

به نام خدا



دانشکده مدیریت

گروه مدیریت فناوری اطلاعات

طرح جامع فناوری اطلاعات

شرکت بهمن لیزینگ

درس: مدیریت استراتژیک فناوری اطلاعات

نگارش:

حسین کاری زاده

آنیته هادی زاده

نیمسال اول سال تحصیلی ۸۹_۸۸

استاد: دکتر حجاریان

اردیبهشت ۸۹

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

فهرست :

مقدمه: ۳

معرفی شرکت: ۱۱

مزایای عملیات لیزینگ: ۱۱

تاریخچه لیزینگ در ایران ۱۲

فصل اول: معرفی وضعیت موجود ۱۶

معرفی شرکت: ۱۶

محصولات شرکت: ۱۶

موفقیت های شرکت: ۱۷

ساختار سازمانی شرکت: ۱۸

وضعیت پرسنلی شرکت: ۱۹

فصل دوم: ابعاد استراتژیک شرکت: ۲۰

رسالت و اهداف شرکت: ۲۰

ارزش ها: ۲۰

خدمات مشتریان: ۲۱

پورتال ها: ۲۱

شبکه و server های شرکت: ۲۳

رقبا: ۲۵

لیزینگ آریادانا: ۲۶

شرکت لیزینگ امید: ۲۸

شرکت لیزینگ خودرو غدیر: ۲۸

شرکت لیزینگ ماشین آلات و تجهیزات بانک پاسارگاد: ۲۹

نقاط ضعف و راهکارها: ۲۹

مقدمه:

IT یک استراتژی است. با شناخت فرصتها و امکاناتی که از IT ایجاد شده ، آن را به یک استراتژی شبیه کرده است تا یک فرمول و نسخه عملی . استراتژی جدید برای دسترسی متفاوت به آنچه آرمان یک سازمان تعریف می کند. IT یک شناخت وسیع از محیط اطراف را در ذهن ها ایجاد نموده و هرکس را ، در هر سطح و ایده بسوی خود جلب می کند.

سازمانها به این پدیده برای دسترسی به بازار بزرگتر ، ارائه خدمات بیشتر و بهتر ، جمع آوری و نگاه دقیق تر و زنده به نظریه ها و سلیقه ها ، انجام راحت تر و سریعتر کارها ، ارزانتر کردن هزینه خدمات و عملیات ، کنترل دقیق تر و دسترسی سریعتر به منابع داخل و بیرون سازمان و ارتباطات سریعتر و ارزانتر نگاه می کنند. حال، آنچه در تعریف IT بچشم می خورد (که در سایر فن آوری ها تا این حد مدنظر نبوده) مفید بودن این کاربردها از طریق تعریف و ترسیم یک استراتژی درازمدت و منطقی در اداره امور سازمان و خدمات و ارتباطات است . شناخت هرچه دقیق تر و کاملتر از IT برای مدیران و کارشناسان سازمان ها ، آنان را در تنظیم و طراحی یک استراتژی علمی تر با نگرش IT کمک شایانی می کند .

IT یک سری مفاهیم و فکر است.

صرف نظر از بعد استراتژیک در IT ، و ابزار و اسباب کار از سوی دیگر ، IT شبیه یک فکر و اندیشه برای انجام بهینه و موثرتر کارهاست . از آنجا که IT تنها در قالب بسته نرم افزاری یا سخت افزاری و یا ترکیب آنها قابل تعریف و کاربری نیست ، لزوم ایجاد فکر و اندیشه قوی و جامع برای ترکیب ابزارها برای اجرای اهداف و عملیات و ارتباطات نیز یکی دیگر از ابعاد گسترده و شگفت انگیز IT است . با این تعبیر ، ابزار و اسباب نرم افزاری و سخت افزاری در IT بیشتر شبیه مواد خامی می مانند که مطابق نیاز ، با هم ترکیب شده و کار خاصی را انجام می دهند.

در سازمانها، بایستی یک استراتژی برای استفاده از IT وجود داشته باشد و پس از آن، فکر و اندیشه جهت ترکیب و بکارگیری ابزار IT بکارگرفته شود و در انتها به مرحله اجرایی و استفاده از IT رسید. با این توضیحات، ابزار مشابه در سازمانهای حتی مشابه می تواند کاربرد متفاوتی داشته باشد.

IT یک سری ابزار است

به هر آنچه موجب جمع آوری، گردش، پردازش و انتقال اطلاعات و پیامها بدون محدودیتهای مکانی و زمانی باشد IT گفته می شود. رایانها، شبکه های رایانه ای، انواع نرم افزارها و ... همه در حوزه IT جای می گیرند. سازمانها نیز استفاده از IT را سالها تجربه کرده اند، اما آنچه تا کنون در سازمانها مطرح بوده، طبق تعاریف جدید از IT، نمی توانست کاربرد موثر و شایسته این پدیده عظیم را پاسخگو باشد. شاید موفق ترین سازمانها در استفاده از سخت افزار و نرم افزارهای رایانه ای و ارتباطات، بدون استراتژی و اندیشه استفاده از IT، کمترین بهره را از آن برده اند.

طبیعی است که ترکیب استراتژی، فکر و اندیشه، تجهیزات و ابزار، همگی می توانند براساس یک طرح اجرایی کامل و گویا، مزایا و فرصتهای جدید و قابل توجهی را برای سازمانها ایجاد کنند.

IT نوآوری است.

چنانچه سازمانها حلقه های مفاهیم و گامهای فن آوری اطلاعات را منهای نوآوری بکار گیرند، به طور یقین پس از مدتی کوتاه با شکست روبرو شده و از صحنه مقایسه یا رقابت خارج می شوند. برای زنده و پویا نگه داشتن کاربرد IT، نوآوری، شاه کلید توسعه و تحول آن محسوب می شود و در نتیجه، موجب رشد سازمانها و بشر می گردد.

IT همراه با انسان است.

انسانها دارای دو نقش طراحی و اجرای پروژه های فن آوری اطلاعات (کارگزار) و جذب و بکارگیری روشها و ابزار جدید برای انجام کارها (کاربر) دارند . مهارت ، دانش ، و تجربه هر کدام در جای خود تاثیر تعیین کننده در موفقیت استفاده از فن آوری اطلاعات دارد.

نقش کاربران بیش از کارگزاران است و تاثیر بیشتری در موفقیت یا عدم موفقیت دارند . این حوزه تحت عنوان مدیریت منابع انسانی و تغییر ، یا آموزش و تغییر ، یا مدیریت تغییر و امثال اینها در موفقیت کاربردهای فن آوری اطلاعات مورد نظر صاحبان فن نقش داشته و به عنوان یکی از مهمترین جنبه ها در پیاده سازی IT مطرح و راه حلهایی برای آن پیشنهاد می شود.

بنابراین باید اذعان داشت که امروزه اولین مرحله از فرایند توسعه فراگیرتکنولوژی اطلاعات (IT) در سازمانها (بویژه سازمانهای فعال در حوزه های مختلف صنعت و تجارت) توسعه یک طرح فناوری اطلاعات (IT Master Plan) می باشد. طبیعی است تدوین طرح فناوری اطلاعاتی می بایست با پیاده سازی و استقرار آن پی گیری گردد.

قبل از اینکه به چگونگی توسعه طرح فناوری اطلاعات و متدلوژی انجام آن بپردازیم ، بایستی به این سوال پاسخ داد که چرا داشتن یک طرح فناوری اطلاعات برای هر سازمان از اهمیت وافری برخوردار است؟ طرح فناوری اطلاعات یا IT Master Plan ، مهمترین ماموریت هایی را که سازمان انجام میدهد ، علت و چگونگی انجام آن موارد و مسیر حرکت آتی سازمان را مدنظر قرار می دهد.

هدف از طرح فناوری اطلاعات ، تحصیل یک درک کامل از کارکردهای سازمان و نقشه های آتی آن می باشد.

سوالات اساسی عبارتند از:

نقش و فعالیت اصلی سازمان در حوزه صنعت و یا تجارت چیست ؟

الان در چه مختصاتی قرار داریم؟

در آینده می‌خواهیم در کجا و چه مختصاتی باشیم؟

چگونه می‌خواهیم به آنجا برسیم؟

برنامه ریزی استراتژیک در کل به دو بخش تفکیک می‌گردد:

برنامه استراتژی کلان سازمان (Business Strategy plan)

برنامه استراتژی اطلاعاتی سازمان (Information Strategy Plan) یا همان طرح فناوری اطلاعات برنامه استراتژی کلان سازمان فرایندی است که در طی آن سازمان میتواند تصمیماتی در ارتباط با سمت و سوی کسب کار حرفه ای خویش اتخاذ نماید.

برنامه استراتژی کلان سازمان تصویر روشنی از اهداف و سیاستهای کلان سازمان را منعکس می‌نماید.

طرح فناوری اطلاعات عمدتاً توسعه سیستم های اطلاعاتی سازمان را در مرکز توجهات قرار میدهد. در واقع اطلاعاتی که سازمان تولید و یا دریافت می‌کند، مکانیزمها و سیستمهایی که در این ارتباط مورد استفاده قرار می‌دهد، داده های خام پایه، اطلاعاتی که مورد تجزیه و تحلیل و یا پردازش قرار گرفته و برای تصمیم گیری مورد استفاده قرار می‌گیرند، سیستم ها و تکنولوژی های رایانه ای که اطلاعات را پردازش و یا ایجاد می‌نمایند و ... در درجه اول اهمیت قرار می‌گیرند.

همچنین طرح فناوری اطلاعات تلاش می‌کند که ارتباط و همبستگی سیستم های مورد اشاره را با فضای عمومی کسب و کار و اهداف و سیاستهای کلی سازمان، مورد آزمون مجدد قرار گیرد.

امروزه سازمانها بطور معمول در شرایطی قرار گرفته اند که بخش قابل توجه و رو به رشدی از منابع خود را مصروف بخش IT می‌نمایند. بنابراین ضروری است اختصاص منابع و هزینه های فوق الذکر بصورتی برنامه ریزی شده و دقیق انجام پذیرد بطوریکه بتواند نیازهای سازمان را تامین نماید.

داشتن یک طرح فناوری اطلاعات میتواند این اطمینان را ایجاد نماید که سازمان بیشترین دستاوردها را از سرمایه گذاری خویش کسب نماید.

رویکرد مناسب برای سرمایه گذاری در حوزه IT در طرح فناوری اطلاعات منعکس می گردد. برای مثال یک سازمان میتواند در استقرار سیستم کلان IT بعنوان یک پیشرو و یا Leading Edge در کشور عمل نماید و یا میتواند رویکرد متعادل تری را اتخاذ نماید. رویکردی که در آن سازمان منتظر می ماند تا سیستم IT مورد نظر در سطح جامعه و یا کشور بصورت عرف درآید. رویکردی که در آن هدف استقرار یک سیستم IT معمول و متعارف مدنظر قرار میگیرد.

یکپارچه سازی طرح فناوری اطلاعاتی با برنامه استراتژیک کلان سازمان

اگر طرح فناوری اطلاعات مبتنی بر استراتژی سازمان باشد، مدیریت سازمان درک و برداشت عالی تری از پتانسیل سیستم های IT خواهد داشت.

از دیگر سو پیوند این دو استراتژی به متولیان IT کمک خواهد نمود تا درک و برداشت خود از نیازهای سازمان را بهبود بخشند. بدین طریق پتانسیل سیستم های IT برای پشتیبانی نیازهای سازمان بهبود خواهد یافت.

همچنین طرح فناوری اطلاعات نیازمند یکپارچگی (Integration) با سایر جنبه های استراتژی سازمان می باشد:

برای مثال اگر سازمان در حال توسعه یک حوزه جدید کاری بوده و یا قصد بهبود ساختار تشکیلاتی و مدیریتی خود را دارد، در اینصورت سیستم های اطلاعاتی میتواند این تغییر و تحولات را پشتیبانی نموده و یا حداقل امکانات تحقق بهینه آنها را فراهم سازد.

با یکپارچگی طرح فناوری اطلاعات با برنامه استراتژی کلان سازمان میتوان به سوالاتی از این دست پاسخ داد:

آیا تکنولوژی اطلاعات (IT) در حد کفایت ، فعالیت های عمده سازمان را پشتیبانی می نماید؟

آیا میتوانیم هزینه فرایندهای پایه ای را کاهش داده و یا خدمات را با کیفیت بالاتری ارائه نمائیم؟

آیا تکنولوژی اطلاعات (IT) میتواند در راستای مشتری مداری و استحکام ارتباطات با مشتریان نقش بیشتری بعهده بگیرد؟

آیا تکنولوژی اطلاعات (IT) میتواند در زمینه رضایت حرفه ای کارکنان و انگیزش بیشتر آنها موثر باشد؟

آیا میتوان محصولات و خدمات جدیدتر را طرح ریزی و تولید نمود؟

آیا تکنولوژی اطلاعات (IT) میتواند مدیریت را در تعریف بازارهای جدید و نفوذ بیشتر در بازارهای کنونی یاری دهد؟

چگونه میتوان اطلاعات و دانش فنی سازمان را بمتابه یکی از منابع مهم سازمان تلقی و مدیریت نمود؟

وضعیت و مشکلات موجود سازمان چیست ؟

آیا می توان وضعیت موجود سازمان را با توجه به محدودیت ها و امکانات تکنیکی موجود ، بهبود بخشید ؟

چه تکنولوژی های نویی در افق دید قرار دارند؟ و در آینده چگونه آنها میتوانند بکارگرفته شوند تا پاسخگوی

نیازهای در حال تغییر و گسترش صنعت و تجارت سازمان باشند؟

پیامدهای نبود طرح فناوری اطلاعاتی :

سرمایه گذاریها ، اختصاص منابع و تصمیمات اتخاذ شده در حوزه تکنولوژی اطلاعات (IT) بایستی در قالب

یک برنامه مدون هماهنگ و تنظیم گردد.

اگر اشخاص و یا واحدهای سازمانی بصورت پراکنده نسبت به اتخاذ تصمیمات IT اقدام نمایند ، نتیجه آن

از هم گسیختگی و ناهماهنگی عملیات و راه حل های IT سازمان خواهد بود. این روند نحوه به اشتراک

گذاری اطلاعات و جریان یکسویه اطلاعات به سمت مدیریت بالاتر سازمان را بشدت متاثر و روند توسعه IT را خدشه دار خواهد نمود .

مزایای توسعه طرح فناوری اطلاعاتی

۱. یک طرح فناوری اطلاعاتی سازمان را در زمینه های زیر یاری می دهد:
۲. چگونه سیستمهای IT موجود فعالیتهای اصلی و عمده سازمان را پشتیبانی می نمایند؟
۳. توانمندیهای موجود در زمینه پشتیبانی و آموزش IT در چه سطحی از توسعه یافتگی قرار دارند؟
۴. نیازهای اطلاعاتی مشتریان و ... چیست و چگونه با آنها برخورد می شود؟
۵. سیاست سازمان در قبال تغییر و تحول در عرصه تکنولوژی اطلاعات چیست؟
۶. اهداف کوتاه مدت ، میان مدت و بلندمدت تکنولوژی اطلاعات کدامند؟

بر مبنای یافته های فوق الذکر میتوان چهارچوبی برای عملیات لازم جهت پر کردن شکاف بین وضعیت موجود و وضعیت مطلوب ترسیم نمود ، و فرهنگ ارزشمند مبتنی بر نگرش استراتژیک را بسط و ترویج داد که در قالب آن ، برنامه ریزی IT فعالیتی هدفمند و مستمر و همپیوند با استراتژی کلان سازمان کارفرما تلقی می گردد.

بنابراین طرح فناوری اطلاعاتی به مدیریت سازمان نشان خواهد داد که چگونه میتواند از تکنولوژی اطلاعات بهره های حرفه ای و سازمانی کسب نماید و آن را بعنوان اهرمی برای ارتقاء بهره وری ، مورد استفاده قرار دهد.

همچنین طرح فناوری اطلاعات میتواند چهارچوبی مطمئن برای توجیه سرمایه گذاری در حوزه تکنولوژی اطلاعات (IT) ایجاد نماید.

تحقق کامل دستاوردها و منافع طرح فناوری اطلاعاتی (IT Master Plan) ، مستلزم درک روشن سازمان از نیازمندیهای مراحل و گامهای اولیه برای توسعه برنامه فوق الذکر می باشد و همچنین مستلزم عزم و تعهدات بلندمدت و مستمر به الزامات آن در آینده می باشد .

الزامات و نیازمندیهای یک طرح فناوری اطلاعاتی موفق را میتوان در موارد ذیل خلاصه نمود:

۱. حمایت و درگیری مستمر مدیریت ارشد سازمان
۲. اختصاص منابع کافی
۳. تهیه و تدوین برنامه استراتژیک اطلاعاتی شروع راه است و بایستی در مقاطع لازم بهبود یافته و بروز گردد.

برنامه های استراتژیک معمولا در قفسه ها متوقف می گردند! استقرار و پیاده سازی آنها نیازمند منابع ، زیرساخت و طرحهای تشویقی و ... می باشد

تحقق کامل دستاوردها و منافع تهیه طرح فناوری اطلاعات (IT Master Plan) مستلزم درک روشن سازمان از نیازمندیهای مراحل و گامهای اولیه برای توسعه برنامه فوق الذکر و همچنین مستلزم عزم و تعهدات بلندمدت و مستمر به الزامات آن در آینده می باشد

اکنون به شناسایی شرکت بهمن لیزینگ (سهامی خاص) می پردازیم :

معرفی شرکت:

Lease لغت انگلیسی و به معنی اجاره دادن و کرایه کردن است و در عمل ویژگی اصلی آن این است که حق مالکیت مورد اجاره در دست موجر و حق استفاده از آن در اختیار مستاجر قرار دارد. در ایران لیزینگ در چارچوب قرارداد اجاره به شرط تملیک منعقد و به موقع اجرا گذاشته می شود و طی آن حق استفاده از دارایی برای مدت معینی به اجاره گیرنده (مستاجر) واگذار و در پایان مدت قرارداد نیز مالکیت و دارایی به اجاره گیرنده منتقل می شود.

در هنگام عقد قرارداد باید دوره (مدت) قرارداد، مبلغ دقیق، تعداد اقساط اجاره و نحوه تعیین و محاسبه اصل و فرع قیمت باقی مانده مشخص شود.

نقطه مشترک انواع معاملات لیزینگ، موضوع بازپرداخت اقساط آن است که باید در فواصل زمانی معین و منظم به صورت ماهانه، سه ماهه، شش ماهه و یا سالانه پرداخت شود.

مزایای عملیات لیزینگ:

- صرفه جویی در بکارگیری منابع مالی مستاجر

- انعطاف پذیری مطابق شرایط و انتظار مستاجر

- مقابله با تورم

- سهولت نسبی در مقایسه با سایر روشهای استقراض

- امکان جایگزینی دارایی های جدید

در ایران تاکنون ۶۳ شرکت لیزینگ به ثبت رسیده است که بیش از ۸۰ درصد فعالیت آنها در زمینه خودرو می باشد. انجمن شرکتهای لیزینگ ایران با هدف بهینه سازی صنعت لیزینگ کشور تاسیس و ایجاد شده است و در حال حاضر تعداد ۱۹ شرکت از جمله شرکت بهمن لیزینگ عضو انجمن می باشند.

تاریخچه لیزینگ در ایران

لیزینگ در ایران قدمتی بیش از سه دهه دارد. این صنعت در اواسط دهه ۱۹۷۰ و مقارن با اشاعه آن در اقتصاد کشورهای آسیائی و آمریکای لاتین در کشور ما پدیدار شد و اولین شرکت لیزینگ در ۱۳۵۴/۴/۲۱ با مشارکت فنی و مالی فرانسویان پای به عرصه وجود گذارد. با این توضیح که برادران "آیسه" که در قالب شرکت سیتروئن ایران به داد و ستدهای مالی و فنی با فرانسویان و تولید بعضی از محصولات شرکت سیتروئن فرانسه در ایران اشتغال داشتند اولین شرکت لیزینگ در ایران را با مساعدتهای فنی و مالی فرانسویان (بانک سوسیته ژنرال فرانسه) بانک اعتبارات ایران وقت و تعدادی از صاحبان سرمایه داخلی پایه گذاری نمودند. این شرکت که آغازگر حرکت صنعت لیزینگ در کشور ما بشمار می رود تحت عنوان "شرکت لیزینگ ایران" و با سرمایه اولیه یکصد میلیون ریال تأسیس و راه اندازی شد که هم اکنون نیز در قالب یکی از شرکتهای معتبر و پویای لیزینگ کشور به فعالیت اجاره داری مشغول است. بدین ترتیب می توان فرانسویان را پایه گذاران صنعت لیزینگ در ایران دانست. دو سال بعد دومین شرکت نیز باز با همکاری یکی از مؤسسات بزرگ مالی فرانسه بنام "SLIBALL INTERNATIONALE" وابسته به بانک "CREDIT LIONNAIS" تحت نام "آریا لیزینگ" که بعداً به شرکت "پی خرید ایران" و سپس شرکت "لیزینگ صنعت و معدن" تغییر نام داد پای گرفت. شرکت اخیر نیز که کلیه سهام آن در حال حاضر به بانک صنعت و معدن تعلق دارد با سرمایه چهارصد میلیارد ریال و تأسیس (۱۲) شعبه در سراسر ایران بعنوان یکی از شرکتهای بزرگ لیزینگ بانکی به اعطای تسهیلات اعتباری به بخشهای مختلف صنعتی و خدماتی اشتغال دارد.

با بروز تحولات ناشی از انقلاب اسلامی و دگرگونی‌های بنیادین در ساختار سیاسی، اجتماعی و اقتصادی کشور، فعالیتهای دو شرکت فوق نیز متوقف شد و در سال ۱۳۶۰ با ایجاد تغییرات اساسی در پیکره سهامی آنها (تعلق سهام شرکت لیزینگ ایران به بنیادهای شهید و مستضعفان و بانک تجارت و مآلاً انتقال سهام دو بنیاد مذکور به بانک یاد شده و تعلق کلیه سهام شرکت لیزینگ صنعت و معدن به بانک صنعت و معدن) فعالیت مجدد دو شرکت مذکور آغاز گردید. هر چند در مراحل آغازین، عمده فعالیت آنها معطوف ساماندهی تشکیلات جدید و بازیافت مطالبات معوق آنها شد. در دیماه سال ۱۳۶۲ با تدوین و تصویب قانون عملیات بانکی بدون ربا، لیزینگ در کشور در قالب عقد اجاره بشرط تملیک که نوعی از عملیات لیزینگ مالی (FINANCIAL LEASE) است مشروعیت یافت. ولی از آنجا که در قانون اجرای این عقد کلاً به سیستم بانکی سپرده شده و جایگاهی برای فعالیت مؤسسات اعتباری (غیربانکی) و بویژه دو شرکت مذکور منظور نظر تصمیم‌سازان و سیاستگذاران پولی و مالی کشور قرار نداشت و بانکها نیز به دلیل گستردگی حجم فعالیت و بوروکراتیک بودن ساختار تشکیلاتی آنها، رغبتی به فعالیت در این صنعت از خود نشان ندادند (بجز بانک مسکن که در زمینه اجاره به شرط تملیک واحدهای مسکونی فعال شد) لذا این ابزار نوین اعتباری علی‌رغم نقش بارزی که می‌توانست در جلوگیری از فشارهای تورمی و ایجاد تعادل در عرضه و تقاضای انواع بیشمار محصولات صنعتی داشته باشد، هیچگاه مورد اقبال و حمایت دولت و سیاستگذاران پولی و اعتباری کشور قرار نگرفت و لیزینگ به مدت بیش از ۱۳ سال و با وجود دولتی بودن شرکتهای فعال عملاً مهجور و بی‌توجه باقی ماند. در سال ۱۳۷۳ اولین هسته تشکیلاتی لیزینگ خصوصی بنام "پارس لیزینگ" پای بعرضه وجود گذارد و بدین ترتیب طلیعه ایجاد شرکتهای خصوصی لیزینگ برای اولین بار در کشور نمودار گردید.

نگاهی گذرا به سیر تحولات لیزینگ در ایران حاکی از این واقعیت است که این صنعت عملاً از سال ۱۳۸۱ توانست بصورت جدی و تأثیرگذار در بازار پول و سرمایه کشور شروع به رشد و نمو نماید. به عبارت دیگر از نیمه دوم سال مذکور و اوایل سال ۱۳۸۲ با توجه به تغییر شکل بازارهای انحصاری به بازارهای رقابتی، توسعه رقابت میان تولیدکنندگان و لزوم اتخاذ سیاست مشتری مداری در تولید و عرضه محصولات صنعتی

بویژه خودرو و بطور کلی تغییر شکل اقتصاد بسته به اقتصاد بالنسبه بازتر که از تدوین و اجرای سیاستهای اقتصادی مناسب در راستای افزایش نقش بخش خصوصی در برنامه‌های عمرانی رخ نموده بود، تعدادی از صاحبان صنایع در این بخش، مدیران با تجربه مالی و صنعتی بویژه مسئولین شرکتهای بزرگ خودروسازی کشور در جستجوی ابزارهایی کارآ و مطمئن برای یافتن بازار و توسعه فروش اقلام مختلف صنعتی، بویژه خودرو بنحوی که بتواند با افزایش قدرت خرید در میان اقشار متوسط و رو به پائین جامعه، تقاضای مؤثر برای مصرف این کالاها را ایجاد نماید، لیزینگ را بمثابه یک شیوه تأثیرگذار و نتیجه بخش در این میان یافته و با امیدواری به نتایج مثبتی که انتظار می‌رفت از منظر اشاعه و کاربرد صحیح و منطقی این ابزار اعتباری در رونق فروش محصولات آنها عاید گردد به تأسیس هسته‌های تشکیلاتی لیزینگ پرداختند. در کنار حرکت خودروسازان، افراد حقیقی علاقمند به فروش قسطی خودروها نیز، بدون هیچگونه آگاهی از چند و چون این کسب و کار تازه و صرفاً به پشتوانه قوانین مدنی و تجارت، در قالب شرکتهای بازرگانی نام لیزینگ بر خود نهاده و وارد عرصه کارزار شدند. بدین ترتیب طولی نکشید که طی سالهای ۸۴ - ۱۳۸۱ تعداد قریب به ۳۰۰ شرکت لیزینگ با جمع سرمایه‌گذاری ثبتي حدود ۳۵۰۰ میلیارد ریال در کشور تأسیس شد. طی مدت مذکور تحولاتی در عرصه بازار پولی کشور بوقوع پیوست که انتظار می‌رفت از رهگذر این تحولات لیزینگ نیز بتواند بعنوان یکی از ابزارهای اعتباری پویا در کشور از جایگاه درخوری بهره‌مند گردد. تصویب و ابلاغ قانون تنظیم بازار غیر متشکل پولی بزرگترین تحولی بود که در این عرصه حادث شد و این امیدواری بوجود آمد تا در قالب آن شرکتهای لیزینگ نیز بتوانند بعنوان یکی از اجزاء این بازار بصورت مؤسسات اعتباری غیر بانکی فعالیت سازمان یافته‌ای را آغاز نمایند. در چارچوب قانون مذکور قرار شد دستورالعمل اجرائی مربوط توسط بانک مرکزی و با همکاری و نظارت وزارت امور اقتصادی و دارائی تهیه و به دولت تقدیم شود و دولت ظرف سه ماه دستورالعمل مربوط را بررسی و تصویب نماید تا پس از آن بانک مرکزی بتواند قدرت اجرائی لازم را برای نظارت و سروسامان دادن به شرکتهای لیزینگ کسب نماید. در مهرماه ۱۳۸۴ بانک مرکزی در اجرای سیاستهای نظارتی خود به اداره ثبت شرکتهای دستور داد تا از ثبت و تأسیس شرکتهای لیزینگ جلوگیری شود. این اقدام را شاید بتوان ملموس‌ترین و عبارتی تنها اقدام دستگاه

سیاستگذاری امور پولی کشور در زمینه ساماندهی شرکتهای لیزینگ محسوب نمود. دستورالعمل اجرائی مربوط به قانون تنظیم بازار غیرمتشکل پولی سریعاً تهیه و به دولت ارسال گردید که متأسفانه قریب به ۲۰ ماه (علیرغم مهلت قانونی سه ماهه) در دبیرخانه کمیسیون اقتصادی دولت معطل و سرانجام پس از اعمال تعدیلاتی به بانک مرکزی ابلاغ شد.

در قالب دستورالعمل اجرائی مورد بحث مقرر شد بانک مرکزی در قالب ضوابط و مقررات تنظیمی خود نسبت به بررسی وضعیت شرکتهای لیزینگهای موجود اقدام نماید. در این راستا بانک مرکزی دستورالعمل مربوط به نحوه تأسیس، فعالیت و نظارت بر شرکتهای لیزینگ را با ابهامات و کاستیهای فراوان در قالب ۲۸ ماده و ۱۲ تبصره تهیه نمود که در جلسه ۱۳۸۶/۴/۱۶ شورای پول و اعتبار به تصویب رسید و در چارچوب آن مقرر گردید شرکتهای لیزینگ وضعیت خود را با مقررات موضوعه بانک مرکزی تطبیق داده و پس از کسب مجوز فعالیت تحت نظارت بانک موصوف فعالیت خود را رسماً آغاز نمایند.

در مقابل این اقدامات که تا اندازه‌ای منجر به قانونمندی فعالیت لیزینگ در کشور شد، اقدامات محدودکننده‌ای نیز بر سر راه حرکت شرکتهای لیزینگ بوجود آمد که فعالیت آنها را بشدت تحت تأثیر منفی قرار داد. تعیین نرخ دستوری ۱۷٪ و عدم پیش‌بینی هر گونه ابزارهایی برای تأمین منابع مالی مورد نیاز این شرکتها دو عامل اصلی نکث و رکود فعالیت لیزینگ داخلی بشمار می‌روند. محدودیت نرخ سود از یکسو و عدم رغبت بانکها به اعطای تسهیلات ارزان‌قیمت‌تر به شرکتهای لیزینگ از سوی دیگر موجب گردید که حجم فعالیت شرکتهای مطرح و اصلی لیزینگ که عمدتاً سهام آنها متعلق به بانکها و یا کارخانجات خودروسازی کشور می‌باشد، طی سالهای ۸۶ - ۱۳۸۵ (در مقابل رشد چشمگیر فعالیت این شرکتها در سالهای ۸۴ - ۱۳۸۳) کاهش قابل ملاحظه‌ای حاصل نماید، بطوریکه بسیاری از این شرکتها عملاً مجبور به خروج از گردونه فعالیت شدند. با این اشاره باید سالهای ۱۳۸۳ و ۱۳۸۴ را دوران طلائی فعالیت لیزینگ در کشور بشمار آورد. بزبان آماری مجموع فعالیت سرمایه‌گذاری ده شرکت عمده و اصلی لیزینگ کشور در سال ۱۳۸۴ بیش از ۱۷۰۰۰ میلیارد ریال بود که در سال ۱۳۸۵ به ۱۵۰۰۰ میلیارد ریال و در سال ۱۳۸۶ به

۱۱۴۰۰ میلیارد ریال کاهش یافت. با توجه به مشکلات و محدودیتهای یاد شده که نمودار وجود بحران پایدار در وضعیت لیزینگ کشور است می‌توان انتظار داشت که روند کاهشی در پورتفوی عملیاتی لیزینگ در سال ۱۳۸۷ و حتی بعد از آن نیز حفظ گردد. تأسیس دو نهاد صنفی برای نزدیکتر کردن دیدگاهها و کوششهای جمعی برای حفظ و ارتقاء منافع شرکتهای لیزینگ از معدود اقدامات مثبتی بود که از سال ۱۳۸۳ بدین سو جامعه عمل پوشید. اولین نهاد انجمن شرکتهای لیزینگ ایران بود که در سال ۱۳۸۱ تأسیس و از سال ۱۳۸۳ تحت نظر اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران فعالیت خود را با عضویت شرکتهای عمدتاً کوچک متعلق به بخش خصوصی آغاز نمود. دومین تشکل نیز کانون شرکتهای لیزینگ ایران نام دارد که با عضویت شرکتهای بزرگ و مطرح لیزینگ کشور در سال ۱۳۸۵ تأسیس و راه‌اندازی گردید.

فصل اول: معرفی وضعیت موجود

معرفی شرکت:

در راستای استراتژیهای گروه بهمن، شرکت بهمن لیزینگ (سهامی خاص) در آذر ماه ۱۳۸۱ با سرمایه‌گذاری مستقیم شرکت گروه بهمن تأسیس گردید. و در بهمن ماه ۱۳۸۱ به عضویت انجمن شرکتهای لیزینگ ایران نائل گردید. و در سال ۸۴ نیز به عضویت کانون شرکتهای لیزینگ درآمد و در تاریخ ۸۷/۱۰/۲۱ طی مجوز شماره ۹۶۵۳۱ از بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران موفق به اخذ مجوز فعالیت گردید.

محصولات شرکت:

- مزدا ۳
- کامیونت ایسوزو
- وانت مزدا
- نارون


موفقیت های شرکت:

مجوزها و گواهینامه های اخذ شده شرکت به شرح زیر می باشند:

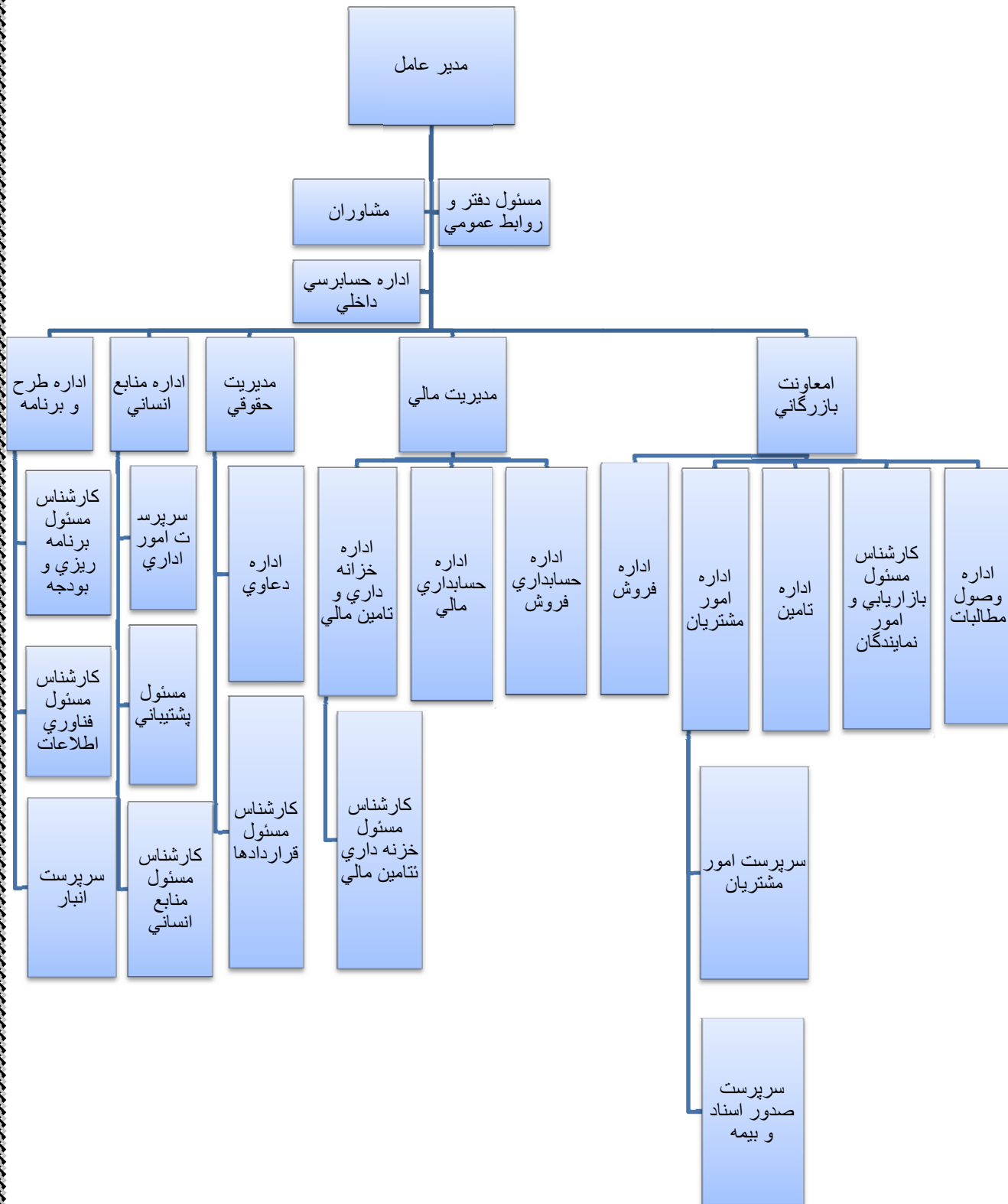
مجوز فعالیت از بانک مرکزی

گواهی فعالیت در کانون شرکتهای لیزینگ ایران

گواهی فعالیت در انجمن شرکتهای لیزینگ ایران

	شماره مجوز: ۹۶۵۳۱ تاریخ مجوز: ۸۷/۱۱/۱۲
بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران	
«بسمه تعالی»	
مجوز موقت فعالیت	
شرکت بهمن لیزینگ (سهامی خاص)	
دارای شماره ثبت ۱۱۵۸۸۹۱ به تاریخ ۱۳۸۱/۹/۱۶	
صادره از اداره کل ثبت شرکتها و موسسات غیرتجاری شهرستان	
<p>بازگشت به نامه شماره ۱۸۷/۸۱۶۰/ل مورخ ۱۳۸۷/۱۰/۲۱ بدین وسیله با فعالیت آن شرکت در چارچوب قانون پولی و بانکی کشور، قانون تنظیم بازار غیرمتنوع پولی، آیین نامه و دستورالعمل های مصوب، بنشنامه های بانک مرکزی، اساسنامه ثبت شده و سایر مقررات ذی ربط موافقت به عمل می آید.</p> <p>شایان ذکر است مدت اعتبار این مجوز، یک سال از تاریخ صدور می باشد. ضروری است آن شرکت طی مدت مذکور نسبت به اصلاح و تطبیق فعالیت های خود در چارچوب "دستورالعمل اجرایی تاسیس، نحوه فعالیت و نظارت بر شرکت های لیزینگ" مصوب ۱۳۸۶/۴/۱۶ شورای محترم پول و اعتبار مبادرت نماید.</p> <p>خاطر نشان می سازد صدور مجوز فعالیت دائم منوط به تطبیق فعالیت آن شرکت در طی مدت یاد شده با مقررات و ضوابط ناظر بر فعالیت شرکت های لیزینگ می باشد.</p>	
مدیریت کل نظارت بر بانکها و موسسات اعتباری اداره مطالعات و مقررات بانکی	شماره ثبت: ۳۸۱۶ تاریخ: ۱۳۸۷/۱۱/۱۲

ساختار سازمانی شرکت:



وضعیت پرسنلی شرکت:

نام حوزه	دکتر	فوق لیسانس	لیسانس	لیسانس *	فوق دیپلم	فوق دیپلم*	دیپلم	دیپلم*	سیکل	سیکل*	ابتدایی	جمع نفرات
	مدیریت	۱				۱						
امور مالی			۱۱		۴		۳	۳				۲۵
منابع انسانی		۱					۸	۸		۸	۲	۲۲
بازرگانی		۱	۷		۱		۸	۸		۱		۲۲
طرح و برنامه			۲		۱					۱		۵
حقوقی			۳		۱		۲	۱		۱		۸
جمع کل نفرات	۰	۳	۲۴	۰	۸	۰	۱۷	۲۰	۰	۱۱	۲	۸۵

فصل دوم: ابعاد استراتژیک شرکت:

رسالت و اهداف شرکت:

هدف اصلی از تأسیس شرکت، ارائه خدمات به شرح ذیل بوده است:

- ۱- توسعه بازار فروش محصولات گروه بهمن از طریق ایجاد تسهیلات ویژه برای واگذاری خودرو بصورت اجاره به شرط تملیک جهت سازمانها، نهادها، مؤسسات دولتی و عمومی و افراد
- ۲- انعطاف پذیری در برابر درخواستهای مشتریان
- ۳- مدیریت استفاده بهینه از سرمایه
- ۴- تحقق رفاه اجتماعی و کمک به اشتغال پایدار

ارزش ها:

منشور اخلاقی و رفتاری فردی در شرکت بهمن لیزینگ

- ۱- احترام به قوانین و ضوابط سازمانی و رعایت آنها
- ۲- صداقت در کردار، گفتار، رفتار
- ۳- حفظ اسرار وعدم ارائه اطلاعات محرمانه سازمان به دیگران
- ۴- مشارکت فعال در پیشبرد امور شرکت، تعهد به فعالیتهای گروهی و یاری رسانی به دیگران
- ۵- فاداری واحساس مسئولیت نسبت به سازمان، ترجیح دادن منافع شرکت به منافع شخصی و دفاع از حریم شرکت در جامعه
- ۶- داشتن وجدان کاری و بکار بردن تمام سعی و توان خود برای انجام وظایف محوله
- ۷- مقابله با شایعه سازی و پرهیز از تهمت، غیبت، خبر چینی و هر اقدامی که صمیمیت و اعتماد میان کارکنان را تضعیف نماید
- ۸- رعایت نزاکت و ادب در برخوردهای اجتماعی و منع حرکتهایی که موجب عتک حرمت دیگران شود
- ۹- رعایت نظم، انضباط و آراستگی
- ۱۰- رعایت مقررات ایمنی و بهداشتی، به منظور حفظ سلامت خود و دیگران
- ۱۱- عدم تبعیض (نژادی، قومی، خویشاوندی، مذهبی، جنسی)

۱۲- پرهیز اخذ هرگونه هدیه غیر متعارف وجه نقد و یا تسهیلات از طرفهای تجاری شرکت

۱۳- برقراری توازن و اعتدال بین کار و زندگی خانوادگی

۱۴- عدم استفاده شخصی غیر مجاز از دارائیهای شرکت

۱۵- اعتماد و احترام متقابل بین افراد

۱۶- ممنوعیت استفاده از دخانیات در محل کار و عدم مصرف مواد مخدر و مشروبات الکلی

۱۷- رعایت و دستورات و راهنماییهای مقامات ارشد

۱۸- حفظ حریم شخصی و آزادی دیگران

۱۹- ممنوع بودن داد و ستدهای شخصی در محل کار

۲۰- تلاش در جهت کسب رضایت مراجعین و مشتریان شغلی خود

خدمات مشتریان:

مشتریان می توانند به در خواست واسپاری خودرو و پرداخت اقساط خود به صورت اینترنتی بپردازند. همچنین امکان پیگیری پرونده خود را نیز از طریق اینترنت نیز دارا می باشند.

پورتال ها:

شرکت بهمن لیزینگ از دو پورتال بهره می گیرد که یکی از آنها پورتال کارمندان شرکت و دیگری پورتال نمایندگان فروش می باشد

Application های مورد استفاده شرکت:

به طور کلی application های مورد استفاده شرکت در دو گروه جای می گیرند، گروه اول application هایی می باشند که توسط خود شرکت و بر حسب نیازی که احساس می شده، تولید شده است. دسته دوم شامل application هایی می باشد که شرکت از شرکتهای معتبر تولید کننده نرم افزار خریداری می

نماید. گروهی دیگر نیز وجود دارند که در واقع ماژولهای کوچکی هستند که بنا بر نیاز موجود در یک برهه زمانی توسط شرکت تولید گردیده ان. در ادامه به شرح این application ها می پردازیم:

۱- نخستین application مورد استفاده در این شرکت که از جمله مهمترین application های شرکت نیز می باشد ، نرم افزار فروش شرکت می باشد . در ابتدای کار شرکت به علت جدید بودن این صنعت ثر ایران هیچ نرم افزار لیزینگی جهت انجام فعالیتهای فروش اقساطی وجود نداشت به همین خاطر شرکت اقدام به تولید چنین نرم افزاری نمود . این نرم افزار با زبان VB نوشته شد و از پایگاه داده Access در آن استفاده گردیده است . بنا بر گفته های مسئولین فناوری اطلاعات شرکت ، این نرم افزار در حال حاضر جوابگوی نیاز شرکت می باشد.

۲- نرم افزار دیگر مورد استفاده در بهمن لیزینگ، نرم افزار مالی می باشد که بهمن لیزینگ آن را از شرکت همکاران سیستم خریداری نموده است و از ماژولهای انبار، حقوق و دستمزد ، خزانه و حسابداری مالی آن بهره می برد که این ماژولها به شکل یکپارچه با یکدیگر عمل می کنند. پایگاه داده مورد استفاده این نرم افزار SQL Server می باشد.

۳- دیگر نرم افزار مورد استفاده شرکت، application وصول اقساط معوق می باش. این نرم افزار نیز توسط خود شرکت تولید گردیده است. از آنجاییکه در صنعت لیزینگ پرداختها به شکل اقساطی صورت می پذیرد ، همواره مقداری پرت که همان قسطهای بیست که مشتریان نمی پردازند، وجود دارد و این نرم افزار به مدیریت این اقساز معوق می پردازد. پایگاه داده مورد استفاده در این نرم افزار Oracle می باشد. شرکت با استفاده از یک سیستم messaging و با ارسال پیام کوتاه به مشتریانی که در پرداخت اقساط خود تاخیر دارند، به این application کمک می نماید . نرم افزار messaging هم توسط خود شرکت و جهت کمک به نرم افزار مدیریت اقساط معوق تولید شده است

۴- دیگر application مورد استفاده شرکت، نرم افزار بایگانی دیجیتال می باشد، ار آنجاییکه در صنعت لیزینگ ارتباط با مشتری طولانی مدت می باشد و طی این مدت مدارک و اطلاعات مختلفی

از مشتریان شرکت ایجاد می شوند جهت مدیریت این پرونده ها شرکت اقدام به ایجاد application بایگانی دیجیتال نموده است که اکنون حجم داده های آن به ۲ ترابایت می رسد . پایگاه داده مورد استفاده در این نرم افزار Oracle بوده و پرونده ها در قالب عکسهایی با فرمت JPG نگهداری می گردند

۵- دیگر سیستم مورد استفاده شرکت که توسط شرکت ایجاد شده است و به کمک سیستم حقوق و دستمزد می آید، سیستم کارت زنی پرسنل می باشد

۶- همانطور که در ابتدای این بحث نیز اشاره گردید، شرکت در برهه های زمانی مختلف بنا بر نیازی که احساس می نموده است، اقدام به تولید یک سری ماژول های کوچک نموده است که گاهی در صورت نیاز با گذشت زمان به توسعه آنها پرداخته است. به عنوان مثال جهت تشویق مشتریان به پرداخت به موقع اقساط خود، نرم افزاری برای تشویق افرادی که هیچ قسط معوقی نداشته اند تولید گردیده و مورد استفاده قرار گرفته است

یکپارچگی و تبادل اطلاعات:

Application های مورد استفاده شرکت با یکدیگر یکپارچه نمی باشند و برای رد و بدل نمودن داده ها از port خای ارتباطی بهره گیری می شود

شبکه و server های شرکت:

بهمن لیزینگ از امکانات زیر بهره می گیرد:

- advance server 2003 windows

- main server : جهت validate نمودن کاربران

- یک server برای run شدن application همکاران سیستم

- یک server برای application فروش

- یک server برای application بایگانی

- یک server برای سایر applicationها

شرکت از شبکه اینترنت از طریق ADSL بهره می گیرد و سپس از طریق یک server میان کاربران share می گردد

در نتیجه از اینترنت پرسرعت به شکل شبکه wireless استفاده می شود

سطوح امنیتی به کار رفته در شرکت:

- سطح UI :

تعیین سطح دسترسی برای افراد متفاوت از طریق user name و pass word برای هر فرد و تغییر دوره ای آنها

- در سطح شبکه:

جلوگیری از خطرات ناشی از هکرها، ویروسها، کرم ها و ... استفاده از firewall ها و نرم افزارهای امنیتی

امنیت:

Security level 3 روی شبکه شرکت پیاده گردیده است و اطلاعات امنیتی به شکل شبکه wireless

داخل server می گردند

سخت افزار:

استفاده از PC و Lap Top ها در شرکت و وجود ۸۰ کاربر که بسته به کاربرد از printer به شکل

مستقیم و یا به صورت share استفاده می نمایند

Application های استراتژیک شرکت:

دو application فروش اقساطی و مدیریت وصول اقساط معوق نرم افزارهای استراتژیک شرکت می باشند. زیرا دو فعالیت مهم فروش به شکل اقساطی و دریافت و مدیریت اقساطی که پرداخت آن از سوی مشتریان به تعویق افتاده است توسط این دو application انجام می گیرد. که هر دوی آنها نیز توسط خود شرکت تولید گردیده است.

رقبا:

کانون شرکتهای لیزینگ ایران:

کانون شرکتهای لیزینگ ایران در تاریخ ۱۳۸۵/۵/۹ به شماره ثبت ۱۹۹۹۳ در اداره ثبت شرکتهای و مالکیت صنعتی، به ثبت رسیده است. موضوع فعالیت کانون، ارتباط با سازمانها و نهادهای، بررسی و پیشنهاد دستورالعملهای اجرایی جهت شرکتهای عضو، انتشار مجله تخصصی انجام پژوهشهای مرتبط با صنعت لیزینگ، حمایت از پایان نامههای دانشجویی، برگزاری سمینارها و همایشهای تخصصی و ایجاد و راه اندازی سایت تخصصی صنعت لیزینگ، جمع آوری و تدوین کتب، مجلات، مقالات و غیره در سطح داخلی و خارجی، انتقال مفاهیم و شناساندن صنعت به آحاد جامعه و کلاً مرجع بودن برای کلیه موارد در صنعت لیزینگ در داخل کشور می باشد.

بطور کلی هدف اولیه تأسیس کانون ایجاد یک تشکیلات مستقل و منسجم جهت پیگیری مسائل، مشکلات صنفی و خواستههای صنعت لیزینگ، همچنین سازماندهی فعالیتها و استفاده از راهکارهای علمی جهت ارتقای این صنعت در راستاری مقابله با چالشهای پیش رو بوده است که این اهداف در گذر زمان و با توجه به نیازها و الزامات موجود توسط کارگروههای ایجاد شده در کانون مورد بازنگری قرار می گیرد. در حال حاضر ۱۵ شرکت عضو کانون شرکتهای لیزینگ ایران هستند که بیش از ۹۵ درصد عملیات لیزینگ در کشور را در اختیار دارند. شرکتهای عضو کانون شامل لیزینگ آریادانا، لیزینگ ایران خودرو، لیزینگ ایران، لیزینگ امید، لیزینگ بانک اقتصاد نوین، لیزینگ ایرانیان، بهمن لیزینگ، لیزینگ خودرو غدیر، لیزینگ

خودرو کار، لیزینگ صنعت و معدن، رایان سایپا، لیزینگ پارسیان، لیزینگ کارآفرین، لیزینگ ماشین آلات سنگین ایرانیان، لیزینگ ماشین آلات و تجهیزات بانک پاسارگاد می باشند.

لیزینگ آریادانا :

تاریخچه و موضوع فعالیت

شرکت لیزینگ آریا دانا در تاریخ ۱۳۸۳/۲/۹ بصورت شرکت سهامی عام تاسیس شده و طی شماره ۲۲۰۴۴۱ تحت نام شرکت سرمایه گذاری آریادانا با سرمایه ده میلیون ریال در اداره ثبت شرکتها و مالکیت صنعتی تهران به ثبت رسیده است . برابر مصوبه مجمع عمومی فوق العاده صاحبان سهام مورخ ۱۳۸۴/۶/۶ ، نام شرکت به لیزینگ آریادانا تغییر یافته و در تاریخ ۱۳۸۴/۷/۲ در مرجع ثبت شرکتها به ثبت رسیده است . همچنین برابر مصوبه مجمع عمومی فوق العاده صاحبان سهام مورخ ۱۳۸۷/۳/۲۲ و در جهت تطبیق اساسنامه شرکت با دستورالعمل تاسیس شرکتهای واسپاری بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران ، اساسنامه جدید شرکت در تاریخ ۱۳۸۷/۵/۱ در مرجع ثبت شرکتها به ثبت رسید

شرکت در تاریخ ۱۳۸۷/۹/۱۰ و طی نامه شماره ۵۰۹۸۷ موفق به اخذ مجوز فعالیت یکساله از بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران و همچنین در تاریخ ۱۳۸۷/۹/۳۰ و طی نامه شماره-30987-722-1213 4/13 موفق به اخذ مجوز شماره گذاری از پلیس راهنمایی و رانندگی ناجا گردید . مرکز اصلی شرکت واقع در تهران ، خیابان سید جمال الدین اسدآبادی (یوسف آباد) ، کوچه هفتم ، شماره ۳۲ ، طبقه دوم می باشد

سرمایه

سرمایه قانونی و ثبت شده شرکت در حال حاضر مبلغ یکصد میلیارد ریال می باشد که به یکصد میلیون سهم عادی یکهزار ریالی با نام تقسیم شده است . بر اساس گزارش توجیهی هیئت مدیره که به تایید بازرسی قانونی شرکت رسیده ، مصوبه مجمع عمومی فوق العاده صاحبان سهام مورخ ۱۳۸۴/۶/۶ در خصوص افزایش سرمایه تا مبلغ ۱۰۰۰۰ میلیارد ریال اخذ گردیده است . لکن با عنایت به مانده مطالبات سهامداران شرکت ،

اولین مرحله افزایش سرمایه از مبلغ ده میلیون ریال به مبلغ یکصد میلیارد ریال به مرحله اجرا درآمده و در تاریخ ۱۳۸۵/۹/۲۲ در مرجع ثبت شرکتها به ثبت رسیده است .

ترکیب سهامداران

در تاریخ ۱۳۸۷/۹/۳۰ ترکیب سهامداران با مالکیت اصلی ، به شرح ذیل می باشد :

درصد سهام	تعداد سهام	
51	50.999.950	شرکت گروه مالی ایرانیان (سهامی عام)
17	16.999.950	شرکت سرمایه گذاری حافظ اعتماد(سهامی خاص)
15	15.585.924	شرکت سرمایه گذاری زعیم (سهامی خاص)
10	10.076.679	شرکت گروه بهمن (سهامی عام)
1	1.000.000	شرکت سرمایه گذاری لقمان (سهامی عام)
1	1.000.000	شرکت سرمایه گذاری جامی (سهامی عام)
1	1.000.000	شرکت سرمایه گذاری وثوق امین (سهامی عام)
1	1.000.000	شرکت سرمایه گذاری توسعه اعتماد (سهامی عام)
1	999.950	شرکت سرمایه گذاری اعتماد جم (سهامی عام)
2	1.337.547	سایر سهامداران
100	100.000.000	

اعضای هیات مدیره

مدت ماموریت	به نمایندگی از	سمت	نام و نام خانوادگی
از ۸۵/۱۱/۲۵ تاکنون	گروه مالی ایرانیان	رئیس هیئت مدیره	محمد هاشم بت شکن
از ۸۵/۱۱/۲۵ تا ۸۷/۶/۲۲	گروه بهمن	نایب رئیس هیئت مدیره	حسین پناهیان
از ۸۵/۱۱/۲۵ تاکنون	گروه بهمن	نایب رئیس هیئت مدیره	بهزاد قنبری
از ۸۵/۱۱/۲۵ تاکنون	سرمایه گذاری زعیم	عضو هیئت مدیره	بهروز امیدعلی
از ۸۵/۱۱/۲۵ تا ۸۷/۶/۲۲	سرمایه گذاری اعتماد جم	عضو هیئت مدیره	مهدی سنائی فرد
از ۸۷/۶/۲۳ تاکنون	سرمایه گذاری اعتماد جم	عضو هیئت مدیره	احمد رضا سبزواری
از ۸۷/۶/۲۳ تاکنون	سرمایه گذاری حافظ اعتماد	عضو هیئت مدیره و مدیرعامل	فرشاد فتاحی نیا

شرکت لیزینگ امید :

شرکت لیزینگ امید (سهامی خاص) متعلق به گروه شرکتهای بانک سپه در تاریخ ۱۳۸۳/۰۶/۱۷ با سرمایه اولیه یک میلیارد ریال تاسیس و تحت شماره ۲۲۹۵۵۶ در اداره ثبت شرکتهای تهران به ثبت رسیده است.

سرمایه شرکت متعاقبا در تاریخ ۱۳۸۴/۱۲/۲۸ به ۲۰ میلیارد و سپس به ۴۰ میلیارد ریال و پس از آن به ۶۰ میلیارد ریال افزایش یافت. بر اساس موافقت مورخ ۱۳۸۶/۰۹/۳۰ مجمع عمومی فوق العاده، افزایش مجدد سرمایه شرکت تا سقف ۱۰۰ میلیارد ریال در اختیار هیئت مدیره قرار گرفته است که توسط توسط صاحبان سهام، مبلغ افزایش سرمایه به حساب شرکت واریز گردید در همین راستا تقاضای افزایش سرمایه تا سقف ۲۰۰ میلیارد در دست بررسی می باشد.

شرکت لیزینگ خودرو غدیر :

شرکت لیزینگ خودرو غدیر در تاریخ ۸۱/۱۱/۹ به شماره ۱۹۸۶۳۹ در اداره ثبت شرکتهای تهران به ثبت رسیده است.

سرمایه اولیه شرکت در ابتدا بالغ بر ۱۰۰ میلیارد ریال بود. مجمع عمومی فوق العاده صاحبان سهام در مورخ ۸۳/۶/۲۹ افزایش سرمایه شرکت را از مبلغ ۱۰۰ به ۴۰۰ میلیارد ریال مجاز و اختیار آن را به صورت مرحله ای در اختیار هیئت مدیره قرار داد که تاکنون افزایش سرمایه تا مبلغ ۳۰۰ میلیارد ریال به ثبت رسیده است.

نام شرکت در تاریخ ۸۴/۴/۴ در ردیف ۴۲۹ شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار بر تابلوی اتاق شیشه ای درج گردید، عضویت در بازار بورس اوراق بهادار از نکات برجسته ای است که پس از گذشت ۳ سال از فعالیت سودآور شرکت با تلاش صادقانه همکاران تحصیل گردید.

با عنایت به تصویب دستورالعمل اجرائی تاسیس، نحوه فعالیت و نظارت بر شرکتهای لیزینگ در نیمه اول سال ۱۳۸۶ توسط شورای پول و اعتبار، کلیه شرکتهای لیزینگ ملزم به احراز شرایط مندرج در دستورالعمل و اخذ مجوز فعالیت از بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران گردیدند. در این راستا شرکت لیزینگ خودرو غدیر از اولین شرکتهایی بود که توانست ضمن تطبیق اساسنامه خود با ضوابط و مقررات بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران و سازمان بورس و اوراق بهادار با احراز سایر شرایط مندرج در دستورالعمل، توفیق اخذ مجوز فعالیت به شماره ۷۶۹۳۲ مورخ ۱۰۱۳۸۷/۱۵ از بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران را بدست آورد.

این شرکت با حد کفایت سرمایه خود در میان شرکتهای دارای مجوز فعالیت از بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران امکان فعالیت در کلیه زمینه های تصویب شده لیزینگ را دارد.

شرکت لیزینگ ماشین آلات و تجهیزات بانک پاسارگاد :

شرکت لیزینگ ماشین آلات و تجهیزات بانک پاسارگاد به عنوان بیست و سومین شرکت لیزینگ در ایران در تاریخ ۱۹/۰۶/۱۳۸۱ تحت شماره ۱۹۲۰۲۱ با شخصیت حقوقی شرکت سهامی خاص در اداره ثبت موسسات و شرکت های غیر تجاری تهران به ثبت رسیده است.

موضوع فعالیت طبق اساسنامه شرکت شامل موارد ذیل می باشد: انجام کلیه معاملات بازرگانی و تجاری مجاز اعم از صادرات و واردات، اخذ نمایندگی از شرکت های داخلی و خارجی و اخذ هرگونه وام و اعتبار، اجاره هر گونه کالای منقول و غیر منقول بصورت لیزینگ، ارائه خدمات مشاوره ای و مشارکت در طرح های سرمایه گذاری تولیدی و غیر تولیدی مجاز در داخل و خارج کشور و بطور کلی مبادرت به انواع عملیاتی که برای فعالیت های مذکور مفید و نافع می باشد.

تقویت نقاط استراتژیک :

از جمله نقاط ضعف موجود در این سیستم ها می توان به سرعت پایین برخی از application ها ، عدم یکپارچگی میان آنها و عدم وجود یک پایگاه داده مرکزی برای داده های شرکت اشاره نمود . یک نیاز سنجی قوی و ایجاد ارتباط با یکی از قوی ترین شرکتهای نرم افزاری جهت تولید application های مورد نیاز شرکت می تواند مفید واقع گردد.

همانطور که پیشتر نیز اشاره شد، دو application فروش اقساطی و مدیریت اقساط معوق دو نقطه اتکای شرکت محسوب می گردند.

شرکت می تواند به کمک یک شرکت نرم افزاری مورد اعتماد اقدام به تولید application ای متشکل از دو ماژول فروش اقساطی و مدیریت اقساط (معوق و غیر معوق) بپردازد. وجود چنین application ای که از یک پایگاه داده بهره می برد و در بسیاری از موارد دارای فرایندهای یکسانی مشترکی میان این دو ماژول می باشد ، می تواند به میزان چشمگیری بر کارایی سیستم افزوده ، سرعت سیستم را تا حد زیادی افزایش داده و از دوباره کاری ها و فرایندهای تکراری جلوگیری نماید. اجرای یک بازنگری بر نیازمندی ها و پیش بینی نیازمندیهای آتی می تواند گامی در جهت کسب مزیت رقابتی در سالهای آتی برای شرکت باشد

