایجاد می‌شود توجه نمی‌کنند؛ آن‌ها آنچه را که نابود می‌کنند نیز در نظر می‌گیرند. نوآوری نه تنها در مورد راه‌حل‌های جدید بلکه در مورد کمک به افراد بی‌کار و آواره است. رهبران دارای DQ می‌دانند که تصمیمات آن‌ها صرفاً حول سودآوری باقی نمی‌ماند. تصمیمات آن‌ها بر زندگی صدها، هزاران یا حتی میلیون‌ها نفر تأثیر می‌گذارد.

ضرب هوش ارجمندی باید از بالا به پایین شروع شود و مدیران بیش از هر زمان دیگری باید از این نوع رفتار الگوبرداری کنند. مدیران دارای DQ بالاتر، از آنچه در خارج از دفتر کاری آن‌ها رخ می‌دهد، استفاده می‌کنند تا ارزش‌های مشترک را در بین کارکنان خود ایجاد کنند. کارکنان می‌دانند که مدیرشان همیشه در ذهن خود منافع آن‌ها را در نظر می‌گیرد. نباید فراموش کرد که در شرایط کنونی عموم افراد می‌خواهند برای مدیران شایسته کار و اطمینان حاصل کنند که مدیرانشان بهترین نوع مدیریت را به آن‌ها ارائه می‌دهند. از این رو، ضرب هوش ارجمندی می‌تواند یک مزیت رقابتی در سازمان‌ها به شمار رود و کارکنان آن‌ها را به منظور حصول بهترین نتایج ترغیب کند. شرافت یا ارجمندی در هسته اصلی خود یک تعهد اخلاقی به شمار می‌رود و می‌تواند برای استراتژی کسب‌وکار یک برگ برنده باشد. همه افراد در یک سازمان با حجم بالای فعالیت‌ها باید احساس کنند که واقعاً در آن شرکت حضور تام دارند.

بود: چگونه بانک آمریکا از زمان مدیرعاملی وی، بدون هیچ اعتراضی حدود صد هزار کارمند را تعدیل کرد؟

موبینهان توضیح داد که فناوری چگونه بانکداری را تغییر داده است. او وقتی در سال ۲۰۱۰ مدیرعامل شد، بانک آمریکا حدود ۵ میلیون کاربر تلفن همراه داشت که در حال حاضر به بیش از ۲۶ میلیون نفر رسیده‌اند. نوآوری در فناوری، کاهش نیروی کار را اجتناب‌ناپذیر کرد زیرا مشتریان بیشتر در حال انجام فعالیت‌های آنلاین با تعاملات انسانی کمتر بودند. موبینهان خود سؤالی دیگر در این بین پرسید: «چگونه این کار انجام شد؟»

او و تیمش تصمیم گرفتند اجازه دهند فرسودگی شغلی به دلیل بازنشستگی یا ساده‌تر از آن ترک کارمندان برای شغل جدید دوست آن‌ها باشد. آن‌ها تصمیم گرفتند در یک افق چندین ساله مشاغل را که افراد ترک می‌کنند، به صورت خودکار جایگزین نکنند. در عوض، وقتی کارمندی شرکت را ترک کرد، بانک بهترین راه را برای حرکت روبه‌جلو ارزیابی کرد. گاهی اوقات این به معنای توسعه اعضای فعلی تیم به‌وسیله ارائه مسئولیت‌ها و غرامت اضافی بود. گاهی به معنای طراحی مجدد کار برای تغییر نیازهای عملیاتی بود. در هر صورت، تمرکز بر این مسائل به شرکت اجازه داد تغییرات مهمی را در مواقع اجبار به اخراج یا استعفا افراد، انجام دهد. به عنوان مثال، صرفه‌جویی در هزینه به بانک آمریکا این امکان را داد که حقوق کارکنان خود را برای کارمندانی که سال‌ها در این شرکت خدمت کرده‌اند، به یک سال و نیم افزایش دهد و همچنین

کمک و راهنمایی بیشتری در راستای کارایی به این افراد بکند. علاوه بر این، این پس‌اندازها به افزایش برخی از مزایای کارکنان مانند مرخصی والدین، مرخصی سوگ، حمایت مشاوره و منابع و حمایت باروری و فرزندخواندگی کمک کرد. برایان و تیمش با چالش اخراج با شرافت برخورد کردند. از آنجاکه این اصل راهبردی آن‌ها بود، کارمندان





آکادمی سامان

خلاصه گزارش پیمایش کسب و کار صنف داروخانه

ارزیابی وضعیت اقتصادی و مالی واحدهای صنفی

بانک سامان در راستای توسعه کسب و کار واحدهای صنفی، پایش مستمر وضعیت فعالیت از طریق نظر سنجی از واحدهای صنفی را در دستور کار خود قرار داده است. هدف از این اقدام شناسایی وضعیت متغیرهای اصلی کسب و کار این فعالیت‌ها در گذشته و ترسیم چشم انداز احتمالی آن در سال بعدی است. شناخت مسائل و مشکلات این واحدها از دیگر اهداف بانک می‌باشد. مجموع این اطلاعات از یک طرف راهگشای بانک جهت تنظیم سیاست خدمت رسانی به صنوف و از طرف دیگر زمینه ساز ایجاد درک کلی از وضعیت صنف در میان فعالان اقتصادی خواهد بود. در این راستا سعی بر آن است در سلسله گزارش هایی نتایج

ارزیابی انجام شده از صنوف مختلف ارائه گردد. در این شماره نشریه، نتایج حاصل شده از وضعیت داروخانه های شهر تهران به عنوان اولین تحقیق ارائه خواهد شد.

جامعه آماری

کلیه واحدهای فروش دارو، لوازم بهداشتی و لوازم آرایشی، جامعه آماری مدنظر کلیه واحدهای تجاری شهر تهران در خارج از بیمارستان‌ها که به امر فروش دارو، لوازم بهداشتی و آرایشی به صورت توانان یا دارو به صورت اختصاصی اشتغال دارند.

زمان نمونه گیری : خرداد ماه ۱۴۰۰
تعداد نمونه آماری از داروخانه‌ها : ۹۰ واحد



پراکندگی واحدهای نمونه آماری



تصویر کلی از وضعیت کسب و کار داروخانه های شهر تهران

۴

کاهش حاشیه سود در ۵۰ درصد واحدهای داروخانه ای به ویژه داروخانه های کوچک مقیاس.

۳

شاخص های مالی عملکرد داروخانه های کوچک مقیاس و تک عملکردی به شدت تنزل یافته است.

۲

افزایش هزینه های اجاره، وضعیت واحدهای استیجاری به خصوص داروخانه های کوچک را به شدت تحت تاثیر قرار داده است.

۱

عرضه داروهای نایاب و محصولات آرایشی و بهداشتی یکی از مجراهای افزایش سودآوری داروخانه ها بوده است.

۵

اندازه مالی بازار داروخانه های شهر تهران با شتابی کمتر از نرخ تورم رشد یافته است. برآوردهای کلی نشان می دهد ارزش بازار فروش داروخانه های شهر تهران از ۱۱۶ هزار میلیارد ریال در سال ۱۳۹۸ به ۱۳۰ هزار میلیارد ریال در سال ۱۳۹۹ افزایش یافته است؛ به عبارت بهتر در شرایط حاد تورمی، گردش مالی این صنف در سال ۱۳۹۹ تنها ۱۲ درصد رشد یافته است.

۹

با کاهش مقررات محدودکننده جهت تأسیس واحدهای جدید، تعداد داروخانه های جدید به شدت افزایش یافته که نتیجه آن رکود در فعالیت داروخانه های موجود بوده است.

۸

بخش قابل توجهی از خرید داروخانه ها به شکل خرید مدت دار با دوره بازپرداخت سه ماه صورت می گیرد. میزان سود مستقیم و یا غیرمستقیم در این دوره بعضاً تا ۱۵ درصد افزایش می یابد. این سازوکار هزینه های زیادی را به کسب و کار این گروه تحمیل می کند.

۷

با وجود نیاز، نظام بانکی فاقد سهم مناسبی در تأمین مالی این صنف است. نتایج نمونه گیری نشان می دهد ۴۰ درصد داروخانه ها از نظام بانکی به عنوان یکی از مجراهای تأمین مالی استفاده می کنند.

۶

مشاهدات میدانی نشان می دهد یکی از زمینه های سرمایه گذاری نوآورانه در بازار دارو ایجاد داروخانه های زنجیره ای است.

۱۰

بخش عمده ای از محصولات این واحدها توسط شرکت های پخش تامین شده است. نقش مهم شرکت های پخش و نیاز واحدها به تامین سرمایه در گردش زمینه مناسبی را برای طراحی و اجرای بسته های تامین مالی توسط بانک فراهم می کند.

۱۴

بیشترین میزان افزایش سودآوری در داروخانه های بزرگ مقیاس و چند عملکردی با سبد کالایی متنوع از دارو، آرایشی و بهداشتی رخ داده است.

۱۳

تاخیر در پرداخت های شرکت های بیمه ای یکی از مهم ترین موانع در تامین نقدینگی داروخانه ها بوده است.

۱۲

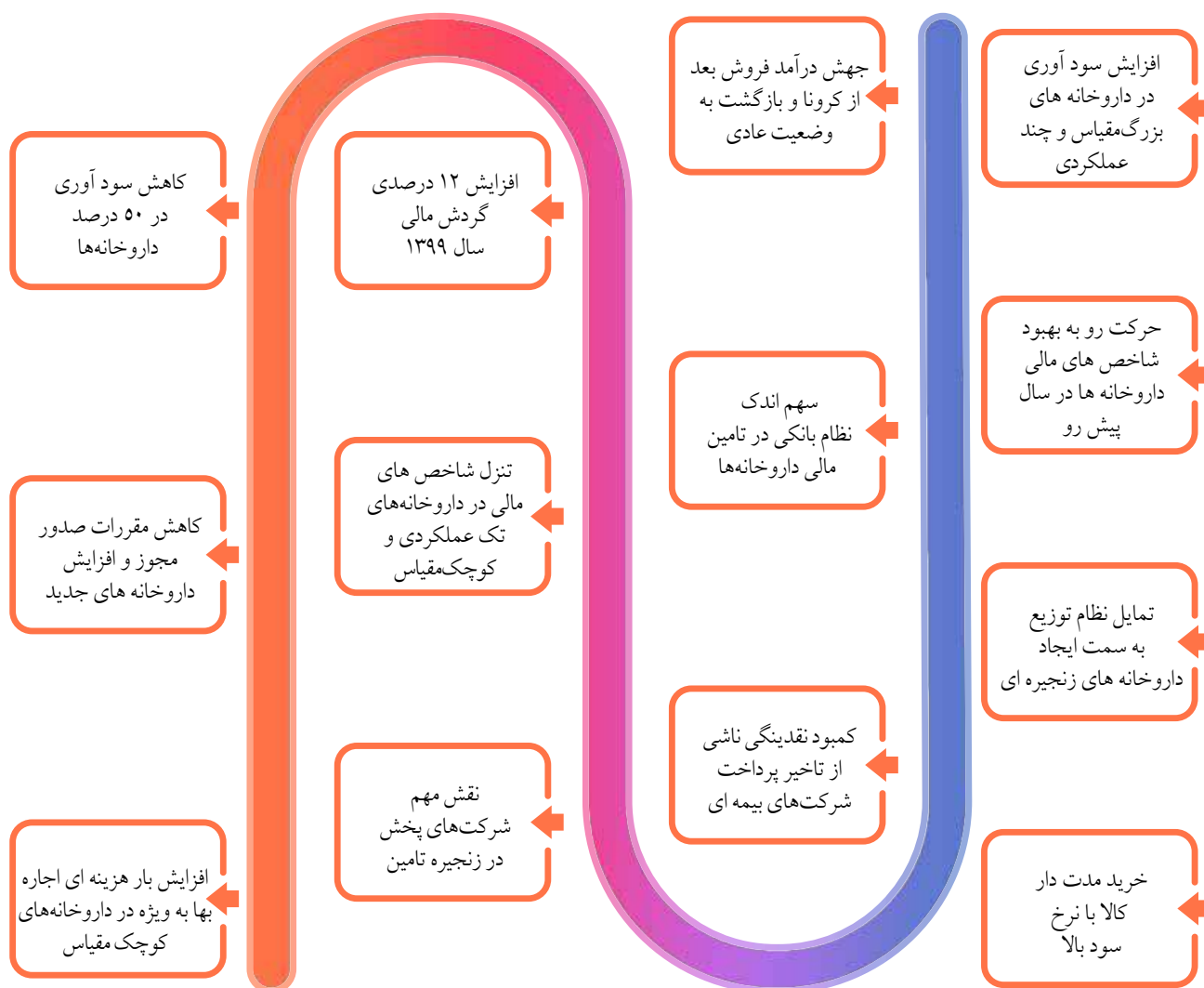
تامین سرمایه در گردش و ارتقای شرایط مکانی از مهم ترین انگیزه های تامین مالی داروخانه ها بوده است.

۱۱

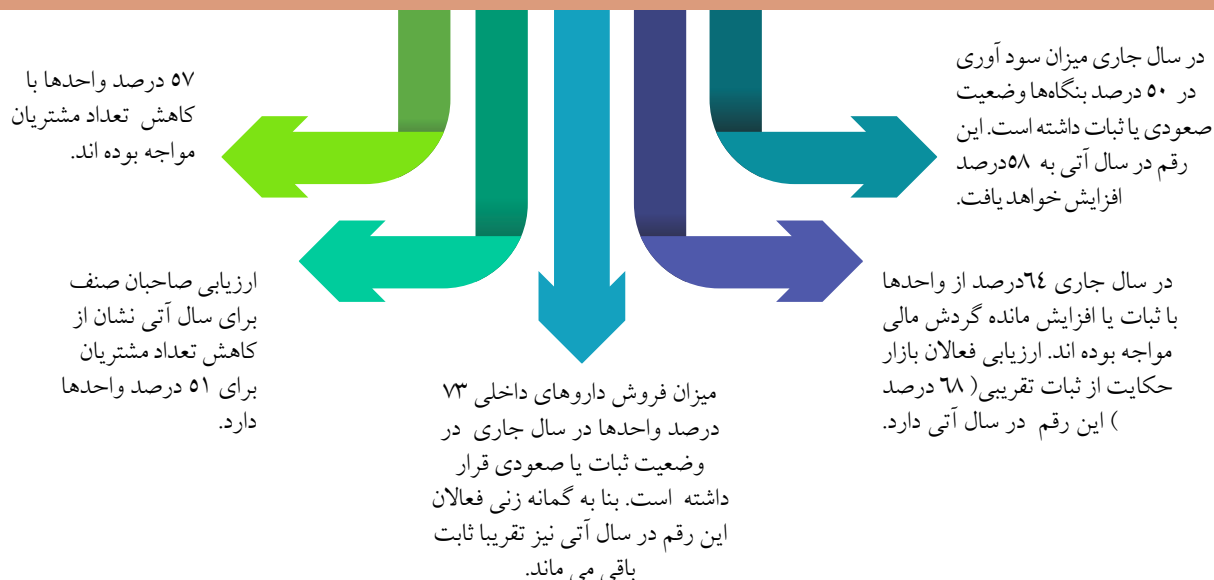
دیدگاه فعالین صنف نشان می دهد در سال پیش رو از شدت وخامت شاخص های عملکردی صنف کاسته خواهد شد.

۱۵

بازار دارو در ابتدای شیوع کرونا با جهش قابل توجهی مواجه شد اما به مرور با عادی شدن شرایط و باز شدن کانال های متنوع دیگر جهت فروش محصولات بهداشتی، بافت جدی روبرو شد.



نتایج پیمایش نشان می دهد



ارزیابی صنف داروخانه در یک نگاه





ارزیابی وضعیت اقتصادی و مالی واحدهای صنفی

آکادمی سامان |

ارزیابی انجام شده از صنوف مختلف ارائه گردد. در این گزارش از شماره پیش روی نشریه، نتایج حاصل از دو پژوهش انجام شده در آکادمی بانک سامان پیرامون وضعیت فروشگاه های زنجیره ای و واحدهای سوپر مارکت در شهر تهران ارائه خواهد شد

الف- سوپر مارکتها

جامعه آماری

کلیه واحدهای فروش مواد خوراکی و برخی اقلام روزمره خانه نظیر محصولات لبنی، تخم مرغ، مواد شوینده، لوازم بهداشتی و مواد پروتئینی که توسط اشخاص حقیقی تاسیس شده اند.

زمان نمونه گیری: خرداد ماه ۱۴۰۰

تعداد نمونه آماری: ۱۰۰ واحد

بانک سامان در راستای توسعه کسب و کار واحدهای صنفی، پایش مستمر وضعیت فعالیت این فعالیتهای از طریق نظرسنجی از واحدهای صنفی را در دستور کار خود قرار داده است. هدف از این اقدام، شناسایی وضعیت متغیرهای اصلی کسب و کار این فعالیتهای در گذشته و ترسیم چشم انداز احتمالی آن در سال بعدی است. شناخت مسائل و مشکلات این واحدها از دیگر اهداف بانک می باشد. مجموع این اطلاعات از یک طرف راهگشای بانک جهت تنظیم سیاست خدمت رسانی به صنوف و از طرف دیگر زمینه ساز ایجاد درک کلی از وضعیت صنف در میان فعالان اقتصادی خواهد بود.

در این راستا سعی بر آن است در سلسله گزارش هایی نتایج

تصویر کلی از وضعیت کسب و کار سوپر مارکت های شهر تهران



بازار کالاهای مصرفی در طول دو سال گذشته روندی پرتلاطم را طی کرده و به وضعیت اقتصادی سوپر مارکت ها نیز از همین روند تبعیت کرده است. پاره ای از مهم ترین ویژگی های تحولات در کسب و کار این گروه صنفی به شرح زیر قابل بیان است:

۴

بیشترین میزان افزایش سودآوری در سوپر مارکت های بزرگ مقیاس و چند عملکردی با سبد کالایی و شیوه های متنوع فروش رخ داده است.

۳

با وجود نیاز، نظام بانکی فاقد سهم مناسبی در تامین مالی این صنف است. نتایج نمونه گیری نشان می دهد ۳۱ درصد سوپر مارکت ها از نظام بانکی بعنوان یکی از مجراهای تامین مالی استفاده می کنند.

۲

رشد کمتر از نرخ تورم ارزش مالی بازار به همراه توسعه فروشگاه های زنجیره ای و مبادلات دیجیتال عملا به معنای تنزل عملکرد مالی سوپر مارکت های شهر تهران بوده است.

۱

ارزش بالقوه بازار فروش سوپر مارکت های شهر تهران از ۶۱۵ هزار میلیارد ریال در سال ۱۳۹۸ به ۷۵۲ هزار میلیارد ریال در سال ۱۳۹۹ افزایش یافته است. رشد کمتر از نرخ تورم بیانگر کاهش حجم واقعی بازار است.

۵

بحران کرونا به همراهی تورم الگوی خرید خانوار را از خرید های روزانه از سوپر مارکت های کوچک به خرید عمده از فروشگاه های بزرگ تغییر داده است (حجم فروش در ۲۸ درصد واحدهای عمده تراز بزرگ مقیاس افزایش و در ۲۹ درصد واحدهای عمده تراز کوچک مقیاس کاهش یافته است).

۶

دیدگاه فعالان صنف نشان می دهد در سال پیش رو شاخص های عملکردی این صنف رو به تنزل خواهد بود.

۷

راه اندازی فروش آنلاین در سوپر مارکت‌های بزرگ توانسته تاثیر مثبتی در فروش آنها گذارد.

۸

حاشیه سود حاصل در فروش کالاهای با برند مشهور کارخانه‌ای عموماً کمتر و در کالاهای خارجی و محصولات خانگی و ارگانیک بیشتر بوده است.

۹

نزدیک ۹۰ درصد کالاهای مورد نیاز واحدها از طریق شرکت‌های پخش به صورت مستقیم یا از طریق ویزیتورهای سیار شرکت‌ها تامین شده است.

۱۰

مشاهدات میدانی بیانگر قلت منابع تامین کالا در زنجیره تامین این واحدها است. این امر فرصتی برای تامین مالی در مراحل مختلف زنجیره عرضه به‌شمار می‌رود.

۱۱

در فروشگاه‌های با متراژ بیشتر و همچنین در مناطق مرفه نشین تهران، عامل تنوع و کیفیت مورد حمایت بسیاری قرار دارد، در حالی که در فروشگاه‌های مستقر در مناطق متوسط عامل قیمت از درجه اهمیت بیشتری برخوردار می‌باشد.

۱۲

افزایش هزینه‌های اجاره وضعیت واحدهای استیجاری به ویژه سوپر مارکت‌های کوچک مقیاس و محلی را به شدت تحت تاثیر قرار داده است.

۱۳

ظهور بحران کرونا موجب جهش در حجم تقاضای محصولات شوینده گردیده است اما تداوم بحران به همراه توسعه الگوهای مختلف خرید موجب حرکت تقاضا در این واحدها به سمت ثبات فروش در ۴۳ درصد از واحدها شده است.

۱۴

تعطیلی مدارس و تغییر الگوی مصرف به سمت محصولات خانگی خرید تنقلات عرضه شده در سوپر مارکت‌ها را تحت تاثیر قرار داده است.

۱۵

شاخص‌های مالی عملکرد سوپر مارکت‌های کوچک مقیاس به شدت تنزل یافته است.

۱۶

بخش قابل توجهی از خرید سوپر ماکت‌ها به شکل خرید مدت دار با دوره بازپرداخت کمتر از ۳ ماه صورت می‌گیرد. میزان نرخ سود مستقیم یا غیرمستقیم در این دوره بعضاً تا ۲۰ درصد افزایش می‌یابد. این ساز کار هزینه‌های زیادی را به کسب و کار این گروه تحمیل می‌کند.

۱۷

تامین سرمایه در گردش و ارتقای شرایط مکانی از مهم‌ترین انگیزه‌های تامین مالی سوپر مارکت‌ها بوده است.

بر اساس ارزیابی فعالان واحدهای صنفی گسترش الگوهای دیگر فروش نظیر فروشگاه‌های زنجیره‌ای و فروش دیجیتال موجب کاهش تعداد مشتریان در سال آتی برای ۴۳ درصد از واحدها خواهد شد.

۳۰ درصد واحدها با کاهش تعداد مشتریان مواجه بوده‌اند.

بر اساس ارزیابی فعالان واحدهای صنفی گسترش الگوهای دیگر فروش نظیر فروشگاه‌های زنجیره‌ای و فروش دیجیتال موجب کاهش تعداد مشتریان در سال آتی برای ۴۳ درصد واحدها خواهد شد.

در سال آتی بیشترین کاهش فروش در کالاهای پروتئینی و آشامیدنی‌ها و کمترین کاهش در شوینده‌ها و تنقلات رخ خواهد داد.

در سال جاری میزان سودآوری در ۲۶ درصد بنگاه‌ها وضعیت صعودی داشته است. این رقم در سال آتی به ۲۰ درصد کاهش خواهد یافت.

در سال جاری ۷۰ درصد واحدها با ثبات یا افزایش مانده گردش مالی مواجه بوده‌اند. ارزیابی فعالان بازار حکایت از ثبات تقریبی (۷۳ درصد) این رقم در سال آتی دارد.

ارزیابی صنف سوپرمارکت در یک نگاه



ب-فروشگاه های زنجیره ای



جامعه آماری

صاحب هویت و محتوی تجاری خاصی هستند که به واسطه فعالیتشان در تعریف با برندهای دیگر معنا می یابند. این واحدها در زمینه فروش اقلام مختلف خوراکی و برخی اقلام روزمره خانه نظیر محصولات لبنی، تخم مرغ، مواد شوینده، لوازم بهداشتی و مواد پروتئینی فعالیت می کنند. زمان نمونه گیری: مرداد ماه ۱۴۰۰
تعداد نمونه آماری: ۱۰۰ واحد

فروشگاه های زنجیره ای مجموعه ای از فروشگاه های شبیه هم هستند که در مکان های مختلف شهر تهران ایجاد شده اند، هدف تمامی آنها فروش محصولاتی مشترک تحت یک نظام مدیریت واحد است. این فروشگاه ها از جمله مجموعه های خرده فروشی هستند که علاوه بر تعامل با برندهای مختلف تولیدی و خدماتی، خود به عنوان یک برند،

تصویر کلی از وضعیت کسب و کار فروشگاه‌های زنجیره‌ای شهر تهران



بازار کالاهای مصرفی در طول دو سال گذشته روندی پرتلاطم را طی کرده است. این روند پرنوسان ضرورت تغییر در نظام توزیع خرده فروش در راستای کاهش هزینه های مستقیم و غیر مستقیم خانوارهای مصرف کننده را دو چندان کرده است. توسعه فروشگاه های زنجیره ای پاسخی به این ضرورت بوده است. پاره ای از مهم ترین ویژگی های تحولات در کسب و کار این گروه صنفی به شرح زیر قابل بیان است:

۴

مشاهدات میدانی بیانگر قلت منابع تامین کالا در زنجیره تامین این واحدها است. این امر فرصتی برای تامین مالی در مراحل مختلف زنجیره عرضه به شمار می رود.

۳

نزدیک ۹۰ درصد کالاهای مورد نیاز واحدها از طریق شرکتهای پخش به صورت مستقیم یا از طریق ویزیتورهای سیار شرکتهای تامین شده است.

۲

تحولات حجم فروش و همچنین قیمت موجب شده که درآمد حاصل ۸۶ درصد فروشگاه ها در مقایسه با سال قبل افزایش محسوسی را تجربه کند.

۱

تامین کالا از طریق ویزیتورهای سیار نیز در سال گذشته افزایش محسوسی یافته است.

۵

افزایش تعداد این فروشگاه ها به همراه توسعه فروشگاه های مجازی موجب شده بر اساس نظر فعالان این صنف در سال پیش رو شاخص های عملکردی آنان روندی نزولی را تجربه کند.

۶

هر چند حجم بازار این واحدها رو به تنزل بوده اما جذب مشتریان از سوپر مارکت ها و تغییر شیوه خرید خانوارها عملاً به معنای ارتقای عملکرد این واحدها در چند سال اخیر بوده است به گونه ای که ۷۴ درصد این واحدها با افزایش و یا ثبات در تعداد مشتریان خود در سال گذشته روبرو بوده اند.

۷

بخش قابل توجهی از خرید فروشگاه ها به شکل خرید مدت دار با دوره بازپرداخت کمتر از سه ماه صورت می گیرد. میزان سود مستقیم یا غیرمستقیم در این دوره بعضاً تا ۱۵ درصد افزایش می یابد. این سازو کار هزینه های زیادی را به کسب و کار این گروه تحمیل می کند.

۱۱

راه اندازی فروش آنلاین در فروشگاه های زنجیره ای از طریق اپلیکشن های مختلف توانسته است تاثیر مثبتی در فروش آنها بر جای گذارد.

۱۰

بیشترین میزان افزایش سودآوری در فروشگاه های بزرگ مقیاس و با موقعیت مکانی مناسب رخ داده است.

۹

فروشگاه های زنجیره ای اتکای کمی به تامین کالا از بازار و فروشگاه های آن دارند.

۸

موقعیت مکانی فروشگاه، فضای داخلی و نوع قفسه بندی، برنامه های وفاداری، وجود سرویس های غیر حضوری و ساعات کار فروشگاه ها را می توان بعنوان مهم ترین عوامل موثر بر عملکرد فروشگاه بیان کرد.

۱۲

ارزش بالقوه بازار فروش کالاهای عرضه شده توسط فروشگاه های زنجیره ای و سوپر مارکت های شهر تهران از ۶۱۵ هزار میلیارد ریال در سال ۱۳۹۸ به ۷۵۲ هزار میلیارد ریال در سال ۱۳۹۹ افزایش یافته است. رشد کمتر از نرخ تورم بیانگر کاهش حجم واقعی بازار است.

۱۳

با وجود نیاز، نظام بانکی فاقد سهم مناسبی در تامین مالی این صنف است. نتایج نمونه گیری نشان می دهد ۳۸ درصد سوپر مارکت ها از نظام بانکی به عنوان یکی از مجراهای تامین مالی استفاده می کنند.

۱۷

فروشگاه های واقع شده در مناطق میانی شهر و محل سکونت اقشار متوسط با بیشترین میزان افزایش درآمد فروش مواجه بوده اند.

۱۶

توسعه فروشگاه های مجازی تاثیر نامطلوبی بر عملکرد این فروشگاه ها گذاشته است.

۱۵

تامین کالا در این فروشگاه ها عمدتاً متکی به شرکت های پخش و تولیدکنندگان است.

۱۴

فروشگاه های زنجیره ای با داشتن مزیت نسبی در برابر سوپر مارکت ها توانسته اند در مقایسه با سوپر مارکت ها عملکرد مناسبی را رقم زنند.

۱۸

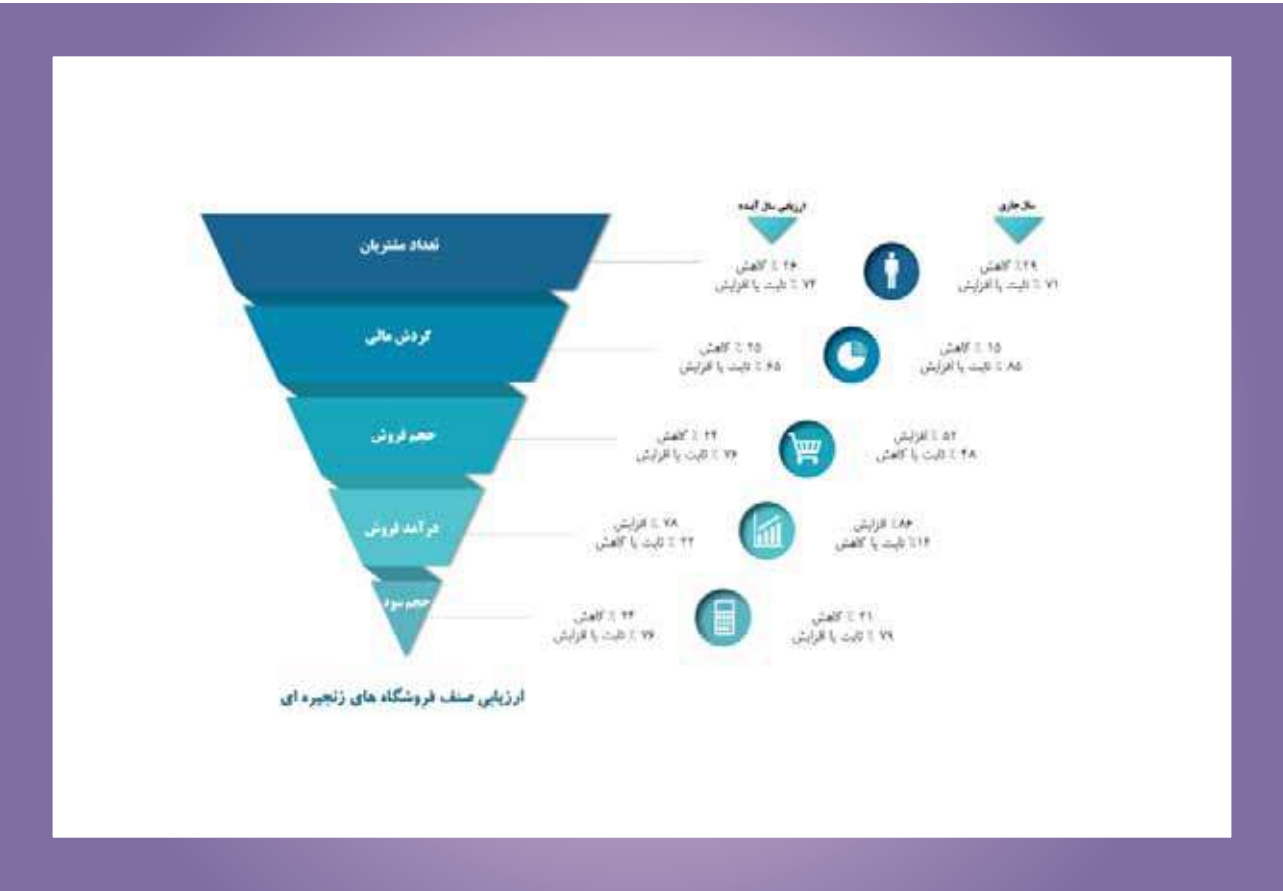
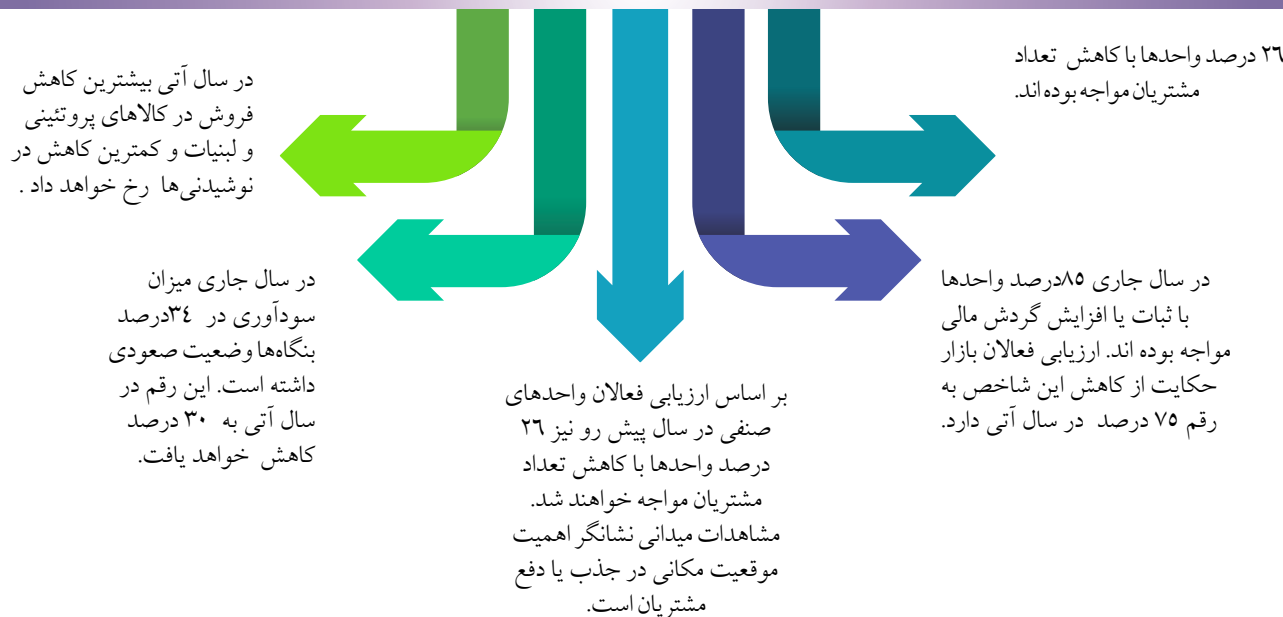
تامین سرمایه در گردش و ارتقای شرایط مکانی از مهم ترین انگیزه های تامین مالی سوپر مارکت ها بوده است.

۱۹

در سال گذشته عواملی همچون افزایش بیش از حد تعداد فروشگاه های زنجیره ای، افزایش فروش دیجیتال و کاهش توان خرید خانوارها موجب کاهش تعداد مشتریان در تعدادی از این فروشگاه ها شده است.

۲۰

بحران کرونا به همراهی تورم الگوی خرید خانوار را از خرید های روزانه از سوپر مارکت ها به خرید عمده از فروشگاه های زنجیره ای تغییر داده است (حجم فروش در ۵۰ درصد فروشگاه های زنجیره ای عمدتاً بزرگ صعودی و در ۲۰ درصد فروشگاه ها نزولی بوده است و در ۲۹ درصد از واحدهای عمدتاً کوچک مقیاس کاهش یافته است).





معرفی باشگاه بامن

در راستای افزایش تعداد مشتریان و میزان فروش پذیرنده‌ها و همچنین افزایش قدرت خرید دارندگان کارت‌های بانکی، شرکت پرداخت الکترونیک سامان کیش با ادغام دو زیرمجموعه خود با عناوین «مدیریت نوین کسب سود بامن» و «باشگاه مشتریان یاقوت» جهت ارائه خدمات متنوع رفاهی، بستری جامع و به‌روز را تحت عنوان «باشگاه بامن» فراهم کرده است. در این باشگاه خدماتی نظیر تخفیف در لحظه، دریافت امتیاز با قابلیت نقدشوندگی، خرید اعتباری و اقساطی و ... ارائه می‌شود. در حال حاضر بیش از ۵۰۰۰ پذیرنده حضوری و آنلاین در باشگاه بامن فعال هستند. برای اطلاعات بیشتر به سایت بامن مراجعه کنید.

(لینک واژه «بامن» به سایت اصلی <https://baman.club>)



CTA

- | | |
|------------------------------------|---|
| ۵. تبلیغات اثربخش رایگان | عضویت پذیرندگان در باشگاه بامن (لینک: https://survey.porsline.ir/s/3XvzLal) |
| ۶. بدون پرداخت هزینه اولیه | عضویت دارندگان کارت در باشگاه بامن (لینک: https://baman.club/landing) |
| مزایای بامن برای دارندگان کارت | مزایای بامن برای پذیرندگان |
| ۱. صرفه‌جویی ماهانه | ۱. افزایش میزان فروش |
| ۲. افزایش قدرت خرید | ۲. افزایش تعداد مشتریان |
| ۳. دریافت تخفیف‌های شگفت‌انگیز | ۳. افزایش وفاداری مشتریان |
| ۴. تنوع در خدمات و فروشگاه‌ها | ۴. ارتقاء اعتبار کسب‌وکار |
| ۵. تبدیل امتیاز به پول نقد | |
| ۶. شرکت در قرعه‌کشی‌های جذاب هفتگی | |



نکته: به جهت بیشتر دیده شدن این صفحه، لطفاً برای درج بنر اسلایدر در صفحه اصلی سایت سب که کاربران سایت را به این صفحه هدایت نماید، مساعدت فرمایید.

درخشش ستارگان اینشورتک ایران با حمایت بیمه سامان در استانبول

افزون بر آن، «حامی سیگورتا» شرکت فعال طرف قرارداد با بیمه گران ترکیه است که توسط بیمه گران ایرانی ایجاد شده و حضور اینشورتک های ایرانی در ترکیه را حمایت خواهد کرد. «پلنت» در این رویداد خارجی که توانایی های اینشورتک های ایرانی را عرضه کرده و به حضور آنها در صنعت بیمه ترکیه کمک می کند، با غرفه ویژه نمایشگاهی حضور دارد.

اینشورتک های منتخب ایران در این رویداد، «آپولو» فعال در حوزه فرایندهای دیجیتال صدور بیمه های خودرو، «هشتگ بیمه» فعال در حوزه فرایندهای دیجیتالی بیمه درمان و خسارت بیمه های خودرو، تحلیل هوشمند خسارت های بیمه ای و کروکی آنلاین و «اینشورمتیکس» فعال در حوزه بیمه خانه هوشمند و ترکیب اینترنت اشیا با بیمه های اموال اند که به نمایشگاه ترکیه اعزام شده اند.

شبکه نوآفرینی بیمه و مالی (پلنت) با حمایت شرکت بیمه سامان، سه استارت آپ منتخب در حوزه اینشورتک ایران را به نمایشگاه و کنفرانس بین المللی بیمه در ترکیه اعزام کرد.

به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، نمایشگاه و کنگره بین المللی بیمه (IIFC)، تحت نظارت اتحادیه نمایندگان بیمه (ANSAD)، ۳ تا ۵ مارس ۲۰۲۲ در آنتالیا برگزار شد.

هدف از برگزاری این نمایشگاه، گردهم آوردن متخصصان این صنعت با هدف افزایش همکاری و میزان نفوذ بیمه در صنعت است.

پلنت با ارائه یک فراخوان و استقرار یک تیم داوری هفت نفره متشکل از ۵ داور ایرانی و ۲ داور از کشور ترکیه، از میان ۱۰ استارت آپ فعال صنعت بیمه کشور، ۳ اینشورتک را برگزید تا به این نمایشگاه و کنفرانس اعزام کند. «بیمه سامان» حامی مالی این رویداد مهم بین المللی است.



«مجازی» بدوید و از «سامان» جایزه بگیرید!

اقدام به تشکیل یک تیم ۴ نفری می کردند. در مجموع هر ۴ نفر رکورد ۴۰۱ کیلومتر دوندگی را در ۱۴ روز نخست فروردین سال آینده ثبت کردند.

همه افراد تیم هایی که در مدت این چالش موفق به ثبت رکورد ۴۰۱ کیلومتر دوندگی شدند، مدال و حکم شرکت در این چالش را دریافت خواهند کرد و در کنار این افراد، تیم های ثبت کننده این رکورد که بیش از ۱۰۰ کیلومتر در این مدت دویده بودند، در قرعه کشی ۷ جایزه ۷ میلیون تومانی شرکت داده شدند. باشگاه تهران کلاب برای کسانی که نتوانستند یک گروه ۴ نفری برای ثبت این رکورد تشکیل دهند، گروه تشکیل خواهد داد.

علاقه مندان به شرکت در این چالش باید پس از ثبت نام در سایت www.tehrunclub.com و همچنین اپلیکیشن استراوا (strava) در کلاب «صد سال به سامان» عضو شوند.

گروه مالی سامان با طراحی یک چالش مجازی دومیدانی، علاقه مندان به دوندگی را به این چالش فراخواند.

به گزارش روابط عمومی بیمه سامان، در شرایط شیوع کووید ۱۹ و لزوم رعایت فاصله اجتماعی، بسیاری از افراد جامعه از ورزش فاصله گرفتند، بنابراین گروه مالی سامان با طراحی یک چالش منحصر به فرد، به دنبال آن است تا ضمن کمک به حفظ سلامتی مردم، آنها را با یک رویداد تازه نیز آشنا کند.

این چالش که «دو مجازی» نام دارد، با شعار «صد سال به سامان» به طور رسمی از اول فروردین ۱۴۰۱ آغاز شد.

در این چالش که با حمایت گروه مالی سامان شامل شرکت بیمه سامان، بانک سامان، پرداخت الکترونیک سامان و بلوبانک برگزار شد، شرکت کنندگان باید



امنیت و سلامتی با اپلیکیشن ۷۲۴



سامانه جدید چک با تلاش این عزیزان پیاده‌سازی شد

ردیف	اسامی	نام محل خدمت
۱	حدیثه رضائی	مدیریت بهبود و کیفیت
۲	احمد غفوری جشقانی	مدیریت بهبود و کیفیت
۳	احسان فارغ دفاعی	مدیریت بهبود و کیفیت
۴	مسعود شنوائی زارع	مدیریت فناوری اطلاعات
۵	زینب عبدی	مدیریت فناوری اطلاعات
۶	محمد رضاخو	مدیریت بهبود و کیفیت
۷	شهرام قاسم‌زاده سروش	اداره پایاپای
۸	محبیا ملک محمدی برنتی	مدیریت فناوری اطلاعات
۹	فریمه کرم	مدیریت بهبود و کیفیت
۱۰	بهرام ایزدی	مدیریت جذب و فروش
۱۱	بنفشه ندیمی	مدیریت سرمایه انسانی
۱۲	مرضیه امیرآبادی	مدیریت فناوری اطلاعات
۱۳	درسا صالحی مهربان	مدیریت فناوری اطلاعات
۱۴	مریم ملک محمدبرنتی	مدیریت فناوری اطلاعات
۱۵	پوریا عزیزی نژاد	مدیریت فناوری اطلاعات
۱۶	ندا مظاهری	مدیریت فناوری اطلاعات
۱۷	آرزو نقی زاده گلیانی	مدیریت روابط عمومی و صدای مشتریان
۱۸	فرهاد رحمانی	مدیریت روابط عمومی و صدای مشتریان
۱۹	جعفر تکبیری	مدیریت روابط عمومی و صدای مشتریان
۲۰	راضیه غنجدی	مدیریت روابط عمومی و صدای مشتریان
۲۱	نیلوفر فیاض	مدیریت روابط عمومی و صدای مشتریان
۲۲	علیرضا اوریات	مدیریت سرمایه انسانی
۲۳	اعظم معصومی	مدیریت سرمایه انسانی
۲۴	مینا حسین زاده کاشان	مدیریت سرمایه انسانی
۲۵	مهسا کریمی	آکادمی سامان
۲۶	سجاد مظاهری	آکادمی سامان
۲۷	مسعود مشایخی	مدیریت پشتیبانی فروش
۲۸	محمد رضا احمدآبادی	شعبه نازی‌آباد
۲۹	راحله سادات حسینی	مدیریت بهبود و کیفیت
۳۰	حسن ابراهیمی	مدیریت پشتیبانی فروش
۳۱	حمیده حدادی	مدیریت پشتیبانی فروش
۳۲	علی جباری	مدیریت روابط عمومی و صدای مشتریان
۳۳	محمد بنی حسن	مدیریت روابط عمومی و صدای مشتریان
۳۴	نازنین ختمی	مدیریت روابط عمومی و صدای مشتریان
۳۵	ندا معصوم‌زاده	مدیریت روابط عمومی و صدای مشتریان
۳۶	فاطمه احمدی	مدیریت سرمایه انسانی
۳۷	سینا موحدی	مدیریت سرمایه انسانی
۳۸	محسن اسمعیلی محمدی	مدیریت سرمایه انسانی
۳۹	ثریا مستقیم	آکادمی سامان
۴۰	عرفانه لوانسانی فرد	آکادمی سامان

تقدیر از همکاران

همه شما عزیزان در شعب بانک در جهت رضایت مشتریان تلاش کرده و موجبات خشنودی مشتریان را فراهم می‌کنید تا آنها بتوانند با خیالی آسوده و امن به امور بانکی خود بپردازند. در این میان برخی از مشتریان از همکاری که حسن خلق و پیگیری مؤثری داشته‌اند به صورت کتبی تقدیر کرده‌اند. ما به رسم سپاس و قدردانی، اسامی این عزیزان را در نشریه منتشر می‌کنیم.

با تشکر
مدیریت سرمایه انسانی

ردیف	نام و نام خانوادگی	شماره پرسنلی	محل خدمت	
۱	آمنه سادات حسینی	۳۹۰۱۸۵	شعبه میدان حسین آباد	
۲	لیلا ملکی هشجین	۳۸۶۲۴۴	شعبه اردبیل	
۳	سهیل میرزایی	۳۹۰۳۶۲	شعبه اردبیل	
۴	شیما عباسیان	۳۹۷۱۲۵	شعبه میدان حسین آباد	
۵	فریده سهرابزاده	۳۹۴۰۳۳	شعبه میدان حسین آباد	
۶	ناصر هوشیاری	۳۸۴۱۴۱	شعبه اردبیل	
۷	محمد بانی مهجور	۳۹۲۱۹۳	شعبه جام جم	

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه / اباجه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمابر	نام مسئول شعب / اباجه ها
۱	آفریقا	۸۰۱	تهران، یزرگراه آفریقا، نرسیده به چهارراه جهان کودک، پلاک ۳۱	۸۸۷۴۴۵۷-۶۱	۸۸۷۳۷۷۳	شاهرخ نیری
۲	مرکزی	۸۰۲	تهران، خیابان انقلاب، بین چهارراه کالج و چهارراه ولیعصر، پلاک ۸۰۳	۶۶۹۵۹۳۳-۶۶۹۵۹۰۰	۶۶۹۷۱۰۶۱	سلیمان بیات
۳	اصفهان	۸۰۳	اصفهان، خیابان فردوسی، نبش خیابان منوچهری، ساختمان امیر، پلاک ۱۳	۰۳۱-۳۲۲۳۰۴۲۴-۷	۰۳۱-۳۲۲۳۰۴۲۸	جمشید باقری
۴	باغ فردوس	۸۰۴	تهران، خیابان ولیعصر، نرسیده به میدان تجریش، روپروی باغ فردوس، پلاک ۲۹۴۴	۲۲۷۴۰۷۷۵	۲۲۷۴۰۷۱۵	فاطمه حکیمی
۵	پاسداران	۸۰۵	تهران، خیابان پاسداران، مقابل بوستان ششم، جنب برج سفید، پلاک ۲۵۰	۲۲۵۹۶۵۸	۲۲۵۹۶۵۴۰	مهرداد کریمی
۶	بازار	۸۰۶	تهران، بازار بزرگ، خیابان ۱۵ خرداد غربی، بین چهارراه گلوندک و خیابان ابوسعید، پلاک ۶۸۱	۵۵۵۷۵۷۳۸-۹	۵۵۵۷۶۴۹۵	حسن صالحی کیا
۷	صادقیه	۸۰۷	تهران، ضلع جنوب شرقی فلکه اول صادقیه، پلاک ۹۱۸	۴۴۲۵۴۵۱۸-۲۰	۴۴۲۵۴۵۱۷	مهدی احمدی
۸	اقدسیه	۸۰۸	تهران، خیابان اقدسیه (موجوده دانش)، نبش کوچه نسیم، پلاک ۶۳	۲۲۸۳۳۲۴۹-۰۶-۲۲۸۳۳۰۰	۲۲۸۳۳۲۴۵	مهدی عامری شهبازی
۹	میرداماد	۸۰۹	تهران، خیابان میرداماد، نرسیده به میدان مادر، پلاک ۱۴۸	۲۲۹۲۴۴۵۱-۴	۲۲۹۲۴۴۶۳	ابوالقاسم نصیری
۱۰	دکتر فاطمی	۸۱۰	تهران، خیابان دکتر فاطمی غربی، روپروی خیابان هشت بهشت، نبش کوچه شیخلر (ششم)، پلاک ۱۴۰	۸۸۹۸۲۱۸۱-۸۴	۸۸۹۸۲۱۹۴	مجتبی قنبرزاده
۱۱	سعادت آباد	۸۱۱	تهران، خیابان سعادت آباد، میدان کاج، پلاک ۱۳	۲۲۰۸۶۱۹۵-۲۰۰	۲۲۰۸۷۷۰۸	بهاره علی یاری
۱۲	جنت آباد	۸۱۲	تهران، خیابان جنت آباد جنوبی، پلین تو از میدان چهار باغ، نبش خیابان لاله غربی، ساختمان سمرقند، پلاک ۴۷	۴۴۴۹۵۲۰۱-۱۲	۴۴۴۹۵۲۲۸	امیر ضیاء
۱۳	خیابان دولت	۸۱۳	تهران، خیابان دولت، نرسیده به چهارراه پاسداران، پلاک ۱۸	۲۲۷۶۴۲۸۲-۷	۲۲۷۸۱۰۶۹	فرهاد عطائی فر
۱۴	میدان ونک	۸۱۴	تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از میدان ونک، نبش خیابان برادران شرفی، پلاک ۲۴۷۷	۸۸۲۰۵۵۵۵-۹	۸۸۲۰۵۴۴۸	متین اقبالزاده
۱۵	ایران زمین	۸۱۵	تهران، شهرک غرب، خیابان ایران زمین، مجتمع ایران زمین، پلاک ۱۳ و ۱۴	۸۸۵۷۷۶۰۵-۱۰	۸۸۵۷۱۲۱۵	بهوش قاسمی
۱۶	اریکه ایرانیان	۸۱۶	تهران، بلوار فرحزادی، نبش اردوگاه غربی، مجتمع اریکه ایرانیان، پلاک ۱	۲۲۳۵۹۲۷۵-۷۸	۲۲۳۵۳۵۱۶	امین کاهه
۱۷	یافت آباد	۸۱۷	تهران، یزرگراه آیت اله سعیدی، یافت آباد شرقی، بازار میل ایران، پلاک ۲۰۲ و ۲۰۵	۶۶۲۱۱۰۱۴-۱۷	۶۶۲۳۷۱۱۰	حسن تنجیر قلیچی
۱۸	شهر ری	۸۱۸	شهری، میدان شهری، خیابان ۲۴ متری زکریای رازی (بیات)، پلاک ۲۵۷	۵۵۹۷۰۷۳۲-۵۵۹۷۰۷۳۸	۵۵۹۷۰۷۳۰	محمود احسنی
۱۹	ظفر	۸۱۹	خیابان ظفر، بعد از خیابان کازرون شمالی، پلاک ۱۲۸	۲۶۶۴۵۹۸۶-۲۶۶۴۵۷۱۵		بیژن اسلامی قلیچی
۲۰	آفریقای شمالی	۸۲۰	تهران، خیابان نلسون ماندلا (آفریقا)، بالاتر از خیابان اسفندیار، نبش شمالی خیابان شهید سعیدی، پلاک ۱۵۸	۲۶۲۱۹۶۵۸-۲۶۲۱۹۹۰۸	۲۶۲۱۹۷۱۳	حیدررسانی فر
۲۱	جام جم	۸۲۱	تهران، خیابان ولیعصر، نرسیده به چهارراه پارک وی، نبش کوچه ترکش دوز، پلاک ۲	۲۶۲۱۰۹۱۳-۱۴	۲۶۲۱۰۹۱۷	آزاده قدیمی
۲۲	پیروزی	۸۲۲	تهران، خیابان پیروزی، نبش خیابان عادلی	۳۳۳۲۳۱۴۰-۲	۳۳۳۲۳۱۴۳	عباس دانش بقا
۲۳	ولنجک	۸۲۳	تهران، خیابان ولنجک، خیابان چهاردهم، پلاک ۷	۲۴۴۲۱۲۲۷-۳۱	۲۴۱۲۲۵۹۰	هومن رسولی
۲۴	خیابان آذریبجان	۸۲۴	تهران، خیابان آزادی، نبش خیابان آذریبجان، پلاک ۱۰۴۶	۶۶۰۶۷۸۸۲-۶۶۰۶۷۸۸۴-۶	۶۶۰۶۷۸۸۰	فرخ فرجی
۲۵	شهرک اکباتان	۸۲۵	شهرک اکباتان، فاز یک، خیابان نفیسی، روپروی مخابرات، پلاک ۵۹	۴۰۴۴۶۹۰۳-۴۰۴۴۶۹۲۵	۴۴۶۹۵۳۴۳	حسام حاجی حیدری
۲۶	میدان آرژانتین	۸۲۶	تهران، میدان آرژانتین، اول خیابان بهمنی، پلاک ۲۱	۸۸۵۱۷۶۴۰-۸۸۵۱۷۴۱۸	۸۸۵۱۷۳۸۱	سیدجعفر لاجوردی
۲۷	خیابان ملت اکباتان	۸۲۷	تهران، خیابان سعدی جنوبی، خیابان اکباتان، پلاک ۹۳	۳۳۹۹۸۰۰۵-۷	۳۳۹۹۸۰۰۹	مهدی عبدلی وشته
۲۸	قیطریه	۸۲۸	تهران، بلوار ۳۵ متری قیطریه، روپروی پارک قیطریه، پلاک ۸۵	۲۲۳۴۴۳۷۰-۸	۲۲۳۴۴۵۸	نازنین رحیمی
۲۹	ملاصدرا	۸۲۹	تهران، خیابان ملاصدرا، بعد از خیابان شیراز، پلاک ۱۳۲	۸۸۱۲۳۵۱۷-۸۸۱۲۳۴۴۸	۸۸۱۲۳۶۳۱	مهدی باقی
۳۰	خیابان سید جمال الدین اسد آبادی	۸۳۰	تهران، خیابان سید جمال الدین اسد آبادی، نبش شمالی خیابان ۴۹، پلاک ۴۳۳	۸۸۲۱۷۹۳۵-۸۸۲۱۰۲۹۶	۸۸۲۱۸۶۳۷	فاطمه حاجی بابائی
۳۱	میدان قزوین	۸۳۱	تهران، خیابان کارگر جنوبی، ضلع شمال شرقی میدان قزوین، پلاک ۱۸	۵۵۴۸۱۱۷۲-۴	۵۵۴۸۱۱۷۹	داریوش خداداد
۳۲	خیابان دکتر بهشتی	۸۳۲	تهران، خیابان شهید دکتر بهشتی، بعد از چهارراه سهروردی، پلاک ۱۳۸	۸۸۵۱۲۶۰۳-۸	۸۸۷۶۶۶۹۹	احمد حیدرهانی
۳۳	خیابان کارگر شمالی	۸۳۳	تهران، خیابان کارگر شمالی، بالاتر از خیابان دکتر فاطمی، پلاک ۱۶۱۵	۸۸۹۹۱۳۴۵-۸	۸۸۹۹۱۳۵۰	افشین فرج زاده
۳۴	فلکه سوم تهرانپارس	۸۳۴	تهران، خیابان حجرین عدی، بالاتر از فلکه سوم تهرانپارس، نبش خیابان ۲۱۴ شرقی، پلاک ۱۳۰	۷۷۳۷۰۳۷۸-۷۷۳۷۰۱۸۶	۷۷۳۷۰۴۴۱	زهرا کسرائی پور
۳۵	خیابان ولیعصر - پارک ساعی	۸۳۵	تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از خیابان شهید دکتر بهشتی، نبش کوچه کوزه گر، پلاک ۲۱۳۳	۸۸۷۰۹۴۸۱-۸۸۵۵۶۹۶۵-۲	۸۸۵۵۶۹۶۶	مژگان طرفه نژاد
۳۶	فلکه اول تهرانپارس	۸۳۶	تهران، فلکه اول تهرانپارس، ابتدای خیابان حجرین عدی، نبش خیابان ۱۴۸ غربی، پلاک ۳۲	۷۷۷۲۳۲۵۰-۵۴	۷۷۷۲۳۲۵۵	امین بیگلری
۳۷	بازار کاشفا	۸۳۷	تهران، بازار بزرگ تهران، سزه میدان، بازار کاشفا، نبش بازار خاها، پلاک ۶۴	۵۵۱۵۱۸۰۲-۴-۵	۵۵۱۶۱۰۷۳	سید محمد میرحسینی نیری
۳۸	الهیة	۸۳۸	تهران، خیابان ولیعصر، خیابان شهید فیاضی، بعد از خیابان کوهیار، پلاک ۶۹	۲۶۲۰۰۹۶۲-۶۳		رضا جلالی
۳۹	منیریه	۸۳۹	تهران، خیابان ولیعصر، میدان منیریه، خیابان منیریه، نبش بن بست ناظمی، پلاک ۵۳	۶۶۴۹۱۰۷۵-۸۷-۸۵	۶۶۴۹۱۰۷۳	حسین یوسفی پور
۴۰	شهرک راه آهن	۸۴۰	تهران، اتوبان همت غرب، شهرک گلستان، بلوار امیر کبیر، نرسیده به چهارراه گلها، پلاک ۵۳	۴۴۷۳۸۹۵۹-۴۴۷۳۸۹۶۹	۴۴۷۳۷۸۸۸	مهدی طلایی

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه / پلاک	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمایر	نام مسئول شعبه / پلاک
۴۱	میدان نبوت	۸۴۱	تهران، بزرگراه رسالت، خیابان آیت، ضلع جنوب غربی میدان نبوت، پلاک ۵۶۰	۷۷۹۴۰۴۳۸-۹	۷۷۹۴۰۴۱۸	علی حمیدیا
۴۲	دلاوران	۸۴۲	تهران، میدان رسالت، خیابان هنگام، بلوار دلاوران، بین چهارراه آزادگان و تکاوران، پلاک ۳۷۵	۷۷۲۱۳۸۴۸-۷۷۱۸۱۳۹۱	۷۷۲۱۳۷۷۷	تیمور طاهری
۴۳	شهران	۸۴۴	تهران، میدان دوم شهران، ابتدای خیابان یکم پلاک ۴	۴۴۳۲۷۹۷۱-۴۴۳۲۸۱۴۷	۴۴۳۲۸۳۲۹	منصوره رضاییان مقدم
۴۴	بلوار فردوس	۸۴۵	تهران، بزرگراه شهید ستاری، بلوار فردوس شرقی، پلاک ۴۳۴	۴۴۰۰۰۳۸۵-۶	۴۴۰۰۰۸۲۶	سارا گلدوست مرندی
۴۵	فرودگاه امام خمینی	۸۴۶	تهران، کیلومتر ۳۰ اتوبان تهران - قم، فرودگاه بین المللی امام خمینی، سالت ورودی	۵۵۶۷۸۴۰۸-۹	۵۵۶۷۸۴۱۰	---
۴۶	میدان تجریش	۸۴۷	تهران، میدان تجریش، خیابان شهرداری، پلاک ۸۱	۲۲۷۳۲۳۵۲-۲۲۷۳۲۳۱۹	۲۲۷۳۲۴۴۸	فاطمه حیاتی
۴۷	نازی آباد	۸۴۸	تهران، نازی آباد، خیابان مدائن، پلاک ۱۱۶ و ۱۱۸	۵۵۳۲۱۰۰۴-۷	۵۵۳۵۶۰۵۱	علی اکبر عینی
۴۸	سرو	۸۴۹	تهران، سعادت آباد، بلوار سرو غربی، نبش شمال شرقی میدان سرو، پلاک ۷۷	۲۲۰۹۴۳۵۶		احسان ملاحمیدی
۴۹	ترمینال ۲ فرودگاه مهرآباد	۸۵۲	تهران، فرودگاه بین المللی مهرآباد، ترمینال ۲، زیر پارکینگ طبقاتی	۴۴۶۹۰۰۹۰-۴۴۶۳۱۳۹۷	۴۴۶۹۲۲۵۲	مصطفی کریمی
۵۰	امین حضور	۸۵۳	تهران، میدان بهارستان، خیابان مصطفی خمینی، خیابان امیرکبیر شرقی، نبش کوچه جاویدی، پلاک ۱۴۰	۳۳۴۴۳۷۱۱-۳۳۴۴۳۷۰۴	۳۳۱۳۸۳۱۴	---
۵۱	مولوی	۸۵۴	تهران، خیابان مولوی شرقی، نبش کوچه شهید علی اکبر قاسمی، پلاک ۵۱۸	۵۵۱۵۷۳۷۶-۵۵۱۵۶۱۰۹	۵۵۱۵۷۲۹۶	عباس سیفی
۵۲	خیابان لواسانی	۸۵۵	تهران، کابرنه، خیابان لواسانی غربی، نبش دوراهی آریا، پلاک ۳	۲۲۸۱۶۶۹۲-۳-۵	۲۲۸۱۶۶۸۹	اله میرزائی
۵۳	تهرانسر	۸۵۶	تهران، تهرانسر، بلوار اصلی، نبش خیابان ۱۴	۴۴۵۸۷۵۹۶-۴۴۵۸۷۵۸۶	۴۴۵۱۷۶۶۲	محسن باقری نیا
۵۴	هایبر استار	۸۵۷	تهران، بزرگراه شهید باکری جنوب، مرکز خرید هایبر استار	۴۴۱۶۷۱۸۵-۶	۴۴۱۶۷۱۹۹	نیما گیلابی
۵۵	آصف	۸۵۸	تهران، زعفرانیه، بلوار یزدانی، نبش غربی خیابان ماکونی پور، پلاک ۱۹	۲۲۸۰۲۳۲۷-۲۲۸۰۲۳۳۰	۲۲۸۰۲۹۰۱	نرین خوش صحبت
۵۶	میدان حسین آباد	۸۵۹	تهران، چهارراه پاسداران، میدان حسین آباد، ساختمان مهدی، پلاک ۱۲۰	۲۲۹۶۰۰۱۳-۲۲۹۵۹۹۷۹	۲۲۹۵۹۹۰۹	حمیدرضا خبری
۵۷	مقدس اردبیلی	۸۶۱	تهران، خیابان مقدس اردبیلی، نبش خیابان فرخ، پلاک ۱	۲۲۸۰۲۴۵۳-۲۲۸۰۲۴۰۹	۲۲۸۰۲۴۶۱	وحید میرزاخانی
۵۸	خیابان ولیعصر - زرتشت	۸۶۲	تهران، بالاتر از میدان ولیعصر، نرسیده به خیابان زرتشت، نبش کوچه ناصر، پلاک ۱۷۷۷	۸۸۸۰۵۷۵۳-۸۸۸۰۶۱۷۸	۸۸۸۰۷۵۹۲	صمد رضازاده
۵۹	خیابان دزاشیب - سه راه عمار	۸۶۳	تهران، میدان قدس، انتهای خیابان شهید کبیری (دزاشیب)، سه راه عمار، پلاک ۱۵۸	۲۲۷۵۳۹۱۴-۱۸	۲۲۷۵۳۹۱۳	رضا جلیل زاده
۶۰	خیابان جمهوری	۸۶۵	تهران، خیابان جمهوری، بین خیابان ولی عصر و شیخ هادی، پلاک ۸۵۲	۲۲۶۹۷۳۹۴-۲۲۶۹۷۳۹۲	۲۲۶۹۷۳۹۸	عباس امیری
۶۱	یهشی- قائم مقام	۸۶۶	خیابان شهید بهشتی، بعد از بزرگراه مدرس، پلاک ۲۷۵	۸۸۵۳۲۲۸۹-۸۶۱۲۲۱۶۰		محمدرضا البرزی
۶۲	دهکده المپیک	۸۶۷	تهران، بلوار دهکده المپیک، خیابان شهید مهدی یعقوبی، پلاک ۲	۴۴۷۰۱۴۶۷	۴۴۷۱۱۷۸۲	مونا رضایی
۶۳	قلهک	۸۶۸	خیابان دکتر شریعتی، بالاتر از دوراهی قلهک، پلاک ۱۴۲۵	۲۲۶۰۱۵۳۷-۲۲۶۰۳۶۱۳	۲۲۶۰۹۷۰۳	روح اله صفری
۶۴	ستارخان	۸۶۹	تهران، میدان توحید، خیابان ستارخان، نبش کوچه ستایش	۲۲۵۶۲۶۱۵-۲۲۵۶۲۴۹۹	۲۲۵۶۲۸۶۵	حمید نودست
۶۵	پونک	۸۷۰	تهران، بزرگراه اشرفی اصفهانی، بالاتر از میدان پونک، نبش کوچه ۱۹، پلاک ۱	۴۴۴۶۲۵۱۰	۴۴۴۶۲۸۱۵	احمد عهدی
۶۶	مژده	۸۷۱	تهران، خیابان نیاوران، خیابان شهید مقدسی (مژده)، خیابان میری، پلاک ۴	۲۲۷۱۶۵۱۶-۲۲۷۱۶۳۵۱	۲۲۷۱۶۲۹۳	نغمه خسروی
۶۷	لاله زار	۸۷۲	خیابان لاله زار نو، نرسیده به خیابان منوچهری پلاک ۴۷۱	۳۲۸۷۰۴۵۸-۳۲۸۷۰۳۱۷	۲۲۵۳۰۱۴۶	محمد سلگی
۶۸	میدان هفت تیر	۸۷۳	میدان هفت تیر، بالاتر از مسجد الجواد، پلاک ۲۷۵	۸۸۸۱۵۶۳۰-۸۸۸۱۵۸۹۰	۸۸۸۴۶۱۹۰	محمدرضا پیشگاه هادیان
۶۹	نیاوران	۸۷۴	تهران، نیاوران، خیابان شهید باهنر، رویرو پارک باهنر، پلاک ۱۴۸	۳۲۱۱۷۱۹۲-۹۳	۳۲۱۱۷۱۹۵	احسان مهدی پور
۷۰	بلوار ۲۴ متری سعادت آباد	۸۷۵	تهران، سعادت آباد، میدان فرهنگ، بلوار ۲۴ متری، نبش کوچه چهارم غربی، پلاک ۱۸	۲۲۳۷۸۵۶۶-۷	۲۲۳۷۵۶۰۵	واله سعیدی
۷۱	خیابان آقابزرگی - الهیه	۸۷۶	تهران، خیابان الهیه، خیابان شهید آقابزرگی، نبش خیابان استانبول، پلاک ۳۷	۲۲۶۹۶۴۵۱-۲	۲۲۶۹۶۴۵۳	بناترین بابائی
۷۲	بزرگراه فتح	۸۷۷	تهران، بزرگراه فتح، جاده قدیم کرج، بعد از شیر باسویزه، مجتمع تجاری تهران، پلاک ۲۳۸	۲۲۸۱۵۹۶۹-۲۲۸۱۵۷۹۸	۲۲۸۱۶۰۰۸	محمود لک
۷۳	شهر قدس	۸۷۸	شهر قدس، بلوار ۴۵ متری انقلاب، رویرو پارک آزادگان، پلاک ۳۶۸	۴۶۸۳۲۲۳۸-۴۶۸۳۲۲۳۸	۴۶۸۳۲۲۴۱	مرتضی باغستانی
۷۴	دروس	۸۷۹	تهران، خیابان شریعتی، منطقه دروس، بلوار شهرزاد، خیابان شیدایی، کوچه اسپند، پلاک ۲	۲۲۶۴۰۳۲۰-۲۲۶۴۰۳۲۴	۲۲۶۴۰۳۰۸	کزال آیت النبی
۷۵	بلوار مرزداران	۸۸۱	تهران، شهرک ژاندارمری، بلوار مرزداران، بین ایثار و دانش، پلاک ۱۳۶	۴۴۲۱۱۲۶۲۹-۴۴۲۱۱۰۴۰	۴۴۲۱۱۸۴۱	عباس آهنگری کیوی
۷۶	بلوار کشاورز	۸۸۲	تهران، بلوار کشاورز، بین خیابان وصال شیرازی و نادری، پلاک ۱۷۸	۸۸۹۸۳۱۵۴-۶	۸۸۹۸۳۱۵۷	شادمان غفوری
۷۷	بلوار دریا	۸۸۳	تهران، خیابان سعادت آباد، بلوار دریا، نبش خیابان رامشه، پلاک ۵۰	۸۸۵۷۸۷۱۱-۸۸۳۳۸۱۸	۸۸۳۳۶۷۶۹	فاطمه دولت آبادی فراهانی
۷۸	گیشا	۸۸۴	تهران، کوی نصر (گیشا)، نبش خیابان نوزدهم، پلاک ۳۶۲	۸۸۴۸۵۷۸۴-۵	۸۸۴۸۵۷۸۷	رضا محمدقاسمی
۷۹	جهان شهر کرج	۹۰۱	کرج، میدان سپاه، اول بلوار جمهوری، نبش لیلوفر، پلاک ۱	۰۲۶-۳۴۴۶۱۱۵-۱۷،۲۰	۳۴۴۸۱۴۴۵-۰۲۶	رضا حاجی پور

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه/پاچه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمایر	نام مسئول شعب/پاچه ها
۸۰	میدان توحید کرج	۹۰۲	کرج، خیابان شاه عباسی، بین میدان توحید و میدان قدس، برج سامان، طبقه همکف	۰۲۱-۳۲۲۰۶۴۷۱-۴	۰۲۱-۳۲۲۰۵۸۸۲	جبار رضائی دره نیجه
۸۱	شهریار	۹۰۴	شهریار، خیابان ولیعصر، ضلع شرقی میدان امام خمینی (نیش خیابان محسنی)	۰۲۱-۳۲۳۰۲۱-۲۳-۳۶	۰۲۱-۳۲۳۰۲۱-۲۳-۳۶	غلامعلی کریمی ایبازی
۸۲	مهرشهر کرج	۹۰۵	کرج، مهرشهر، بلوار شهرداری، فاز دو، نیش خیابان ۲۰۸، پلاک ۵۴۳	۰۲۱-۳۲۴۱۷۹۰۷	۰۲۱-۳۲۴۱۷۹۰۸	جواد علی بخشی
۸۳	قم	۹۰۰۱	قم، بلوار امین، نیش کوچه ۴۱	۰۲۵-۳۲۹۴۰۶۰۲	۰۲۵-۳۲۹۴۱۶۱۶	مهدی مجاهدی
۸۴	فلکه جهاد - قم	۹۰۰۲	قم، فلکه جهاد، خیابان ۱۹ دی، پلاک ۵۵۵ و ۵۵۷	۰۲۵-۳۲۷۰۸۸۴۰-۲	۰۲۵-۳۲۷۰۵۹۴۹	اکبر مردانی
۸۵	شیراز	۹۱۰۱	شیراز، خیابان زند، حدفاصل خیابان های فلسطین و هفت تیر (۴متری سینما سعدی)، ساختمان پاسارگاد، پلاک ۳۹۶	۰۷۱-۳۲۳۱۹۵۲۲-۵-۶-۷	۰۷۱-۳۲۳۱۹۵۱۳	محمد صیادی هنروز
۸۶	قصر دشت	۹۱۰۳	شیراز، خیابان قصر دشت، سواره خلد برین، پلاک ۷۵	۰۷۱-۳۲۳۷۹۱۸۰	۰۷۱-۳۲۳۷۹۲۱۶	مهرزاد نظری
۸۷	معالی آباد شیراز	۹۱۰۴	شیراز، معالی آباد، بلوار شریعتی، نیش کوچه ۲۷	۰۷۱-۳۲۳۴۱۳۹۷	۰۷۱-۳۲۳۴۱۴۰۶	روح الله پورملاکه
۸۸	پاسداران شیراز	۹۱۰۵	شیراز، بلوار پاسداران، حد فاصل خیابان میثاق و تقاطع شهید مطهری، ساختمان سامان	۰۷۱-۳۲۳۳۸۱۱-۳	۰۷۱-۳۲۳۳۷۰۸۰	مهدی ملاشعید
۸۹	بندرعباس	۹۱۲۱	بندرعباس، بلوار امام خمینی، سواره دنگشا، برج نیلوفر، طبقه همکف	۰۷۶-۳۲۳۳۵۳۰۲-۳	۰۷۶-۳۲۳۳۵۳۰۳۰	علیرضا ساردونی
۹۰	زاهدان	۹۱۳۱	زاهدان-خیابان امیرالمومنین مابین امیرالمومنین ۲۷ و ۲۹	۰۵۴-۳۲۳۳۸۲۷۹		محمد علی شیددی
۹۱	بوشهر	۹۱۴۱	بوشهر، میدان امام خمینی، ابتدای خیابان فرودگاه، پلاک ۳۷	۰۷۷-۳۲۵۱۶۲۳۱۹-۲۴	۰۷۷-۳۲۵۱۶۲۳۲۵	غلامرضا فرشیدفر
۹۲	قزوین	۹۲۰۱	قزوین، خیابان خیام شمالی، پلاک ۵۶۰	۰۲۸-۳۲۳۵۷۳۰۵-۶	۰۲۸-۳۲۳۵۷۰۹۵	محمد جهانگیری پاشاکی
۹۳	همدان	۹۲۲۱	همدان، خیابان جهان نما، روپرو خیابان آزاد، برج شهباز، طبقه همکف، پلاک ۱۵۳	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۹۰-۲	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۸۹	محسن سعیدی
۹۴	کرمانشاه	۹۲۴۱	کرمانشاه، میدان فردوسی، جنب بیمارستان معتضدی، پلاک ۱۲	۰۸۳-۳۲۳۵۹۵۹۰۹-۱۱	۰۸۳-۳۲۳۵۹۵۹۷۱	مهرزاد مرادی
۹۵	ایلام	۹۲۶۱	ایلام، خیابان طالقانی، روپرو فرمانداری، پلاک ۳۵۱	۰۸۴-۳۲۳۳۳۱۷۳	۰۸۴-۳۲۳۳۳۱۵۲	سجاد کلهر کاظمی
۹۶	سنندج	۹۲۷۱	سنندج، چهارراه فلسطین، بلوار سید قطب، پلاک ۳	۰۸۷-۳۲۳۴۵۴۳۲-۳	۰۸۷-۳۲۳۴۵۴۳۶	حسین عبدیان
۹۷	خرم آباد	۹۲۸۱	خرم آباد، خیابان علوی، نرسیده به میدان امام، پلاک ۴۲۲	۰۶۶-۳۲۳۳۵۵۹۰-۲	۰۶۶-۳۲۳۳۵۵۹۱	سعید راهنمایی
۹۸	مشهد	۹۳۰۱	مشهد، بلوار احمد آباد، ۳۰ متری اول احمد آباد (خیابان رضا)، نیش کوچه رضای دوم	۰۵۱-۳۸۴۴۲۰۳	۰۵۱-۳۸۴۴۳۹۱۴	مهدی تونزنده جانی
۹۹	مدرس مشهد	۹۳۰۲	مشهد، بلوار مدرس، نیش مدرس ۵، پلاک ۳۷	۰۵۱-۳۲۳۸۳۸۰۰-۵	۰۵۱-۳۲۳۴۱۰۴۶	محمد مققانی
۱۰۰	سجاد مشهد	۹۳۰۳	مشهد، بلوار سجاد، نیش سجاد ۸ (خیابان لاله جنوبی)	۰۵۱-۳۲۳۴۸۲۰۸-۹	۰۵۱-۳۲۳۴۸۲۰۴۶	ناصر مختاری فارمد
۱۰۱	قرنی (مشهد)	۹۳۰۴	مشهد، بلوار قرنی، مابین چهارراه ابوطالب و قرنی، پلاک ۲۸	۰۵۱-۳۲۳۴۵۸۱۲-۱۷		مجید امیری دولوی
۱۰۲	بلوار هاشمیه (مشهد)	۹۳۰۵	مشهد، بلوار هاشمیه، بین هاشمیه ۱۶ و ۱۸، پلاک ۱۱	۰۵۱-۳۸۸۴۱۵۲۳	۰۵۱-۳۸۸۴۱۵۲۹	اله سازگار
۱۰۳	نیشابور	۹۳۱۶	نیشابور، خیابان امام خمینی(ره)، بین امام خمینی ۲۲ و ۲۴، پلاک ۱۳۸۸	۰۵۱-۳۲۳۴۹۱۳-۱۵	۰۵۱-۳۲۳۴۹۱۶	علی ابراهیمیان
۱۰۴	بجنورد	۹۳۲۱	بجنورد، تقاطع بلوار امام خمینی(ره) و میرزا رضا کرمانی	۰۵۸-۳۲۳۴۴۳۲۰	۰۵۸-۳۲۳۴۴۳۴۸	یاسر محمودخانی
۱۰۵	گلزار رشت	۹۴۰۱	رشت، ابتدای بلوار گلزار، ضلع شرقی میدان باستانی شعار	۰۱۳-۳۲۳۱۱۴۷۱۰-۱۲	۰۱۳-۳۲۳۱۱۴۷۱۳	سید بابک دولتی میله سرا
۱۰۶	ساری	۹۴۰۲	ساری، خیابان فرهنگ، بعد از سه راه قارن، به طرف میدان شهدا	۰۱۱-۳۲۳۵۹۷۲۰-۵	۰۱۱-۳۲۳۵۹۷۲۱	سید عبدالمجید طاهری
۱۰۷	بابل	۹۴۲۱	بابل، میدان ولایت، ابتدای خیابان مدرس، روپرو شهرداری	۰۱۱-۳۲۳۱۹۷۱۴۰-۴۱	۰۱۱-۳۲۳۱۹۷۱۴۸	ابوذر اسامه
۱۰۸	آمل	۹۴۳۱	آمل، خیابان امام خمینی(ره)، حد فاصل آفتاب ۱۸ و ۲۰	۰۱۱-۴۴۴۹۶۴۲۱-۲۷	۰۱۱-۴۴۴۹۶۴۳۵	اسفندیار حیدری
۱۰۹	گرگان	۹۴۴۱	گرگان، خیابان ولیعصر (عج)، بین عدالت ۸ و ۱۰	۰۱۷-۳۲۳۶۹۰۰۲-۵	۰۱۷-۳۲۳۶۹۰۱۶	مهدی بافندگان
۱۱۰	سمنان	۹۴۵۱	سمنان، میدان مشاهیر، ابتدای بلوار قدس جنب بانک صادرات	۰۲۳-۳۲۳۶۹۱۸۰-۱۹-۲۲		محمدرضا مصدق
۱۱۱	کرمان	۹۵۰۱	کرمان، خیابان سپید قرنی، نرسیده به میدان سپید قرنی، نیش کوچه قرنی ۸	۰۳۴-۳۲۳۳۳۸۶-۷	۰۳۴-۳۲۳۳۳۷۹۶۰	مالک قادری
۱۱۲	میدان کوثر (کرمان)	۹۵۰۲	کرمان، میدان کوثر، ابتدای بلوار آزادگان	۰۳۴-۳۲۴۷۶۷۱۱	۰۳۴-۳۲۴۷۶۷۴۲	--
۱۱۳	رفسنجان	۹۵۱۱	رفسنجان، ابتدای خیابان مطهری، بعد از پل فجر، ساختمان محمد عسگری	۰۳۴-۳۴۳۲۱۰۳-۵	۰۳۴-۳۴۳۲۱۰۲	علی اکبر ابوطالبی باقرآباد
۱۱۴	زاینده رود	۹۵۲۱	اصفهان، خیابان توحید میانی، نیش کوچه شهید تقی آبادی، پلاک ۵	۰۳۱-۳۲۳۸۲۵۷۴	۰۳۱-۳۲۳۸۲۵۰۹	عباس سبزه زار
۱۱۵	چهارباغ بالا	۹۵۲۲	اصفهان، میدان آزادی، خیابان چهارباغ بالا، نیش کوچه بهار آزادی، پلاک ۱۶۹	۰۳۱-۳۲۳۰۶۰۷۶-۷	۰۳۱-۳۲۳۰۶۰۷۹	علیرضا مستاجران
۱۱۶	خیابان حافظ اصفهان	۹۵۲۳	اصفهان، میدان امام (قش جهان)، ابتدای خیابان حافظ، پلاک ۳۳	۰۳۱-۳۲۳۰۹۴۷۷-۹	۰۳۱-۳۲۳۳۷۴۲۶	مجید سیف الدینی
۱۱۷	خانه اصفهان	۹۵۲۴	اصفهان، شهرک خانه اصفهان، خیابان گلستانه، پلاک ۶۰	۰۳۱-۳۴۳۷۲۷۱	۰۳۱-۳۴۴۱۳۶۸۸	احسان جمشیدیان
۱۱۸	سیتی سنتر اصفهان	۹۵۲۵	اصفهان، بزرگراه شهید وحید دستجردی، مقابل ورودی جنوبی سپاهان شهر، مجتمع سیتی سنتر اصفهان، طبقه همکف	۰۳۱-۳۶۵۱۶۸۴۱-۲	۰۳۱-۳۶۵۱۶۸۴۳	سمیرا سبزه زار
۱۱۹	یزد	۹۵۴۱	یزد، خیابان امام خمینی(ره)، نیش کوچه شهید صدوقی، پلاک ۲۷۴	۰۳۵-۳۲۳۲۱۶۹۱-۲	۰۳۵-۳۲۳۲۱۶۹۵۵	حمید دهقانی نقتی
۱۲۰	بلوار جمهوری اسلامی یزد	۹۵۴۲	یزد، بلوار جمهوری اسلامی نیش کوچه محمود آباد، رو به روی برج آسمان	۰۳۵۳۳۰۲۱۴۰-۴۹		محمدرضا زارع
۱۲۱	اراک	۹۵۵۱	اراک، خیابان شهید رجایی، پلاک ۸۸۲۷	۰۸۶-۳۲۳۱۴۴۰۴-۵	۰۸۶-۳۲۳۲۵۹۵۷	طاهر کریمی
۱۲۲	تبریز	۹۶۰۱	تبریز، خیابان امام، بالاتر از چهارراه شهید بهشتی، نیش کوی فرهنگ، پلاک ۵۲۱	۰۴۱-۳۲۳۷۳۸۰۰-۲۰	۰۴۱-۳۲۳۷۵۱۶۰	محمدرضا مریخی آذر
۱۲۳	ولیعصر تبریز	۹۶۰۲	تبریز، خیابان ولیعصر(عج)، حدفاصل فلکه بازار و ایردک، پلاک ۱۶	۰۴۱-۳۲۳۲۲۴۰۹	۰۴۱-۳۲۳۰۱۱۵۵	علیرضا محمودی
۱۲۴	۱۷ شهریور تبریز	۹۶۰۳	تبریز، ابتدای خیابان ۱۷ شهریور جدید، جنب ساختمان آبان، پلاک ۱۴	۰۴۱-۳۵۵۷۳۶۷۰-۲	۰۴۱-۳۵۵۷۳۶۷۳	اروج میرزائی
۱۲۵	استاد شهریار تبریز	۹۶۰۴	تبریز، ابتدای جاده اتل گلی، نیش کوی الهی پرست، پلاک ۳	۰۴۱-۳۲۳۹۳۳۶۲	۰۴۱-۳۲۳۹۳۳۶۰	محمدعلی رضائی اقدام

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه / باجه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمایر	نام مسئول شعب / باجه ها
۱۲۶	بازار تبریز	۹۶۰۵	تبریز، خیابان جمهوری اسلامی، ابتدای خیابان دارائی (شهید مدنی)، پلاک ۱۴۲۷	۰۴۱-۳۵۴۴۰۴۹	۰۴۱-۳۵۴۴۲۲۳	اروج میرزانی
۱۲۷	ارومیه	۹۶۲۱	ارومیه، خیابان کاشانی، رویروی مرکز بهداشت، پلاک ۱۵۶	۰۴۴-۳۲۲۴۳۱۱	۰۴۴-۳۲۲۴۰۳۹۲	شهلا امامی
۱۲۸	خیابان سرداران ارومیه	۹۶۲۲	ارومیه، خیابان سرداران، جنب کوچه شهید صفوی (کوچه تلفنخانه سابق)، پلاک ۱۶۹	۰۴۴-۳۲۲۵۰۵۲۳-۲۴	۰۴۴-۳۲۲۷۸۴۶	مسعود نامی فر
۱۲۹	اردبیل	۹۶۴۱	اردبیل، خیابان شیخ صفی، پلاک ۱۶۰	۰۴۵-۳۳۲۵۲۶۰-۵	۰۴۵-۳۳۲۵۳۰۱	ناصر هوشیاری
۱۳۰	زنجان	۹۶۸۱	زنجان، میدان آزادی، ابتدای خیابان امام، ساختمان ممتاز	۰۲۴-۳۳۳۲۰۶۵۴،۵	۰۲۴-۳۳۳۲۷۷۳۳	حمید رضا ففغوری
۱۳۱	اهواز	۹۷۰۱	اهواز، خیابان شهید چمران (کیانپارس)، حد فاصل خیابانهای ۳ و ۴ شرقی، پلاک ۲۰۵	۰۶۱-۳۳۹۲۰۵۲۴،۶	۰۶۱-۳۳۹۲۰۷۴۵	فاطمه حیاتی
۱۳۲	کیش	۹۸۰۱	کیش، خیابان فردوسی، مرکز تجاری کیش، طبقه همکف	۰۷۶-۴۴۴۵۲۴۹۰-۹۵	۰۷۶-۴۴۴۵۲۳۵۹	پیمان خیاپی
۱۳۳	قشم	۹۸۲۱	قشم، بلوار ولیعصر (امام قلی خان)، رویروی مجتمع تجاری خلیج فارس، ساختمان گلدیس	۰۷۶-۳۵۲۴۲۶۴۰-۴۱	۰۷۶-۳۵۲۴۲۶۵۰	عباس اطهری
۱۳۴	اروند	۹۸۵۱	آبادان، بلوار شهید منتظری (شاپور سابق)، نبش خیابان امیر کبیر (امیری)	۰۶۱-۵۳۲۶۲۷۴-۵	۰۶۱-۵۳۲۶۲۷۳۱	حمید چنگیزیان

شعب بانک سامان پاسخگوی همیشگی شما

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

سرپرستی ها

ردیف	عنوان سرپرستی	نام سرپرست	نشانی	شماره تلفن
۱	سرپرستی منطقه ۱	مریم طرفی نژاد	تهران - میدان قدس - انتهای خ کبیری - سه راه عمار-ب-۱۵۸	۲۲۳۹۶۹۰۶ - ۲۲۷۱۷۵۹۷ - ۲۲۷۵۳۹۱۹
۲	سرپرستی منطقه ۲	بابک پرومند	بزرگراه رسالت، خیابان آیت، ضلع جنوب غربی میدان نبوت، پلاک ۵۶۰، طبقه فوقانی شعبه میدان نبوت	۷۷۹۱۷۰۰۳ - ۷۷۹۱۱۵۰۹ - ۷۷۹۱۰۱۱۹
۳	سرپرستی منطقه ۳	علیرضا رشیدی	خیابان سید جمال الدین اسدآبادی، نبش کوچه چهل و نهم، پلاک ۴۳۳، نیم طبقه شعبه سید جمال الدین اسدآبادی	۸۸۶۲۹۰۶۷ - ۸۸۲۱۷۹۰۲ - ۸۸۶۱۶۴۸۵
۴	سرپرستی منطقه ۴	الیاس عباس زاده	بزرگراه همت غرب، شهرک گلستان، بلوار امیر کبیر، نرسیده به چهارراه گلها، پلاک ۵۳، طبقه فوقانی شعبه شهرک راه آهن	۴۴۷۳۹۱۱۱
۵	سرپرستی شعب استانهای شمال	محمود ملکی	ساری خیابان فرهنگ بعد از سه راه قارن به طرف میدان شهدا	۳۳۲۵۹۷۸۱ - ۳۳۲۵۹۷۸۶ - ۳۳۲۵۹۷۸۴ - ۱۱
۶	سرپرستی شعب استانهای شمال غرب	غلامرضا نیکمهد	تبریز خیابان امام بالاتر از چهارراه شهید بهشتی نبش کوی فرهنگ پلاک ۵۲۱	۰۴۱-۳۳۳۳۸۴۰-۰۴۱-۳۳۳۳۸۳۸
۷	سرپرستی شعب استانهای شرق و شمال شرق	مهدی تونزنده جانی	مشهد-بلوار سجاد - نبش سجاد ۸ - اول (۹۱۸۶۶۹۴۱۳۵) کد پستی	۱۱۲-۱۱۴-داخلی-۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۴۴،۵
۸	سرپرستی شعب استانهای مرکز	حسین شکوینا	اصفهان خیابان توحید میانی نبش کوچه شهید تقی آبادی پلاک ۵	۰۳۱۳-۶۲۸۲۱۱۲-۰۳۱۳-۶۲۸۴۰۸۰
۹	سرپرستی شعب استانهای غرب	محسن سعیدی	زنجان - میدان آزادی ابتدای خیابان امام - ساختمان ممتاز	۰۲۴-۳۳۳۶۵۸۶۲-۳۳۳۶۵۸۶۳
۱۰	سرپرستی شعب استانهای جنوب و جنوب غرب	علیرضا پاک نژاد	شیراز-بلوار پاسداران (زهری)، حدفاصل خیابان بعثت و تقاطع مطهری، ساختمان سامان، طبقه اول	۰۷۱-۳۸۴۴۶۷۰
۱۱	سرپرستی شعب استانهای جنوب شرق	احمد شریعتمداری	کرمان خیابان سپهبد قرنی کوچه ۸	۰۳۴۴-۲۲۳۸۷۹۴

دفاتر بانکداری اختصاصی

نام دفتر	نام مسئول دفتر	کد دفتر	نشانی	شماره تماس
دفتر بانکداری اختصاصی زعفرانیه	آقای محسنی	۸۶۴	تهران - زعفرانیه - خیابان یکتا - ابتدای خیابان طاهری - پلاک ۳	۲۲۷۱۶۵۳۸
دفتر بانکداری اختصاصی تبریز	آقای جهانگیرزاده سوره	۸۶۴۱	تبریز- خیابان امام - بالاتر از چهارراه بهشتی - نبش کوچه فرهنگ - ساختمان بانک سامان - طبقه سوم	۰۴۱-۳۳۳۳۸۵۱
دفتر بانکداری اختصاصی مشهد	آقای زره داران	۸۶۴۲	مشهد - بلوار سجاد - نبش سجاد هشتم - ساختمان بانک سامان - طبقه هفتم	۰۵۱-۳۷۶۸۱۷۱۶
دفتر بانکداری اختصاصی قم	آقای قافله باشی	۸۶۴۳	قم - بلوار امین - نبش کوچه ۴۱ - ساختمان بانک سامان - طبقه دوم	۰۲۵-۳۲۴۰۰۴۴۱
دفتر بانکداری اختصاصی اصفهان	آقای گیلانی فر	۸۶۴۴	اصفهان - خ توحید جنوبی - بعد از چهارراه پلیس - ساختمان زیوار - طبقه پنجم - واحد ۵۰۱	۰۳۱-۳۱۲۲۲۴۴۷



قدرت، نوآوری، روح



تندر نور، مرکز بزرگ تولید، تعمیرات و بازسازی دستگاههای کارتخوان
تهران، میدان رسالت، خیابان هنگام، بلوار دلاوران، بین چهارراه آزادگان و تیکاوران، پلاک ۳۷۷
کارخانه: پارک فناوری پردیس، نوآوری ۲، پلاک ۲۷ - تلفن: ۰۲۱-۷۷۴۴۴۴۴۴ - فکس: ۰۲۱-۷۷۱۸۲۸۴۴





ایستغبار دوباره سبز می‌شود

برآمد باد صبح و بوی نوروز به کام دوستان و بخت پیروز



۱۴۰۱



باشما هستیم

در خانواده باشگاه مشتریان بانک سامان ۱۰۰ هزار نفری شدیم.

مرکز سامان ارتباط: ۰۲۱-۶۴۲۲

www.sb24.ir