

قطارهای فدک
انقلابی در صنعت حمل و نقل کشورطراحی دکوراسیون قطارهای فدک
در عین مدرن بودن از نمادهای تصویری
ایران اسلامی نیز بهره گرفته استقطارهای فدک
FADAK TRAINSضرورت‌های نوآوری
محصول

هادی اسدی

رئیس کمیته اجرایی جشنواره

امروزه فضای رقابت از منابع به سمت مشتری حرکت کرده است. موفقیت شرکت‌ها در این شرایط بستگی زیادی به شناسایی نیازهای مشتری و ارائه محصولات و خدمات نوآورانه در جهت جلب رضایت بیشتر آنها دارد. این در حالی است که شرکت‌های ایرانی در حد زیادی درگیر موضوعات بنیادی تولید و ارائه محصولات و خدمات متداول هستند و نوآوری، جایگاه ویژه‌ای در اولویت‌های استراتژیک آنها ندارد. بدیهی است استمرار این شرایط، کار را برای رقابتی خارجی آسان‌تر و مشتریان ایرانی را از کالاهای ایرانی دورتر می‌نماید. در این راستا شرکت‌های ایرانی با شناخت بازار و مشتریان و توسعه فرایندهای نظام‌مند نوآوری محصول، باید به توسعه محصولات و خدماتی بپردازند که بتوانند با پاسخگویی به نیازهای مشتری با رویکردهای نوآورانه و متمایز، ضمن اکتساب جایگاه رقابتی خود در بازارهای داخلی، شرایط لازم برای رقابت مؤثر و کسب سهم بازار از رقبا در بازارهای بین‌المللی را نیز به دست آورند. ما نیز در جشنواره نوآوری محصول بر آنیم تا با نهادینه کردن فرایندهای نوآوری محصول در شرکت‌های ایرانی و تقدیر از اقدامات ارزشمند شرکت‌های ایرانی، گامی بلند در این حوزه برداریم.

برترین‌های نوآوری محصول شرکت‌های ایرانی

جشنواره ملی نوآوری محصول برتر ایرانی در دانشکده مدیریت دانشگاه تهران برگزار شد

«جشنواره ملی نوآوری محصول برتر ایرانی»
مقدم میهمانان محترم را گرامی می‌داریم.

محیط بانک

بانک دیجیتال دوستدار محیط زیست

www.mohitbank.digibanking.ir

به کمپین اجتماعی محیط بانک پیوندید

@mohitbankcamp

بانکداری دیجیتال
DigiBanking

مرجع تحلیلی ترویجی بانکداری دیجیتال

www.digibanking.ir

در ترویج بانکداری دیجیتال سهیم باشیم

info@digibanking.ir ۰۲۱ - ۸۸۸۵۴۷۲۵

معرفی مدل مرجع نوآوری محصول



محمد نایق
رئیس شورای سیاست‌گذاری

دکتر محمد نایق، رئیس شورای سیاست‌گذاری جشنواره ملی نوآوری محصول برتر ایرانی، ضمن تشکر از دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، کنفدراسیون صنعت ایران و مرکز رسانه‌های دیجیتال وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به‌عنوان همراهان و حامیان اصلی این جشنواره، به معرفی مدل مرجع نوآوری محصول پرداختند. ایشان با تأکید بر مفهوم نوآوری باز، نوآوری را فرایندی از بازار تا بازار توصیف کرده و مراحل اصلی نوآوری محصول را مبتنی بر «مدل مرجع نوآوری محصول» در ۶ فاز: «توسعه ایده‌ها»، «بررسی و غربال اولیه ایده‌ها»، «توسعه طرح کسب‌وکار»، «توسعه محصول»، «آزمون و اعتبارسنجی در بازار» و «لانچ به بازار» معرفی نمودند. ایشان با تأکید بر اینکه این چارچوب براساس یکی از معتبرترین مدل‌های جهانی نوآوری محصول بنام Stage Gate توسعه داده شده است بیان کردند:

دبیرخانه جشنواره قصد دارد تا با توسعه فعالیتهای خود در زمینه ارزیابی شرکت‌های ایرانی در دوره‌های آتی جشنواره براساس مدل مذکور و ارائه گزارشی از نقصان‌های موجود در فرایند نوآوری محصول شرکت‌ها، بتواند در توسعه یک فرایند نوآوری محصول موفق در شرکت‌های ایرانی نقش آفرین بوده و گام‌های ارزشمندی را در جهت ارتقای سطح نوآوری در ایران بردارد.

لزوم توجه به نوآوری محصول در شرکت‌های ایرانی



مسعود کیماسی
دبیر علمی جشنواره

دکتر مسعود کیماسی، عضو هیأت علمی دانشگاه تهران و رئیس مرکز آموزش‌های کاربردی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، به‌عنوان دبیر علمی جشنواره، براساس گزارش نوآوری محصول جهانی، به شاخص نوآوری در ایران در بین ۱۴۱ کشور دنیا اشاره کرد که با کسب ۲۹ امتیاز از ۱۰۰ امتیاز، رتبه ۱۰۶ جهانی را در اختیار دارد و اینکه این رتبه به هیچ وجه مناسب و برازنده ایران نیست

وی در ادامه با اشاره به مشخصه‌های ۵۰ شرکت برتر در این رده بندی، این موارد را در ۴ عامل اصلی چابکی در فرایندهای تحقیق و توسعه، سرعت در تولید محصول نوآور، بهره‌گیری از تکنولوژی و در نهایت ورود به سایر کسب‌وکارها (رشد جانبی) معرفی کردند. ایشان توضیحاتی درباره جایگاه نوآوری در اولویتهای استراتژیک شرکت‌های برتر مطرح کرده و عنوان نمودند: براساس گزارش گروه مشاوران بوستون، حدود ۷۸٪ از شرکت‌ها، نوآوری را یکی از سه اولویت استراتژیک سازمان خود اعلام نموده‌اند و این در حالی است که نوآوری محصول در شرکت‌های ایرانی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار نیست. ایشان در پایان تأکید کردند: توسعه فرایند نظام‌مند برای نوآوری، با تصمیم‌گیری مناسب در ابتدای مراحل تحقیق و توسعه محصول، منجر به جلوگیری از شکست‌های بزرگ و صرف هزینه‌های بزرگ برای پروژه‌های بی‌نتیجه می‌گردد و می‌تواند اطمینان از موفقیت پروژه‌ها را به حداکثر برساند.

ضرورت تکمیل زنجیره نوآوری در صنعت



داریوش مهاجر
عضو شورای سیاست‌گذاری

دکتر داریوش مهاجر، رئیس کنفدراسیون صنعت ایران و عضو شورای سیاست‌گذاری جشنواره درباره ضرورت تکمیل زنجیره نوآوری سخنرانی خود را ارائه دادند.

ایشان نوآوری در صنعت را نه تنها یک ضرورت بلکه از مهم‌ترین عوامل رشد اقتصادی معرفی کرده و افزود: در دنیای رقابتی امروز، آنچه توانایی جوامع و بخشهای اقتصادی را در صحنه رقابتی بازار ارتقاء می‌دهد در مرحله نخست شکل دهی به نوآوری و سپس توجه به عوامل دیگر می‌باشد. دبیر کل کنفدراسیون صنعت همزمان بر موانع موجود در برابر نوآوری در سازمانها از جمله وجود مقاومت ساخت‌های قدیمی در برابر ساخت‌های جدید و لزوم مقابله با آن تأکید کردند.

وی در پایان مخالفت خود را با ورود کالاها و خدمات خارجی دارای مشابه به بازار داخلی اعلام کرده و گفت: صنعت داخلی مدتها با مشکلات بسیار از جمله تأمین مالی نامناسب و موانع بسیار جهت دستیابی به تکنولوژی‌های روز دست به گریبان بوده است درحالی‌که صنعتگر خارجی این مشکلات را نداشته است. از این رو با ورود این محصولات خارجی دارای تولید مشابه داخلی، با مشکلات بزرگی مواجه خواهیم شد. از این رو، ورود محصولات خارجی فعلاً باید در حوزه‌هایی مجاز شود که تولید مشابه داخلی وجود ندارد و ملاحظات اساسی در این زمینه در نظر گرفته شود.

تقویت ارتباطات جهت توسعه نوآوری

دکتر غلامرضا کاظمی دینان، رئیس انجمن روابط عمومی ایران و مشاور رئیس کل بانک مرکزی ج.ا.ایران به‌عنوان عضو شورای سیاست‌گذاری جشنواره، در سخنرانی خود روی توسعه و تقویت ارتباطات جهت ارائه محصولات نوآورانه تأکید نمودند.

وی نوآوری را باعث خروج اقتصاد کشور از مشکلاتی که با آن گریبانگیر است دانسته و افزود: ارتباطات نقش بسیار ارزشمند و مؤثری در نوآوری و خلاقیت دارد و روابط عمومی‌ها که مسول ارتباطات هستند می‌توانند موجب نوآوری، نقش آفرینی مؤثر و خلاقیت در کارکنان سازمان‌ها شوند.

وی در ادامه با اعلام اینکه توسعه بانکداری الکترونیک نیاز به شعب را از بین می‌برد، گفت: در حوزه بانکداری الکترونیک، نظام بانکی پیشرفت‌های بسیار خوبی داشته است اما این مقدار کافی نیست. در دنیای جدید توسعه وسایل ارتباطی کار را سخت کرده و دیگر نمی‌شود به خواست و نیاز دیگران در ارائه خدمات بی‌توجه بود.

کاظمی دینان درباره وضعیت نوآوری در نظام بانکی نیز گفت: متأسفانه برخی بانک‌ها از روی یکدیگر رونویسی می‌کنند اما برخی دیگر در حال ارائه خدمات جدید و نوین به بازار هستند که باید این اقدامات ارزشمند، شناسایی و مورد تقدیر قرار بگیرند.



غلامرضا کاظمی دینان
عضو شورای سیاست‌گذاری

معرفی برترین‌های نوآوری محصول شرکت‌های ایرانی سال ۱۳۹۵

| | | | | | | |
|----------------|---------------------------|------------------|--|-----------------|------------------------------------|---|
| | | | | | | |
| قرص STRAMOX 25 | بام (بانک اول من) | طرح حاتم انصار | جسواره ملی نوآوری محصول برتر ایرانی | سیم کارت گردشگر | بانکداری همراه ویژه ساعتهای هوشمند | ژرنا تور نیروگاه گازی ارتقا، یافته ۱۸۵ مگاواتی |
| | | | | | | |
| تبلت بانک رفاه | کارت اعتباری کالای ایرانی | قطار ۵ ستاره فدک | فناوران نوآیندیش (نوآوری در بازاریابی و برندینگ) | قرص RIZAMELT 10 | بانک‌آشنا اقتصاد نوین | پرداخت آبی جرانه راهنمایی و رانندگی در همراه بانک |

حامیان رسانه‌ای



نقش مشتری، مدیر و کارکنان در توسعه محصولات نوآور



جعفر اسدی
عضو شورای سیاست‌گذاری جشنواره

امروزه شرایط عدم اطمینان بر کل صنایع حاکم است. تغییرات اقتصادی همچون تغییر قیمت کالاهای اساسی، تغییر قیمت سهام، تغییر نرخ ارز، تغییر نرخ بهره از جمله مواردی هستند که سازمان‌های امروزی به‌طور مستمرا آن رویه‌رو هستند. در این شرایط نوآوری در محصولات، یکی از راه‌های کاهش این ریسک‌ها در کسب‌وکار است.

نوآوری به زبان ساده معرفی یک محصول یا خدمت است که از لحاظ خصوصیات یا کاربردهای آگاهانه اش، جدید یا همراه بهبود قابل توجه باشد. این بهبودها می‌تواند در مشخصات فنی، اجزای تشکیل دهنده، راحتی کاربری آن یا دیگر خصوصیات کارکردی باشد.

سازمان‌ها با تکیه بر نوآوری و تقویت و ترویج نوآوری و فعالیت‌های نوآورانه در درون خود می‌توانند برتری‌های بلندمدت خود را در عرصه‌های رقابتی حفظ کنند. چند عامل در اهمیت روز افزون نوآوری، بیشترین نقش را دارند: تغییرات سریع تکنولوژی در صنایع مختلف و در نتیجه کوتاه شدن دوره عمر محصولات، نیاز و خواسته‌های جدید مشتریان و فشرده شدن رقابت.

در میان این عوامل، درک نیاز و خواسته‌های مشتری یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت یا شکست محصولات نوآور می‌باشد. تجربه نشان داده است نوآوری‌هایی که از بررسی بازار شروع نشده است، راه سختی برای ایجاد موفقیت

داشته‌اند و در بیشتر مواقع با شکست مواجه شده‌اند. در واقع، بررسی بازار و نیازهای مشتریان می‌بایست یکی از مهم‌ترین مراحل فرایند نوآوری در سازمان‌ها باشد. از طرف دیگر، هماهنگی میان فرایند نوآوری و سایر عوامل تأثیرگذار بر نوآوری بسیار مهم و ضروری است. لذا ایجاد یک نوآوری در محصول دارای مزیت رقابتی در بازار، به ایجاد توازن صحیح میان سه عنصر فرایند نوآوری محصول، رهبری مؤثر مدیریت ارشد و یک محیط کاری خلاق، نیاز دارد. به میزانی که این توازن میان این عوامل وجود داشته باشد، احتمال به ثمر نشستن یک نوآوری بیشتر می‌گردد.

نقش مدیریت نیز در ایجاد و استمرار نوآوری بسیار کلیدی است. مدیران خلاق و جامع‌نگر، شرایط را در سازمان به‌گونه‌ای رقم می‌زنند که خروجی حاصل از آن باعث رشد و توسعه کسب‌وکار، رضایت مشتریان و کارکنان و افزایش سودآوری شود. این مدیریت سازمان است که با ایجاد ساختاری مناسب، فرایندهای نوآوری را در سازمان شکل داده و به سمت تحقق اهداف هدایت نموده و محیط کاری مناسب را برای پشتیبانی از نوآوری در محصولات سازمان را شکل می‌دهد.

بنابراین نوآوری محصولی نیازمند نگاه از بازار به درون، حمایت مدیریت ارشد، ایجاد ساختار مناسب و پرورش کارکنان خلاق می‌باشد و با جمع شدن این عوامل با هم می‌توان امیدوار بود که می‌توان محصول نوآور به بازار ارائه کرد.

گزارش ویژه ارزیابی نوآوری محصول در شرکت‌های ایرانی



پیمان واله
عضو کمیته ارزیابی جشنواره

جشنواره نوآوری محصول با شناسایی، انتخاب و معرفی محصولات و خدمات نوآورانه شرکت‌ها به جامعه، زمینه انتخاب بهترین‌ها را فراهم آورده و با ایجاد جایگاه ویژه و انحصاری برای آن محصول، مزیت منحصربه‌فردی را برای تداوم موفقیت‌های محصول در بازار ایجاد می‌نماید. مبنای توسعه محصولات جدید پاسخگویی به نیاز مشتریان است و تنها در این صورت است که می‌توان از ایجاد فرایندهای نوآوری محصول مشتری محور اطمینان حاصل کرد. ارزیابی نوآوری محصول در این جشنواره بر پایه چهار مرحله اصلی شامل اسکن اولیه بازار، تکمیل فرم خوداظهاری توسط شرکت متقاضی، حضور و بررسی میدانی توسط ارزیابان حرفه‌ای دبیرخانه جشنواره و در نهایت ارزیابی در شورای سیاست‌گذاری، انجام شد. شاخص‌های اصلی ارزیابی نوآوری محصول در شرکت‌ها شامل میزان توسعه یافتگی و بلوغ سازمانی فرایندهای نوآوری محصول براساس مدل جهانی Stage-Gate با تمرکز بر محصول انتخابی بوده که با ارائه مستندات، مورد بررسی قرار گرفته است. همچنین، مزیت‌های رقابتی محصول منتخب و وضعیت آن در بازار نیز از عوامل اصلی مورد توجه در مورد میزان موفقیت محصول در بازار بوده است.

در این دوره از جشنواره، با توجه به بررسی‌های انجام گرفته، ۶ حوزه کالا و خدمات شامل بانک و بیمه، صنایع نفت و پتروشیمی و انرژی، ارتباطات همراه، گردشگری، سلامت، غذایی و خوراکی، به منظور بررسی و اسکن نوآوری‌های بازار تشکیل گردید. در هر یک از این گروه‌ها نیز شرکت‌های دارای شناسایی شده و به منظور ارزیابی دقیق تر اطلاعاتی‌های مورد

نیاز به شرکت‌های مذکور انجام گردید. در بازه رصد اولیه بازار به منظور سنجش اولیه محصولات نوآورانه، ۱۳۱ محصول نوآورانه بدین ترتیب شناسایی شد: گروه بانک و بیمه شامل ۴۲ محصول، گروه صنایع نفت و پتروشیمی و انرژی شامل ۱۲ محصول، گروه ارتباطات همراه شامل ۹ محصول، گروه گردشگری شامل ۱۱ محصول، گروه سلامت شامل ۲۱ محصول، گروه غذایی و خوراکی شامل ۳۶ محصول. از میان شرکت‌های مورد نظر در گروه‌های مذکور، پس از دریافت فرم‌های خودارزیابی، تعداد ۲۱ محصول به مرحله بعدی، یعنی ارزیابی حضوری، به قرار گروه بانک و بیمه شامل ۹ محصول، گروه صنایع نفت و پتروشیمی و انرژی شامل ۳ محصول، گروه ارتباطات همراه شامل ۲ محصول، گروه گردشگری شامل ۱ محصول، گروه سلامت شامل ۳ محصول، گروه غذایی و خوراکی شامل ۱ محصول، راه یافتند. در نهایت پس از ارزیابی‌های حضوری نهایی صورت گرفته و بررسی نتایج در شورای سیاست‌گذاری جشنواره، از میان محصولات شرکت‌های مذکور، تنها ۱۲ محصول نمرات لازم جهت دریافت جایزه این جشنواره را کسب نمودند. لذا در جشن پایانی جشنواره که با حضور مدیران و کارشناسان شرکت‌ها در محل سالن الغدیر دانشکده مدیریت دانشگاه تهران برگزار گردید، با اهدای لوح زرین نوآوری محصول برتر ایرانی از شرکت‌های برتر قدرانی به عمل آمد. امیدواریم توسعه فعالیت‌های این چنین، با ارائه فرایندهای استاندارد برای نوآوری محصول و نیز ارائه گزارشات ارزیابی شرکت‌ها، بتواند راهگشای ارتقای نوآوری محصول در شرکت‌های ایرانی باشد.

مرجع تحلیلی ترویجی بانکداری دیجیتال بر گزار می کند:

بانکداری دیجیتالی
DigiBanking
مرجع تحلیلی ترویجی بانکداری دیجیتالی

گسترده ترین نظر سنجی مردمی بانکداری دیجیتالی سال ۱۳۹۵

۱۰ آبان تا ۱۰ دی ۱۳۹۵



در ترویج بانکداری دیجیتالی سهمیم باشیم



درگاه پرداخت
اینترنتی (VPOS)



تلفن
بانک



همراه
بانک



پایگاه‌های الکترونیکی
۲۴ ساعته شعب



دستگاه‌های خودپرداز
(ATM)



پایانه‌های فروشگاهی
(POS)



کدبانک
(USSD)



اینترنت
بانک



پایانه بانکی غیر نقد
(Cashless ATM)

شرکت کنندگان در نظر سنجی از جوایز ارزنده ۱۰ ربع سکه بهار آزادی بهره مند خواهند شد

www.digibanking.ir

جهت شرکت در نظر سنجی به وبسایت مراجعه فرمایید

لوح زرین برای سامانه «بام» بانک ملی ایران



سامانه «بام» بانک ملی ایران که در جشنواره ملی نوآوری محصول برتر ایرانی، موفق به کسب لوح زرین نوآوری شد، آخرین محصول بانک ملی ایران است که در زمینه بانکداری الکترونیک معرفی شده و از ویژگی‌های منحصر بفردی در ارائه خدمات بانکی برخوردار است. در حقیقت، بانک ملی ایران با هدف ارائه کامل‌ترین مجموعه خدمات بانکداری الکترونیک به مشتریان و استفاده از جدیدترین تکنولوژی‌های حوزه فناوری اطلاعات و یکپارچه نمودن خدمات قابل ارائه به آنها، اقدام به طراحی سامانه بانکداری اینترنتی جدید «بام» نموده است.

این سامانه براساس «ویژگی هر مشتری یک سامانه» به نحوی طراحی گردیده است که کاربر علاوه بر دریافت طراحی و پیام‌های ویژه خود می‌تواند براساس کاربردهای مورد نیازش چیدمان صفحه پیشخوان خود را با نظر خود انجام دهد.

حذف ابزارهای رمزساز جانبی (token) و افزایش امنیت سامانه از روش‌هایی مستقل از سخت‌افزار جانبی از دیگر ویژگی‌های سامانه می‌باشد.

با توجه به جایگاه ویژه مشتریان در نزد بانک ملی ایران و با اذعان به این موضوع که بخشی از کارهای روزمره مشتریان اعم از کنترل بودجه بندی‌های مختلف زندگی، به خاطر سپاری عنوان هزینه‌ها و درآمدهای انجام شده و اطلاعات بانکی و تماس افراد مختلف بی‌ارتباط به حساب بانکی او نمی‌باشد، در این سامانه تلاش گردیده با ایجاد برنامه‌هایی با عناوین بودجه ریزی، دفتر تلفن، یادداشت‌گذاری روی صورت‌حساب سامانه‌ای کامل شامل خدماتی فراتر از خدمات بانکداری را به مشتری ارائه گردد چرا که آسایش و آسودگی مشتریان شعار همیشگی ما می‌باشد.

به دلیل تنوع ابزارهای الکترونیکی مورد استفاده در سطح جامعه از قبیل تلفن همراه، تبلت، لپ تاپ و رایانه‌های شخصی، صفحات این سامانه به صورت واکنش‌گرا طراحی گردیده و بدون نیاز به تنظیماتی از سوی کاربر با دستگاه مورد استفاده کاربر هماهنگ می‌گردد.

با توجه به تنوع بالای عناوین مختلف تراکنش‌های بانکی اعم از پایا، ساتنا و... بخش‌های انتقال وجه این سامانه نیز کاملاً به صورت هوشمند طراحی گردیده است تا بدون نیاز به تعیین نوع تراکنش از سوی مشتری با دریافت مبلغ و حساب مقصد نوع تراکنش تشخیص داده شده و پیام لازم به کاربر نمایش داده شود. نحوه عضویت

به دلیل اینکه مراحل امنیتی و کنترل این سامانه از طریق ارسال پیامک به شماره تلفن همراه اعلام شده از سوی مشتری انجام می‌گیرد، لذا معرفی شماره همراه مربوطه به صورت کتبی به شعبه از الزامات ثبت نام

مشتریان می‌باشد.

لذا مشتریانی که قبلاً عضو سامانه‌های پیامکی بانک بوده و این مرحله را طی نموده‌اند بدون نیاز به مراجعه به شعبه می‌توانند در لحظه عضویت خود را در سامانه ثبت و فعال نمایند.

سایر مشتریان در مرحله اول باید ضمن مراجعه به یکی از شعب بانک ملی ایران در سراسر کشور اقدام به تکمیل فرم مربوطه نموده و سپس مراحل ثبت نام اینترنتی را تکمیل نمایند.

۱- خلاصه حسابها

در این برنامه کاربر می‌تواند لیستی از حساب‌های متعلق به خود و اطلاعات مختصری از آنها را مشاهده نماید. این اطلاعات شامل مواردی همچون شماره حساب، مانده‌های حساب و نوع حساب می‌باشد.

۲- صورتحساب

در این برنامه کاربر می‌تواند تاریخچه‌ای از لیست تراکنش‌ها و جزئیات هر یک از آنها تا روز قبل را مشاهده نماید. همچنین امکان مشاهده تراکنش‌ها با دسته‌بندی درآمد و مخارج در بازه‌های زمانی هفتگی، ماهانه و به صورت نموداری را دارد. ضمناً امکان مشاهده تراکنش‌های روز جاری به صورت آنلاین نیز در این بخش فراهم می‌باشد.

۳- محاسبه اقساط تسهیلات

در این برنامه کاربر می‌تواند به محاسبه اقساط تسهیلات، براساس مقادیر دلخواه خود از قبیل نوع تسهیلات، مدت زمان تسهیلات یا نرخ‌های دلخواه یا نرخ‌های موجود در بانک بپردازد. نسبت مبلغ اصل وام به مبلغ کل بازپرداخت را می‌توان به صورت گرافیکی در این برنامه مشاهده نمود.

۴- محاسبه سود سپرده‌ها

در این برنامه کاربر می‌تواند به محاسبه سود سپرده‌ها، براساس مقادیر دلخواه خود از قبیل نوع سپرده، مدت سپرده‌گذاری و مبلغ سپرده، با نرخ‌های دلخواه یا نرخ‌های موجود در بانک بپردازد.

۵- داشبورد

با استفاده از امکانات این بخش، کاربر می‌تواند برنامه‌های پرستفاده قابل نمایش روی صفحه اصلی پرتال بانک را انتخاب نماید.

۶- مدیریت مالی شخصی

در این برنامه، امکان انجام عملیات مدیریت مالی برای مشتری فراهم شده است. تخصیص برچسب به تراکنش‌ها، نمایش پای چارت (نمودار دایره‌ای) مخارج براساس گروه‌های هزینه‌ای و بودجه‌بندی از دیگر سرویس‌های این برنامه می‌باشد.

۷- تاریخچه انتقال پول

در این برنامه کاربر می‌تواند تاریخچه‌ای از انتقال پول‌های قبلی خود را مستعمل بر تاریخ انتقال، مبلغ، وضعیت پرداخت و... را مشاهده نماید.

۸- مشخصات کاربر

در این برنامه اطلاعات مشتری از قبیل اطلاعات شناسنامه‌ای، تماسی و تاریخ آخرین ورود نمایش داده می‌شود و در صورتی که نیاز به اصلاح اطلاعات موجود و تغییر رمز ورود باشد، کاربر می‌تواند از این برنامه استفاده نماید.

۹- پرداخت قبض

در این برنامه کاربر می‌تواند قبوض را به صورت تکی با وارد کردن شناسه قبض و شناسه پرداخت یا به صورت دسته‌ای از طریق آپلود فایل حاوی اطلاعات قبوض پرداخت نماید. علاوه بر آن کاربر می‌تواند قبض‌ها را

در سیستم ثبت و در زمان مناسب تمامی یا تعدادی از آنها را توسط کارت‌های بانک ملی خود پرداخت نماید.

۱۰- انتقال پول کارت به کارت

از طریق این برنامه امکان انتقال پول کارت به کارت درون بانکی و شتابی برای مشتریان بانک فراهم می‌باشد. در عین حال در این برنامه جهت سهولت کار امکان انتخاب مقصد تراکنش از دفترچه تماس کاربر نیز فراهم می‌باشد.

۱۱- انتقال پول

در این برنامه کاربر می‌تواند انتقال پول بین حساب‌های ملی خود، حساب ملی سایرین، حساب به ملی کارت، پایا، ساتنا به صورت آنی یا با امکان زمانبندی پرداخت مستمر را انجام دهد.

۱۲- در این برنامه پیش‌فرض‌هایی جهت انتقال وجه در نظر گرفته شده است که مشتری می‌تواند سقف‌ها انتقال وجه فعلی خود را کاهش یا افزایش دهد. توجه: مراحل بعدی تغییر سقف انتقال نیازی به مراجعه به شعبه نخواهد داشت.

۱۳- تعیین مبلغ و تاریخ چک

در این برنامه امکان تعیین مبلغ و تاریخ چک برای کاربر فراهم می‌باشد.

۱۴- استعلام وضعیت چک

در این برنامه امکان استعلام وضعیت چک برای کاربر فراهم می‌باشد.

۱۵- واحدهای بانک

در این برنامه امکاناتی همچون جست‌وجوی واحدهای بانکی به تفکیک شعب، خودپرداز یا هر دو، نمایش موقعیت واحدهای بانک روی نقشه، نمایش لیست مشخصات واحدهای بانکی و ارائه ترکیبی از امکانات نمایش مشخصات و مسیریابی روی نقشه در اختیار کاربر قرار می‌گیرد.

۱۶- دفترچه تلفن

در این برنامه کاربر امکانات مدیریت مخاطبان خود همچون ثبت و ویرایش مشخصات مخاطبان و انتقال پول به آنها را دارا می‌باشد.

۱۷- بازخوردها

در راستای کمک به ارتقای سطح خدمات پرتال، در این برنامه کاربر امکان ثبت و ارسال نظرات، پیشنهادات و انتقادات خود را در قالب بازخورد دارد.

۱۸- گزارش تسهیلات

در این برنامه کاربر امکان انتخاب هر یک از تسهیلات اعطا شده، مشاهده لیست اقساط پرداخت شده و مشاهده نمودار وضعیت بازپرداخت اقساط خود را دارد.

۱۹- نرخ ارز

در این برنامه کاربر امکان جست‌وجو و مشاهده نرخ خریدوفروش ارز (دلار آمریکا/ یورو/ درهم امارات) و مشاهده نمودار رشد یا نزول نرخ را در بازه روز دارد.

بانک انصار دو نشان ویژه نخستین جشنواره ملی نوآوری محصول برتر ایرانی را دریافت کرد

در آیین پایانی جشنواره ملی نوآوری محصول ایرانی که در راستای تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی، توسعه و بهبود فرآیندهای نوآوری و ارزیابی و ممیزی این فرآیندها، برنامه‌ریزی و توسط دانشکده مدیریت دانشگاه تهران اجرا شد، دو محصول «طرح حاتم» و «پرداخت آنی جرائم راهنمایی و رانندگی در سامانه همراه بانک» بانک انصار حائز رتبه برتر شدند.

در این آیین، اساتید داور و مدعو گزارش ارزیابی و معرفی محصولات نوآور را ارائه و در سالن الغدیر دانشکده مدیریت دانشگاه تهران نیز مدیران شرکت‌های برتر به تشریح تجربیات موفق خود پرداختند. در این گزارش همچنین آمده است: از آنجا که برگزارکنندگان این جشنواره با شناسایی و انتخاب محصولات و خدمات نوآورانه و معرفی شرکت‌های نوآور به جامعه، زمینه رقابت سالم و انتخاب بهترینها را با رویکرد پاسخگویی به نیاز مشتریان فراهم می‌کنند، بانک انصار نیز در آن مشارکت جست‌وجو و محصولات خود را برای ارزیابی کارشناسان ذی‌ربط ارائه کرد و به استناد مزیت‌های رقابتی طرح‌های مذکور موفق به دریافت دو نشان ویژه گردید و به عنوان بانکی با رویکرد نوآورانه و خلاقانه در رقابت با سایر رقبا، به دنیای کسب و کار ایران اسلامی معرفی شد. برپایه گزارش اداره کل بازاریابی و تبلیغات در آیین پایانی این جشنواره آقای رضازاده معاون فناوری اطلاعات و ارتباطات و همچنین آقای حبیبیان، جانشین معاونت اعتبارات بانک انصار حضور داشته و به عنوان نمایندگان بانک، تندیس‌های برتر را دریافت کردند.

اقتصاد مقاومتی

کارت حاتم

«حمایت از تولید ملی»

«دگر رانندگی تحقق اقتصاد مقاومتی»

طرح تسهیلاتی ارزان قیمت جهت خرید لوازم خانگی ایرانی

HATAM.ANSARBANK.COM

ثبت نام کنید

مرکز خدمات مشتریان ۰۹۶۳۰۰
www.ansarbank.com

بانک انصار

امنیت

نوآوری

سامانه هوشمند بانکداری الکترونیک

مرکز ارتباط با مشتریان ۰۲۱-۸۳۳۸۶
www.bmi.ir

گفت‌وگوی «فرصت امروز» با محمود پاینده مدیر انفورماتیک بانک پاسارگاد

نرم‌افزار بانکداری همراه ساعت‌های هوشمند برترین محصول نوآوری ایرانی

ایمان ولی پور - بانک پاسارگاد به‌عنوان نخستین بانک ایرانی، اقدام به عرضه نسخه ویژه ساعت‌های هوشمند برای سامانه بانکداری همراه خود کرده است که این محصول در «جشنواره ملی نوآوری محصول برتر ایرانی» موفق به کسب جایزه نوآوری محصول

در ابتدا کمی درباره نرم‌افزار بانکداری همراه بانک پاسارگاد صحبت کنید. چگونه به این ایده رسیدید که نرم‌افزار بانکداری را روی ساعت‌های هوشمند عرضه کنید؟

ما از سال ۱۳۹۴ این پروژه را شروع کردیم که ساعت هوشمند تازه به بازار آمده بود. در واقع «اپل واچ» تکنولوژی جدیدی در بازار است که توسعه دهندگان به علت محدودیت‌های سخت‌افزاری علاقه زیادی به آن نشان نداده‌اند. یکی از محدودیت‌های ساعت‌های هوشمند موجود این است که برنامه‌ها به شکل مستقل روی این ساعت‌ها قابل اجرا نیستند و کاربران برای ارسال اطلاعات باید با گوشی تلفن ارتباط برقرار کنند، یعنی کسی که می‌خواهد برای ساعت اپلیکیشن بنویسد به موبایل وابسته است و در نتیجه مدل‌های گوشی و سیستم عامل‌ها متفاوت هستند و این محدودیت ایجاد می‌کند. البته در نسل دوم این ساعت‌ها که به‌زودی عرضه می‌شود این استقلال ایجاد شده یعنی ساعت به‌صورت جداگانه می‌تواند آن اپلیکیشن را اجرا کند و دیگر نیاز نیست شما محدود به سخت‌افزار گوشی باشید. برنامه‌ها به صورت مستقل و بدون نیاز به گوشی ایفون قابل اجرا بوده و این امر باعث می‌شود محدودیت سازندگان اپلیکیشن‌ها برای گوشی از بین برود و توسعه دهندگان در حین توسعه تنها به ویژگی‌های اپل‌واچ فکر کنند.

این محصول چقدر عمومیت پیدا کرده است؟ در حال حاضر چند نفر از این محصول استفاده می‌کنند؟

محصول نوآور ما تنها روی گوشی اپل نصب می‌شود، اگرچه ما روی سیستم اندروید نیز در حال کار هستیم. نحوه کار این ساعت هوشمند به این صورت است که وقتی پیامکی می‌آید می‌توان به‌جای گوشی پیامک را روی این ساعت هوشمند هم خواند که به قول معروف **read only** است. در حال حاضر، نزدیک به ۵ هزار نفر از مشتریان بانک پاسارگاد که دارای گوشی اپل هستند از این ساعت هوشمند استفاده می‌کنند. نرم‌افزار دارای قابلیت دریافت موجودی و صورت حساب بوده و امکان اخذ موجودی حساب به صورت آنلاین، مشاهده واریز و برداشت‌ها از حساب بدون نیاز به سیستم وجود دارد و مانند سایر سامانه‌ها و نرم‌افزارها نیاز به وارد کردن نام کاربری و رمز عبور برای ورود به نرم‌افزار نیست و می‌توان از فناوری اثر انگشت در این نرم‌افزار استفاده کرد.

در کافه بازار که نزدیک به ۲۵ میلیون کاربر عضو دارد، ما در بخش برترین اپلیکیشن به انتخاب مشتریان، صاحب امتیاز بالایی هستیم وقتی به نظرات کاربران درباره اپلیکیشن موبایل بانک پاسارگاد رجوع می‌کنیم، خوشبختانه بازخوردهای خوب و مثبتی را مشاهده می‌کنیم، مثلاً کاربری در این باره نوشته است: «مثل اسمت بزرگ هستی» یا «این محصول بانک پاسارگاد قابل قیاس با محصولات بقیه شرکت‌ها و اپلیکیشن‌های بانک‌های دیگر نیست و این پیشرو بودن بانک پاسارگاد در حوزه فناوری را می‌رساند» یا «حسگر انگشت ایده خیلی خوبی بود».

البته این ساعت‌ها قرار است NFC نیز باشند. بنا به آنچه که اخیراً وزیر محترم ارتباطات و فناوری اطلاعات

بر تر ایران شد. کاربرانی که دارای گوشی‌هایی با سیستم عامل IOS هستند و از ساعت هوشمند با سیستم عامل WatchOS استفاده می‌کنند، با نصب نرم‌افزار موبایل بانک و به‌روزرسانی آن می‌توانند از مزایای این محصول جذاب برخوردار شده و از امکان ورود

با اثر انگشت، به‌جای وارد کردن نام کاربری و رمز عبور بهره‌مند شوند. درباره کم و کیف این محصول و چگونگی شکل‌گیری این ایده و حضور در جشنواره ملی نوآوری محصول برتر ایرانی با «محمود پاینده»، مدیر انفورماتیک بانک پاسارگاد به گفت‌وگو نشستیم.

حوزه داریم که در زمینه پرداخت‌های خرد، خیلی خوب عمل کرده است. به‌عنوان مثال، در شهر مشهد در زمینه بلیت‌های اتوبوس یا قطار، در زنجان، اصفهان و قزوین شرکت اتیک دارد بحث پرداخت‌های خرد را به خوبی انجام می‌دهد. اما از آنجا که همبستگی بین شرکت‌ها در ایران وجود ندارد و این پراکندگی و عدم اجتماع شرکت‌ها باعث شده تا مشتریان نیز رغبت نکنند به این سمت بیایند، چرا که مشتری‌ای که مثلاً کارت متروی مشهد را دارد نمی‌تواند از آن کارت در متروی اصفهان استفاده کند، یا کارت متروی تهران تنها در ایستگاه‌های متروی تهران کاربرد دارد و مشتری نمی‌تواند با آن خرید دیگری انجام دهد یا بلیت سینما بخرد.

در حال حاضر بیش از ۷۰ شهر بزرگ کشور، به زیرساخت‌های پرداخت خرد الکترونیکی در بخش حمل‌ونقل مجهز شده‌اند، ولی تا زمانی که کسرسومی متشکل از فعالان صنعت حمل‌ونقل و صنعت بانکداری در ایران تشکیل نشود و به استاندارد مشخصی در این حوزه نرسیم و هماهنگی بین شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات در این حوزه به وجود نیاید، نمی‌توان خدمات و محصول فراگیری در این حوزه ارائه داد. اینجاست که نقش بانک مرکزی اهمیت می‌یابد، چرا که بانک مرکزی می‌تواند با پیگیری و دنبال کردن بحث سیاسی، اجتماعی را همچون شبکه شتاب ایجاد کند. پر واضح است که در بحث شتاب نیز بانک‌ها در ابتدا از هم جدا بودند و جزیرهای عمل می‌کردند تا اینکه بانک مرکزی سوییچی فراهم کرد و توانست شبکه‌ای در این زمینه ایجاد کند. به عبارت بهتر، ما می‌توانیم به‌جای اینکه چند تا کارت بانکی داشته باشیم، با گوشی و موبایل‌مان تمام پرداخت‌ها را انجام بدهیم و شبکه شتاب را در گیر خرید مشتری، مجبور به ایجاد سند بانکی و متحمل هزینه زیاد نشوند.

درباره سیستم CoreBanking بانک پاسارگاد بفرمایید. چگونه در بانک پاسارگاد به این توان و استقلال رسیدید که بتوانید یک سیستم CoreBanking داخلی طراحی کنید؟

بانک پاسارگاد با استفاده از نیروهای زبده و متخصص توانسته است از ابتدای فعالیت خود سیستم CoreBanking قدرتمند و کارآمدی را در اختیار بگیرد و در واقع، تنها بانکی در کشور است که این نرم‌افزار را به‌طور مستقل طراحی کرده و به واسطه کنترل بر تمام نرم‌افزار امکان افزایش ابزارهای تازه از جمله بانکداری مجازی را به‌طور اختصاصی دارا است.

در ایران به دلایل گوناگون بانک‌ها هنوز نتوانسته‌اند سیستم CoreBanking مستقل خود را راه‌اندازی کنند، درحالی که بانک پاسارگاد به‌عنوان نخستین بانک ایرانی مجهز به این سیستم است و می‌تواند به راحتی با تکیه بر امکانات متعدد آن به مشتریان خود سرویس دهد. به‌گونه‌ای که مشتری بانک پاسارگاد تنها یک بار جهت دادن اطلاعات شخصی به شعبه خود مراجعه می‌کند و پس از آن می‌تواند از طریق فضای مجازی تمامی عملیات بانکی خود را اعم از افتتاح حساب کوتاه‌مدت و بلندمدت، صدور دسته چک، صدور چک بانکی و بین بانکی و صدور کارت هدیه و... را از طریق شبکه مجازی به انجام رساند.



مطرح شد، در زمینه ساعت‌های هوشمند با سیستم عامل اندروید، استاندارد مشخصی وجود نداشت، چرا که این استانداردها هستند که امنیت را به وجود می‌آورند. اما با توجه به اینکه سیستم عامل و سخت‌افزار گوشی و ساعت‌های ایفون توسط شرکت اپل و به صورت یکپارچه تولید می‌گردند، لذا استاندارد بسیار سریع‌تر از سایر رقبا به وجود آمده و به همین علت نیز این نرم‌افزار تاکنون فقط برای ساعت‌های هوشمند اپل ارائه شده است، اما با استانداردهای ایجاد شده در نسخه ۶ اندروید و هماهنگی بالای ۵۰ درصدی بین محصولات شرکت‌های ارائه دهنده ساعت‌های هوشمند مبتنی بر اندروید به‌زودی نسخه اندروید موبایل بانک پاسارگاد برای این ساعت‌های هوشمند نیز ارائه خواهد شد.

کاربرد NFC در گوشی‌های هوشمند به چه شکل است و برنامه شما در بانک پاسارگاد در این باره چیست؟

در بحث NFC با توجه به اینکه NFC روی سیم‌کارت محدود شده و گوشی‌های اپل را ساپورت نمی‌کردند، تقریباً از سال ۹۳ به بعد که اپل قبول کرد وارد حوزه NFC شود، ما نیز بر آن هستیم که سرویس NFC را روی موبایل بانک نیز اضافه کنیم، به این نحو که شما بتوانید یکسری از پرداخت‌هایتان را از طریق NFC انجام بدهید. خوشبختانه در رابطه با سامانه پرداخت الکترونیک سیار (سیاس) بانک مرکزی استانداردها رو مشخص کرده است و به اپراتورها برای همکاری بیشتر فشار آورده است. علاوه بر اینکه ما شرکت اتیک را نیز در این

کردیم، اساساً نمی‌دانستیم باید از الگوی کدام شرکت شروع کنیم، نمی‌دانستیم باید ابتدا سراغ استاندارد ال‌جی برویم یا از استاندارد سامسونگ شروع کنیم و... اما الان نزدیک به ۷۰ الی ۸۰ درصد ساعت‌ها دارد

در کافه بازار که نزدیک به ۲۵ میلیون کاربر عضو دارد، ما در بخش برترین اپلیکیشن به انتخاب مشتری، صاحب امتیاز بالایی هستیم وقتی به نظرات کاربران درباره اپلیکیشن موبایل بانک پاسارگاد رجوع می‌کنیم، خوشبختانه بازخوردهای خوب و مثبتی را مشاهده می‌کنیم، مثلاً کاربری در این باره نوشته است: «مثل اسمت بزرگ هستی»



پشتیبانی می‌شود و بحث امنیت بالا رفته است. ما در زمینه اندرویدهای نسخه ۶ به پایین به لحاظ امنیتی نمی‌توانستیم ورود کنیم. قدم اول را در اثر انگشت برداشتیم و الان جدا از اپل، اندرویدها نیز امکان ورود با اثر انگشت را دارند. به عبارت دیگر، زمانی که بحث توسعه و ارائه محصول



مشاهده گردش سپرده

کارت اعتباری خرید کالای ایرانی



علی اکبر فاضلی
رئیس اداره توسعه بازار و طراحی
محصول بانک مهر اقتصاد

که مبلغ خرید به دست تولیدکننده داخلی قرار گیرد که به حمدالله با کارت اعتباری این بستر فراهم گردید.

روش کلی کار به شرح زیر می‌باشد:

۱) ابتدا با تولیدکننده داخلی توافق شده و قرارداد منعقد می‌گردد.

۲) در فروشگاه‌های تولیدکننده پایانه فروش خاص طرح نصب و راه‌اندازی می‌گردد.

۳) مطابق ضوابط بانک به مشتریان کارت اعتباری ارائه می‌شود.

۴) مشتری به فروشگاه مراجعه و نسبت به خرید اعتباری (نسبه) اقدام می‌نماید.

۵) بانک مبلغ خرید مشتری را به صورت خودکار براساس نوع برندی که مشتری خرید نموده است به حساب تولیدکننده مورد نظر واریز خواهد نمود و این امر کاملاً سیستمی صورت خواهد گرفت.

نکته: در این روش امکان واگذاری کالای خارجی توسط فروشگاه‌ها مقدور نخواهد بود، زیرا مبلغ خرید مشتری به صورت خودکار به حساب تولیدکننده واریز خواهد شد و فروشگاه برای خرید کار با برندهای دیگر در اختیار مشتری قرار داده می‌شود.

نکته: هرگز به وجه خود نخواهد رسید و ضرر و زیان این کار بر عهده خود فروشگاه خواهد بود.

شمار بانک مهر اقتصاد: چسرا کاری را انجام دهیم که موجب رکود بازار داخلی و رونق تولید خارجی شود.

روشن اجرای طرح کارت اعتباری کالای ایرانی در بانک مهر اقتصاد

۱) **گام دوم (پس از طراحی):** اجرای آزمایش سرد طرح کارت اعتباری کالای ایرانی: به لحاظ درجه اهمیت واریز مبلغ خرید اعتباری به حساب هر یک از تولیدکننده‌ها، چندین مرحله آزمایش سرد طرح در بانک صورت پذیرفت تا اطمینان حاصل شود که مبلغ خرید به حساب فروشنده واریز نمی‌شود، بلکه به حساب تولیدکننده مورد نظر واریز می‌شود.

به همین اساس کار به جدید دنبال شد که نتیجه اقدام جهانی هر یک از بخش‌ها (معاونت فن آوری اطلاعات و ارتباطات - معاونت اعتبارات و بین‌الملل و معاونت طرح و توسعه) در پایان سال ۱۳۹۱ به ثمر نشست و اجرای آزمایش سرد طرح کارت اعتباری کالای ایرانی به تأیید رسید.

۲) **گام سوم: شناسایی تولیدکننده‌ها برای ورود به طرح کارت اعتباری کالای ایرانی:**

با توجه به مطالعات میدانی بعمل آمده، مقرر گردید طرح در حوزه لوازم خانگی ایرانی شود، بر همین اساس طی جلسات متعدد با تولید

طرح کارت اعتباری خرید کالای ایرانی یکی از ابتکارات بانک مهر اقتصاد است که در راستای کمک به تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی و حمایت از تولیدکنندگان داخلی طراحی شده و مشتریان می‌توانند با این کارت از تسهیلات ارزان قیمت برای خرید کالای ایرانی استفاده کنند.

هدف از طراحی کارت اعتباری کالای ایرانی در بانک مهر اقتصاد

بانک مهر اقتصاد، با هدف عدالت اجتماعی و دسترسی همه مردم عزیز ایران اسلامی به منابع بانکی و در راستای حمایت از کار و سرمایه ایرانی، برای نخستین بار در نظام بانکی کشور و در سال ۱۳۹۰ اقدام به طراحی کارت اعتباری کالای ایرانی نمود و این اقدام بانک براساس مطالعات میدانی از تولید داخلی و توان خرید مردم و کاملاً علمی صورت گرفت.

از آنجاییکه بازار داخلی در یک دهه اخیر با رکود شدیدی مواجه شده بود و اساسی‌ترین دلیل آن، به‌خاطر کاهش توان خرید مردم بود که ریشه اصلی در تورم افسار گسیخته در این دوره می‌باشد.

بانک برای کمک به رونق بازار و حمایت از تولید، در گام نسبت کارت اعتباری کالای ایرانی را طوری طراحی نمود تا:

۱) توان خرید مردم افزایش یابد.

۲) مبلغ تسهیلات در اختیار تولیدکننده داخلی قرار گیرد.

نکته اساسی طرح کارت اعتباری کالای ایرانی بانک مهر اقتصاد در این نکته نهفته هست که مبلغ تسهیلات در اختیار مشتری قرار داده نمی‌شود تا مجاز به هر خرید در فروشگاه باشد، بلکه بانک به مشتریانی کارت اعتباری کالای ایرانی ارائه خواهد نمود که نسبت به خرید کالای داخلی اقدام نماید تا مجاز به خرید کالای خارجی نباشد که نتیجه آن کمک به واردات کالا و اقتصاد کشورهای خارجی باشد.

بر همین اساس در بانک مهر اقتصاد تلاش گردید، مدلی ویژه طراحی و پیاده‌سازی شود

کننده‌های لوازم خانگی، مقرر گردید با یکی از بزرگ‌ترین تولیدکننده لوازم خانگی طرح به صورت آزمایشی در یکی از استان‌های کشور اجرایی گردد و پس از بررسی عملکرد شعب بانک و مشتریانی که نسبت به خرید اعتباری اقدام نموده‌اند، توسعه کارت اعتباری کالای ایرانی به سایر تولیدکننده‌ها صورت گیرد.

۳) **گام چهارم:** اجرای آزمایش گرم طرح کارت اعتباری کالای ایرانی

به منظور رفع موانع و مشکلات احتمالی نرم‌افزاری و سخت‌افزاری طرح کارت اعتباری کالای ایرانی، با توجه به توافق صورت گرفته با تولیدکننده واریز آزمایش گرم طرح با مشتریان در استان اصفهان صورت گرفت که به حمدالله پس از بررسی عملکرد مشتریان و شعب بانک، طرح با موافقت کامل انجام پذیرفت.

۴) **گام پنجم:** اجرای سراسری طرح کارت اعتباری کالای ایرانی در شعب بانک مهر اقتصاد پس از اجرای آزمایشی و ارائه گزارش آن به مدیرعامل محترم بانک، موافقت اجرایی سراسری طرح توسط ایشان صادر گردید، بر همین اساس در تاریخ ۱۳۹۲/۰۲/۱۵ دستورالعمل اجرایی طرح، با تخصیص بودجه طرح برای اجرا به سراسر کشور ابلاغ گردید، به‌طوریکه تاکنون بالغ بر ۱۲۰۰۰ کارت اعتباری کالای ایرانی واقعی صادر گردیده که مشتریان از کالای ایرانی بهره‌مند شده و وجه آن در اختیار تولیدکننده داخلی قرار گرفته است.

۵) **گام ششم:** توسعه کارت‌های اعتباری کالای ایرانی به سایر بخش‌ها و تولیدکننده‌ها

بانک در نظر دارد برای توسعه کارت اعتباری به سایر بخش‌های بازار لوازم خانگی و حتی سایر بخش‌های بازار، دستورالعمل اجرایی توسعه کارت اعتباری را پس از نهایی‌سازی برای اجرا به شعب بانک ابلاغ نماید که به اختصار بازارهای مورد هدف به شرح زیر اعلام می‌گردد:

۱) **حوزه حمل‌ونقل:** کارت اعتباری ویژه راننده‌های اتوبوس، کامیون، لودر و... برای خرید لوازم یدکی، لاستیک، بیمه‌نامه و...

نکته: در این بخش با تولیدکننده لوازم یدکی، لاستیک و... قرارداد منعقد خواهد شد تا راننده‌ها نسبت به خرید لوازم داخلی اقدام نمایند.

۲) **حوزه بهداشت و درمان:** ویژه خانواده‌ها و زوج‌های جوان، برای دندان پزشکی، نابروزی و...

۳) **کارت اصناف:** ویژه مغازه دارها برای خرید عمده و مستقیم از تولیدکننده‌ها

نکته: در این بخش نیز با تولیدکننده‌های داخلی قرارداد منعقد خواهد شد تا مغازه دارها از این تولیدکننده‌ها خرید عمده انجام دهند.

تدبیر کالای جم با دو محصول دارویی، نامزد دریافت لوح زرین جشنواره محصولات نوآورانه ۹۵



معرفی برترین‌های نوآوری محصول شرکت‌های ایرانی سال ۱۳۹۵

شرکت تدبیر کالای جم ۲۵ سال پیش تأسیس شد و هدف آن صادرات داروهای تولید داخل به کشورهای دیگر بود. گرچه ابتدا فعالیت شرکت تدبیر کالای جم با هدف صادرات محصولات آغاز شد و موفقیت‌هایی هم در این زمینه به دست آورد اما در میانه راه و از سال ۸۲ استراتژی شرکت تغییر کرد. از همین سال شرکت از صادرکننده صرف خارج شد، به تولید دارو و مواد اولیه دارو، تغییر جهت داد. هم‌زمان با این تغییر استراتژی، مدیرعامل وقت از شرکت تدبیر کالای جم با ۶ تا ۷ نفر پرسنل جدا شد. همکاری من به‌عنوان مدیر بازرگانی نیز از همین سال آغاز شد و با کمک همکاران، دپارتمان‌هایی را شامل مواد اولیه، داروهای ساخته شده، مکمل‌های غذایی و دپارتمان تحقیق و توسعه تشکیل دادیم.

نزدیک به ۴ سال بعد و در سال ۸۶ شمار پرسنل شرکت تدبیر کالای جم به ۲۰ نفر رسید و با رأی اعضای هیأت‌مدیره، به‌عنوان مدیرعامل شرکت انتخاب شدم و استراتژی‌های جدید دیگری را پیاده کردیم و موفقیت‌های بی‌دری به دست آوردیم.

از سال ۸۷ تولید داروهای جدید با تکنولوژی‌های نوین را براساس توان شرکت آغاز کردیم و این استراتژی تاکنون ادامه یافته است.

در سال‌های اخیر محصولات نوآورانه دارویی در کشور را تولید و به بازار عرضه کرده‌ایم و در جشنواره محصولات نوآورانه امسال نیز شرکت تدبیر کالای جم، ۲ محصول نوآورانه را معرفی خواهد کرد. شرکت تدبیر کالای جم اکنون بیش از ۵۰ محصول دارویی را تولید می‌کند و با حدود ۱۴۷ نفر نیرو و پرسنل در شرایط مناسبی از تولید قرار دارد. داروهای ما با برند تک‌اژن معرفی و روانه بازار می‌شوند.

۲ محصول نوآورانه شامل قرص ریزتا ملت ۱۰ و کیسول استراموکس ۲۵ شرکت تدبیر کالای جم نامزد دریافت لوح زرین جشنواره محصولات نوآورانه امسال هستند. محصولات نوآورانه داروهای جدید، تیم پزشکی تشکیل داده‌ایم که با جامعه پزشکان ارتباط تنگاتنگ دارند و در سمنارهای بزرگ دارویی در جهان شرکت می‌کنند. این تیم پس از شناسایی محصول و براساس نیازسنجی که در کمیته تخصصی شرکت انجام می‌شود، در نهایت در واحد طرح و توسعه معرفی و به پرورش تولید می‌رسد. استراتژی ما این است که در زمینه تولید دارو، نیاز حتی یک نفر را هم نادیده نمی‌گیریم و کیفیت زندگی و طول عمر حتی یک نفر هم برای ما باارزش و دارای توجه است.

دکتر علیرضا پور عباسی
عضو هیأت‌مدیره شرکت
تدبیر کالای جم نامزد
دریافت لوح زرین در
جشنواره...

خاصیت را دارد که نوآورانه باشند. محصول قرص ریزتا ملت ۱۰ تدبیر کالای جم با نام ژن‌تریک ریزاترین، در زمینه اعصاب و روان با خاصیت باز شونگی در دهان است که بدون نیاز به آب مصرف می‌شود. این قرص پس از جلیبند وارد مری شده و قبل از روده شروع به جذب و اثربخشی می‌کند و اثربخشی سریع‌تری دارد. این قرص برای سردردهای میگرنی استفاده می‌شود و در سردردهای میگرنی، رساندن سریع دارو به سیستم گردش خون و تأثیر زودهنگام اهمیت زیادی دارد. کیسول‌های استراموکس هم در بخش مغز و اعصاب و برای بیماران بیش فعالی مورد استفاده قرار می‌گیرد. این کیسول نخستین داروی غیر محرک است و داروهای قبلی در دسته‌بندی داروهای محرک بودند که امکان سوءاستفاده از آنها وجود داشت. استراموکس نخستین داروی بدون محرک و مورد تأیید اف‌دی‌ای (FDA) امریکاست و پزشکان هم آن را در نسخه‌های خود تجویز می‌کنند و از اثرگذاری آن رضایت دارند.

محصولات ما براساس نیازهای جامعه پزشکان بوده و تولیدات ما با نیازها هماهنگ هستند. ما برای تولید و معرفی داروهای جدید، تیم پزشکی تشکیل داده‌ایم که با جامعه پزشکان ارتباط تنگاتنگ دارند و در سمنارهای بزرگ دارویی در جهان شرکت می‌کنند. این تیم پس از شناسایی محصول و براساس نیازسنجی که در کمیته تخصصی شرکت انجام می‌شود، در نهایت در واحد طرح و توسعه معرفی و به پرورش تولید می‌رسد. استراتژی ما این است که در زمینه تولید دارو، نیاز حتی یک نفر را هم نادیده نمی‌گیریم و کیفیت زندگی و طول عمر حتی یک نفر هم برای ما باارزش و دارای توجه است.

قطارهای فدک انقلابی در صنعت حمل و نقل کشور

طراحی دکوراسیون قطارهای فدک در عین مدرن بودن از نمادهای تصویری ایران اسلامی نیز بهره گرفته است

سفر با قطار علاوه بر آرامش و آسودگی در مسیر، جذابیت فراوانی از بابت همسفر شدن با این غول آهنین دارد. کالبد عظیم و سرسخت واگن‌های قطار نیازمند لباسی زیبا است تا مسافران در دل کوبه‌های آن احساس راحتی کنند. قطار فدک در کنار سفری آسوده و پذیرایی دلپذیر، طعمی متفاوت از طرح و نقش را به مسافران می‌چشاند. طرحی که شایسته ترکیب مردمان سرزمینی است که هنر همواره همراه زندگی‌شان در قالب معماری، فرش، شعر و موسیقی بوده است.

تصویری که از قطار فدک بر ذهن نقش می‌بند حاکمی از اندیشه‌های ایدئولوژیک و ایدئال‌گرا است که هر آنچه برای میهمان خود بهترین است گرد هم آورده. نکته حائز اهمیت در این قطار طراحی تمامی جزئیات معماری، سروس، خدمات و ایجاد یک خط مشی مشترک در تمامی بخش‌ها از طراحی کوبه، فرش‌ها، پرده‌ها تا بدنه، لباس میهمانداران، ظروف، بروشورها، علائم و تمامی المان‌های بصری است.

کمتر دیده شده است برندی در صنعت حمل و نقل به این شیوه تمام و کمال به هویت تصویری خود پرداخته باشد. طراحی دکوراسیون و هویت تصویری فدک در عین حال که ساختاری مدرن دارد از نمادهای تصویری ایرانی - اسلامی نیز بهره گرفته است. در مورد وجه تسمیه آن باید گفت فدک باغ سرسبز و ارزشندنی در شمال مدینه است که پیامبر(ص) آن را به حضرت فاطمه(زهرا)س) بخشید.

این بخش از مفهوم فدک که باغی سرسبز در دل کویر است در روند طراحی قطار به وضوح دیده می‌شود. لوگوی انتخاب شده برای قطار فدک همچون گلی است که در دل این باغ برآمده و دارای ایهامی قرمی است و از منظری دیگر شمالی آن همچون پروانه‌ای زیبا می‌باشد.

این لوگو یا هندسه‌های دوار که ذاتی غیر مادی دارد رسامی شده است. بدنه بیرونی واگن از حرکت دوار نقوش گیاهی زیبایی سبزی رنگ بر سطح سفید شکل گرفته که تداعی کننده باغی سرسبز به شیوه تجریدی است و همچون نقوش اسلیمی فرش و قالی ایرانی رسم شده است. نکته قابل تأمل آنکه در میان این نقوش از راست به چپ اسامی متبرکه که «الله»، «محمد»، «علی»، «فاطمه»، «حسن» و «حسین» مستتر است که در نگاه اول دیده نمی‌شود و به صورت ضمنی معنای شجره‌ی طیبه را تداعی می‌کنند.

از پلکان این قطار که وارد فضای ورودی می‌شود بر روی یک نمابشگر بزرگ پیام خوش آمدگویی، مقصد و شماره واگن نمایش داده می‌شود.

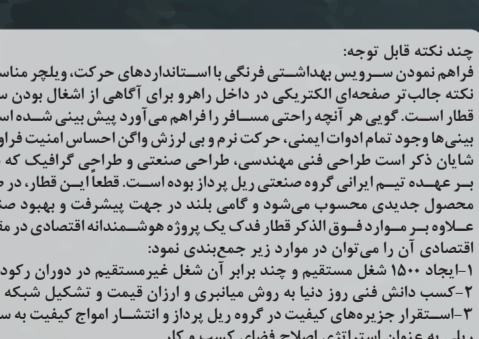
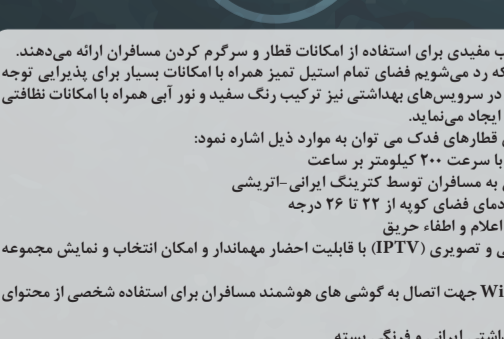
جدای از کیفیت مواد و مصالح به کار رفته و دقت در ساختار صنعتی دیواره‌ها و اجزای فنی، تلفیق رنگ‌های سفید، فیروزه‌ای و طلایی چشم را نوازش می‌دهد. از درب اول که می‌گذریم بر روی سقف راهرو خطوط مواجی همچون فضای کویر چشم را تا انتهای مسیر هدایت می‌کند. گویی ذهن طراح این قطار از تمامی اجزا و ادوات درونی و بیرونی واگن برای ارائه مفهومی تصویری بهره برده است.

بر روی شیشه کوبه‌ها درختی زیبا همچون سروی تنها در دل کویر حک شده، پرده‌ها نیز همین نقش را به رنگ آبی فیروزه‌ای بر خود دارند. فرش راهرو به سادگی تنها با حاشیه‌های منقوش و فرش کوبه از تزیینی مرکزی با همان نقوش گیاهی به رنگ فیروزه‌ای و طلایی طراحی شده است.

در علم رنگ شناسی فیروزه‌ای رنگ آسمان و نماد بی‌کرنگی است و طلایی رنگ نور خورشید و نماد علم می‌باشد. طلا ممدانی ارزش و مقام والاست که در خود مسافران فدک است. آبی در کنار طلایی به معنای رده است که میل به ظاهر روشن دارد. در معماری تمامی بخش‌های داخلی، خطوط آرامش بخش منحنی دیده می‌شود. کنسول مرکزی کوبه که مایه‌توان و زر سوری‌ها را در بر گرفته از بافتی چرمی به رنگ سفید تولید شده و خطی منحنی را در مرکز دیواره به نمایش گذاشته است و بالای آن پشت تختی از جنس چوبی به رنگ زیتونی سطح وسیعی از نمای کوبه را به خود اختصاص داده است. ترکیب چوب، رنگ فیروزه‌ای را طلایی و سطوح تختی سفید و استیل جدای از ایجاد حس آرامش و راحتی، فضای متفاوت و رنگ زیبایی را فراهم آورده است. سقف کوبه در دولا به شکل مشبک که نقوشی را بر خود دارد نور زیبایی را بر سطوح کوبه می‌تاباند. سوری آبی نیز در یک سمت سقف راهرو و در کنارهای سقف کوبه نیز جلوه زیبایی به فضای داخلی افزوده است. سندی‌ها و تخت‌ها با نشیمنی راحت و از کونومیک و پارچه‌ای نفیس ساخته شده‌اند. در هر کوبه مقابله هر دو مسافر مایه‌توان نسبتاً بزرگی نصب شده و صفحاتی را به نمایش می‌گذارد که توجه را به خود جلب می‌کند.

نرم‌افزار سنا که به صورت اختصاصی برای ارائه خدمات، راهنمایی و سرگرمی مسافران قطار فدک طراحی شده است بسیار کاربردی و زیبا برنامه‌نویسی شده است و با استفاده از کنترلر کوچک، امکانات وسیعی برای بخش فیلم، موسیقی، آگاهی از مسیر و اوقات شعری و ارتباط با میهماندان را به مسافر ارائه می‌دهد و سفر را کوتاه و جذاب می‌سازد. امکانات احضار میهماندان، تنظیمات نور و دما به شکلی امروزی بر صفحات لمسی در سر در کوبه نصب شده و جلوه‌ای مدرن به آن افزوده است.

نام مسافران بر روی آل‌سی‌دی سر درب کوبه داخل راهرو قابل نمایش است که این خود حاکی از نظم راهبری این قطار است. رفتار میهماندان فدک نیز همچون لباسی که بر تن دارند زیبا و همراه احترام است و نشان از آموزش صحیح آنان در برخورد با مسافران دارد. جالب آنکه همان طرح باغ و آرم فدک با دو رنگ آبی و طلایی بر روی ترولی حمل توشه مسافران نقش بسته است. بروشورها و کتابچه‌های راهنما و سرگرمی که در اختیار مسافران قرار گرفته بسیار کاربردی و زیبا متناسب با فضای تصویری برند فدک به شکل نفیس



چاپ شده است و مطالب مفیدی برای استفاده از امکانات قطار و سرگرم کردن مسافران ارائه می‌دهند. از کنار کوبه میهماندان که رد می‌شود فضای تمام استیل تمیز همراه با امکانات بسیار برای پذیرایی توجه را به خود جلب می‌کند. در سرویس‌های بهداشتی نیز ترکیب رنگ سفید و نور آبی همراه با امکانات نظافتی کافی احساس پاکیزگی ایجاد می‌نماید.

از مهمترین ویژگی‌های قطارهای فدک می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود:

- دارای قابلیت حرکت با سرعت ۲۰۰ کیلومتر بر ساعت

- ارائه خدمات پذیرایی به مسافران توسط کترینگ ایرانی-اتریشی

- دارای قابلیت تنظیم دمای فضای کوبه از ۲۲ تا ۲۶ درجه

- بهره‌مندی از سامانه اعلام و اطفاء حریق

- مجهز به سامانه صوتی و تصویری (IPTV) با قابلیت احضار میهماندان و امکان انتخاب و نمایش مجموعه ای از فیلم و موسیقی

- مجهز به سیستم Wi-Fi جهت اتصال به گوشی‌های هوشمند مسافران برای استفاده شخصی از محتوای IPTV

- مجهز به سرویس بهداشتی ایرانی و فرنگی بسته

- بهره‌مندی از راهنمای مسیر و شماره واگن در بدنه بیرونی واگن

- تزئینات داخلی لوکس و مدرن

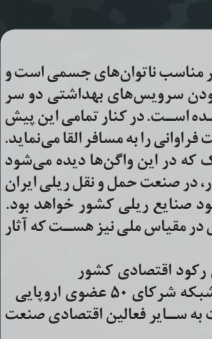
- مجهز به کوبه‌های ۴ تخته خواب

- مجهز به سامانه دوربین مدار بسته در فضاهای عمومی واگن

- طراحی و بهره‌مندی از میز اختصاصی پذیرایی

- مجهز به عایق‌های صوتی و حرارتی جهت حذف صداهای مزاحم و افزایش سطح کیفی سفر

- مجهز به سامانه روشنایی و نور پردازی مخفی در کوبه‌ها، راهرو و سرویس‌های بهداشتی



چند نکته قابل توجه:

۱- ایجاد ۱۵۰۰ شغل مستقیم و چند برابر آن شغل غیرمستقیم در دوران رکود اقتصادی کشور

۲- کسب دانش فنی روز دنیا به روش میانبری و ارزان قیمت و تشکیل شبکه شرکای ۵۰ عضوی اروپایی

۳- استقرار جزیره‌های کیفیت در گروه ریل پرداز و انتشار امواج کیفیت به سایر فعالین اقتصادی صنعت

۴- استفاده از ظرفیت‌های خالی اقتصاد کشور به جای سرمایه‌گذاری‌های طولانی مدت و کم بازده سنگین

۵- صرفه‌جویی ارزی ۵۰ درصدی و ۶۵ میلیون یورویی در مرحله ساخت ناوگان

۶- صرفه‌جویی سوخت سالانه ۲۰ میلیون دلار در مرحله بهره‌برداری از ناوگان

۷- جهش حدود ۵۰ درصدی ظرفیت ناوگان مسافری درجه یک

۸- رونمایی از کلاس جدیدی از خدمات در حمل و نقل مسافری کشور



آنچه توانسته ایم لطف خدا بوده است

رونمایی از نخستین نرم افزار بانکداری بر روی ساعت های هوشمند به همراه قابلیت ورود با اثر انگشت

نخستین نرم افزار بانکداری
بر روی ساعت های هوشمند



همراه بانک پاسارگاد، قابلیت ورود با اثر انگشت



www.bpi.ir
۰۲۱-۸۲۸۹۰

از طریق گوشی خود با اسکن بارکد،
نرم افزار همراه بانک را دانلود نمایید.

