

سال بیست و یکم، شماره ۲۱۸
مرداد ۱۴۰۴

بانک سامان
SamanBank



در روز بزرگداشت خبرنگار مطرح شد:

رشد ۸۶ درصدی سود خالص بانک سامان

آگاهی، اثر مرکب است.



سامان در باشگاه برندهای برتر جهان





بیمه سامان

نخستین شرکت بیمه دانش بنیان





گروه مالی سامان

بانک سامان

خیابان شریعتی، پایین تر از بزرگراه شهید همت، نبش کوچه اتو بانک، پلاک ۱۰۰۵، برج سامان
تلفن: ۰۲۱-۲۲۳۳۰۰۰۰ نمابر: (داخلی ۳۶۰۶) ۰۲۱-۲۲۳۳۰۰۰۰ مرکز سامان ارتباط: ۰۲۱-۶۴۲۲-۰۲۱
www.sb24.ir



پروژه الکترونیک سامان کیش

تهران، خیابان ولیعصر، نرسیده به چهارراه پارک وی (جنوب به شمال)، بن بست ترکش دوز، پلاک ۲
تلفن: ۰۲۱-۸۴۳۴۵۰۰۰ نمابر: ۰۲۱-۸۴۰۸۰ مرکز ارتباط با مشتریان: ۰۲۱-۸۸۲۱۹۱۴۰
www.sep.ir



بیمه سامان

تهران، خیابان سیدجمال الدین اسدآبادی، پلاک ۴۳۳
تلفن: ۰۲۱-۸۹۴۳ نمابر: ۰۲۱-۸۸۷۰۰۲۰۴
www.si24.ir



کارگزاری بانک سامان

تهران، بلوار آفریقا، خیابان ناهید غربی، پلاک ۳۱
تلفن: ۰۲۱-۴۳۰۲۴۰۰۰ نمابر: ۰۲۱-۸۸۷۷۴۶۸۹
www.samanbourse.ir



صرافی سامان

تهران، خیابان شریعتی، بالاتر از سیدخندان، نبش کوچه اتو بانک، برج سامان
تلفن: ۰۲۱-۲۶۳۰۰۰۰۰ نمابر: ۰۲۱-۲۶۷۲۳۱۰۹
www.samanexchange.com



اعتبارسنجی حافظ سامان ایرانیان

خیابان شریعتی، پایین تر از بزرگراه شهید همت، نبش کوچه اتو بانک، پلاک ۱۰۰۵، برج سامان
تلفن: ۰۲۱-۲۲۳۱۰۰۰۰ نمابر: ۰۲۱-۴۱۷۲۶۰۰۱
www.cr24.ir



خدماتی آفتاب تجارت سامان

تهران، خیابان خالد اسلامبولی (وزراء)، کوچه ۲۰ (شهید رفیعی)، پلاک ۴، طبقه اول
تلفن: ۰۲۱-۴۷۷۰۲۰۰۰ نمابر: ۰۲۱-۴۷۷۰۲۲۲۲
www.aftabts.com



تأمین سرمایه کاردان

تهران، خیابان نلسون ماندلا، خیابان ظفر غربی پلاک ۲۸۱ کد پستی ۱۹۶۸۱۶۳۴۷۷۹۵
تلفن: ۰۲۱-۹۶۶۲۱۱۰۰ نمابر: ۰۲۱-۹۶۶۲۱۱۳۳
www.kardan.ir



کیش سل پارس

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



پروژه شگران سامان

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



تندر نور

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





سلمان

صاحب امتیاز: بانک سامان
مدیر مسئول: فرشته ضرابیه
سر دبیر: ناصر بزرگمهر
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.
- پی نوشت و هر گونه توضیح در مورد منابع در انتها قرار گیرد.
- کلماتی که مخفف نوشته می‌شود، یک بار کامل درج شود.
- تیترو سوتیترهای مناسب به وسیله نویسنده مشخص شود.
- مطالب چاپ شده الزاماً نظر رسمی مجله نیست.
- نا 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.

نشانی اداره مرکزی و مدیریت روابط عمومی

و صدای مشتریان بانک سامان:

تهران، خیابان شریعتی، نبش کوچه اتوبانک، برج سامان

تلفن: ۰۲۱-۲۲۳۳۰۰۰۰ داخلی: ۳۸۴۳ سایت: www.sb24.ir

Email: samanbankmag@gmail.com

نشانی دفتر مجله سامان:

خیابان قائم مقام فراهانی، مقابل خیابان فجر، پلاک ۷۴

تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۴۸۸۷۹ فاکس: ۸۸۸۳۷۴۸۳-۰۲۱

- ۶ یادداشت سردبیر.....
- ۸ رنج مدرن؛ چرا با وجود پیشرفت‌ها، هنوز خسته‌ایم؟.....
- ۱۰ پیدایش نخستین بانک‌ها در ایران.....
- ۱۲ 6G؛ نسل آینده ارتباطات با سرعت ۱ ترابیت بر ثانیه.....
- ۱۴ گزاره (پیشنهاد) ارزش مشتری محور.....
- ۱۶ چالش‌های کسب و کار و نامرئی شدن در بازار.....
- ۱۷ فناوری‌های نوین یادگیری.....
- ۱۹ راه اندازی یک کسب و کار کوچک در دوران سخت اقتصادی.....
- ۲۰ بانک سامان، همیار بنیاد کودک.....
- ۲۱ گفتگو با همکاران شعبه قیصریه.....
- ۲۶ دریافت ۶۲ تنیس اسکارج جهانی کسب و کار توسط بانک سامان.....
- ۲۶ کسب رتبه سوم برند کارفرمایی توسط بانک سامان.....
- ۲۶ بانک سامان افزایش سرمایه می‌دهد.....
- ۲۷ ورود ۵۷ مگاوات برق به شبکه سراسری با تأمین مالی بانک سامان.....
- ۲۸ رشد ۸۶ درصدی سود خالص بانک سامان.....
- ۳۱ اعلام اسامی برندگان "سومین رویداد جایزه بزرگ نقاشی معاصر ایران".....
- ۳۲ درخشش سپ، با کسب دو تندیس طلایی در ایران ریتیل ۲۰۲۵.....
- ۳۲ سپ، میزبان بیشترین تراکنش‌های پرداخت ایران در تیرماه ۱۴۰۴.....
- ۳۳ فراهم شدن امکان وثیقه گذاری دارایی‌های بورسی در بانک‌ها.....
- ۳۴ راهنمای تصویری انتقال وجه.....
- ۳۶ دانستنی‌های بانکی.....
- ۳۸ اقتصاد فتاری در بانکداری.....
- ۴۰ چطور در اوج گرما، بهره‌وری را حفظ کنیم؟.....
- ۴۲ معرفی پورتال کارکنان شرکت آفتاب تجارت سامان.....
- ۴۳ معرفی بستر ارتباطات سازمانی «نیمکت».....
- ۴۴ چرا باید متد یادگیری محتوایی تلفیقی را جدی بگیریم؟.....
- ۴۶ کافه تک.....
- ۴۸ معرفی کتاب.....
- ۵۰ پرسش و پاسخ.....
- ۵۲ الزامات زندگی در دهکده جهانی.....
- ۵۴ چالش‌ها و فرصت‌های هوش مصنوعی در صنعت.....
- ۵۷ تیم سازی تخصصی نقطه قوتی برای پیشبرد اهداف سازمان‌هاست.....
- ۵۸ روابط عمومی و ارتباطات در بحران.....
- ۵۹ اسامی برندگان وین کارت.....

افکار عمومی با خبرنگاران زندگی می‌ماند



ناصر بزرگمهر

nbozorgmehr@yahoo.com

به نام او که هر چه بخواهد همان می‌شود

مزیت دارد و یکی دوتا عیب اساسی دارد. اول آن که همه مردم دارای دانش کلاسیک عمومی نبوده و بالطبع متخصص و تحصیلکرده علم ارتباطات و خصوصا روزنامه نگاری نیستند و خیلی تفاوت خبر و گزارش و لید و تیترو امثالهم را نمی‌دانند و برایشان هم اهمیت چندانی ندارد. دوم تشخیص واقعیت با فیک بودن است که از هر خبر، می‌تواند شایعه ساخته شود و به قول عوام یک کلاغ و چهل کلاغ در دنیای مجازی بیشتر شود. روز خبرنگار، دیگر در انحصار خبرنگاران فلان روزنامه و مجله نیست، روز خبرنگار برای همه کسانی است که مرتبا خبر این و آن را در دنیای مجازی منتشر می‌کنند و از خبرنگاران حرفه ای هم، بیشتر فعالند و چون مادران کوچه های قدیمی و حمام های زنانه، پیچ پیچ کنان، محرم همه ناگفته های خانه های در بسته شهرند. در جامعه ای که روزنامه و مجله به عنوان فونداسیون، ساختمان افکار عمومی، می‌میرد و کیوسک های مطبوعاتی، محل عرضه پفک و دخانیات مجاز و غیر مجاز هستند و نشریات خریداری ندارند و بنای اطلاع رسانی بر پایه مجازی، شایعه، دروغ، نادانی، بی اطلاعی، بدون تحقیق، بدون مقایسه، بدون آرشیو، بدون علم و دانش، بدون درس و مشق و تجربه، درموبایل هر کوچه و بزرگی قابلیت انتشار پیدا می‌کند و باورپذیری جامعه به صفر نزدیکتر می‌شود، روز خبرنگار حرفه ای تحصیلکرده، یک شوخی تلخ است که اگر بی معنا نباشد، سوال برانگیز است. همه این نکات را باید در شرایطی که دیگر خبر مفهوم خود را به طور

روزهای تکراری و مشابه، به خودی خود معنا و مفهوم خاصی ندارند. نامگذاری روزها در همه جهان، فقط یک بازی سیاسی و حاکمیتی است. اما آدم ها می‌توانند، در این روزهای تکراری و بازی نام گذاری ها، تاثیر فردی و جمعی بگذارند، مثل روز تولد هر کسی، که با خصوصیات آن کس تعریف می‌شود. روز تولد، با من یا تو معنا می‌یابد. هر کس که تاثیرگذارتر در میان اطرافیان باشد، تاثیر بیشتری می‌بخشد. نامگذاری روزها هم، این چنین است. اگر روز کارمند داریم، حتما بر کارمندی مبارک است که مردم را در صف انتظار نمی‌گذارد و کت اضافه ای را بر پشت صندلی خود آویزان نکرده و هر روز به بهانه ای اداره خود را ترک نمی‌کند و برای ارباب رجوع هزار بازی در نمی‌آورد. روز خبرنگار، با خبرنگار و روزنامه نگارانی معنا می‌یابد که تلاش کرده اند، پاتلاش می‌کنند، معما حل کنند، قلم می‌زنند، رنگ کلید کیبوردشان بی رنگ شده است و از سلول های خاکستری مغز بهره گرفته اند و خودشان را به این و آن نفروخته اند و هنوز هوشی دارند و به هوش مصنوعی آویزان نشده اند. ابزار خبرنگار، رسانه است، مهمترین رسانه سنتی تاریخی خبرنگاران، روزنامه و مجله بوده است که در جامعه ما به نفس های آخر افتاده و یکی دو روز دیگر می‌میرد و بخشی از حاکمیت هم که سوت زنان را دوست ندارد، پنهانی خوشحالی خواهند کرد. خبرنگاران از رسانه سنتی به رسانه های مجازی و الکترونیکی پناه آورده اند و ماهیت شغلی خود را با میلیون ها شهروند خبرنگار دیگر شریک شده اند و دانش انحصاری خود را به اشتراک همگانی گذاشته اند، که هزار

دولت موظف است که کاغذ مناسب و ارزان و اسباب لوازم چاپ را برای تکثیر اندیشه در اختیار صاحبان قلم و تفکر قرار دهد تا بتوانیم با رشد علم برای توسعه، گامی برداریم.

هرچند می دانم، که اینها فقط آرزو است، ولی آرزو بر هیچ پیر و جوانی عیب نیست.

بانک سامان در سال هایی که گذشت تلاش کرد با حمایت از انتشار کتاب، نشریات، برنامه سازی، فیلم، تاتر و موسیقی و بسیاری اقلام فرهنگی دیگر و حتی مدرسه سازی و کمک به خیریه ها در حوزه مسئولیت های اجتماعی، گام های مهم و موثری بردارد.

انتشار نشریه ماهانه سامان با تعریفی از مخاطب عام و مشتریان خاص و همکاران درون سازمانی، بعد از ۲۰ سال انتشار هنوز همراه و همگام شما عزیزان بوده و هست و یکی از راه های ارتباطی خانواده بزرگ سامان با یکدیگر بشمار می رود، و امیدواریم این ارتباط با هر شماره و هر ماه گسترده تر و بیشتر شود.

ماهنامه سامان در حوزه رسانه های سازمانی، همیشه به افکار عمومی و دیدگاه های مشتریان سامانی وفادار بوده و از نامه ها و پیام ها و آثار ارسالی استقبال کرده است و همچنان مثل همیشه منتظر نوشته ها و مطالب شما هستیم.

مدیریت های ارشد بانک سامان در طول سالیانی که گذشت، ۱۷ مرداد، روز خبرنگار را عزیز شمرده و با دعوت از خبرنگاران رسانه ها، احترام خود را به جامعه خبری کشور و خبرنگاران محترم به عنوان نمایندگان افکار عمومی و رسانه ها ابراز کرده اند که من به سهم خود از این نگاه محترمانه سپاسگزارم.

این روز بر همه خبرنگار شهروندان، خبرنگاران حرفه ای باقیمانده، همکاران جوان عزیزم و هم نسل های خودم و خوانندگان از جان عزیز تر و صاحبان اندیشه و قلم فرخنده باد، اگر فرخنده هنوز زنده است.

کامل از رسانه مکتوب جدا کرده و متعلق به دنیای پیشرفته تکنولوژی شده و در اختیار موبایل ها قرار گرفته، رسانه های رادیو و تلویزیون هم دست خود را به عنوان تسلیم بالا برده اند، دو بخش مهم روزنامه نگاری یعنی گزارش و گفتگو، آخرین سنگر هایی است که در اختیار روزنامه و مجله و رادیو و تلویزیون باقیمانده و باید به نحو کامل و درست مورد بهره برداری قرار بگیرند تا بتوانند خلا خبر را در صفحات خود جبران کنند.

رسانه مکتوب و حتی تلویزیون همچنان می تواند با گفتگو و گزارش کامل و تصویری خود، خبرهای ابتدایی شهروند خبرنگاران را پوشش داده و به صورت کامل برای مخاطب علاقمند ارایه نماید.

وجود خبرنگار حرفه ای را ارج می گذاریم که در صحنه های سخت و تلخ و دردناک از جنگ تا سایر حوادث کوچک و بزرگ حضور می یابد تا گزارش های کاملتر را ارایه کنند. خبرنگاران حرفه ای که بارها در حوادث گوناگون در سراسر جهان کشته و مجروح شده اند.

از خبرنگاران در طول تاریخ، مجسمه ای ساخته نشده، اما زندان رفته، درد کشیده و مرده اند. این بار هم در خط مقدم پیشرفت تکنولوژی، روزخودشان را با همه مردم که خبر می سازند و پخش می کنند، شریک شده اند و عیبی هم ندارد، به شرط آن که به حداقل های علمی مسلط شویم و از شایعه که بنیان یک سرزمین را به ریشخند می گیرد دوری کنیم.

ما از همه شهروند خبرنگاران استقبال می کنیم و آرزو می کنیم که واقعیت بر حقیقت، و حقیقت بر دروغ و شایعه پیروزشود و موبایل ها و تکنولوژی های برتر آینده، بتواند کیوسک های مطبوعاتی افکار عمومی جهان بمانند و در آن ها، فقط پفک، سیگار، مواد مخدر، سلبریتی و سکس عرضه نشود.

سازمان های مسئول باید تلاش کنند که مطبوعات و رسانه ها در جایگاه واقعی قرار گرفته و بتوانند به رشد فرهنگی مردم کمک کنند.



رنج مدرن؛ چرا با وجود پیشرفت‌ها، هنوز خسته‌ایم؟



رضا رحمانی |
رئیس اداره روابط عمومی

مثال ساده‌ای از این وضعیت، خرید یک تلفن همراه است. در گذشته، وجود دو یا سه گزینه کافی بود. امروز، فرد با صدها مدل مواجه است که هر کدام مزایا و معایب خاص خود را دارند. این تنوع ظاهراً فرصت‌زا، عملاً سبب می‌شود فرد پس از خرید همچنان نگران باشد که «آیا انتخاب بهتری وجود نداشت؟». این حالت روانی، «پشیمانی پس از تصمیم» نام دارد و به مرور احساس ناکافی بودن را تقویت می‌کند.

از سوی دیگر، در ساحت‌های بزرگ‌تر زندگی همچون انتخاب شغل، رشته تحصیلی یا حتی مسیر مهاجرت، این فشار به مراتب شدیدتر است. نتیجه آنکه آزادی انتخاب، به جای رهایی، نوعی اسارت روانی ایجاد می‌کند.

تنهایی در جامعه شبکه‌ای؛ تناقض ارتباطات گسترده

به ظاهر هیچ‌وقت به اندازه امروز به هم وصل نبوده‌ایم. شبکه‌های اجتماعی، تماس تصویری و پیام‌رسان‌ها، مرزهای ارتباط را برداشته‌اند. اما تناقض جالب اینجاست: بسیاری از افراد در همین دوران، احساس تنهایی بیشتری دارند. دلیلش این است که ارتباطات ما سطحی‌تر شده‌اند؛ پیام‌های کوتاه جای گفت‌وگوهای عمیق را گرفته و مقایسه مداوم خود با دیگران در فضای مجازی، حس رضایت از زندگی را کم کرده است.

شبکه‌های اجتماعی به ظاهر توانسته‌اند فاصله‌ها را کم کنند. میلیاردها نفر روزانه در محیط‌های مجازی در ارتباط‌اند، پیام می‌فرستند، عکس و خاطره به اشتراک می‌گذارند و اخبار را لحظه‌ای دنبال می‌کنند. با این حال، تحقیقات جامعه‌شناسی نشان داده‌اند که در کنار این ارتباطات فراگیر، حس تنهایی و انزوا در حال افزایش است.

این تناقض از آنجا ناشی می‌شود که ارتباطات مجازی اغلب سطحی، کوتاه‌مدت و فاقد عمق عاطفی‌اند. اگرچه انسان‌ها در ظاهر «به هم متصل‌اند»، اما کمتر از گذشته فرصت گفت‌وگوهای طولانی، معاشرت‌های خانوادگی یا روابط پایدار دوستانه را دارند. این وضعیت منجر به نوعی «تنهایی در میان جمع» شده است؛ پدیده‌ای که در آن افراد، حتی در پرجمعیت‌ترین محیط‌ها، احساس می‌کنند دیده نمی‌شوند و صدایشان شنیده نمی‌شود.

از منظر روان‌شناسی، این نوع تنهایی خطرناک‌تر از انزوا فیزیکی است، چراکه احساس بی‌معنایی و بی‌ریشگی را تقویت می‌کند. سازمان‌ها نیز با پیامدهای آن مواجه‌اند: کارکنانی که از روابط انسانی واقعی محروم‌اند، اغلب با انگیزه و تعلق خاطر کمتری کار می‌کنند.

فشار مقایسه و ترس از عقب ماندن (FOMO)

یکی دیگر از ابعاد رنج مدرن، پدیده «FOMO» یا Fear of Missing Out است. این اصطلاح به ترسی اشاره دارد که افراد هنگام مواجهه با موفقیت‌ها و تجربه‌های دیگران احساس می‌کنند. در شبکه‌های اجتماعی،

مطالعه‌ای در باب اضطراب معاصر

ما در دنیایی زندگی می‌کنیم که در آن رفاه، فناوری و امکانات بیش از هر زمان دیگری در دسترس هستند. بیماری‌های کشنده گذشته تا حد زیادی مهار شده‌اند، سفر و ارتباط آسان‌تر شده و زندگی روزمره‌مان پر از ابزارهایی است که کارها را ساده‌تر می‌کنند. اما با وجود همه این پیشرفت‌ها، بسیاری از ما بیش از گذشته احساس خستگی، اضطراب و تنهایی می‌کنیم. این تناقض را می‌توان «رنج مدرن» نامید؛ رنجی که جسم ما را کمتر، اما روان ما را بیشتر درگیر می‌کند.

رنج همواره همراه انسان بوده است، اما جلوه‌های آن در هر دوره تاریخی متفاوت بوده‌اند. در جهان سنتی، رنج عمدتاً ناشی از کمبودها و تهدیدهای بیرونی چون قحطی، بیماری‌های واگیر، جنگ‌ها و ناامنی‌های اجتماعی بود. با ورود به عصر مدرن و به‌ویژه پس از انقلاب صنعتی، انتظار می‌رفت انسان از این رنج‌ها رهایی یابد. امروزه بسیاری از چالش‌های قدیمی تا حد زیادی کنترل شده‌اند: علم پزشکی طول عمر را افزایش داده، فناوری دسترسی به امکانات را تسهیل کرده و رفاه نسبی برای بخش قابل توجهی از جوامع فراهم آمده است.

اما در دل همین پیشرفت‌ها نوعی «رنج تازه» شکل گرفته است؛ رنجی که کمتر ریشه در بدن و بیشتر در ذهن و روان انسان دارد. این رنج، پیچیده، چندوجهی و گاه پنهان است. به همین دلیل است که روان‌شناسان، جامعه‌شناسان و حتی اقتصاددانان در سال‌های اخیر توجه ویژه‌ای به آن نشان داده‌اند.

انتخاب‌های بی‌پایان و اضطراب دائمی

پارادوکس انتخاب؛ آزادی یا اسارت؟

یکی از نخستین جلوه‌های رنج مدرن، پدیده‌ای است که بری شوارتز در کتاب Paradox of Choice توضیح می‌دهد. در نگاه نخست، افزایش انتخاب‌ها نشانه‌ای از آزادی است. انسان مدرن می‌تواند از میان ده‌ها برند، کالا یا سبک زندگی یکی را برگزیند. اما در عمل، وفور انتخاب‌ها اغلب به اضطراب، تعلل در تصمیم‌گیری و نارضایتی مزمن منجر می‌شود.

انسان‌ها معمولاً بهترین لحظات زندگی خود را به نمایش می‌گذارند: سفرها، موفقیت‌های شغلی، خریدهای جدید یا حتی لحظات شاد خانوادگی. مثلاً وقتی گوشی‌تان را باز می‌کنید، با تصاویر زندگی درخشان دیگران مواجه می‌شوید؛ سفرها، موفقیت‌ها و خوشی‌های مداوم. حتی اگر زندگی‌تان خوب باشد، باز هم ممکن است حس کنید از دیگران عقب افتاده‌اید. روان‌شناسان از این پدیده با اصطلاح «FOMO» یا ترس از دست دادن یاد می‌کنند. این ترس، آرامش درونی را از ما می‌گیرد و باعث می‌شود همیشه در حال مقایسه باشیم؛ مقایسه‌ای که اغلب نتیجه‌اش احساس ناکافی بودن است.

مقایسه مداوم با این تصاویر، نوعی احساس «عقب‌ماندگی» ایجاد می‌کند؛ حتی اگر فرد از نظر عینی در شرایط خوبی باشد. این احساس می‌تواند منجر به استرس مزمن، افسردگی و کاهش عزت‌نفس شود. پژوهش‌های اخیر نشان داده‌اند که نرخ اضطراب و افسردگی در میان نسل جوان، به‌ویژه کاربران پرمصرف شبکه‌های اجتماعی، به‌طور قابل‌توجهی افزایش یافته است.

از منظر سازمانی نیز، کارکنانی که همواره خود را با استانداردهای تحمیلی جامعه مقایسه می‌کنند، دچار بی‌قراری و ناپایداری شغلی می‌شوند. این امر می‌تواند به افزایش جابه‌جایی کارکنان، کاهش تمرکز و فرسایش سرمایه انسانی منجر شود.

بحران معنا و خستگی روانی؛ جست‌وجوی هدف در جهانی پیچیده
ویکتور فرانکل، روان‌پزشک و نویسنده کتاب انسان در جست‌وجوی معنا، بر این باور است که مهم‌ترین نیاز انسان یافتن معنایی برای زندگی است. در جهان مدرن، علی‌رغم دستاوردهای بزرگ مادی، بسیاری از افراد با پرسش بنیادین «برای چه زندگی می‌کنم؟» دست به گریبان‌اند. بحران معنا زمانی رخ می‌دهد که اهداف سنتی — همچون حفظ خانواده یا پیروی از ارزش‌های مذهبی — برای بسیاری کم‌رنگ‌تر شده و جایگزین قانع‌کننده‌ای نیز برای آنها شکل نگرفته است. این وضعیت به افزایش افسردگی، فرسودگی روانی و حتی گرایش به رفتارهای پرخطر منجر می‌شود.

برای سازمان‌ها نیز بحران معنا تهدیدی جدی است. کارکنانی که احساس می‌کنند کارشان فاقد ارزش یا اثرگذاری است، به‌سرعت دچار بی‌انگیزگی و دلزدگی می‌شوند. به همین دلیل، نظریه‌های جدید مدیریت منابع انسانی بر اهمیت «معنادار بودن کار» تأکید دارند. سازمان‌هایی که بتوانند نشان دهند چگونه فعالیتشان به بهبود جامعه یا ارتقای کیفیت زندگی کمک می‌کند، موفق‌تر در جذب و حفظ نیروهای توانمند خواهند بود. یکی از ریشه‌های مهم رنج مدرن، پرسش از «معنا» است. بسیاری از ما درگیر روزمرگی و سرعت بالای تغییرات هستیم، اما کمتر فرصتی برای پرسیدن این سؤال پیدا می‌کنیم که «برای چه زندگی می‌کنم؟». ویکتور فرانکل، معتقد بود که انسان بدون معنا نمی‌تواند تاب بیاورد. امروز حتی با وجود رفاه نسبی، بسیاری از افراد دچار نوعی خستگی درونی یا همان «فرسودگی روانی» هستند، چون پاسخی روشن برای این پرسش ندارند.

تأثیر رنج مدرن بر کار و سازمان‌ها

رنج مدرن تنها یک مسئله فردی نیست؛ پیامدهای جمعی و سازمانی گسترده‌ای دارد. «فرسودگی شغلی» یا Burnout که سازمان جهانی بهداشت آن را به‌عنوان یک سندرم شغلی شناسایی کرده است، نمونه بارز تأثیر رنج مدرن بر محیط کار است. فرسودگی شغلی نه‌تنها بهره‌وری سازمان‌ها را کاهش می‌دهد، بلکه بر سلامت جسمی و روانی کارکنان نیز تأثیر منفی می‌گذارد.

از سوی دیگر، مشتریان سازمان‌ها نیز بخشی از همین جامعه‌اند. آنها نیز با استرس‌ها و بحران‌های روانی زندگی مدرن دست‌وپنجه نرم می‌کنند؛ بنابراین، نهادهای خدماتی — از جمله بانک‌ها — برای ایجاد ارتباط پایدار با مشتریان، باید فراتر از ارائه خدمات صرفاً مالی عمل کنند و به تجربه عاطفی، امنیت روانی و اعتماد مشتریان توجه داشته باشند.

این نوع رنج فقط مسئله‌ای شخصی نیست؛ در محیط‌های کاری هم نمود پیدا می‌کند. خستگی شغلی یا همان Burnout یکی از رایج‌ترین مشکلات کارکنان در دنیای امروز است. وقتی افراد با اضطراب، فشار و بی‌معنایی روبه‌رو می‌شوند، انرژی و خلاقیتشان کم می‌شود و احساس تعلق به سازمان هم کاهش می‌یابد. این اتفاق نه‌تنها فرد را فرسوده می‌کند، بلکه به کل سازمان هم آسیب می‌زند.

راهکارهایی برای کاهش رنج مدرن

هیچ نسخه جادویی برای ازبین‌بردن رنج مدرن وجود ندارد، اما می‌توان آن را تا حدی مدیریت کرد:

- سادگی در انتخاب‌ها: گاهی باید گزینه‌های کمتر و روشن‌تری برای خود تعریف کنیم و به‌جای دنبال کردن همه چیز، روی چند هدف اصلی تمرکز کنیم.
- تقویت روابط واقعی: جایگزین کردن بخشی از زمان شبکه‌های اجتماعی با ارتباط‌های رودررو و گفت‌وگوهای واقعی، می‌تواند تنهایی را کمتر کند.
- بازتعریف موفقیت: موفقیت فقط ثروت و موقعیت شغلی نیست؛ آرامش، سلامت روان و روابط خوب هم بخشی از موفقیت‌اند. معیار موفقیت باید از صرفاً شاخص‌های مادی به سمت معیارهای کیفی همچون رضایت درونی، رشد فردی و اثرگذاری اجتماعی حرکت کند.
- سرمایه‌گذاری بر سلامت روان: همان‌طور که برای بدنمان ورزش می‌کنیم، برای ذهنمان هم باید تمرین‌هایی مثل آرام‌سازی، مدیتیشن یا حتی گفت‌وگو با مشاور داشته باشیم. همچنین آموزش مهارت‌های تاب‌آوری، مدیریت استرس و خودآگاهی در محیط‌های آموزشی و سازمانی اهمیت فراوان دارد.
- توسعه فرهنگ گفت‌وگو و اعتماد: چه در سطح خانواده و چه در محیط‌های کاری، ایجاد فضاهای گفت‌وگوی واقعی می‌تواند بخشی از فشار روانی را کاهش دهد.
- تعادل کار و زندگی: سیاست‌های سازمانی باید انعطاف‌پذیری لازم برای ایجاد توازن میان مسئولیت‌های شغلی و زندگی شخصی را فراهم آورند.
- معنادار کردن کار: سازمان‌ها باید نشان دهند که فعالیت‌هایشان فراتر از سودآوری اقتصادی، به جامعه و محیط‌زیست نیز کمک می‌کند.
- رنج مدرن نشانه ضعف ما نیست؛ بلکه پیامد طبیعی دنیایی است که با سرعت سرسام‌آور تغییر می‌کند. درک این واقعیت به ما کمک می‌کند با خود و دیگران مهربان‌تر باشیم و به‌جای فرار از آن، به دنبال راه‌های بهتر زندگی کردن باشیم. در نهایت، شاید رنج مدرن فرصتی باشد تا دوباره ارزش‌هایی مثل معنا، ارتباط انسانی و آرامش درونی را بازتعریف کنیم.
- به بیان دیگر، رنج مدرن نتیجه مستقیم جهان پیچیده، پرسرعت و مملو از تغییر امروز است. این رنج، اگرچه تهدیدی برای سلامت روان و انسجام اجتماعی به شمار می‌رود، درعین‌حال می‌تواند فرصتی برای بازاندیشی ارزش‌ها، بازطراحی سازمان‌ها و بازتعریف روابط انسانی باشد. در این میان، نهادهای اقتصادی و اجتماعی — از جمله بانک‌ها — نقشی کلیدی بر عهده دارند. آنان می‌توانند با تقویت اعتماد عمومی، فراهم کردن خدمات انسانی‌تر و توجه به کرامت فردی و جمعی، نه‌تنها به بهبود کیفیت زندگی مردم کمک کنند، بلکه خود نیز از سرمایه انسانی سالم‌تر و بهره‌ورتر برخوردار شوند.

پیدایش نخستین بانک‌ها در ایران

امین زمردی |

سیستم بانکی در ایران، مانند بسیاری از نهادهای مدرن، تحت تأثیر عوامل داخلی و خارجی در دوران قاجار شکل گرفت. این نوشتار، پس از مقاله اقتصاد سیاسی عصر تأسیس نخستین بانک‌ها در ایران (که در شماره پیشین مجله سامان تقدیم شد)، به معرفی نخستین بانک‌ها در ایران می‌پردازد.

۱- بانک جدید شرقی: نخستین بانک خارجی در ایران

بانک جدید شرقی (New Oriental Bank) در سال ۱۲۶۷ خورشیدی (۱۸۸۸ میلادی) به‌عنوان یک شرکت تجاری انگلیسی، بدون کسب امتیازی خاص و تنها با استناد به مقاوله‌نامه تجارت آزاد بین ایران و انگلیس ۱۸۴۱، در ایران فعالیت خود را آغاز کرد. این مقاوله‌نامه، خود یکی از پیامدهای نزاع پنهان انگلیس با ایران بر سر افغانستان بود. مرکز این بانک در لندن بود و هدف اصلی آن تسهیل تجارت انگلستان با مناطق آسیایی، به‌ویژه هندوستان و ایران بود.

۱-۱- فعالیت‌ها و نفوذ در ایران

این بانک ابتدا در تهران و سپس در شهرهای مشهد، تبریز، رشت، اصفهان، شیراز و بوشهر شعبه‌هایی تأسیس کرد. برای جذب مشتریان ایرانی، بانک جدید شرقی اقدام به ارائه خدمات مالی با شرایط جذاب نمود: حساب‌های جاری: پرداخت سود ۲.۵٪ به سپرده‌های جاری. سپرده‌های ثابت: پرداخت سود ۴٪ برای سپرده‌های شش‌ماهه و ۶٪ برای سپرده‌های یک‌ساله. این نرخ‌های بهره در آن زمان بسیار رقابتی بودند و باعث جذب سرمایه‌گذاران و تجار ایرانی به این بانک شد.

۱-۲- تأثیر بر اقتصاد ایران

حضور بانک جدید شرقی در ایران دو جنبه داشت: تسهیل تجارت: با ارائه خدمات بانکی مدرن، این بانک به تسهیل مبادلات تجاری بین ایران و سایر کشورها کمک کرد و نقش مهمی در توسعه تجارت خارجی ایران ایفا نمود.

نفوذ استعماری: با توجه به اینکه این بانک یک مؤسسه انگلیسی بود، فعالیت‌های آن به‌نوعی در راستای منافع استعماری انگلستان قرار داشت و می‌توان آن را بخشی از تلاش‌های بریتانیا برای نفوذ اقتصادی در ایران دانست.

۲- بانکداری در دوره قاجار و تأسیس نخستین بانک‌ها

با آغاز قرن نوزدهم و افزایش خواسته و ناخواسته ارتباطات ایران و غرب، نیاز به یک سیستم بانکی مدرن احساس شد. ناصرالدین شاه قاجار که گوشه نگاهی به مظاهر غربی روزگار خود داشت، امتیاز تأسیس اولین بانک رسمی ایران را به بیگانگان واگذار کرد. فریدون آدمیت در "اندیشه ترقی" توضیح می‌دهد که گرچه اصلاحات اقتصادی مورد نظر روشنفکران ایرانی بر بانکداری تأکید داشت، اما دولت قاجار برای جبران کسری بودجه خود، امتیازات اقتصادی را به کشورهای خارجی اعطا می‌کرد.

بانک شاهنشاهی ایران (۱۸۸۹): این بانک توسط انگلستان تأسیس شد و امتیاز انحصاری انتشار اسکناس را به مدت ۶۰ سال در اختیار داشت. کتاب "تاریخ بانک شاهنشاهی ایران" نوشته مظفر شاهی به تفصیل درباره تأسیس و عملکرد این بانک بحث کرده و اشاره می‌کند که این نهاد، بیش از آنکه به اقتصاد ایران کمک کند، به ابزار نفوذ اقتصادی و سیاسی انگلستان در ایران تبدیل شد.

بانک استقراضی ایران (۱۸۹۰): این بانک تحت مالکیت روسیه بود و عمدتاً در حوزه وام‌دهی به زمین‌داران ایرانی فعال بود. عباس امانت در "قبله عالم" توضیح می‌دهد که ناصرالدین شاه برای تأمین هزینه‌های سفرهای خارجی خود، امتیاز این بانک را به روس‌ها داد که موجب اعتراضات داخلی شد.

۳- تلاش برای ایجاد بانک‌های ملی

در واکنش به سلطه بانک‌های خارجی، روشنفکران و رجال ایرانی به دنبال تأسیس یک بانک ملی بودند. اصغر شمیم در کتاب "ایران در دوره سلطنت قاجار" اشاره می‌کند که با وجود تلاش‌هایی برای تأسیس یک بانک مستقل، ضعف دولت و نفوذ کشورهای خارجی مانع از تحقق این هدف شد. در دوره مشروطه، ایده تأسیس بانک ملی ایران مطرح شد، اما به دلیل کمبود سرمایه و نفوذ بانک‌های خارجی، این امر تا دوران پهلوی محقق نشد. چارلز عیسوی در "اقتصاد ایران" اشاره دارد که تا پیش از تأسیس بانک ملی در سال ۱۹۲۸، بانک‌های خارجی همچنان نقش مسلطی در اقتصاد ایران داشتند.

امتیاز شگفت‌انگیز رویتز در ۱۸۷۲ به کارآفرین یهودی آلمانی‌الاصل بارون جولوس رویتز (که از دوران جوانی به انگلستان مهاجرت کرده و تبعه انگلیس شده بود و حتی مذهب خود را به پروتستان تغییر داده بود) داده شد و شامل بهره‌برداری از معادن، جنگل‌ها، راه‌آهن و صنایع ایران بود. اما پس از مدتی به دلیل اعتراضات عمومی لغو شد. بارون جولوس رویتز سال‌ها بعد با پافشاری و البته پرداخت رشوه توانست امتیاز تأسیس بانک را که یکی از مواد امتیازنامه ۱۸۷۲ بود به دست آورد.



بارون جولوس رویتز

بانک شاهنشاهی (۱۸۸۹) با امتیاز ویژه از ناصرالدین‌شاه توسط انگلستان تأسیس شد و کنترل کامل بر سیستم پولی ایران را به دست گرفت. حق انحصاری انتشار اسکناس را داشت که باعث شد دولت ایران برای تأمین

نقدینگی به آن وابسته شود. با کنترل بر وام‌دهی و سپرده‌ها، این بانک از سرمایه‌گذاری‌های استراتژیک ایران جلوگیری می‌کرد و از تجارت انگلیس حمایت می‌نمود. اصغر شمیم اشاره می‌کند که این بانک بیشتر از اینکه به توسعه اقتصادی ایران کمک کند، برای کنترل اقتصاد و منابع مالی کشور توسط بریتانیا عمل می‌کرد. بانک شاهنشاهی سود کلانی از وام‌های دولتی و بهره‌برداری از معادن ایران به دست آورد.

هم‌زمان با نفوذ انگلیس، روس‌ها نیز بانک استقراضی ایران را تأسیس کردند که وام‌هایی با بهره پایین‌تر به دولت ایران پیشنهاد می‌داد. این امر نشان‌دهنده رقابت استعماری برای سلطه مالی بر ایران بود. بر همین اساس می‌توان این‌طور نتیجه گرفت که گرچه اقتصاد ایران واقعاً نیازمند تأسیس بانک بود، اما شکل‌گیری بانک‌های اولیه در کشور بیشتر در راستای منافع استعماری و کنترل اقتصادی توسط انگلیس و روسیه انجام شد تا توسعه واقعی اقتصاد ایران.

منابع

- اقتصاد ایران در قرن نوزدهم، احمد سیف، نشر چشمه، چاپ اول، زمستان ۱۳۷۳، نسخه پی‌دی‌اف
- اندیشه ترقی و کومت قانون عصر سپهسالار، فریدون آدمیت، انتشارات خوارزمی، تهران، چاپ دوم ۲۵۳۶ شاهنشاهی
- ایران بین دو انقلاب، پروانه آبراهامیان؛ مترجمان کاظم فیروزمند، حسن شمس‌آبوری، محسن مدیرشانه‌چی، نشر مرکز، چاپ شانزدهم ۱۳۹۱
- ایران در دوره سلطنت قاجار، علی اصغر شمیم، شرکت چاپ و انتشارات علمی، چاپ دوم ۱۳۷۰
- تاریخ اقتصادی ایران (عصر قاجار)، چارلز عیسوی، ترجمه یعقوب آژند، نشر گستره، چاپ اول تابستان ۱۳۶۲، نسخه پی‌دی‌اف
- تاریخ بانک شاهنشاهی ایران، مظفر شاهی، تهران: پژوهشکده پولی و بانکی، ۱۳۸۷
- تاریخ پول در ایران: از صفویه تا پایان قاجار/ رودی مته، ویلم فلور، پاتریک کلاویون؛ مترجم جواد عباسی، تهران: نامک، ۱۴۰۲
- عصر بی‌خبری یا تاریخ امتیازات ایران، ابراهیم تیموری، شرکت نسبی اقبال و شرکا
- قبله عالم: ناصرالدین‌شاه قاجار و پادشاهی ایران/ عباس امانت؛ ترجمه حسن کامشاد، تهران: نشر کارنامه، مهرگان ۱۳۸۳، چاپ هشتم

منبع:

وب‌سایت پول‌نامه؛ مرجع تخصصی پول و امور بانکی



6G؛ نسل آینده ارتباطات با سرعت ۱ ترابیت بر ثانیه



می‌شود این نسل در اوایل دهه ۲۰۳۰ تجاری‌سازی شود. در برخی آزمایش‌ها، سرعتی تا نزدیک ۹۳۸ گیگابیت بر ثانیه ثبت شده که نشان‌دهنده قدمی بزرگ در این مسیر است.

ویژگی‌های برجسته و نوآورانه 6G

6G توانایی دستیابی به سرعت نزدیک یک ترابیت بر ثانیه (Tbps) را دارد که تا حدود ۱۰۰۰ برابر سریع‌تر از نسل فعلی است. این یعنی ما وارد دوره‌ای می‌شویم که ارتباطات بی‌سیم تقریباً بدون تأخیر و با پهنای باند فوق‌العاده بالا ممکن خواهد شد.

- شهرهای هوشمند (Real-time)
- تمام سنسورهای ترافیکی، سیستم‌های اضطراری و مدیریت انرژی به طور هم‌زمان و بی‌وقفه اطلاعات ردوبدل می‌کنند.
- واقعیت مجازی (VR) و واقعیت ترکیبی (XR) فوق پیشرفته
- می‌توان تجربه‌های VR و AR را بدون هیچ‌گونه لگ یا کیفیت پایین،



| آیدا بروسان |
| مدیر بازاریابی اپراتور تلفن همراه سامانتل |

فراتر از سرعت، آغاز هزاره‌ای هوشمند از ارتباطات

نسل ششم شبکه‌های تلفن همراه، با همان 6G، نگرش‌ها درباره ارتباطات را دگرگون خواهد کرد. درحالی‌که 5G هنوز در حال استقرار است، تلاش‌هایی برای شکل‌گیری نسل بعد آغاز شده است. برآورد

شده و استانداردهای نهایی حوالی پایان ۲۰۲۸ تصویب خواهد شد تا آماده عرضه تجاری در مسیر دهه ۲۰۳۰ باشد.

مسیر زمانی توسعه 6G

۱. مطالعات مفهومی و تست‌های اولیه (آزمایشگاه و پایلوت) در سال‌های ۲۰۲۴ تا ۲۰۲۵
۲. توسعه فناوری، آزمایش‌های میدانی و نهایی کردن استانداردها در سال‌های ۲۰۲۶ تا ۲۰۲۸
۳. تصویب رسمی استاندارد جهانی تا پایان ۲۰۲۸
۴. از سال ۲۰۳۰ عرضه در کشورهای پیشرفته



پانوش:

پروژه مشارکت نسل سوم نهادی بین‌المللی متشکل از شرکت‌ها و اپراتورهای بزرگ دنیاست که استانداردهای فنی شبکه‌های موبایل را تدوین می‌کند. این گروه، استانداردهای فنی را در نسخه‌های Release ۱۹ و Release ۲۱ مشخص خواهد کرد: Release ۱۹ شامل فاز تحقیقات پیشرفته و مشخص کردن قابلیت‌های اولیه (۲۰۲۵-۲۰۲۶) و Release ۲۱ شامل استاندارد نهایی برای تجاری‌سازی 6G حدود ۲۰۲۸

منابع:

1. Saad, W., Bennis, M., & Chen, M. (2020). A Vision of 6G Wireless Systems: Applications, Trends, Technologies, and Open Research Problems. IEEE Network, 34(3), 134-142.
2. Zhang, Z., Xiao, Y., Ma, Z., Xiao, M., Ding, Z., Lei, X., Karagiannis, G. K., & Li, P. (2019). 6G Wireless Networks: Vision, Requirements, Architecture, and Key Technologies. IEEE Vehicular Technology Magazine, 14(3), 28-41.
3. Tataria, H., Shafi, M., Molisch, A. F., Dohler, M., Sjöland, H., & Tufvesson, F. (2021). 6G Wireless Systems: Vision, Requirements, Challenges, Insights, and Opportunities. Proceedings of the IEEE, 109(7), 1166-1199.
4. ITU-T. (2023). Towards IMT-2030: 6G Framework and Capabilities. International Telecommunication Union.
5. Samsung Research. (2022). 6G: The Next Hyper-Connected Experience for All.

حتی با رزولوشن K 16 و تعامل فوری اجرا کرد.
● تله‌مدیسین و جراحی از راه دور بدون ریسک تأخیر جراح می‌تواند از هزاران کیلومتر دورتر، ربات جراحی را با دقت میلی‌متری کنترل کند.

- اینترنت لمسی (Tactile Internet) انتقال حس لمس، فشار و حرکت در لحظه؛ برای آموزش مهارت‌ها یا کنترل ربات‌ها از راه دور را میسر می‌کند.
- اینترنت اشیای فراگیر (Massive IoT) میلیاردها دستگاه کوچک (حسگر، گجت پوشیدنی، خودرو، پهپاد) بدون ازدحام شبکه به طور هم‌زمان کار می‌کنند.
- ارتباطات ماهواره‌ای و هوایی بی‌وقفه اتصال سریع‌تر و پایدارتر به اینترنت حتی در پرواز یا در مناطق دورافتاده ایجاد می‌شود.

تأخیر میکروثانیه‌ای

هدف‌گذاری تأخیر شبکه به کمتر از یک میلی‌هزارم ثانیه (میکروثانیه) است که هزار برابر سریع‌تر از 5G خواهد بود.

هوش مصنوعی بومی

6G با ترکیب قوی هوش مصنوعی در مرکز شبکه (AI-native) قصد دارد مدیریت و تصمیم‌گیری شبکه را به‌صورت خودکار و پویا انجام دهد.

قابلیت‌های نوین ارتباطی

آینده آن شامل ارتباطات فراگیر، قابل‌اعتماد و حساس به زمان (IHRLLC) است؛ با هدف دستیابی هم‌زمان به نرخ انتقال بسیار بالا، تأخیر فوق‌کم و پایداری بسیار بالا است.

چه کشورهایی این نسل را زودتر خواهند داشت؟

- پیاده‌سازی نیازمند زیرساخت فیبر نوری پیشرفته، فناوری آنتن‌های فوق‌مدرن و بودجه تحقیقاتی کلان است. کشورهایی که در خط مقدم تحقیق و توسعه هستند:
۱. چین هم‌اکنون پروژه‌های و ماهواره‌های آزمایشی آن را راه‌اندازی کرده است.
 ۲. سامسونگ و SK Telecom در کره جنوبی سرمایه‌گذاری عظیم دارند و هدفشان ارائه تجاری تا ۲۰۳۰ است.
 ۳. در ژاپن توسط NEC و NTT Docomo در حال توسعه فناوری‌های ترابیتی هستند.
 ۴. ایالات متحده با پروژه‌های DARPA، ناسا و اپراتورهایی مثل AT&T و Verizon در حال آزمایش هستند.
 ۵. اتحادیه اروپا با برنامه‌های تحقیقاتی مثل Hexa-X و G-BRAINS.

مسیر استانداردسازی و جهانی‌سازی

سازمان‌های بین‌المللی ITU-R این تکنولوژی را در چارچوب IMT-2030 دنبال می‌کند و 3GPP* نیز استانداردهای فنی را در Release ۱۹ و Release ۲۱ تعریف خواهد کرد. مطالعات اولیه از ۲۰۲۴ آغاز



گزاره (پیشنهاد) ارزش مشتری محور

۲. گزاره (پیشنهاد) ارزش مشتری

همان‌طور که در مقدمه عنوان شد، مراقبت از مشتری دارای یک بعد سازمانی مهم است. خلق یک گزاره ارزش مشتری که توسط رهبری (سازمان) خلق و تقویت می‌شود. یک گزاره ارزش مشتری یک لنگر سازمانی است که میان کارکنان بانک پیوند برقرار می‌سازد درحالی‌که مشارکت کارکنان این احتمال را که این گزاره ارزش به دست آید افزایش می‌دهد. رهبری باید درباره این نکته مهم صریح باشد.

یک گزاره ارزش توسط رهبری (سازمان) خلق می‌شود. مدیریت و مدیر منابع انسانی محیطی مشارکتی برای کارکنان خلق می‌کنند که احتمال اینکه در آن محیط گزاره ارزش خلق شود افزایش خواهد یافت. این هسته مرکزی یک فرهنگ مراقبت از مشتری است.

این مطلب به شرح زیر خلاصه می‌شود:

فرهنگ مراقبت از مشتری = مشارکت کارکنان + گزاره ارزش مشتری محور

در اصل، گزاره ارزش مشتری محور راهبرد شرکت را پیش می‌برد. تریسی و ویرزما (Treacy and Wiersema: ۱۹۹۵) ادعا کرده‌اند که: «گزاره یا انضباط ارزش زمینه کسب‌وکار و الگوی عملیاتی را شکل می‌دهد. سه انضباط ارزش (الگوهای عملیاتی) وجود دارد که از میان آن‌ها می‌توان انتخاب کرد - تعالی عملیاتی، رهبری محصول و مشتری‌نوازی. شرکت‌های در سطح جهانی ممکن است فقط یک انضباط ارزش را برای پیشرفت انتخاب کنند - این انتخاب روح و راهبرد سازمانی کسب‌وکار را پیش می‌برد.» اما این بدان معنا نیست که دو مورد دیگر نادیده گرفته شده‌اند.

در نتیجه، همه چیزها با انتخاب یک انضباط توسط یک شرکت آغاز می‌شود و سپس گزاره ارزش منحصر به فروش حول محور آن توسعه

۱. منبع کلیدی بانک - نیروی انسانی

در فرایند خلق یک فرهنگ مراقبت از مشتری، یک بانک خرده‌فروش باید بر منبع کلیدی خود یعنی نیروی انسانی، تکیه کند. همان‌طور که به روشنی در بخش مدیریت منابع انسانی مطرح شد، دیدگاه منبع محور (Resource-Based View - RBV)، یک بانک را به عنوان یک کسب‌وکار انسان محور به ذهن متبادر می‌سازد. آنچه یک بانک را از دیگر نهادهای اقتصادی متمایز می‌سازد، «مهارت‌های نیروی انسانی» آن است که در مشارکت کارکنان متبلور می‌شود که در نهایت به مشارکت مشتریان می‌انجامد. مروین کینگ (Mervyn King: ۲۰۰۹)، رئیس وقت بانک انگلیس ادعا کرد که بسیاری از بانک‌ها محصولات و قیمت‌گذاری مشابه ارائه می‌کنند. چیزی که اغلب یک بانک را از بانک دیگر متمایز می‌سازد، سطح و کیفیت خدمتی است که به مشتریان عرضه شود. دیدگاه منبع محور از این نظر دفاع می‌کند که یک بنگاه می‌تواند از راه مدیریت بهینه کلیه منابع خود با هدف دستیابی به مزیت رقابتی بلندمدت، به نرخ‌های بازده بالاتر از متوسط (سود اقتصادی) در سرمایه‌گذاری‌های خود دست یابد. مسیر رسیدن به این هدف بلندمدت خلق مهارت‌های متمایز نیروی انسانی است که ثابت خواهد شد برای رقبای خود موانع واقعی هستند. نکته اصلی در اینجا است که نسخه‌برداری یا تقلید مهارت‌های متمایز نیروی انسانی برای رقبا پرهزینه است.

اما در نهایت نیروی انسانی، به معنای واقعی کلمه، در پایان روز به منزل می‌رود - عبارتی ساده با پیامدهای ضمنی فوق‌العاده برای شیوه‌ای که با نیروی انسانی در بانک رفتار می‌شود. در واقع، تحرک بالقوه کارکنان، ریسک عظیمی برای سازمان ایجاد کرده و نقش مهم مدیریت منابع انسانی را در خلق محیطی که کارکنان در آن مشغول به کار هستند پررنگ می‌سازد. این موضوع بعداً در این بخش مورد بحث قرار خواهد گرفت.



می‌یابد. هر یک از انضباط‌ها به شرح زیر خلاصه می‌شود:

- رهبری عملیاتی: عملیات کارا که خدمات سریع و یکنواختی به مشتری ارائه می‌کند، هزینه متوسط برای بانک را کاهش می‌دهد (کاهش نسبت هزینه به درآمد) و قیمت‌های رقابتی به مشتریان از این راه می‌تواند پیشنهاد شود، در عین حالی که بانک حاشیه بهره خالص خود را حفظ می‌کند. بانک‌های مستقیم (بانک‌های بدون شعبه) باتکیه بر مزیت‌های هزینه‌ای با اقداماتی مانند پردازش مستقیم (Straight-Through Processing- STP)، در رهبری عملیاتی سرآمد هستند. برای یک بانک خدماتی خرده‌فروش کامل یا یک بانک جامع، رهبری عملیاتی با اجرای یک مدیریت چندکاناله تقویت می‌شود که از طریق آن، کانال‌ها برای تماس بی‌واسطه با بانک در یک مجموعه قرار می‌گیرند. اما یک گزاره ارزش که صرفاً بر رهبری عملیاتی تأکید می‌کند، سرشار از ریسک است - میل به کاهش هزینه تهاجمی.

- رهبری محصول: پورتفوی ساده‌سازی شده محصول که محصولاتی را ارائه می‌کند که با رجحان‌های مشتری هم‌خوان است، تأکید بر این نکته شده که یک پورتفوی محصول منطقی از اهمیت بسیاری برخوردار است. افزایش الزامات سرمایه توسط بازل ۳ فشارهای زیادی را بر عملیات بانک‌های خرده‌فروش وارد می‌سازد. با ساده‌سازی بسیار زیاد پورتفوی محصول، بانک می‌تواند آشنایی مشتری را با کاهش فروش متقاطع، بهبود انطباق و مدیریت ریسک به‌شدت افزایش دهد و به سودآوری فوق‌العاده بیشتری منجر شود. در واقع، بانک‌هایی که قاعده ساده پارتو را که می‌گوید ۲۰ درصد محصولات، ۸۰ درصد درآمد را تولید می‌کند، قبول دارند و اجرا می‌کنند و اجرای کارایی را با کاهش هم‌زمان در هزینه‌های عملیاتی نشان می‌دهند. فایده بیشتر آن این است که کارکنان دانش بهتری از محصول پیدا می‌کنند و اینکه بانک درک بهتری از رجحان‌های مشتری به دست می‌آورد. اما یک گزاره ارزش که صرفاً بر رهبری عملیاتی تأکید دارد، سرشار از ریسک است - میل به کاهش هزینه تهاجمی.

- رهبری خدمت به مشتری: یک فرهنگ مشتری‌محور و کیفیت در خدمات در کلیه اموری که بانک انجام می‌دهد، جاری و ساری است. این فرهنگ از راه پابندی به فلسفه کامینسکی (Kaminsky) به جریان می‌افتد که در آن نیازهای مشتری را در مرکز توجه قرار می‌دهد. یک نمونه از قراردادن مشتری در رأس را می‌توان در بیانیه ارزش‌های خدمت در هتل‌های ریتز

(Ritz Hotels) یافت: سه ارزش نخست را می‌توان به شرح زیر مطرح کرد:

۱. من ارتباط محکم و استوار ایجاد می‌کنم و برای ریتز-کارلتون (Ritz-Carlton) میهمانان همیشگی خلق می‌کنم.

۲. من همیشه در مقابل خواسته‌ها و نیازهای بیان شده و نشده میهمانان پاسخگو هستم.

۳. من قدرت خلق تجارب منحصر به فرد، به‌یادماندنی و شخصی برای میهمانان دارم.

توجه داشته باشید که هر یک از این ارزش‌ها بر میهمان (مشتری) تأکید دارد. پس یک گزاره ارزش که با خلق یک فرهنگ مراقبت از مشتری هم‌خوانی دارد، می‌تواند این‌طور بیان شود که:

یک گزاره ارزش مشتری‌محور اتخاذ هدف راهبردی برای تأمین یا برآوردن بیش از میزان انتظارات مشتریان است از راه ارائه باکیفیت‌ترین خدمت به مشتری که از سوی رهبری محصول و رهبری عملیاتی حمایت می‌شود.

گزاره ارزش مشتری‌محور بانک باید در فرهنگ آن بانک پذیرفته شود و توسط کارکنانی که در امور بانک مشارکت دارند ارائه شود. این نکته، هسته مرکزی خلق یک فرهنگ مراقبت از مشتری را تشکیل می‌دهد.

منبع: بانکداری خرد (۲) (بازاریابی دیجیتال، تأمین مالی SME ها، CRM و مدیریت منابع انسانی، ریسک، ثروت و مالی)، به سفارش بانک سامان، آکادمی سامان، بخش پنجم، فصل اول

چالش‌های کسب و کار و نامرئی شدن در بازار



علی جوانمردی |
مؤسس گروه فنی مهندسی ایتوک



کالا در محل، می‌تواند ارزش خرید را بهبود بخشد و مشتریان را جذب و حفظ کند و بازاریابی و تعامل می‌تواند به مشاغل کمک کند تا در یک بازار رقابتی سخت، برجسته شوند، به خصوص اگر رقبا هزینه‌ها را کاهش دهند. از مهم‌ترین استراتژی‌های موفقیت در دوران رکود اقتصادی کاهش هزینه است. مذاکره با تأمین‌کنندگان، تحقیق در مورد محصولات جایگزین و احتمالاً جابه‌جایی به مکان‌های کوچک‌تر می‌تواند به کاهش هزینه‌ها کمک کند. مدیریت جریان نقدی هم بسیار حائز اهمیت است. تقویت جریان نقدی از طریق اقداماتی مانند مدیریت سخت‌گیرانه‌تر حساب‌های دریافتنی و مذاکره در مورد شرایط پرداخت با تأمین‌کنندگان بسیار مهم است.

انطباق مدل‌های کسب و کار نیز از راهکارهای زنده ماندن کسب و کار در رکود است. بنابراین انعطاف‌پذیری و سازگاری با شرایط متغیر بازار کلیدی است. ممکن است شامل تنوع‌بخشیدن به پیشنهادهای محصول، کاوش در بازارهای جدید یا تنظیم استراتژی‌های قیمت‌گذاری باشد.

و در نهایت اگر در بازپرداخت‌های خرید مواد اولیه یا سایر مسائل مالی با مشکل مواجه هستید، از درخواست کمک از بانک‌ها، مؤسسات مالی یا خدمات مشاوره مالی دریغ نکنید.

با بروز رکود، صرف‌نظر از علت آن، «عامل احساس خوب» از بین می‌رود. اعتماد به نفس کاهش می‌یابد و مصرف‌کنندگان، نگران شغل و معیشت خود، به دنبال کاهش هزینه‌های خود هستند. با کاهش هزینه‌های مصرف‌کننده، بسیاری از مشاغل از کمبود درآمد رنج می‌برند، توانایی آسیب می‌بیند و اوضاع می‌تواند رو به وخامت بگذارد. متأسفانه، برخی از مشاغل، به‌اجبار تجارت را متوقف خواهند کرد.

نتیجه بسیار مشهود این امر افزایش مغازه‌های خالی در خیابان اصلی، واحدهای صنعتی خالی و ساختمان‌های اداری خالی است که هیچ کسب و کاری نیز از این قاعده مستثنی نیست...

کارآفرین و نویسنده پرفروش، گفته است: «در یک بازار شلوغ، متمایز نبودن به معنای نامرئی بودن است.» اگر چه یک بازار در دوران رکود اقتصادی ممکن است «شلوغ» نباشد، اما رقابتی خواهد بود. «تمایز بودن» در میان جمعیت شاید در یک بازار دشوار مهم‌تر از یک بازار آسان باشد. پس مطمئن می‌شوید که در دوران رکود اقتصادی «نامرئی» نمی‌شوید!

رکودها و بحران‌های اقتصادی هرگز برای فعالان بازارهای تجاری و صاحبان کسب و کار خوشایند نیستند، بازار تأثیر رکودها و بحران‌ها را احساس می‌کند. با این حال، گام‌های مثبتی وجود دارد که می‌توانید برای دورنگ داشتن خطر حذف از بازار به کار گیرید.

در یک اقتصاد، کسب و کار تجاری با چالش‌هایی روبرو می‌شود، اما فرصت‌هایی را نیز پیش رویش دارد. استراتژی‌های موفقیت شامل تمرکز بر کاهش هزینه، تجربه‌های مشتریان و یافتن ارزش بالقوه در دارایی‌ها و کالاهای آسیب‌دیده است.

با این حال، بخش‌های خاصی مانند «کالاهای ضروری» و «کالاهای لوکس مقرون به صرفه» ممکن است انعطاف‌پذیرتر باشند. بازاریابی و تعامل برای متمایز شدن بسیار مهم هستند و تنوع‌بخشی به روابط تجاری می‌تواند به مدیریت روابط تجاری چالش‌برانگیز کمک کند.

شوکی اقتصادی که در هر کشوری امکان پدیدار شدنش هست تجارت جاری را در برابر رکود اقتصادی آسیب‌پذیر می‌کند و به طور بالقوه منجر به کاهش قیمت‌ها و بی‌ثباتی مالی، به‌ویژه با عدم تعادل قیمت‌ها، می‌شود.

از سوی دیگر نوسانات تقاضای مشتریان و کاهش هزینه‌های مصرف‌کننده می‌تواند بر تقاضا برای فروش محصولات تأثیر بگذارد، درحالی‌که کارخانه‌های صنعتی ممکن است با چالش‌هایی در زمینه اختلال در زنجیره تأمین مواجه شوند. همچنین تأمین مالی در بازارهای اعتباری محدود می‌تواند تأمین مالی برای سرمایه‌گذاری‌های بزرگ در بازار را برای مشاغل دشوار کند. شایان‌ذکر است فرصت‌هایی هم در اقتصادهای بحران‌زده به وجود می‌آید که از آن جمله‌اند «کالاهای ضروری» و «کالاهای لوکس مقرون به صرفه» بنابراین بخش‌هایی مانند غذا، تعمیر و نگهداری خانه و کالاهای رفاهی برای جمعیت مسن‌تر ممکن است در دوران رکود اقتصادی ممکن است همچنان شاهد رشد باشند.

گاهی در چنین وضعیتی دارایی‌های آسیب‌دیده و استوک فروشندگان ممکن است فرصت‌هایی برای خرید با قیمت‌های پایین‌تر از مشاغلی که با مشکلات اقتصادی دست‌وپنجه نرم می‌کنند، ایجاد کند.

تجربه خریدهای قبلی مشتریان برای صاحبان کسب و کارها و تمرکز بر افزایش تجربه آنها و ایجاد امکانات رفاهی کم‌سود از جمله ارائه مشاوره و

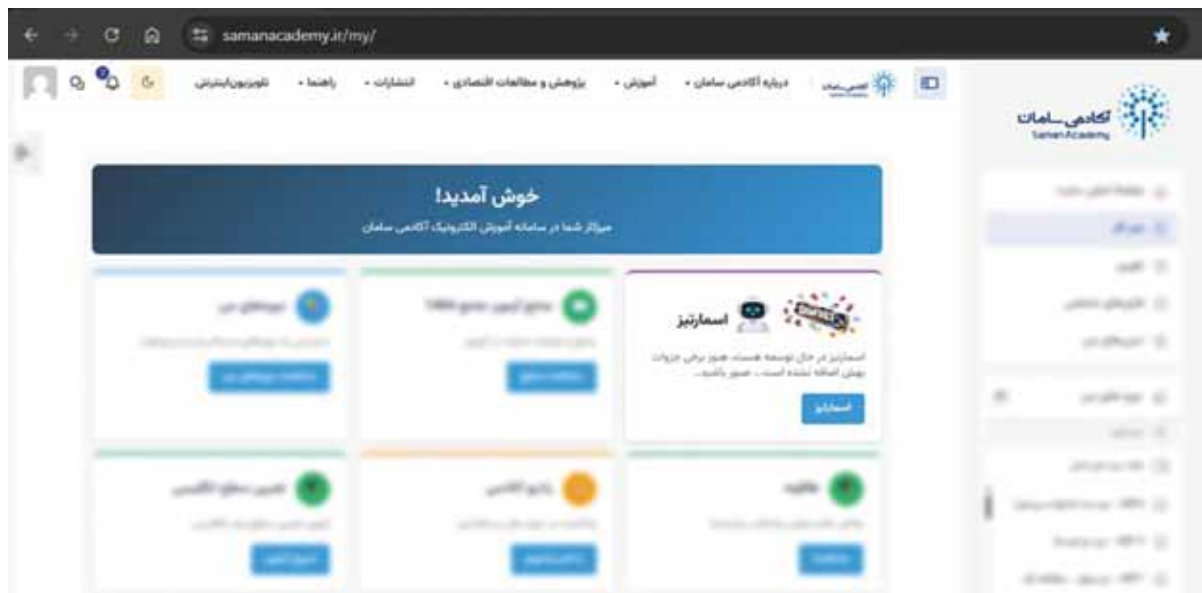
فناوری‌های نوین یادگیری

تولید محتوا: اداره فناوری های نوین یادگیری آکادمی سامان



این قسمت: اسمارتیز

"اسمارتیز" دستياری هوشمند، همراه هميشگی همکاران بانک سامان در مسیر رشد و یادگیری



کافی است در این محیط که در میز کار سایت آکادمی سامان به آدرس **SamanAcademy.ir** قرار داده شده است، سؤالات خود را در موضوعات مختلف (تخصصی، فنی و آموزشی) تایپ کنید و در حداقل زمان ممکن به پاسخ موردنظر دست پیدا کنید. قابل ذکر است داده‌های این برنامه در حال تکمیل و توسعه است.

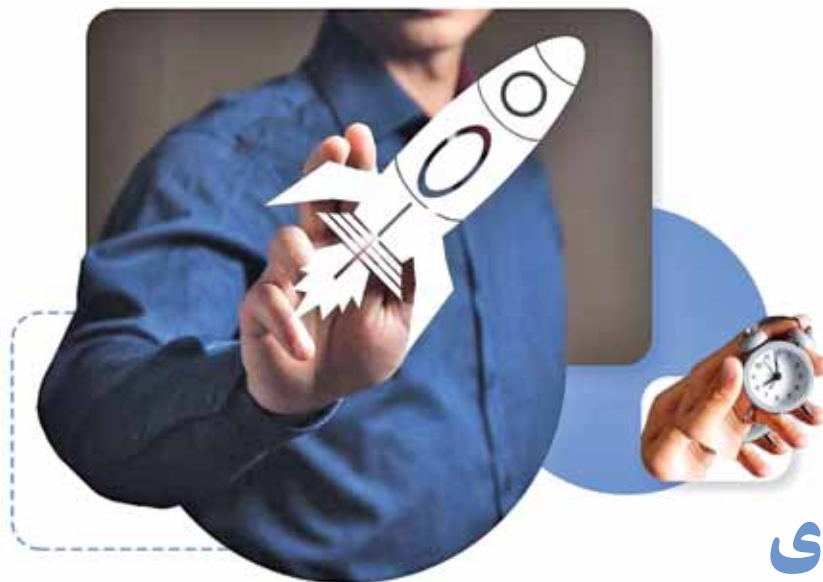


اسمارتیز همراهی کاربردی است که برای تسریع یادگیری همکاران بانک سامان طراحی شده است تا به سؤالات تخصصی، فنی و آموزشی در لحظه پاسخ دهد. این خدمت کمک می‌کند همکاران با اطمینان خاطر در مسیر یادگیری قدم بردارند و مثل یک دوست با تجربه به آنها کمک خواهد کرد. نام اسمارتیز با ترکیب دو کلمه **Smart** و **Wise** و باتوجه به ماهیت هوشمندی و چابک بودن آن انتخاب شده است.

جایزه‌های گل یا پوچ (تابستان)

۳ کد هدیه ۱۰ میلیون تومنی، ۳ کد ۵ میلیون تومنی
و کدهای هدیه ۱۰۰ هزار تومنی
خرید از دیجی کالا
و کدهای ۵۰۰ هزار تومنی اسنپ فروشگاه





راه اندازی یک کسب و کار کوچک در دوران سخت اقتصادی



پریسا حاجی محمدی |
دکتری کسب و کار حرفه‌ای DBA

۲. تمرکز بر مبانی قوی بودن:

مهم است که یک مشکل واقعی را حل کنید، یک مشکل خاص را که کسب و کار شما می‌تواند برای بازار هدف شما حل کند، را شناسایی کنید و مخاطب خود را بشناسید تا نیازها، ترجیحات و رفتار خرید مشتری خود را به طور کامل درک کنید. سپس یک طرح کسب و کار دقیق ایجاد کنید. اهداف، استراتژی‌ها، پیش‌بینی‌های مالی و برنامه‌های احتمالی کسب و کار خود را مشخص کنید و یک شبکه حمایتی برای امنیت ذهنی و بهبود و پیشرفت و کارایی ایجاد کنید، از کارآفرینان، مربیان و مشاوران باتجربه مشاوره و راهنمایی بگیرید.

۳. چالش‌های اقتصادی را مدیریت کنید:

احتیاط مالی داشته باشید، امور مالی خود را با دقت مدیریت کنید، بودجه کافی را تأمین کنید و برای مشکلات احتمالی جریان نقدی آماده باشید. چشم‌انداز رقابتی ترسیم کنید و رقبای خود را تجزیه و تحلیل کنید، پیشنهاد فروش منحصر به فردی برای خود شناسایی کنید تا به بازار هدف ارائه گردد و استراتژی‌هایی را برای تمایز کسب و کار خود تدوین کنید. به بازاریابی و فروش اهمیت ویژه دهید و یک استراتژی بازاریابی هدفمند برای دستیابی به مشتریان ایدئال خود و شروع فروش، ایجاد کنید. جذب مشتری را جدی بگیرید و بر استراتژی‌های مقرون به صرفه جذب مشتری، مانند بازاریابی رسانه‌های اجتماعی، بازاریابی محتوا یا مشارکت‌های استراتژیک تمرکز کنید.

۴. از شکست نترسید:

از اشتباهات درس بگیرید و تشخیص دهید که شکست بخشی از سفر کارآفرینی است و از آن به عنوان فرصتی برای یادگیری و رشد استفاده کنید. تاب‌آوری در کسب و کار شرط مهمی است. یک طرز فکر انعطاف‌پذیر، توانایی بازگشت به عقب را دارد و عدم ترس از شکست‌ها را در خود پرورش دهید و به دنبال بهبود مستمر باشید یعنی به طور منظم عملکرد کسب و کار خود را ارزیابی کنید، زمینه‌های بهبود را شناسایی کنید و استراتژی‌های خود را بر اساس آن تطبیق دهید.

در نتیجه: شروع یک کسب و کار در یک اقتصاد راکد نیاز به ترکیبی از برنامه‌ریزی استراتژیک، سازگاری و یک طرز فکر قوی کارآفرینی دارد. با تمرکز بر مبانی قوی، عبور از چالش‌های اقتصادی و پذیرش فرصت‌های یادگیری که با شکست همراه است، کارآفرینان می‌توانند شانس موفقیت خود را افزایش دهند. شما می‌توانید در دوران عدم قطعیت اقتصادی با موفقیت یک کسب و کار کوچک را راه‌اندازی کنید.

راه‌اندازی یک کسب و کار کوچک در دوران سخت اقتصادی، ممکن است چالش‌برانگیز باشد، اما می‌توان آن را انجام داد و محال نیست. البته همیشه آویزه گوشم هست این سخن استاد بزرگوارم "محمدرضا نعمت‌زاده" که فقط مرگ است که چاره ندارد! به طور کلی راه‌اندازی یک کسب و کار هر چند کوچک در هر محیطی کار سختی است، اما در وضعیت کنونی اقتصادی علاوه بر سختی، چالش‌برانگیزتر است. این تا حدودی به این دلیل است که وقتی بازارهای اعتباری در وضعیت تنگنا و عدم ثبات هستند، تأمین مالی به پارامترهای زیادی وابسته می‌شود که سهم هر کدامشان در نقش‌آفرینی بالا است. به همین دلیل است که صاحبان کسب و کارهای کوچک همیشه باید برنامه‌های تجاری خود را به روز کنند. شروع یک کسب و کار در اقتصاد فعلی نیازمند برنامه‌ریزی دقیق و درک قوی از چالش‌های پیش رو است، اما می‌تواند فرصت‌های منحصر به فردی را نیز ارائه دهد. در حالی که ممکن است فضای اقتصادی دلهره‌آور به نظر برسد، بسیاری از کارآفرینان با شناسایی نیازهای برآورده نشده و ارائه راه‌حل‌های نوآورانه، در دوران رکود اقتصادی پیشرفت می‌کنند. موفقیت به ترکیبی از عوامل، از جمله یک طرح تجاری قوی، ارزیابی واقع‌بینانه از بازار و تمایل به سازگاری بستگی دارد.

۱. پذیرش عدم قطعیت اقتصادی و شناسایی فرصت‌ها در بحران:

رکودهای اقتصادی می‌توانند فرصت‌هایی را برای کسب و کارهایی ایجاد کنند که راه‌حل‌های مقرون به صرفه ارائه می‌دهند، نیازهای متغیر مصرف‌کننده را برطرف می‌کنند یا بر بازارهای خاص تمرکز می‌کنند. با یک عملیات ناب می‌توانید از شروع خوب لذت ببرید، بنابراین از کوچک شروع کنید، هزینه‌های سربر را به حداقل برسانید و بر ایجاد یک مدل کسب و کار پایدار از پایه تمرکز کنید. با محیط کسب و کار انتخابی‌تان سازگاری داشته باشید. آماده باشید تا با تکامل شرایط بازار، استراتژی کسب و کار، محصولات یا خدمات خود را تغییر دهید.



بانک سامان، همیار بنیاد کودک

افزایش یافت تا حمایت‌ها همچنان مؤثر و کارآمد بماند. دانشجویان بورسیه نیز دو مرحله کمک تحصیلی ویژه دریافت کردند؛ حمایتی از جنس آینده‌نگری.

حضور بانک سامان در این سال‌ها، نه فقط یک همکاری مالی، بلکه نشانه‌ای از مسئولیت‌پذیری اجتماعی و باور عمیق به عدالت آموزشی بوده است. برای ساختن آینده‌ای که در آن هیچ دانش‌آموزی به دلیل کم‌برخورداري، نیمکت کلاس را ترک نکند؛

همین است معنای واقعی همراهی...

www.childf.com

۰۲۱-۴۲۵۱۰

آدرس دفتر مرکزی بنیاد کودک: تهران، خیابان شهید بهشتی، خیابان سرافراز، کوچه یازدهم، پلاک ۱۲



بنیاد کودک، سازمانی مردم‌نهاد، بین‌المللی و غیردولتی است که از سال ۱۳۷۳ تاکنون، با نگاهی انسان‌دوستانه و فرامرزی، تلاش می‌کند تا هیچ دانش‌آموز با استعدادی صرفاً به دلیل مشکلات مالی از تحصیل باز نماند. بانک سامان بیش از ۱۲ سال است که در کنار دانش‌آموزان با استعداد کم‌برخوردار بنیاد کودک ایستاده؛ همراهی مداوم، هوشمندانه و فراتر از صرف پرداخت بورسیه. در حال حاضر، این بانک پشتیبان ۱۱۴ دانش‌آموز و دانشجو در سراسر کشور است و حمایت‌هایش از جنس همان چیزی است که کودکان و نوجوانان برای ساختن آینده نیاز دارند: آرامش، ثبات و انگیزه... سال گذشته، بانک سامان ضمن تأمین منظم کمک‌هزینه تحصیلی، در بسیاری از لحظات مهم زندگی دانش‌آموزان هم حضور داشت. از هدیه‌های تولد که با دقت، متناسب با آرزوهای هر دانش‌آموز تهیه شد، تا عیدی‌هایی که تبدیل به کتاب، نوشت‌افزار، کلاس تقویتی یا حتی یک لحظه خوشحال‌کننده کوچک شد.

در طول سال، کمک به تأمین لوازم ضروری منزل، کلاس‌های آموزشی، شهریه دانشگاه، تعمیر خانه، هزینه‌های درمانی و مواردی از این دست نیز با مشارکت بانک سامان انجام شد؛ بی‌سروصدا اما دقیق و مؤثر. همچنین با درک شرایط تورمی، مبلغ بورسیه‌ها نیز با تفاهمی مشترک، به طور معناداری



بانک سامان
Saman Bank

گفتگو با همکاران شعبه قیطرہ

قیطرہ: خالہ امید و ہمدلی

گفتگو: جعفر تکبیری

عکس: نیلوفر فیاض

مشتریان حقوقی و ۳۷ درصد مشتریان حقیقی هستند. این ترکیب شامل ۸۴۸۵ مشتری خرد، ۵۲۰ مشتری ویژه، ۱۰۱۵ مشتری ممتاز، ۱۰ مشتری خاص، ۷۰ مشتری SME و ۶ مشتری کلان می‌شود.

کیانی درباره راهبرد خود برای پیشبرد اهداف شعبه می‌گوید: برنامه‌ریزی دقیق بر اساس اهداف ابلاغی، حفظ مشتریان فعلی و جذب مشتریان جدید در حوزه‌های ارزی و ریالی، به همراه پایش مستمر عملکرد همکاران و ارائه بازخورد، منجر به تحقق اهداف بالای ۱۰۰ درصد در شاخص کل شعبه شده است.

وی فضای کاری شعبه را مبتنی بر دوستی، همدلی و احترام متقابل توصیف کرده و در ارتباط با مشتریان، سه اصل راحتی، سرعت و اعتماد را سرلوحه قرار داده است.

در خصوص پروژه «سامان ۱۴۰۴» نیز کیانی تأکید کرد: «در تمام شعبی که حضور داشته‌ام، این پروژه به طور کامل اجرا شده است. توانمندسازی همکاران در بخش‌های ارزی و ریالی، افزایش دانش بانکی، جانشین‌پروری و رشد حرفه‌ای کارکنان از اولویت‌های کاری من بوده است. همچنین به‌عنوان مدرس ارزی در آکادمی سامان، نقش ویژه‌ای در توسعه فروش تخصصی ایفا کرده‌ام.»

رئیس شعبه قطریه استقبال مشتریان از ابزارهای بانکی الکترونیکی را روبه‌رشد ارزیابی کرده و افزود: «تمام همکاران شعبه، مشتریان را به استفاده از خدمات الکترونیک هدایت و آموزش می‌دهند.»

او همچنین وضعیت فروش بیمه در شعبه را «مطلوب» دانسته و از تداوم برنامه‌ها برای ارتقای این بخش خبر داد.

رضایت مشتری، خستگی را از بین می‌برد

محمدحسین افتخاری، ۳۴ ساله و دارای مدرک کارشناسی مدیریت صنعتی، از سال ۱۳۹۶ به جمع همکاران بانک سامان پیوسته است. او می‌گوید: «اشتغال در یک بانک نوآور، پیشرو و متفاوت حس خوبی دارد که خوشبختانه با گذشت چند سال، همچنان همان احساس را دارم.»

به گفته افتخاری، فعالیت در حوزه مالی حساسیت و دقت بالایی می‌طلبد، اما ابراز رضایت مشتریان پس از انجام امور بانکی، انرژی مثبتی ایجاد می‌کند که باعث می‌شود خستگی جایی در کار روزانه نداشته باشد. وی فضای کاری در شعبه را صمیمی توصیف کرده و معتقد است که همین همدلی و تعامل بین همکاران، انگیزه‌ای مضاعف برای حرکت در مسیر اهداف بانک ایجاد کرده است.

افتخاری با اشاره به سیاست‌های بانک در زمینه توسعه خدمات الکترونیک می‌گوید: «سعی می‌کنم مشتریان را به استفاده از ابزارهای بانکی نوین ترغیب کنم، بر جذب مشتریان SME و اصناف تمرکز بیشتری داشته باشم و با فروش متقاطع، خدمات کامل‌تری به آن‌ها ارائه دهم.»

او نزدیک به یک سال است که در شعبه به‌عنوان راهبر فعالیت می‌کند و در این مدت توانسته ارتباط خوبی با مشتریان برقرار کند. افتخاری در این باره توضیح می‌دهد: «هنوز هم بعضی مشتریان، مخصوصاً سالمندانی که به کمک نیاز دارند، برای انجام امور خود به من مراجعه می‌کنند. تا جایی که بتوانم به آن‌ها کمک می‌کنم و رضایت و دعای خیرشان حس بسیار خوبی به من می‌دهد.»

به باور او، رفتار مسئولانه همراه با احترام کلید جلب رضایت و اعتماد مشتری است و می‌تواند نقشی مهم در وفاداری آن‌ها به بانک ایفا کند.



احسان کیانی - رئیس شعبه

در قلب بانک سامان، شعبه قطریه، تیمی پویا و متعهد با همکاری و صمیمیتی مثال‌زدنی هر روز به استقبال چالش‌ها می‌روند و با خلق تجربه‌ای متمایز برای مشتریان، مسیر تحقق استراتژی سامان ۱۴۰۴ را هموار می‌کنند. در این گزارش، از زبان چند تن از همکاران پرتلاش این شعبه، داستان‌هایی شنیدنی از تلاش، ارتباط نزدیک با مشتری و انگیزه‌های شخصی برای رشد و پیشرفت در صنعت بانکداری را خواهید خواند.

احسان کیانی، رئیس شعبه قطریه بانک سامان، با ۱۶ سال سابقه فعالیت در این بانک، از سال ۱۴۰۴ هدایت این شعبه را بر عهده دارد. وی متولد ۱۳۶۲، دارای مدرک کارشناسی ارشد حسابداری و سابقه خدمت در شعب مختلف از جمله بازار، آفریقای شمالی، مرکزی، ونک، اقدسیه، میرداماد و دزاشیب است. کیانی همچنین به‌عنوان مدرس ارزی در آکادمی بانک سامان فعالیت می‌کند.

شعبه قطریه در بلوار قطریه پلاک ۸۵ واقع شده و به‌عنوان یک شعبه AFFLUENT، کلیه خدمات ارزی و ریالی را ارائه می‌دهد. باتوجه به سابقه تخصصی رئیس و معاون شعبه در حوزه ارز، این شعبه به‌تازگی به جمع شعب ارزی بانک سامان پیوسته است. ۹ همکار در این شعبه به بیش از ۱۰ هزار مشتری فعال خدمات‌رسانی می‌کنند که ۶۳ درصد آن‌ها



محمدحسن سیدزاده



امیررضا امامی



امیر باقری



امید خلیلی

بانکداری ویژه، ویرترین بانک است

محمدحسن سیدزاده، ۳۴ ساله و دارای مدرک کارشناسی حسابداری دولتی از دانشگاه علوم اقتصادی تهران، از سال ۱۳۹۶ به جمع همکاران بانک سامان پیوسته است. او پیش از ورود به بانک، ۷ سال در مطبوعات و خبرگزاری‌های کشور به عنوان خبرنگار فعالیت می‌کرد.

سیدزاده درباره روزهای نخست ورودش به بانک می‌گوید: «تغییر فضا از محیط منعطف رسانه به حوزه بانک در ابتدا کمی سخت بود، اما شیرینی ارتباط با مردم، آشنایی با صاحبان مشاغل و تلاش برای حل مشکلات آن‌ها کمک کرد تا فضای کاری مطلوب خود را در بانک پیدا کنم. امروز که هفت سال از ورودم می‌گذرد، از انتخابم رضایت دارم، چون کار در شعبه با تمام سختی‌ها و فشار کاری، به دلیل ارتباط مستقیم با مردم برایم جذاب است.»

او معتقد است که کار با ارباب رجوع یکی از سخت‌ترین مشاغل است، به ویژه در بخش مشتریان ویژه که علاوه بر ارتباط مستمر و عمیق با مشتری، سطح بالایی از توقعات و انتظارات وجود دارد. «در این بخش، حتی اگر بدترین روز را داشته باشید باید با روی خوش با مشتری رفتار کنید و کسی انتظار پاسخ منفی از شما ندارد.»

به گفته سیدزاده، تعامل مثبت با همکاران و رئیس شعبه یکی از ارکان اصلی موفقیت در کار است: «محیط کاری بخش مهمی از آرامش زندگی ما را شکل می‌دهد. همیشه تلاش کرده‌ام فضای صمیمی و دوستانه‌ای در شعبه ایجاد کنم و خوشبختانه در همه شعبی که بوده‌ام، این رفتار متقابل را از همکاران دریافت کرده‌ام.»

او نقش خود را در تحقق استراتژی «سامان ۱۴۰۴» ویژه می‌داند: «یکی از اهداف این استراتژی، توسعه خدمات به مشتریان ویژه است. من هم به همین دلیل این حوزه را برای فعالیت انتخاب کردم، چون باور دارم بانکداری ویژه ویرترین بانک است و در سال‌های آینده نقشش پررنگ‌تر هم خواهد شد.»

سیدزاده درباره نحوه تعامل با مشتریان ویژه می‌گوید: «هدف ما ایجاد رابطه‌ای پایدار و مشاوره‌ای است تا مشتری احساس کند یک همراه متخصص در کنار خود دارد. در کنار جذب منابع برای بانک، باید منافع مشتری را هم در نظر گرفت. گاهی حتی لازم است پیشنهادهایی خارج

از بانکداری برای سرمایه‌گذاری بدهیم تا اعتماد بیشتری ایجاد شود.» شیرین‌ترین خاطره کاری او مربوط به تماس با یک برنده وین کارت است: «جوانی که در پیک موتوری کار می‌کرد و مدتی بیکار شده بود، برنده جایزه ۱۰۰ میلیون تومانی شد. ابتدا باور نمی‌کرد، اما وقتی مطمئن شد، بغض و دعا‌های خیرش آن‌قدر تأثیرگذار بود که اشک من هم درآمد. این صدا و آن لحظه را هرگز فراموش نمی‌کنم.»

وفاداری مشتری با راحتی، سرعت و اعتماد شکل می‌گیرد

محمد مکبری، بانکدار فروش شعبه قطریه، متولد ۱۳۷۲ و فارغ‌التحصیل مهندسی صنایع در مقطع کارشناسی از دانشگاه آزاد است. او پیش از پیوستن به بانک سامان، از سال ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۴ هم‌زمان با دوران تحصیل، به صورت پاره‌وقت در بخش فروش و بازاریابی شرکت صنایع پند، تولیدکننده ترازوهای دیجیتال، فعالیت می‌کرد.

مکبری در آبان ۱۳۹۵ به بانک سامان پیوست و تاکنون در شعب سعادت‌آباد، آفریقای شمالی و قطریه خدمت کرده است. از سال ۱۴۰۲ نیز به عنوان بانکدار فروش فعالیت می‌کند. او مفتخر است که در سال‌های ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲ در آزمون جامع بانک، رتبه برتر را به دست آورده است. او می‌گوید: «از روز اول با علاقه شخصی وارد بانک شدم و تمام تلاشم را برای ارتقای سطح فردی و دستیابی به اهداف بانک به کار می‌بندم. باور دارم بانک سامان بانکیه بر مدیران و همکاران شایسته، در میان برترین بانک‌های ایران و خاورمیانه خواهد درخشید.»

مکبری از روزهای نخست کاری خود به عنوان روزهایی پر از شور و اشتیاق همراه با کمی استرس یاد می‌کند و آشنایی با همکاران و سرپرست وقت ناحیه، شادروان حاج آقا غفاری، را تجربه‌ای ارزشمند می‌داند. او حس خود نسبت به بانک را چنین توصیف می‌کند: «بانک سامان برایم مثل خانواده‌ای بزرگ و صمیمی است که در شادی‌ها و مشکلات، از دوران کرونا گرفته تا بحران‌های دیگر، همواره کنار ما بوده و حمایت کرده است.»

در خصوص برنامه «سامان ۱۴۰۴» می‌گوید: «این برنامه سه رکن اصلی دارد؛ تجاری‌سازی، بهینه‌سازی فرایندها و رشد. هدف ما هدایت فعالیت‌های خرد به ابزارهای الکترونیکی و تمرکز بر جذب مشتریان صنفی و ویژه است تا بتوانیم سهم بیشتری در سپرده‌های ارزان‌قیمت،



محمدحسین افتخاری



پیام دلاور



محمد مکبریان

وی درباره تعامل با همکاران و مسئولان شعبه می‌گوید: «همواره تلاش کرده‌ام روابط دوستانه و پایدار برقرار کنم. این حس صمیمیت باعث شده در مواجهه با مشکلات، همه همکاران مثل یک خانواده برای کمک به یکدیگر پیش قدم شوند.»

در زمینه تحقق استراتژی «سامان ۱۴۰۴» نیز باقری رویکردی روشن دارد: «باتوجه به برنامه بانک برای توسعه مشتریان برتر، سعی می‌کنم مشتریان را در این مسیر هدایت کنم و درعین حال، مشتریان عادی را بیشتر با خدمات الکترونیک و غیرحضوری آشنا سازم.» او تعامل با مشتریان را فراتر از ارائه خدمات می‌بیند: «همیشه تلاش می‌کنم با مشتریان هدف رابطه‌ای دوستانه ایجاد کنم تا به واسطه این دوستی، بانک سامان را به دیگران معرفی کنند و در واقع سفیر سامان باشند.»

جذب مشتریان ویژه مهم‌ترین محور استراتژی سامان ۱۴۰۴

امیررضا امامی، متولد ۱۵ مرداد ۱۳۷۶ در تهران، دارای مدرک کارشناسی مدیریت مالی از دانشگاه تهران شمال است. او پیش از پیوستن به بانک سامان، تجربه کاری در حوزه حسابداری و راه‌اندازی سیستم‌های مالی برای پروژه‌های اشخاص حقیقی را در کارنامه خود دارد.

آقای امامی تجربه استخدام در بانک سامان را «احساسی بی‌نظیر و وصف‌ناشدنی» توصیف می‌کند. او می‌گوید: «روز نخست کاری، دیدار و آشنایی با جناب آقای رشیدی (ریاست شعبه)، جناب آقای نخعی (معاون شعبه) و سایر همکاران باسواد و باتجربه، بسیار دلگرم‌کننده بود. اکنون نیز همکاری با جناب آقای کیانی و سرکار خانم نوید و دیگر همکاران، محیطی آرام و صمیمی برایم فراهم کرده است.»

به گفته او، کار بانکی و خدمات مالی ذاتاً حساس و پرتنش است، اما درعین حال جذاب و آموزنده محسوب می‌شود. «با حفظ آرامش و هم‌فکری با همکاران، می‌توان چالش‌های این حوزه را به‌خوبی مدیریت کرد.»

امامی معتقد است تعامل و همدلی موجود در شعبه قیصریه در بالاترین سطح ممکن قرار دارد و حضور مدیران و معاونان نقش مهمی در ایجاد این فضای مثبت داشته است. او از جو صمیمی حاکم بر شعبه به‌عنوان یکی از عوامل مهم انگیزه‌بخش یاد می‌کند.

تسهیلات صنفی و بازارهای بین‌المللی داشته باشیم. شناسایی مشتریان و کسب‌وکار آن‌ها از اولویت‌های اصلی ما برای ارائه خدمات مطلوب است.»

او رمز موفقیت در جذب و حفظ مشتری را این‌گونه بیان می‌کند: «تمام تلاشم این است که با خلق بهترین تجربه مبتنی بر راحتی، سرعت و اعتماد، وفاداری مشتریان را جلب کنم.» به گفته او، در تعامل با همکاران و مدیران، جلسات هفتگی برای ارزیابی شاخص‌ها و ارائه راهکارها برگزار می‌شود که نقش مهمی در تحقق اهداف دارد.

مکبریان کار در شعبه را همراه با چالش‌های فراوان اما شیرین می‌داند: «شیرین‌ترین بخش کار، برخورد با مشتریان متنوع، شناسایی مشتریان هدف و جذب آن‌ها در مسیر تحقق اهداف بانک است.»

او سخن خود را با یک جمله ورزشی به پایان می‌برد: «قهرمان ماندن سخت‌تر از قهرمان شدن است. بانک سامان در سال‌های اخیر جزء برترین بانک‌های ایران و خاورمیانه بوده و ادامه این مسیر موفقیت‌آمیز، نیازمند تلاش همه همکاران و برنامه‌ای منسجم در راستای اهداف سامان ۱۴۰۴ است.»

رضایت مشتریان، زیباترین بخش کار ماست

امیر باقری، ۳۴ ساله و دارای مدرک کارشناسی ارشد مدیریت مالی، از سال ۱۳۹۵ به خانواده بزرگ بانک سامان پیوسته است. او از همان روزهای نخست حضورش، پیشرفته بودن بانک را به‌خوبی احساس کرده و می‌گوید: «از همان ابتدا برای دوستانم افتتاح حساب کردم و آن‌ها هم تا امروز این حس مثبت را دارند. مطمئنم در آینده‌ای نه‌چندان دور، بانک سامان به‌هیچ‌وجه قابل‌مقایسه با سایر بانک‌ها نخواهد بود.»

باقری، برخورد روزانه با مشتریان را هم‌زمان با جذابیت و چالش همراه می‌داند: «زیبایی کار این است که بسیاری از مشتریان شاید آگاهی کامل نسبت به امور مالی‌شان نداشته باشند، اما با اعتماد به بانک، به ما مراجعه می‌کنند و ما هم در کوتاه‌ترین زمان، با آرامش خاطر، کارشان را انجام می‌دهیم. رضایت آن‌ها در چهره‌شان بزرگ‌ترین پاداش ماست.» او می‌افزاید: «البته برخی مشتریان به دلایل مختلف، از جمله فشارهای اقتصادی، بانک را محل بیان اعتراضات خود می‌دانند، اما با روی گشاده و مهربانی، توانسته‌ایم مانع ادامه این چالش‌ها شویم.»

سخت‌ترین مشاغل است که نیازمند صبر و تحمل است؛ اما همین ویژگی‌ها باعث جذابیت کار می‌شود. باید همواره با روی خوش پاسخگو بود، چون مشتریان انتظار برخورد محترمانه و مثبت دارند.»

او درباره روابط کاری خود با همکاران و مدیران شعبه نیز می‌گوید: «محیط کاری سالم و صمیمی، بخش مهمی از آرامش زندگی‌ام است. در تمام شعبی که بوده‌ام، رابطه دوستانه و احترام متقابل با همکاران و رؤسای شعبه باعث شده فضای کاری بسیار مطلوبی داشته باشم.»

امید خلیلی تأکید دارد که تعامل مستمر و همراهی صمیمانه با مشتریان، کلید اصلی موفقیت بانکداری است: «باید مشتری احساس کند یک همراه و مشاور متخصص در امور بانکی کنارش است. در کنار منافع بانک، منافع مشتری هم باید دیده شود. حتی گاهی لازم است در زمینه‌های سرمایه‌گذاری خارج از بانک هم به مشتری مشاوره داد تا اعتماد و وفاداری او جلب شود.»

او درباره برنامه‌های خود در تحقق استراتژی سامان ۱۴۰۴ می‌گوید: «با همکاری و تلاش بیشتر، می‌کوشم نقش مؤثری در تحقق اهداف بانک ایفا کنم.»

شیرین‌ترین خاطره امید خلیلی از دوران کاری‌اش، رضایت مشتریان است که به گفته او، بهترین پاداش برای هر بانکداری محسوب می‌شود.

وی همچنین «جذب مشتریان ویژه» را مهم‌ترین محور استراتژی سامان ۱۴۰۴ می‌داند و به‌عنوان نیروی خط مقدم شعبه، تلاش می‌کند با شناسایی مشتریان هدف، این هدف را محقق کند. او همچنین به حفظ احترام، آرامش و تعامل مثبت با مشتریان به‌عنوان یکی از ارزش‌های محوری بانک سامان پایبند است.

یکی از خاطرات شیرین او مربوط به نخستین روز کاری‌اش است: «دریافت مبلغی به‌عنوان هدیه و تندیس بانک، برایم بسیار دلگرم‌کننده و قابل توجه بود.»

در پایان، امامی ضمن قدردانی از همکاران خود، آرزوی سلامتی و تندرستی برای مردم ایران و همه همکاران بانک سامان دارد.

همراهی صمیمی با مشتریان، رمز موفقیت در بانکداری

امید خلیلی، کارمند ۳۸ ساله بانک سامان با ۱۲ سال سابقه فعالیت در این مجموعه، از جذابیت‌های شغل بانکداری می‌گوید. او که کارشناسی مدیریت فناوری اطلاعات دارد، ارتباط مستقیم با مردم را شیرینی اصلی کارش می‌داند و معتقد است همین ارتباط، علی‌رغم فشارهای کاری، انگیزه و رضایت او را در این مسیر حفظ کرده است.

خلیلی می‌گوید: «کار با ارباب‌رجوع، پس از کار در معدن، یکی از



کسب رتبه سوم برنده کارفرمایی توسط بانک سامان

با اعلام دبیرخانه نمایشگاه کار ایران، بانک سامان رتبه سوم برنده کارفرمایی کشور را کسب کرد.

به گزارش سامان رسانه، بر اساس اعلام دبیرخانه نمایشگاه کار ایران، بانک سامان توانست رتبه سوم برترین برندهای کارفرمایی ایران را از نظر کارجویان کسب کند.

این رتبه بر اساس شاخص‌های کلیدی همچون ارسال به موقع گزارش‌های استخدامی، گفتگوی بهتر با کارجویان، نظرسنجی برنده کارفرمایی، میزان تعیین وضعیت رزومه‌ها در موعد مقرر، ارائه فرصت‌های شغلی کارآموزی یا برای افراد بدون سابقه، ثبت موقعیت‌های شغلی در موعد مقرر پیش از آغاز نمایشگاه کار کسب شده است.



برای نخستین بار در ایران اتفاق افتاد دریافت ۶ تندیس اسکار جهانی کسب و کار توسط بانک سامان

بانک سامان به عنوان تنها نماینده ایران در رقابت‌های جهانی Stevie Awards ۲۰۲۵ که از آن به عنوان اسکار کسب و کار یاد می‌شود، موفق به کسب ۶ تندیس ارزشمند شد. به گزارش سامان رسانه، بانک سامان به عنوان تنها نماینده ایران در رقابت‌های جهانی Stevie Awards ۲۰۲۵ موفق شد برای نخستین بار، ۶ تندیس ارزشمند را برای کشورمان به ارمغان بیاورد. این افتخار بزرگ در حالی به نام بانک سامان و ایران رقم خورد که ۳۸۰۰ شرکت بین‌المللی از ۷۸ کشور دنیا، توانمندی‌های خود را در حوزه‌های مختلف در معرض قضاوت ۲۵۰ داور بین‌المللی قرار داده بودند. بر این اساس، آکادمی کودکان بانک سامان در حوزه دستاورد برتری ایمنی و سلامت توانست تندیس نقره‌ای این رقابت‌ها را کسب کند. همچنین رضایتمندی مشتریان در بانک سامان، رسیدگی به صدای مشتریان بانک سامان، سفرنامه سامان روایتی جدید از بانکداری به عنوان دستاورد در حوزه منابع انسانی، برنامه راهبردی مدیریت استعداد بانک سامان و در نهایت اپلیکیشن درون سازمانی همسا به ترتیب ۵ تندیس برنزی را از آن خود کردند. این افتخار بزرگ در عرصه جهانی و ثبت نام بانک سامان در میان برندهای برتر جهان در حالی است که این بانک سال گذشته نیز در رقابت‌های بخش خاورمیانه اسکار کسب و کار توانسته بود، ۷ تندیس طلائی و نقره‌ای را از آن خود کند.



بانک سامان افزایش سرمایه می‌دهد

بانک سامان در نظر دارد با انجام افزایش سرمایه ضمن حفظ جایگاه خود در عرصه بانکداری داخلی و بین‌المللی، موجبات افزایش منافع سپرده‌گذاران و سهام‌داران را فراهم کند.

گفتنی است، افزایش سرمایه موضوع این گزارش، موجب بهره‌مندی از مزایای معافیت مالیاتی بند ۱۴ ماده ۴ قانون تأمین مالی تولید و زیرساخت‌ها مصوب مجلس شورای اسلامی، بهبود کیفیت ساختار حقوق مالکانه و در نتیجه افزایش نسبت کفایت سرمایه در سال جاری و سال‌های آتی خواهد شد.

اعضای هیئت‌مدیره بانک سامان با افزایش سرمایه ۴۸ هزار میلیاردی این بانک از محل سود انباشته موافقت کردند.

به گزارش سامان رسانه، اعضای هیئت‌مدیره بانک سامان در جلسه‌ای با افزایش سرمایه این بانک از مبلغ ۱۱۰۰۰۰ میلیارد ریال به مبلغ ۱۵۸۰۰۰ میلیارد ریال از محل سود انباشته موافقت و این افزایش را به مجمع سهام‌داران بانک سامان پیشنهاد کرد. این گزارش به تأیید حسابرسان و بازرسان قانونی بانک سامان رسیده و بر این اساس قرار است در صورت تصویب سهام‌داران، سرمایه این بانک ۴۳,۶ درصد افزایش یابد.



ورود ۵۷ مگاوات برق به شبکه سراسری با تأمین مالی بانک سامان

نیروگاه خورشیدی ۳ مگاواتی درخشان پارت و نیروگاه خورشیدی ۳ مگاواتی کویر سوزان نور مهر که با تأمین مالی بانک سامان در منطقه خوسف استان خراسان جنوبی ساخته شده، افتتاح و مورد بهره‌برداری قرار گرفت. به گزارش سامان رسانه، بانک سامان در راستای حمایت از طرح‌های انرژی پاک و همچنین تأکید بر توسعه زیرساخت‌های کشور، اقدام به تأمین مالی پروژه‌های نیروگاه خورشیدی درخشان پارت و کویر سوزان نور مهر در خراسان جنوبی کرد که این نیروگاه‌ها با حضور وزیر نیرو افتتاح و برق تولیدی آنها وارد شبکه سراسری کشور شد.

با افتتاح این نیروگاه‌ها، بانک سامان تأمین مالی برای تولید ۵۷ مگاوات برق خورشیدی در قالب پروژه‌های مختلف را به پایان رسانده و از این مسیر نقش مؤثری در جبران بخشی از مشکل ناترازی انرژی کشور ایفا کرده است. لازم به ذکر است که این بانک در حال حاضر تأمین مالی ۳ نیروگاه خورشیدی دیگر به ظرفیت ۲۷,۵ مگاوات را در دست دارد که این نیروگاه‌ها نیز بر اساس مدل تأمین مالی پروژه و با رعایت مصوبه اعتباری، ضوابط و مقررات و دستورالعمل‌های مرتبط با نظارت بر مصرف بانک سامان، براساس استانداردهای بین‌المللی، در حال اجرا است و انتظار می‌رود برق تولیدی این پروژه‌ها نیز در آینده نزدیک به شبکه برق کشور متصل شود. همچنین بانک سامان در حال حاضر مذاکره برای تأمین مالی مشتریان خود به منظور احداث نیروگاه‌های خورشیدی جدید به ظرفیت ۱۰۰ مگاوات از محل منابع داخلی خود یا انتشار اوراق گواهی سپرده سرمایه‌گذاری خاص را در دست اقدام دارد که پیش‌بینی می‌شود در آینده نه چندان دور تأمین مالی برای احداث این نیروگاه‌ها نیز به سرانجام برسد. گفتنی است، باتوجه به عدم نیاز به مصرف سوخت‌های فسیلی و آب در نیروگاه‌های خورشیدی، تأمین مالی بانک سامان در این پروژه‌ها باعث کاهش مصرف میلیون‌ها مترمکعب گاز طبیعی و آب شود.



مدیرعامل بانک سامان
در نشست بزرگداشت روز خبرنگار:

رشد ۸۶ درصدی سود خالص بانک سامان

علیرضا معرفت مدیرعامل بانک سامان مانده پورتنفوی اعتباری بانک سامان را ۲۲۰ همت عنوان کرد و گفت: امسال تمام تکالیف تسهیلاتی تعیین شده در حوزه فرزندآوری و ازدواج را پرداخت می کنیم. حجم این تکالیف بالغ بر ۱.۵ همت است و همه از طریق بلوبانک سامان پرداخت خواهد شد.

به گزارش سامان رسانه، در جریان نشست خبری مدیران ارشد گروه مالی سامان که به مناسبت روز خبرنگار برگزار شد، علیرضا معرفت مدیرعامل بانک سامان ضمن تشریح اقدامات بانک سامان در حوزه پرداخت تسهیلات تکلیفی به متقاضیان عنوان کرد که تاکنون بیش از ۱,۵ همت تسهیلات تکلیفی از طریق بلوبانک سامان به متقاضیان پرداخت شده و علاوه بر این میزان مانده پورتنفوی اعتباری بانک سامان در حدود ۲۲۰ همت است.

علیرضا معرفت، در ادامه با اشاره به عملکرد این بانک در سال ۱۴۰۳ گفت: در پایان سال ۱۴۰۳، سود خالص بانک نسبت به سال قبل حدود ۸۶ درصد رشد داشت. بخشی از این رشد ناشی از تسویه سنواتی با بانک مرکزی بود که مربوط به برداشت های اوایل دهه ۹۰ بود و فقط یک بار رخ می دهد. حتی بدون این عامل نیز، روند سودآوری بانک نسبت به سنوات قبل صعودی بوده و امسال نیز ادامه خواهد داشت.

مدیرعامل بانک سامان در ادامه افزود: برنامه ریزی های انجام شده و کنترل هزینه ها باعث شد هزینه تمام شده پول را ثابت نگه داریم. بعد از جنگ ۱۲ روزه اخیر، منابع کوتاه مدت بانک افزایش پیدا کرد که این



عکس ها: نیلوفر فیاض



آگاهی، اثر مرکب است.

مراسم نکوداشت اهل قلم و رسانه

۱۹ مردادماه ۱۴۰۴



امر در کاهش قیمت تمام‌شده منابع اثر مثبت داشت، هرچند این منابع کوتاه‌مدت برای برنامه‌ریزی بلندمدت قابل اتکا نیستند.

علیرضا معرفت در مورد برنامه‌های بانک سامان در حوزه بانکداری شرکتی و بانکداری خرد اظهار داشت: در حوزه بانکداری شرکتی، تمرکز ما بر تسهیل خدمات و افزایش کیفیت در نقل و انتقالات ارزی است. توسعه این بخش در شرایط فعلی نیازمند بررسی مداوم است تا سطح کیفیت حفظ شود.

وی ادامه داد: در بانکداری خرد، سیاست بانک سامان ارائه خدمات الکترونیکی به مشتریان است. محصولات جدید عمده‌تر روی اپلیکیشن‌ها عرضه می‌شوند تا تجربه کاربری بهبود یابد. توسعه خدمات برای اصناف و کسب و کارهای کوچک نیز در دستور کار است.

در بخش دیگری از این نشست، مدیرعامل بانک سامان به حملات سایبری اخیر به شبکه بانکی کشور اشاره کرد و گفت: امنیت سایبری حوزه‌ای پیچیده است که نیازمند هم‌افزایی منابع انسانی متخصص، زیرساخت سخت‌افزاری و نرم‌افزارهای به‌روز است. هیچ تضمین ۱۰۰ درصدی برای امنیت سایبری وجود ندارد، اما استفاده از فناوری‌های نوین و نیروهای خبره می‌تواند ریسک‌ها را به حداقل برساند.

وی در همین خصوص ادامه داد: اخیراً نشست مشترکی نیز با همکارانمان در بانک پاسارگاد داشتیم و در خصوص اتفاقات روی داده در این بانک گفتگو کردیم و در این بین تجربیاتی نیز منتقل شد. ما از این طریق کوشیدیم تا به جای رقابت، بر همکاری تمرکز کنیم و پوشش لازم در برابر تهدیدات احتمالی ایجاد شود.

در بخش دیگری از این نشست، احسان ترکمن مدیرعامل شرکت پرداخت الکترونیک سامان (سپ) که به سؤالات خبرنگاران پاسخ می‌داد، در خصوص موضوع کارمزد تراکنش‌ها عنوان کرد: «میزان کارمزد در ۹ سال گذشته بدون تغییر باقی مانده بود. بانک مرکزی امسال بخشنامه‌ای ابلاغ کرد که بر اساس آن افزایش حدود ۱ تا ۱.۵ درصدی کارمزد اعمال شد. البته این افزایش قابل توجه نیست؛ چرا که ۹۶ درصد تراکنش‌های جامعه زیر ۶۰۰ هزار تومان است.»

ترکمن ادامه داد: «بانک مرکزی سقف مبلغ مشمول کارمزد را دو برابر



و بانک‌های دیجیتال نیز در همین مسیر حرکت کرده و محصولات خود را بر این مبنا توسعه می‌دهند. شایما آراء، قائم‌مقام مدیرعامل بیمه سامان هم در این نشست، با اشاره به سیاست‌های جدید این شرکت گفت: رویکرد ما ورود جدی به بیمه‌نامه‌های خانواده و بیمه‌های خرد است و اکنون تمرکز ویژه‌ای بر بیمه تجهیزات الکترونیک مانند موبایل، لپ‌تاپ و ساعت‌های هوشمند داریم. این محصول که حدود دو سال از عرضه آن می‌گذرد، پوشش کامل سرقت و آسیب‌دیدگی از جمله شکست صفحه‌نمایش را شامل می‌شود و بازاریابی گسترده‌ای برای افزایش استقبال از آن انجام داده‌ایم. آراء در خصوص برنامه‌های شرکت برای تقویت توانگری مالی اظهار کرد: افزایش سرمایه یکی از محورهای اصلی ما است و در کنار آن، تلاش می‌کنیم با انتخاب پرتفوی مناسب و کنترل ریسک بیمه‌گری، شاخص توانگری را ارتقا دهیم. ورود به رشته‌های پرریسک مانند درمان با دقت و ارزیابی کامل انجام می‌شود تا از ایجاد خسارت‌های سنگین جلوگیری شود.

کرد، درحالی‌که فقط ۲ تا ۳ درصد تراکنش‌ها در این بازه انجام می‌شود. مدیرعامل سب با اشاره به این که در حال انجام مذاکراتی با بانک مرکزی است، گفت: «امیدواریم این نهاد متقاعد شود که بخش‌نامه کارمزد اصلاح و پایه مبلغ از ۱۲۰ تومان به ۱۸۰ تومان افزایش یابد. در صورت تحقق این تغییر، درآمد کارمزدی شبکه پرداخت نسبت به سال گذشته حدود ۳۰ تا ۳۵ درصد افزایش خواهد یافت»

رضا حیدری، مدیر بلوبانک سامان هم در جریان این نشست در پاسخ به پرسشی مبنی بر این که آیا برنامه‌ای برای توسعه اینترنت بانک و بلو سازمانی دارید یا خیر، بیان کرد: نت‌بانک یا درگاه ارائه خدمات از طریق اینترنت به‌صورت عمده در ارتباط با سازمان‌ها و شرکت‌ها استفاده می‌شود. این نهادها معمولاً یک دفتر مرکزی دارند که تیم‌های مختلف، از جمله بخش مالی و حسابداری، به‌صورت متمرکز در آن مستقر هستند. به همین دلیل، این فضا بیشترین همخوانی را با دریافت چنین خدماتی دارد. او افزود: در حوزه استفاده شخصی، به‌ویژه از طریق تلفن همراه، این سرویس‌ها یک کانال مناسب و بهینه محسوب می‌شوند. تمامی نت‌بانک‌ها



اعلام اسامی برندگان "سومین رویداد جایزه بزرگ نقاشی معاصر ایران"

برندگان «سومین رویداد جایزه بزرگ نقاشی معاصر ایران» که با حمایت شرکت بیمه سامان و همکاری انجمن هنرمندان نقاش ایران برگزار شد، معرفی شدند.

به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، در مراسم اعلام اسامی برندگان این رویداد که با حضور هیئت داوران، جمعی از هنرمندان و مدیران شرکت بیمه سامان برگزار شد، قائم مقام شرکت بیمه سامان تأکید کرد که حمایت این شرکت از هنر و هنرمندان ادامه خواهد یافت.

آمادگی بیمه سامان برای طراحی بسته‌های بیمه‌ای ویژه هنرمندان شیما آراء با بیان این که هنر، ذهن و آینده انسان را بیمه می‌کند، گفت: از این منظر، صنعت مالی بیمه و هنر، قرابت زیادی دارند و شرکت بیمه سامان مفتخر است که برای سه سال متوالی، این رویداد را حمایت کرده است. وی افزود: این شرکت آمادگی دارد بسته‌های بیمه‌ای متناسب با نیاز هنرمندان به‌ویژه نقاشان را طراحی و ارائه کند. در ادامه، با رأی هیئت داوران و پس از بررسی آثار رسیده به دبیرخانه، «ریحانه رحیمی‌نژاد» به‌عنوان نفر اول و برنده جایزه ۲۰۰ میلیون تومانی این رویداد معرفی شد. همچنین پوریا پور ندیم و محسن محمودی زاده به‌عنوان نفرات تقدیری برنده ۳۰ میلیون تومانی شدند. گفتنی است ۱۷۷۰ هنرمند بیش از ۴۵۰۰ اثر خود را به دبیرخانه «سومین رویداد جایزه بزرگ نقاشی معاصر ایران» ارسال کردند. همچنین آثار برگزیده در گالری‌های خانه هنرمندان ایران در معرض دید علاقه‌مندان قرار گرفت. هیئت داوران این رویداد را شهریار احمدی، رزیتا شرف جهان و امیر نصری تشکیل دادند.



بیمه سامان در راستای ارتقای سطح خدمات بیمه‌های زندگی با افزایش پوشش بیمه‌ای امراض خاص "ممتاز" دامنه این پوشش را از ۳۰ به ۴۶ بیماری گسترش داد

لیست کامل چهل ۴۶ بیماری تحت پوشش طرح ممتاز:

- گروه بیماری‌های سرطان: سرطان، آنمی آپلاستیک، مولتیپل میلوما، تومور خوش خیم مغزی، پیوند مغز و استخوان
- گروه بیماری‌های قلبی و عروقی: اولین سکته قلبی، جراحی قلب باز CABG، آنژیوپلاستی، جراحی دریچه قلب، جراحی آنورت قلبی، پیس میکر، پیوند قلب، کاردیومیوپاتی، سکته مغزی، آنوریسم مغزی
- گروه بیماری‌های اعصاب: وضعیت پایدار نباتی، کما، بیماری آلزایمر، بیماری پارکینسون ایدیوپاتیک، MS، فلج اندام، بیماری عصبی - حرکتی، دیستروفی عضلانی، نابینایی، عدم توانایی تکلم، ناشنوایی، آنسفالیت ویروسی حاد، ترومای شدید سر (آسیب تروماتیک مغزی)
- گروه سایر بیماری‌ها: ایدز، ایدز مشاغل، هپاتیت B، هپاتیت C، هپاتیت مشاغل، هپاتیت ویروسی برق‌آسا، پانکراتیت مزمن، مننژیت باکتریال، سوختگی‌های شدید، فقدان کامل اندام‌ها، آرتريت روماتوئید وخیم، پیوند کبد، پیوند کلیه، پیوند ریه، قرارگیری در لیست پیوند، نارسایی انتهایی کلیوی، نارسایی مزمن ریه، بیماری وخیم کبدی

افزایش پوشش‌های طرح ممتاز
از ۳۰ به ۴۶ بیماری



بیمه سامان
Saman Insurance

درخشش سپ، با کسب دو تندیس طلایی در ایران ریتیل ۲۰۲۵

سپ، جایزه «برترین شرکت پرداخت ایران» را در رویداد IRAN RETAIL AWARDS ۲۰۲۵ دریافت کرد و غرفه سپ در ششمین نمایشگاه بین‌المللی ایران ریتیل شو، به‌عنوان «غرفه برتر» معرفی شد.

یازدهمین مراسم تقدیر و تجلیل از برترین برندها، مراکز خرید و فروشگاه‌های زنجیره‌ای کشور، عصر روز جمعه، ۱۰ مرداد ماه ۱۴۰۴ با حضور پیشکسوتان، مدیران و فعالان صنعت خرده‌فروشی و پرداخت الکترونیک، به همت گروه رسانه‌ای تجارت طلایی در محل هتل المپیک تهران برگزار شد. این رویداد سالانه، با حضور فعالان صنعت خرده‌فروشی و پرداخت الکترونیک برگزار شد و در خلال آن ضمن تجلیل از چهره‌های ماندگار این حوزه، برترین غرفه‌های حاضر در ششمین نمایشگاه بین‌المللی مراکز خرید، برندها، فروشگاه‌های زنجیره‌ای و رویکردهای نوین صادرات در صنعت خرده‌فروشی و صنایع وابسته (IRAN RETAIL SHOW ۲۰۲۵) معرفی شدند.

در یازدهمین مراسم تجلیل از برترین برندها، مراکز خرید و فروشگاه‌های زنجیره‌ای کشور، سپ (پرداخت الکترونیک سامان) به‌عنوان برترین شرکت پرداخت ایران مورد تقدیر قرار گرفت و احسان ترکمن، مدیرعامل شرکت سپ همانند دوره گذشته، جایزه برترین شرکت حوزه خدمات پرداخت ایران در سال ۱۴۰۳ را دریافت کرد.

همچنین در این مراسم، غرفه سپ به‌عنوان غرفه برتر در ششمین نمایشگاه بین‌المللی ایران ریتیل شو معرفی شد. گفتنی است شرکت سپ، به‌عنوان رهبر بازار پرداخت در ایران و خاورمیانه، با ارائه راهکارهای جامع و نوآورانه صنعت پرداخت، دی‌ماه ۱۴۰۳ به مدت ۴ روز در ششمین نمایشگاه بین‌المللی ایران ریتیل شو (Iran Retail Show ۲۰۲۵) حضور پررنگی داشت.



سپ، میزبان بیشترین تراکنش‌های پرداخت ایران در تیر ماه ۱۴۰۴

سپ، میزبان بیشترین تعداد تراکنش‌های پرداخت ایران در تیرماه امسال بوده و با حفظ رتبه اول خود در صنعت، بار دیگر جایگاه خود را به‌عنوان رهبر بازار پرداخت ایران و خاورمیانه تثبیت کرده است. براساس آخرین گزارش شاپرک، پرداخت الکترونیک سامان (سپ) با کسب ۲۰,۹۲ درصد از تعداد کل تراکنش‌های پرداخت در تیرماه جایگاه نخست صنعت پرداخت ایران را به خود اختصاص داده است. سپ دارای بیشترین سهم در تراکنش‌های کارتخوان فروشنده‌ای است و با پوشش ۲۱,۰۷ درصدی از تعداد تراکنش‌های کارتخوان، در این ماه نیز همانند دوره‌های گذشته بالاترین سهم بازار را در اختیار خود دارد. پرداخت الکترونیک سامان با میزبانی ۲۱,۲۸ درصدی تراکنش‌های خرید، در این ماه نیز بالاترین سهم بازار را به خود اختصاص داده است.

کسب بیشتر رشد در ابزار پذیرش اینترنتی

پرداخت الکترونیک سامان با رشد ۰,۷۷ درصدی در ابزار پذیرش اینترنتی نسبت به خرداد ماه، بیشترین اختلاف بین سهم تعدادی تراکنش‌های ابزار پذیرش اینترنتی را در مقایسه با رقبای کسب کرده است. سپ همچنین در تیرماه امسال با در اختیار داشتن ۱۸,۱۵ درصد بازار تراکنش‌های مانده‌گیری، بیشترین سهم را از آن خود کرده است. شرکت سپ به‌عنوان نخستین ارائه‌کننده خدمات پرداخت الکترونیک در ایران، هم‌اکنون در جایگاه یازدهم جهان قرار دارد و با سهم ۲۴ درصدی از بازار کل تراکنش‌ها، پرچمدار شرکت‌های پرداخت منطقه خاورمیانه و آفریقا است.





فراهم شدن امکان وثیقه‌گذاری دارایی‌های بورسی در بانک‌ها

آن‌ها در فرآیند تأمین مالی نادیده گرفته می‌شد. مدیرعامل کارگزاری بانک سامان افزود: با اجرایی شدن این بخشنامه، افرادی که سهام قابل توجهی در یک یا چند شرکت دارند، می‌توانند بر مبنای ارزش این دارایی‌ها تأمین مالی کنند؛ چه از طریق بانک‌ها و چه از نهادهای مالی دیگر. همچنین این دارایی‌ها می‌توانند مبنایی برای معاملات دیگر نیز قرار بگیرند و حتی به عنوان تضمین در قراردادهای مالی مورد استفاده قرار گیرند.

مهرآور تأکید کرد: این اقدام نه تنها شرکت‌ها را قادر می‌سازد تا با اتکا به دارایی‌های بورسی خود تأمین مالی انجام دهند، بلکه باعث می‌شود نگاه جدی‌تری به سهام به عنوان یک دارایی مهم و قابل اتکا در فرایندهای مالی ایجاد شود. بانک‌ها و سایر مؤسسات مالی نیز می‌توانند از این فرصت بهره‌برداری کنند و در جهت رشد و توسعه بازار سرمایه گام بردارند.

حمیدرضا مهرآور، مدیرعامل کارگزاری بانک سامان، گفت: با اجرایی شدن بخش‌نامه جدید بانک مرکزی که امکان وثیقه‌گذاری دارایی‌های بورسی را فراهم می‌کند، مسیر جدیدی برای تأمین مالی شرکت‌ها و سرمایه‌گذاران از طریق بانک‌ها و نهادهای مالی گشوده شده است.

مهرآور با اشاره به اهمیت بخشنامه اخیر بانک مرکزی، گفت: این یکی از بخشنامه‌های بسیار مفید برای بازار سرمایه است. چون در گذشته، بانک‌ها معمولاً فقط دارایی‌هایی مثل املاک را که ارزیابی و محاسبه آن‌ها برایشان ساده‌تر بود، به عنوان وثیقه می‌پذیرفتند. این دارایی‌ها توسط کارشناسان داخلی بانک‌ها ارزیابی می‌شد و بر مبنای آن، تسهیلاتی به متقاضیان پرداخت می‌شد.

او ادامه داد: اما نکته‌ای که در سال‌های گذشته مغفول مانده بود، دارایی‌هایی هم چون سهام و اوراق بهادار بود. این نوع دارایی‌ها معمولاً به عنوان وثیقه در نظام بانکی پذیرفته نمی‌شدند و عملاً ارزش واقعی



راهنمای تصویری انتقال وجه

نمودار کف و سقف یک



موبایل بانک و اینترنت

سقف تراکنش انتقال وجه روزانه در سامانه

تعداد مجاز کارت به کارت: نامحدود تا سقف روزانه ۱۰ میلیون تومان برای هر کارت

تعداد مجاز انتقال وجه با سامانه پل: نامحدود

حداکثر تعداد دستورپرداخت قابل دریافت هر شخص در سامانه پل: ۵ دستورپرداخت

تعداد مجاز روزانه پایا (در شعبه): نامحدود

تعداد مجاز روزانه ساتنا (در شعبه): نامحدود

مجموع مجاز انتقال از درگاه‌های غیرحضوری (از هر بانک): روزانه ۲۵۰ میلیون، ماه

سقف، اما برای انجام انتقال وجه بیشتر از ۴۰۰ میلیون تومان می‌بایستی مدارک و مستنداتمانند مبایعه‌نامه خرید ملک یا خودرو و ... به بانک تحویل گردد.

تعداد دفعات مجاز روزانه کارت به کارت: بدون محدودیت تا سقف روزانه ۱۰ میلیون تومان به ازای هر کارت

تعداد دفعات مجاز انتقال وجه با سامانه پل: نامحدود

حداکثر تعداد دستورپرداخت قابل دریافت هر شخص ذینفع در سامانه پل (تعداد مجاز ورودی

سقف تراکنش انتقال وجه روزانه در سامانه‌های مختلف

حتماً برای شما هم پیش آمده که معامله‌ای کرده باشید یا بخواهید به کسی پولی قرض بدهید و ندانید مبلغی را که می‌خواهید به حساب فرد دیگری واریز کنید باید با چه ابزاری و از طریق کدام سامانه جابه‌جا کنید و سردرگم شده باشید که آیا به شعبه بانک بروم؟ پایا بزنم؟ کارت به کارت بکنم؟ از موبایل بانک بزنم یا اینترنت بانک؟ امروز چندبار می‌توانم ساتنا بزنم؟ و درگیر سؤالاتی اینچنین شده باشید.

در اینفوگرافیکی (راهنمای تصویری) که تهیه کرده‌ایم به صورت کاملاً فشرده و یکجا، با مقایسه همه سامانه‌های انتقال وجه، تمام ابهامات شما را در این زمینه برطرف کرده‌ایم.

کف و سقف یک تراکنش انتقال وجه در

سامانه‌های مختلف

کارت به کارت

سقف هر تراکنش: ۱۰ میلیون تومان

سقف کارت به کارت در همه درگاه‌ها ۱۰ میلیون تومان است به غیر از دستگاه پین پد درون شعبه بانک (Pin Pad). مشتریان می‌توانند با استفاده از دستگاه‌های پین پد درون شعبه‌ای تا مبلغ ۱۵ میلیون تومان کارت به کارت کنند.

پل

سقف هر تراکنش در اینترنت بانک یا همراه بانک: ۵۰ میلیون تومان

سقف هر تراکنش در شعبه بانک: ۱۰۰ میلیون تومان

پایا

تراکنش انتقال پایا حداقل مبلغی ندارد

سقف هر تراکنش پایا: ۲۰۰ میلیون تومان

ساتنا

حداقل مبلغ جهت انجام هر تراکنش ساتنا: ۱۰۰ میلیون تومان

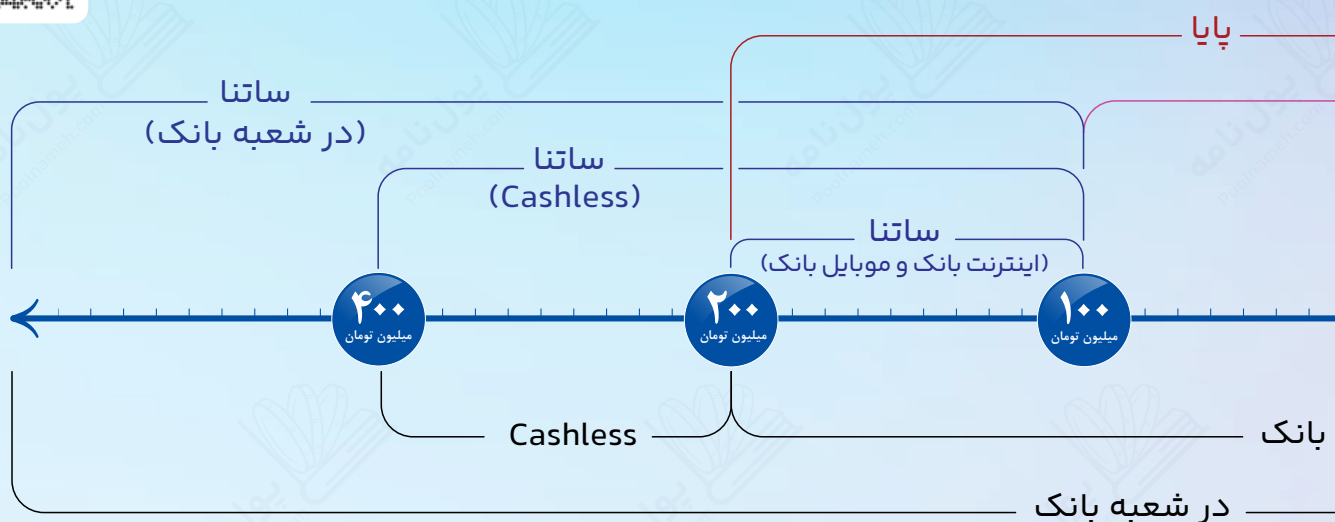
سقف هر تراکنش ساتنا در درگاه‌های غیرحضوری (اینترنت بانک و موبایل بانک): ۲۰۰ میلیون تومان

سقف هر تراکنش ساتنا از طریق دستگاه‌های غیرنقدی (Cashless): ۴۰۰ میلیون تومان

سقف تراکنش ساتنا در شعبه بانک: بدون



تراکنش انتقال وجه در سامانه های مختلف



بازه زمانی تسویه وجوه

پایا:

ساعت تسویه	ساعت تراکنش	
۵:۳۰ تا ۴:۳۰	۳:۰۰ تا ۱۸:۰۰	روزهای کاری
۱۰:۴۵ تا ۱۰:۱۵	۹:۰۰ تا ۳:۰۰	
۱۳:۳۰ تا ۱۳:۰۰	۱۲:۰۰ تا ۹:۰۰	
۱۹:۳۰ تا ۱۹:۰۰	۱۸:۰۰ تا ۱۲:۰۰	
۱۴:۳۰ تا ۱۴:۰۰	ساعت ۱۸ روز کاری قبل تا ساعت ۱۲ روز تعطیل	روزهای تعطیل

درون بانکی: آتی

کارت به کارت: آتی

پل: آتی

ساتنا:

در ساعات کاری: زیر ۳۰ دقیقه.

خارج ساعات کاری: تسویه روز کاری بعد.

بازه زمانی تسویه وجوه

تحت در روز

بانه ۱ میلیارد تومان

تاریخ آخرین به روزرسانی
۱۴۰۳/۰۵/۰۳



مشتری حقیقی در هر مؤسسه اعتباری: ۲۰۰ میلیون تومان در روز و حداکثر یک میلیارد تومان در ماه

منبع:

وبسایت پولنامه، مرجع تخصصی پول و امور بانکی

به هر حساب: ۵ دستورپرداخت در روز
تعداد دفعات مجاز روزانه پایا (در شعبه): بدون محدودیت
تعداد دفعات مجاز روزانه ساتنا (در شعبه): بدون محدودیت
مجموع مجاز انتقال از درگاه های غیر حضوری (از کلیه حساب های سپرده غیر تجاری متعلق به



دانستنی‌های بانکی

| تولید محتوا: مدیریت بهبود و کیفیت |

۴. سرمایه‌گذاری: برای انجام برخی سرمایه‌گذاری‌ها در کشورهای دیگر، ارائه این گواهی به منظور اثبات توانایی مالی سرمایه‌گذار ضروری است.

۵. شرکت در مناقصات بین‌المللی: در برخی موارد، برای شرکت در مناقصات بین‌المللی نیاز به ارائه گواهی تمکن مالی است تا نشان دهد شرکت توانایی مالی لازم برای انجام پروژه را دارد.

گواهی تمکن مالی به چه زبانی صادر می‌شود؟

گواهی تمکن مالی به دو زبان فارسی و انگلیسی بنابه درخواست مشتری صادر می‌شود.

گواهی تمکن مالی به زبان انگلیسی، توسط تمامی شعب بانک قابل صدور است و بر همین اساس مشتریان برای ارائه درخواست «صدور گواهی تمکن مالی» می‌توانند به تمامی شعب بانک مراجعه نمایند. اما گواهی تمکن مالی به زبان فارسی به صورت متمرکز توسط مدیریت بانکداری بین‌الملل صادر می‌شود.

شایان‌ذکر است همه کشورها گواهی تمکن مالی به زبان انگلیسی صادر شده توسط بانک‌ها را قبول نمی‌کنند زیرا امکان صحت‌سنجی امضاهای درج شده در آن وجود ندارند. در خیلی موارد، مخصوصاً برای سفارت‌ها یا کنسولگری‌های کشورهای خاص مانند آلمان، فرانسه، ایتالیا، اسپانیا و... گواهی تمکن مالی باید اول به زبان فارسی صادر و توسط امضاداران مجاز بانک (در بانک سامان، امضاداران مدیریت بانکداری بین‌الملل امضاداران مجاز هستند) امضا و سپس توسط مترجمان رسمی قوه قضائیه ترجمه و مهر و موم شود. در برخی موارد علاوه بر مهر رسمی قوه قضائیه، مهر و امضا دو سازمان دادگستری و وزارت امور خارجه نیز برای تأیید اعتبار و اصالت گواهی تمکن مالی مورد نیاز است.

بخش دانستنی‌های بانکی، بخش جدیدی از نشریه سامان است که شامل پاسخ به پرسش‌های بانکی متداول و پرتیراوری است که پاسخگوی ابهامات مشتریان خواهد بود. در این صفحه، کارشناسان خبره و متخصص مدیریت بهبود و کیفیت بانک سامان، با اشراف بر آخرین قوانین و فرایندهای بانکی، به پرسش‌های پرتکرار بانکی پاسخ می‌دهند.

گواهی تمکن مالی چیست؟

گواهی تمکن مالی عبارت است از گواهی تأییدیه موجودی یا گردش سپرده‌های مشتریان نزد بانک برای ارائه به سفارتخانه‌ها، دانشگاه‌ها و دیگر نهادها در داخل یا خارج از کشور که بنابه درخواست صاحب یا صاحبان سپرده و توسط بانک صادر می‌شود.

کاربردهای گواهی تمکن مالی

موارد مصرف اصلی گواهی تمکن موارد زیر است:

۱. درخواست ویزا: برای دریافت انواع ویزا (تحصیلی، توریستی، کاری و...) از سفارتخانه‌ها و کنسولگری‌های کشورهای که سفر به آنها نیاز به اخذ ویزا دارد، نیاز به ارائه این گواهی است تا نشان دهد متقاضی، توانایی تأمین هزینه‌های زندگی، تحصیل یا اقامت در کشور مقصد را دارد.

۲. مهاجرت: در فرایند مهاجرت به بسیاری از کشورها، ارائه گواهی تمکن مالی الزامی است تا ثابت شود فرد می‌تواند هزینه‌های زندگی خود و خانواده‌اش را در کشور جدید تأمین نماید.

۳. اجاره یا خرید ملک: در برخی موارد، برای اجاره یا خرید ملک در کشورهای دیگر، ارائه گواهی تمکن مالی الزامی است تا توانایی مالی خریدار یا مستأجر برای پرداخت هزینه‌ها اثبات شود.



در گواهی تمکن مالی، چه اطلاعاتی درج می‌شود؟

گواهی‌های تمکن از حیث اطلاعاتی در آنها درج می‌شود به دو دسته تقسیم می‌شوند: گواهی‌های تمکن مالی به دو صورت «مانده سپرده» و «گردش سپرده» قابل ارائه به مشتری است. در گواهی تمکن مالی صادره، مانده سپرده‌های مشتری بر مبنای آخرین مانده سپرده در روز/روزهای قبل از درخواست صدور گواهی تمکن اعلام می‌شود. نظر به اینکه کشورها و سفارتخانه‌ها نیاز دارند ارزش دارایی مشتری را به ارز رایج آن کشور (معمولاً دلار یا یورو) بدانند؛ لازم است در گواهی تمکن نرخ ارز درج شود. در بانک سامان نرخ ارز، نرخ فروش «بازار مبادله ارز و طلا - اسکناس» است که به صورت سیستمی در گواهی تمکن صادره درج می‌شود.

کارمزد صدور گواهی تمکن مالی چه قدر است؟

در حال حاضر مطابق دستورالعمل بانک مرکزی ج.ا.ا، کارمزد صدور گواهی تمکن مالی به زبان فارسی ۱۲۶,۰۰۰ ریال و به زبان انگلیسی ۲۷۰,۰۰۰ ریال است. علاوه بر کارمزد صدور گواهی تمکن مالی، در صورت درخواست مشتری مبنی بر دریافت نسخه‌های اضافی، کارمزدی معادل ۱۲۶,۰۰۰ ریال به ازای هر برگ از وی دریافت می‌شود.

فرایند صدور گواهی تمکن مالی چگونه است؟

گواهی تمکن با رعایت نکات زیر صادر می‌شود:

۱. پس از دریافت «درخواست گواهی تمکن انگلیسی»، احراز هویت و کنترل مدارک مشتری و اخذ کارمزد مرتبط توسط شعبه، گواهی تمکن انگلیسی روی سربرگ انگلیسی بانک (سایز A۴) چاپ می‌شود. سپس توسط امضاداران (لاتین یا فارسی) شعبه امضا، مهر شعبه به زبان انگلیسی

بر روی آن درج و هولوگرام بانک روی آن الصاق می‌شود. همچنین تمام صفحات صورت حساب (در صورت وجود) امضا شده و مهور به مهر شعبه به زبان انگلیسی در اختیار مشتری قرار می‌گیرد.

۲. پس از دریافت «درخواست گواهی تمکن فارسی»، احراز هویت و کنترل مدارک مشتری و اخذ کارمزد مرتبط توسط شعبه، درخواست برای مدیریت بانکداری بین الملل ارسال می‌شود. گواهی تمکن فارسی روی سربرگ فارسی بانک (سایز A۴) چاپ می‌شود. سپس توسط صاحبان امضای مجاز مدیریت بانکداری بین الملل تأیید، مهر برجسته فارسی مدیریت مذکور بر روی آن درج و هولوگرام بانک روی آن الصاق می‌شود. شایان ذکر است مدیریت بانکداری بین الملل، حداقل یک روز کاری پس از دریافت فرم تکمیل شده از شعبه و کنترل اطلاعات درج شده، در آن، به صدور گواهی تمکن اقدام می‌نماید. گواهی‌های تمکن فارسی باتوجه به درخواست ثبت شده مشتری در فرم درخواست، طبق یکی از روش‌های زیر به مشتری تحویل داده خواهد شد:

- مراجعه حضوری مشتری به مدیریت بانکداری بین الملل با هماهنگی قبلی شعبه با مدیریت مذکور.
- ارسال گواهی تمکن به شعبه مرتبط از طریق پست یا تحویلدار بانک. گواهی صادره برای شعب استان تهران از طریق تحویلدار بانک و به شعب شهرستان از طریق پست پیشتاز ارسال می‌شود.

چگونه می‌توان اعتبار گواهی تمکن مالی را سنجید؟

امکان استعلام اصالت گواهی‌های تمکن صادره با استفاده از نام کاربری و رمز عبور درج شده ذیل گواهی تمکن صادره نهایی و مراجعه به سایت بانک سامان به آدرس <https://tamakoninquiry.sb24.ir> امکان پذیر است.

اقتصاد رفتاری در بانکداری

ارسال پیامک یادآوری دوستانه و اطلاعاتی:

توضیح: ارسال یادآوری‌های به‌موقع و با لحنی دلگرم‌کننده به‌ویژه برای اقساط وام یا قبوض می‌تواند به جلوگیری از تأخیر در پرداخت کمک کند. این پیام‌ها می‌توانند حاوی اطلاعات مفید و تشویقی باشند.

مثال عملی: ارسال پیامک دو روز قبل از سررسید قسط وام: "سلام [نام مشتری] گرامی، یادآوری می‌کنیم که قسط وام شما در تاریخ [تاریخ سررسید] سررسید می‌شود. پرداخت به‌موقع اقساط، به حفظ امتیاز اعتباری عالی شما کمک می‌کند و دسترسی شما را به تسهیلات آینده آسان‌تر می‌سازد."

جزئیات بیشتر: می‌توان این پیام‌ها را با توجه به تاریخچه پرداخت مشتری شخصی‌سازی کرد. برای مشتریانی که سابقه تأخیر داشته‌اند، پیام ممکن است کمی جدی‌تر و با تأکید بیشتر بر پیامدهای منفی تأخیر باشد، درحالی‌که برای مشتریان با سابقه پرداخت منظم، پیام صرفاً یادآوری دوستانه و تشویق‌کننده است.

مزیت‌های تلنگر در بانکداری:

افزایش پایدار نرخ پس‌انداز: با فعال‌سازی پیش‌فرض پس‌انداز خودکار، افراد بیشتری به تدریج پس‌انداز خود را افزایش می‌دهند که به نفع ثبات مالی بلندمدت آن‌ها و همچنین افزایش منابع سپرده برای بانک است.

کاهش نکول و تأخیر در پرداخت: یادآوری‌های به‌موقع و انگیزشی، احتمال فراموشی یا اهمال در پرداخت اقساط را به شدت کاهش می‌دهد که منجر به کاهش ریسک اعتباری و بهبود جریان نقدی بانک می‌شود.

افزایش اعتماد و رضایت مشتری: زمانی که بانک به مشتریان خود در اتخاذ تصمیمات مالی بهتر کمک می‌کند، حس مراقبت و توجه ایجاد می‌شود که به طور مستقیم بر رضایت و وفاداری مشتری تأثیر مثبت می‌گذارد.

۲. کج رفتاری مشتریان بانکی

ریچارد تیلر در کتاب پرفروش خود با عنوان "کج رفتاری" استدلال می‌کند که پیش‌فرض‌های اقتصاددانان کلاسیک مبنی بر عقلانیت کامل و خودکنترلی افراد، با واقعیت رفتار انسان فاصله زیادی دارد. رفتار واقعی مشتریان بانکی نیز به شدت تحت تأثیر سوگیری‌های شناختی است که با منطق اقتصادی استاندارد تطابق ندارد. درک این سوگیری‌ها برای بانک‌ها حیاتی است تا بتوانند محصولات، خدمات و ارتباطات خود را به گونه‌ای طراحی کنند که با ذهنیت واقعی مشتریان همخوانی داشته باشد.

سوگیری‌های مهم و اثر آن در بانکداری:

زیان‌گریزی:

توضیح: افراد تمایل دارند که درد ناشی از یک زیان، دوبرابر لذت ناشی از یک سود هم‌اندازه باشد. به عبارت دیگر، ما از دست دادن پول را بسیار بیشتر از به دست آوردن همان مقدار پول تجربه می‌کنیم.

اثر در بانکداری: این سوگیری باعث می‌شود که سرمایه‌گذاران، حتی زمانی که فرصت‌های سرمایه‌گذاری با ریسک بالا ولی بازده بالقوه بالا وجود دارد به دلیل ترس شدید از زیان از پذیرش این فرصت‌ها امتناع کنند. آن‌ها ترجیح می‌دهند سرمایه‌گذاری‌های کم‌ریسک با بازده ناچیز را انتخاب کنند.

کاربرد بانکی: بانک‌ها می‌توانند با ارائه گارانتی‌های جزئی، بیمه سرمایه‌گذاری یا سرمایه‌گذاری‌های مرحله‌ای که زیان را محدود می‌کند، اعتماد مشتریان زیان‌گرا را جلب کنند. همچنین، در معرفی محصولات جدید، تأکید بر "حفظ سرمایه" در کنار "سوددهی" می‌تواند مؤثرتر باشد.

حسابداری ذهنی:

توضیح: افراد پول را در ذهن خود به حساب‌های جداگانه طبقه‌بندی می‌کنند

ابراهیم زارع پور، دکتری مدیریت بازرگانی
و مدرس آکادمی سامان
Zarepour.TMU@gmail.com



مقدمه

در فضای رقابتی امروز، بانک‌ها دیگر تنها با نرخ سود و تنوع محصولات رقابت نمی‌کنند بلکه نحوه تعامل با مشتری و هدایت تصمیم‌های او به عامل کلیدی موفقیت تبدیل شده است. اقتصاد رفتاری که توسط اندیشمندانی چون ریچارد تیلر (برنده جایزه نوبل اقتصاد) و کاس سانستین توسعه یافته بر این نکته تأکید دارد که انسان‌ها برخلاف پیش‌فرض‌های اقتصاد کلاسیک همیشه منطقی و محاسبه‌گر نیستند. روان‌شناسی انسان، سوگیری‌های شناختی و احساسات نقش بسزایی در تصمیم‌گیری‌های مالی افراد ایفا می‌کنند. فهم این رفتارها که اغلب ناخودآگاه و غیرمنطقی به نظر می‌رسند، می‌تواند به طراحی خدمات و محصولات بانکی منجر شود که با نیازها و تمایلات واقعی مشتریان هماهنگ‌تر باشد و در نهایت منجر به نتایج مطلوب‌تر هم برای مشتری و هم برای بانک گردد. این رویکرد، درک عمیق‌تری از "چراها" پشت تصمیمات مالی مشتریان ارائه می‌دهد و راه را برای نوآوری‌های مؤثر هموار می‌سازد.

۱. تلنگر در بانکداری

تلنگر، مفهومی کلیدی در اقتصاد رفتاری است که به معنای ایجاد تغییرات کوچک ولی هدفمند در نحوه ارائه انتخاب‌ها (معماری انتخاب) است که منجر به تصمیم‌های بهینه‌تر از سوی مشتریان می‌شود، بدون آنکه آزادی انتخاب از آن‌ها سلب گردد یا هزینه‌ای برایشان ایجاد شود. تلنگرها به طور ظریف انتخاب مطلوب را برجسته‌تر و آسان‌تر می‌سازند درحالی‌که انتخاب‌های دیگر نیز همچنان در دسترس باقی می‌مانند. این رویکرد بر این اصل استوار است که مردم تمایل دارند از میان‌برهای ذهنی استفاده کنند و در صورت عدم هدایت، ممکن است تصمیماتی بگیرند که به نفعشان نیست.

کاربرد بانکی و جزئیات اجرایی:

فعال‌سازی پیش‌فرض برداشت خودکار

توضیح: به جای اینکه مشتریان برای فعال‌سازی برداشت خودکار از حساب حقوقی به حساب پس‌انداز، نیاز به اقدام فعال داشته باشند، بانک می‌تواند این گزینه را به عنوان پیش‌فرض در نظر بگیرد. این بدان معناست که هر مشتری به طور خودکار در برنامه پس‌انداز خودکار عضو می‌شود مگر اینکه صراحتاً تمایل خود را به عدم شرکت اعلام کند.

مثال عملی: هنگام افتتاح حساب حقوقی، در فرم قرارداد، گزینه "تمایل دارم مبلغ X٪ از حقوق خود را به طور خودکار به حساب پس‌انداز خود منتقل کنم" به صورت پیش‌فرض تیک خورده باشد. مشتری می‌تواند این تیک را بردارد. دلیل اثربخشی: اکثر افراد تمایل به حفظ وضعیت موجود یا پیش‌فرض دارند. تغییر وضعیت نیازمند تلاش ذهنی و فیزیکی بیشتری است بنابراین بسیاری از افراد پیش‌فرض را می‌پذیرند.

و قواعد متفاوتی برای خرج کردن یا پس انداز کردن پول در هر حساب دارند. این حساب‌ها لزوماً بر اساس منطق اقتصادی یا اهمیت واقعی نیستند.

اثر در بانکداری: مشتریان ممکن است پاداش نقدی حاصل از خرید با کارت اعتباری را به عنوان "پول رایگان" تلقی کنند و راحت‌تر آن را خرج کنند در حالی که همان مبلغ سود ماهانه سپرده بانکی خود را که مستقیماً به حسابشان واریز شده با احتیاط بیشتری مصرف کنند. این به دلیل طبقه‌بندی ذهنی متفاوت است؛ پاداش نقدی به عنوان "هدیه" و سود سپرده به عنوان "درآمد اصلی" در نظر گرفته می‌شود.

کاربرد بانکی: بانک‌ها می‌توانند با طراحی برنامه‌های پاداش‌دهی خلاقانه که به نظر مشتری "رایگان" یا "اضافی" می‌آید، رفتارهای مطلوب را تشویق کنند. به عنوان مثال، ارائه اعتبار خرید در فروشگاه‌های طرف قرارداد با بانک به عنوان پاداش استفاده از خدمات آنلاین.

اثر چارچوب‌بندی:

توضیح: نحوه ارائه اطلاعات حتی اگر از نظر محتوایی یکسان باشد می‌تواند به طور قابل توجهی بر نحوه درک و تصمیم‌گیری افراد تأثیر بگذارد.

اثر در بانکداری: وام مسکن که با بیان «سود ماهانه ۱.۳٪» معرفی می‌شود، به طور ذهنی بسیار جذاب‌تر و قابل مدیریت‌تر از همان وام با ذکر «سود سالانه ۱۸٪» به نظر می‌رسد، حتی اگر هر دو دقیقاً یکسان باشند. عدد درصد ماهانه، کوچک‌تر و دلگرم‌کننده‌تر است و بار روانی کمتری دارد.

کاربرد بانکی: بانک‌ها باید در ارائه جزئیات محصولات مالی، به‌ویژه وام‌ها و سرمایه‌گذاری‌ها، از چارچوب‌بندی مثبت و قابل درک برای مشتری استفاده کنند. برجسته‌کردن مزایا و تسهیل درک شرایط، کلید موفقیت است.

کاربرد کلی درک کچ رفتار:

فهم عمیق این سوگیری‌ها به بانک‌ها این امکان را می‌دهد که:

پیام‌های بازاریابی و تبلیغاتی خود را متناسب‌سازی کنند: پیام‌هایی که با سوگیری‌های مشتری همسو باشند، تأثیرگذاری بیشتری خواهند داشت. پیشنهادهای مالی را بهینه‌سازی کنند: طراحی محصولات که نقاط ضعف رفتاری مشتری را در نظر بگیرند می‌تواند منجر به پذیرش بیشتر و استفاده بهتر از خدمات شود.

آموزش مالی مؤثرتری ارائه دهند: با آگاه کردن مشتریان از سوگیری‌های خود بانک می‌تواند به آن‌ها در اتخاذ تصمیمات مالی سالم‌تر یاری رساند.

۳. تلنگر و معماری انتخاب

معماری انتخاب، حوزه مطالعاتی تیلر و سانس‌تین، به معنای طراحی و ساختار بندی سنجیده محیطی است که در آن افراد دست به انتخاب می‌زنند. هدف از معماری انتخاب نه تحمیل گزینه‌ها بلکه هدایت ظریف افراد به سمت انتخاب‌هایی است که برای آن‌ها مطلوب‌تر و مفیدتر است بدون آنکه اراده و اختیار آن‌ها محدود شود. این رویکرد با علم به اینکه انتخاب‌ها چگونه در ذهن ما پردازش می‌شوند طراحی می‌شود.

نمونه‌های بانکی و جزئیات اجرایی:

مرتب‌سازی و برجسته‌سازی گزینه‌ها در درگاه پرداخت:

توضیح: در صفحات پرداخت قبوض یا کارت‌های اعتباری ترتیب و ظاهر گزینه‌ها می‌تواند بر انتخاب کاربر تأثیر بگذارد.

مثال عملی: در صفحه تسویه صورت حساب کارت اعتباری، گزینه "پرداخت کل بدهی" باید به صورت برجسته‌تر (مانند دکمه‌ای بزرگ‌تر، رنگی متمایز، یا در موقعیت بصری بالاتر) نسبت به گزینه "پرداخت حداقل بدهی" نمایش داده شود. این کار باعث می‌شود مشتری به طور طبیعی و بدون نیاز به تفکر زیاد، گزینه مطلوب‌تر (پرداخت کامل برای جلوگیری از سود اضافی) را انتخاب کند.

توضیح رفتارشناسی: انسان‌ها اغلب اولین یا برجسته‌ترین گزینه را انتخاب می‌کنند. قراردادن گزینه پرداخت کل در موقعیت برتر به طور ناخودآگاه این انتخاب را تشویق می‌کند.

مقایسه‌های اجتماعی و نمایش عملکرد:

توضیح: افراد به طور طبیعی تمایل دارند خود را با دیگران مقایسه کنند. استفاده از این تمایل در طراحی معماری انتخاب می‌تواند رفتارهای مطلوب را تقویت کند.

مثال عملی: در گزارش‌های ماهانه هزینه‌ها یا تراکنش‌های بانکی، می‌توان میانگین هزینه مشابهی را که افراد با الگوی مصرفی و درآمدی مشابه (مانند گروه همسالان یا همکاران) صرف کرده‌اند، نمایش داد. در کنار آن می‌توان میزان کارمزدی را که مشتری در آن ماه پرداخته و مقایسه آن با میانگین را نشان داد.

توضیح رفتارشناسی: نمایش اینکه "شما X٪ کمتر از میانگین کارمزد پرداخت کرده‌اید" یا "شما Y٪ بیشتر از میانگین نسبت به دوستانان هزینه کرده‌اید"، می‌تواند انگیزه‌ای قوی برای تغییر رفتار ایجاد کند. اگر فردی ببیند که بیشتر از حد معمول کارمزد پرداخت کرده، برای کاهش آن در ماه آینده تلاش خواهد کرد. اگر ببیند کمتر پرداخت کرده، حس خوبی پیدا می‌کند و احتمالاً این رفتار را ادامه می‌دهد.

نتیجه معماری انتخاب در بانکداری:

افزایش استفاده از گزینه‌های مالی سالم‌تر: هدایت مشتریان به سمت پرداخت کامل بدهی، پس‌انداز بیشتر، یا سرمایه‌گذاری‌های بهینه‌تر. پربازده‌تر شدن خدمات: زمانی که مشتریان از خدمات به شکل بهینه‌تری استفاده می‌کنند (مثلاً از طریق اپلیکیشن موبایل به جای مراجعه حضوری)، هزینه‌های عملیاتی بانک کاهش یافته و بازدهی افزایش می‌یابد.

بهبود سلامت مالی مشتریان: در نهایت این طراحی‌ها به مشتریان کمک می‌کنند تا تصمیمات مالی هوشمندانه‌تری بگیرند که به نفع ثبات مالی بلندمدت آن‌هاست.

نتیجه‌گیری:

اقتصاد رفتاری، یک چارچوب تحلیلی قدرتمند و مجموعه‌ای از ابزارهای عملی است که بانک‌ها را قادر می‌سازد تا از آزمون و خطای پرهزینه در بازاریابی، مدیریت ریسک و توسعه محصول عبور کنند. با به کارگیری استراتژی‌های مبتنی بر تلنگر، شناخت عمیق کچ رفتاری‌های مشتریان و طراحی هوشمندانه معماری انتخاب، بانک می‌تواند هم در مسیر منافع خود (افزایش درآمد، کاهش ریسک، بهبود کارایی) و هم در جهت منافع مشتری (افزایش سلامت مالی، بهبود تجربه کاربری، دسترسی به اهداف مالی) گام بردارد. این رویکرد، بانکداری را از یک مدل مبتنی بر قیمت‌گذاری و محصول به یک مدل مبتنی بر فهم عمیق انسان و طراحی تجربه‌های مالی معنی‌دار و اثربخش تبدیل می‌کند. در نهایت، موفقیت در بانکداری مدرن، بیش از هر زمان دیگری، به توانایی بانک در همسویی استراتژی‌های خود با نحوه واقعی تفکر و رفتار مشتریانش گره خورده است.

منابع:

Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. Yale University Press.

Thaler, R. H. (2015). *Misbehaving: The making of behavioral economics*. W. W. Norton & Company.



گرمای شدید و مدیریت سرمایه انسانی چطور در اوج گرما، بهره‌وری را حفظ کنیم؟

| گروه تولید محتوا - آفتاب تجارت سامان |

که نه تنها بهره‌وری را کاهش می‌دهد، بلکه ایمنی شغلی را نیز به مخاطره می‌اندازد. نمونه‌های ثبت‌شده از کشورهای گرمسیری نشان می‌دهد که عدم مداخله به موقع در چنین شرایطی، حتی به توقف کامل فعالیت بخش‌هایی از سازمان منجر شده است.

تأثیر مستقیم گرما بر بهره‌وری

مطالعات سازمان جهانی بهداشت و پژوهش‌های مؤسسه‌های اقلیم‌شناسی نشان داده‌اند که هر افزایش یک‌درجه‌ای دمای محیط بالاتر از محدوده آسایش حرارتی (۲۳-۲۶ درجه سانتی‌گراد) می‌تواند بهره‌وری فکری را تا ۲ درصد و دقت عملیاتی را تا ۴ درصد کاهش دهد.

برای سازمان‌ها، این آمار در عمل به معنای افت کیفی در تصمیم‌گیری، افزایش خطا، کاهش رضایت ذی‌نفعان و بالا رفتن هزینه‌های پنهان است. به‌ویژه در سازمان‌های خدماتی و پشتیبانی، این کاهش راندمان می‌تواند اثرات زنجیره‌ای در سایر بخش‌ها ایجاد کند.

مدیریت گرما: مسئولیت یا انتخاب؟

سازمان‌های پیشرو، گرمای شدید را یک ریسک جدی عملیاتی و انسانی می‌دانند و برای آن سناریوهای مشخصی تدوین می‌کنند. این مسئولیت، صرفاً نصب یک سیستم سرمایشی قوی نیست، بلکه رویکردی جامع می‌طلبد که همه عوامل محیطی، انسانی و فرایندی را در بر بگیرد:

مردادماه هر سال یادآور روزهای آفتابی و گرم تابستان است، اما تابستان ۱۴۰۴ برای بسیاری از سازمان‌ها با موجی کم‌سابقه از گرمای شدید همراه شد؛ گرمایی که نه تنها آسایش افراد را تحت‌تأثیر قرار داد، بلکه در بسیاری از محیط‌های کاری، به چالشی جدی برای مدیریت بهره‌وری و سلامت کارکنان تبدیل شد. این موج گرما نشان داد که شرایط آب‌وهوایی دیگر تنها یک عامل جانبی در برنامه‌ریزی‌های کاری نیست، بلکه به یک متغیر کلیدی در سیاست‌های منابع انسانی و مدیریت عملیات بدل شده است.

گرما؛ یک پدیده جوی یا یک بحران مدیریتی؟

در نگاه اول، گرمای هوا رویدادی طبیعی است که هر سال تکرار می‌شود، اما وقتی پای «سرمایه انسانی» به میان می‌آید، مسئله ابعاد چندلایه پیدا می‌کند. افزایش ناگهانی دما می‌تواند چرخه انرژی و توان جسمی کارکنان را مختل کند. کم‌آبی بدن، کاهش تمرکز، کندشدن سرعت پردازش ذهنی، خستگی زود هنگام و افزایش خطاهای کاری، تنها بخشی از پیامدهای جسمی و ذهنی گرما بی‌سابقه است.

در مشاغل میدانی و عملیاتی مانند حمل‌ونقل درون‌شهری، فعالیت‌های تعمیر و نگهداری تأسیسات، خدمات پشتیبانی و کار در محیط‌های باز، فشار گرمایی می‌تواند به افزایش سطح استرس فیزیولوژیک منجر شود؛ عاملی



هستند، بسیاری از شرکت‌ها علاوه بر امکانات سرمایشی، اقداماتی ساده ولی اثرگذار اجرا می‌کنند:

- سایه‌بان‌های موقت و پرده‌های بازتاب حرارت در فضاهای پر تردد
 - استفاده از مه‌پاش‌های صنعتی یا دستی در ورودی‌ها و محوطه‌ها
 - انتقال جلسات تیمی و فعالیت‌های گروهی به ساعات ابتدایی روز
 - افزایش «وقفه‌های کوتاه» برای تجدید قوای جسمی و کاهش دمای بدن
- این راهکارها گاه هزینه ناچیزی دارند، اما اثرشان بر کاهش استرس گرمایی و افزایش بهره‌وری بسیار چشمگیر است.

سرمایه‌گذاری برای فردا

نگاه صرف به کاهش هزینه‌ها، بدون در نظر گرفتن اثرات شرایط سخت بر کارکنان، مثل کوتاه‌مدتی است که آینده را قربانی حال می‌کند. گرمای شدید، اگر با بی‌توجهی همراه باشد، به افزایش غیبت‌ها، افت کیفیت خدمات و حتی از دست رفتن نیروهای کلیدی منجر می‌شود.

سرمایه‌گذاری در «آسایش حرارتی» کارکنان یک اقدام رفاهی لوکس نیست؛ بلکه یک ضرورت استراتژیک برای حفظ توان رقابتی سازمان‌هاست. همان‌طور که فناوری، آموزش و نوآوری از ارکان موفقیت محسوب می‌شوند، سلامت و آسایش کارکنان نیز رکن حیاتی بهره‌وری پایدار است.

مدیریت سرمایه انسانی در اوج گرمای تابستان، معیاری برای سنجش مسئولیت‌پذیری، بلوغ مدیریتی و آینده‌نگری سازمان‌ها است.

سازمانی که در سخت‌ترین شرایط، از ارزشمندترین دارایی خود "سرمایه انسانی" محافظت کند، نه تنها امروز بهره‌وری بالاتری خواهد داشت، بلکه فردا نیز اعتماد، وفاداری و انگیزه بیشتری در نیروی کارش خواهد یافت.

در نهایت، موج گرما شاید گذرا باشد، اما اثرات تصمیمات مدیران در این روزهای سخت، ماندگار خواهد ماند.

- پایش مداوم دمای محیط کار و ایجاد آلارم‌های مدیریتی در صورت عبور از حد مجاز
- برنامه‌ریزی و اصلاح شیفت‌های کاری برای کاهش فعالیت در ساعات اوج گرما
- ایجاد ایستگاه‌های آبرسانی، سایه‌بان و تهویه محلی در نقاطی که فشار گرما بالاست
- آموزش اجباری علائم فشار گرمایی و گرم‌زدگی به همه کارکنان، خصوصا نیروهای میدانی و رانندگان
- مستندسازی دستورالعمل‌ها برای واکنش سریع در شرایط اضطراری گرمایی

چنین اقداماتی، علاوه بر حفظ سلامت کارکنان، پیام روشنی از تعهد سازمان به مسئولیت اجتماعی آن مخاطره می‌کند.

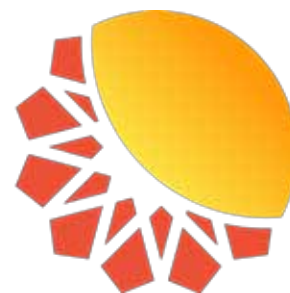
سلامت جسمی و روانی؛ دو بال بهره‌وری در گرما

گرمای تابستان تنها به بدن فشار نمی‌آورد؛ ذهن نیز دچار فرسودگی می‌شود. احساس خفگی، بی‌حوصلگی در محیط‌های گرم و ناخوشایند و کاهش رضایت شغلی، می‌تواند به افت انگیزه و حتی افزایش نرخ ترک خدمت منجر شود.

مدیرانی که در این شرایط انعطاف‌پذیری در ساعات کاری، ایجاد وقفه‌های استراحت کوتاه‌مدت و قدردانی از تلاش کارکنان در شرایط سخت را در دستور کار قرار می‌دهند، نه تنها راندمان را حفظ می‌کنند بلکه وفاداری بلندمدت نیروی انسانی را نیز تقویت می‌کنند.

درس‌هایی از تجربه جهانی

در مالزی، سنگاپور و امارات که اغلب با دمای بالای ۴۰ درجه مواجه



معرفی پورتال کارکنان شرکت آفتاب تجارت سامان

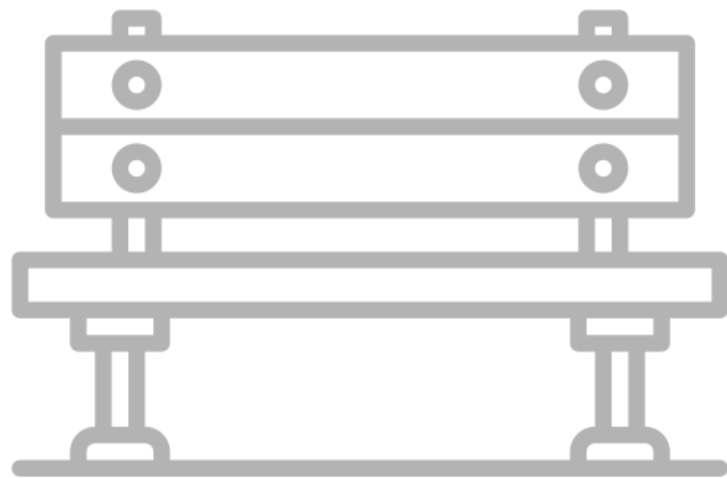
- مشاهده، مطالعه و پذیرش آیین‌نامه‌ها و مقررات سازمانی همراه با ثبت امضای الکترونیکی معتبر در سامانه
- دسترسی به سیستم آموزش آنلاین شغلی شامل ویدئوهای آموزشی، دستورالعمل‌های تخصصی و محتوای تعاملی ویژه هر رده شغلی
- مدیریت و به‌روزرسانی اطلاعات فردی و پرونده پرسنلی با امکان بارگذاری و بایگانی اسناد ضروری
- ثبت و نگهداری دقیق سوابق شامل تاریخ و ساعت تمامی اقدامات و درخواست‌ها جهت استفاده در مراجعات و استندهای قانونی
- راه‌اندازی این پورتال به کارکنان شرکت آفتاب تجارت سامان این فرصت را می‌دهد که در هر زمان و از هر مکان، امور اداری و پرسنلی خود را با سرعت، دقت و امنیت کامل مدیریت کنند و درعین حال از جریان به‌روز امور سازمان مطلع باشند.

اگرچه تولید محتوا - آفتاب تجارت سامان | گامی نو در مدیریت سرمایه انسانی شرکت آفتاب

شرکت آفتاب تجارت سامان با هدف ارتقای شفافیت، تسریع فرایندهای اداری، بهبود دسترسی کارکنان و حذف کامل فرایندهای کاغذی، اقدام به راه‌اندازی پورتال کارکنان نموده است. این سامانه که هم از طریق وب و هم به‌صورت اپلیکیشن اندروید قابل استفاده است، برای تمامی کارکنان شرکت در سراسر کشور طراحی شده و بستری یکپارچه، امن و کارآمد برای مدیریت امور پرسنلی در اختیار آنان قرار می‌دهد. برخی امکانات کلیدی پورتال کارکنان عبارت‌اند از:

- ثبت و پیگیری آنلاین کلیه درخواست‌های پرسنلی شامل مرخصی، مأموریت، اصلاح کارکرد، تسویه حساب، دریافت تسهیلات و مساعده، صدور انواع گواهی، درخواست دسته‌چک، امور سرپرستی و سایر خدمات اداری





معرفی بستر ارتباطات سازمانی «نیمکت»

| گروه تولید محتوا - آفتاب تجارت سامان |

نیمکت؛ پل ارتباطی کارکنان با مدیریت سرمایه انسانی

در راستای تحول دیجیتال و بهبود فرایندهای سرمایه انسانی، شرکت آفتاب تجارت سامان سامانه «نیمکت» را به عنوان بستر رسمی ارتباطات درون سازمانی راه اندازی کرده است. هدف نیمکت، تسهیل ارتباط مستقیم، هدفمند و مکثوب میان کارکنان سراسر کشور با کارشناسان مدیریت سرمایه انسانی و سایر واحدهای تخصصی شرکت است؛ به گونه ای که هر کارمند، از طریق حساب کاربری خود، بتواند پیامها، درخواستها، شکایات یا پیشنهادها را خود را در قالبی امن و قابل پیگیری ثبت و ارسال کند.

ویژگی ها و قابلیت ها:

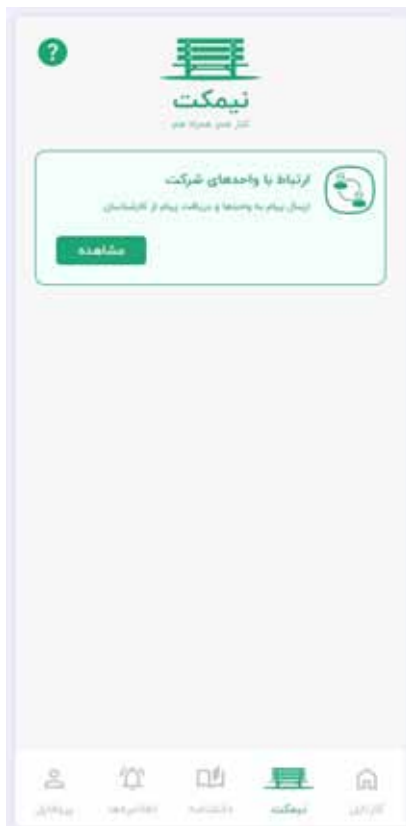
- ارتباط مستقیم با واحدها و کارشناسان مربوطه: ثبت و ارسال پیام به واحد سرمایه انسانی و سایر واحدهای سازمانی متناسب با نیاز کارمند.
- ثبت رسمی و محرمانه پیامها: کلیه ارتباطات در نیمکت به صورت محرمانه ذخیره شده و تنها برای افراد مجاز قابل مشاهده است.
- پیگیری و پاسخگویی شفاف: هر پیام دارای شماره ثبت و مسیر پیگیری مشخص است تا

نتیجه به کارمند اعلام شود.

- دسته بندی موضوعات: انتخاب نوع پیام (درخواست، گزارش مشکل، شکایت، پیشنهاد) پیش از ارسال، جهت تسریع در رسیدگی.
- آرشیو شخصی کارمند: مشاهده سوابق مکاتبات و پاسخهای دریافت شده در هر زمان.
- امنیت و محرمانگی داده ها: استفاده از پروتکل های رمزنگاری و ثبت لاگ های دسترسی برای صیانت کامل اطلاعات.

مزایای نیمکت برای سرمایه انسانی:

- تسهیل ارتباط یکپارچه بدون نیاز به مراجعه حضوری.
- صرفه جویی در زمان کارکنان، کارشناسان و مدیران.
- تضمین محرمانگی اطلاعات شخصی و اداری.
- ایجاد مستندات رسمی از کلیه مکاتبات برای پیگیری دقیق و پاسخگویی شفاف.
- با راه اندازی نیمکت، شرکت آفتاب تجارت سامان گامی مهم در یکپارچه سازی خدمات سرمایه انسانی و افزایش رضایت کارکنان برداشته است. این سامانه، محیطی رسمی، ایمن و متمرکز را برای ارتباطات درون سازمانی فراهم می آورد که هم بهره وری سازمان را ارتقا می دهد و هم از حقوق و محرمانگی کارکنان به طور کامل صیانت می کند.





علی صباغی، مدرس
زبان آکادمی سامان

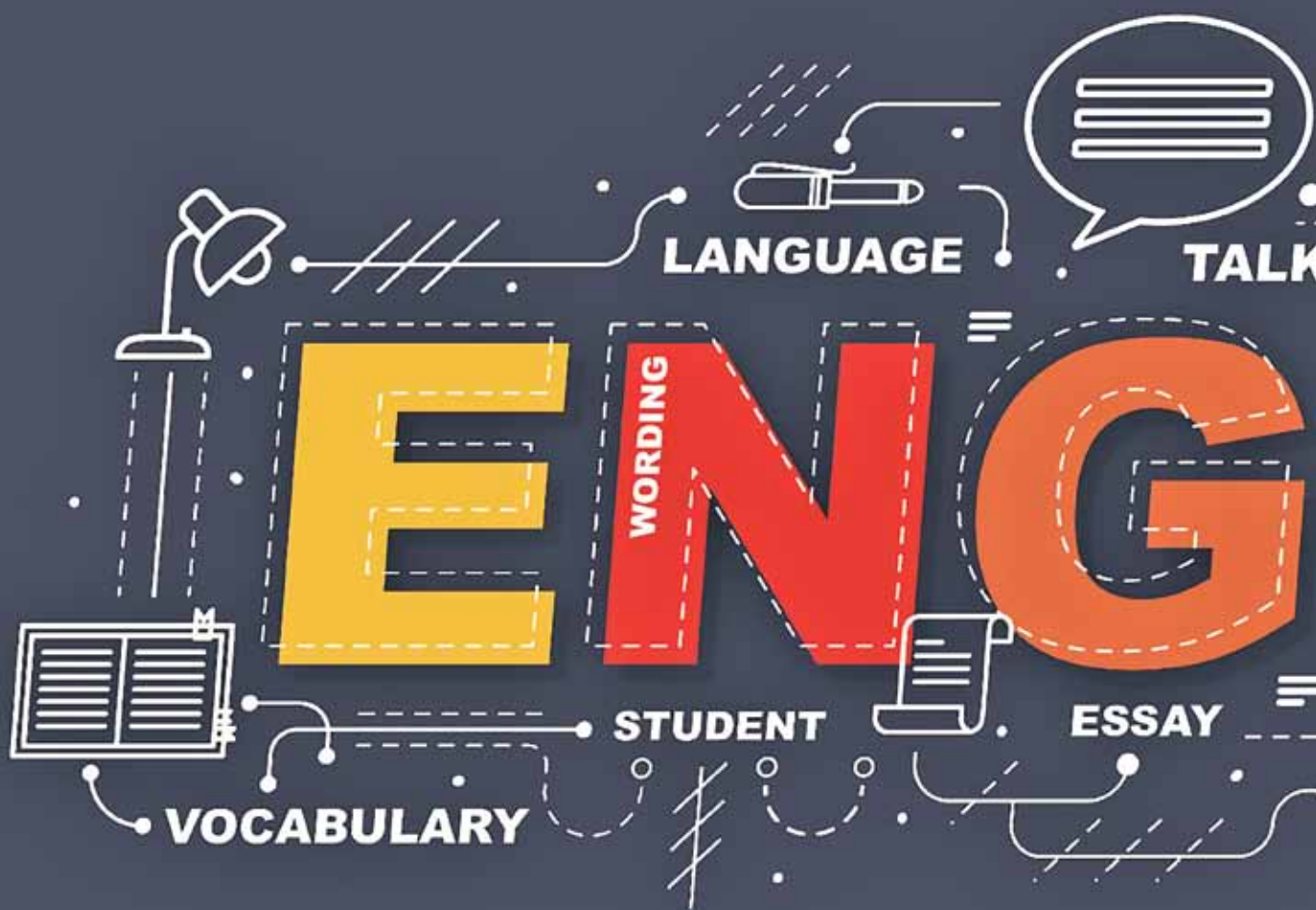
چرا باید متد یادگیری محتوایی تلفیقی را جدی بگیریم؟

حوزه عملی با غیرعلمی از رهگذر زبان انگلیسی است.

چه چیزی این متد رو برجسته و متمایز می‌کند؟

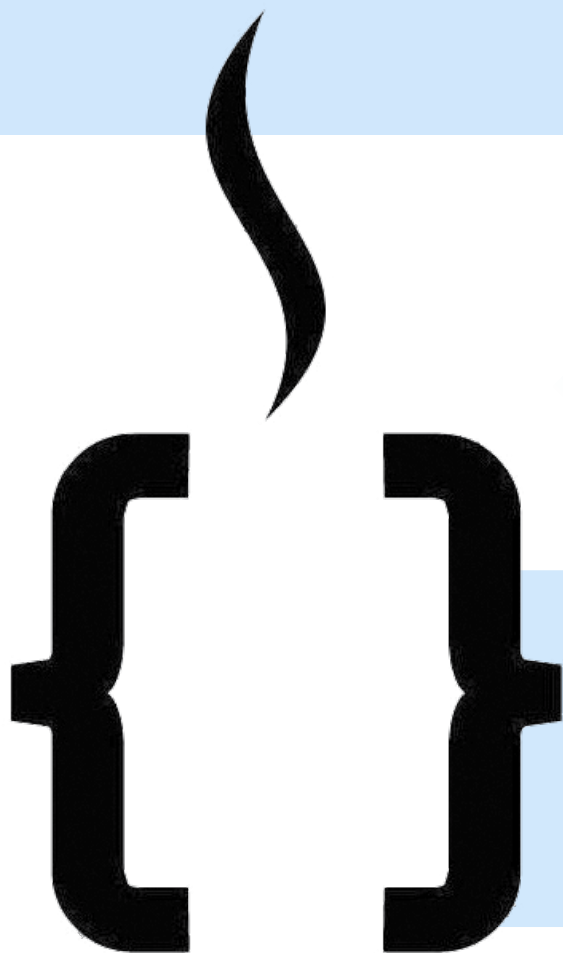
مهم‌ترین ویژگی که وجه ممیزه این متد یادگیری در قیاس با رقبا می‌باشد همانا مسئله جذابیت و هیجان است. همان‌طور که می‌دانیم در یادگیری زبان در سطح بزرگسالان مقوله جذابیت و به‌نوعی عدم وجود دافعه چه در متد آموزشی و چه در محتوا نقش محوری ایفا می‌کند. متد CILL این مسئله رو کاملاً برای فراگیران حل کرده و به آنها این امکان را می‌دهد که یادگیری در بافتار یا زمینه‌ای ارائه شود که سطح هیجانی لازم و رضایت نسبی کافی برای ادامه روند یادگیری در میان‌مدت و حتی بلندمدت شکل بگیرد. وقتی چنین اتفاقی بیفتد زبان‌آموزی نه به‌عنوان تنها هدف آموزشی بلکه هدفی در میان دیگر اهداف آموزشی دنبال می‌شود و سطح استرس را از یک‌طرف در فراگیر کاهش می‌دهد و از سویی ایجاد شور و انگیزه در فراگیران برای پیگیری موضوع موردعلاقه خود به زبان انگلیسی را مجذانه دنبال کنند.

در زمانه‌ای که فراهم بودن محتوا در شکل‌های رسانه‌ای مختلف ابدأ دغدغه محسوب نمی‌شود و حتی می‌توان گفت نوعی اشباع محتوایی وجود دارد که فراگیران و مشتاقان یادگیری زبان خارجی را دچار سردرگمی می‌کند استفاده از یکی از جذاب‌ترین متدهای یادگیری با عنوان **content and integrated language leaning method** پاسخ‌دهی درخور و کارآمد محسوب می‌شود. این متد یادگیری مبتنی بر اصل لذت و علاقمندی فراگیران زبان طراحی شده و با نوعی انعطاف‌پذیری در انتخاب شکل رسانه‌ای محتوا به آنها کمک می‌کند که در واقع موضوعات را که بدان‌ها علاقه دارند و یا در مسیر تفریحات و یا کار و درگیری‌های زندگی کاری و شخصی و حتی علمی‌شان با آنها درگیر هستند به‌عنوان منبع و محتوا انتخاب کنند. در واقع این متد یادگیری یک رویکرد نوین و خلاقانه است که در آن یادگیری یک زبان خارجی (مثل انگلیسی) با آموزش محتوای درسی دیگر (مثل علوم، تاریخ، هنر یا جغرافیا) تلفیق می‌شود و به‌نوعی در این روش، زبان صرفاً یک درس مجزا نیست، بلکه به‌عنوان ابزاری برای یادگیری یک



در این مسیر غرق می‌شود که نتیجه نهایی آن چیزی جز غنی‌تر شدن توأمان دانش فراگیر در دو حوزه علمی مشخص و زبان انگلیسی نیست. یکی از مزایای متد گفته شده داشتن آزادی عمل در انتخاب سیلابس یا سرفصل یادگیری است که دست فراگیر را برای یادگیری بسیار باز می‌گذارد و به نوعی استقلال عمل تام و تمام به او می‌دهد. این استقلال در سطح فردی نوعی رضایت معطوف به فروتنی در فراگیر ایجاد می‌کند که مقوله یادگیری زبان را از برج عاج چند کتاب مشخص و محدود و چند متد محدود و تکراری پایین آورده و خود با خلاقیت فردی طرحی نو در اندازد و مدلی از آن خود را طراحی نماید. بهترین روش برای شروع این کار استفاده از موضوعات دم‌دستی‌تر و روزمره گونه است و به تدریج باید به سطح موضوعات علمی‌تر و خاص‌تر حرکت کرد. از آنجایی که تنوع رسانه‌ای در این متد وجود دارد نحوه تهیه بسته آموزشی مبتنی بر مدل تلفیقی مذکور به خود فراگیر بستگی دارد زیرا علایق افراد مختلف به تصویری و شنیداری بودن محتوای رسانه‌ای موجود بسیار رنگارنگ و متنوع است.

در این متد فراگیران می‌توانند از تنوع محتوایی موجود بهره ببرند. مثلاً اگر کسی به بحث سلامت قلبی و عروقی علاقمند است می‌تواند از ویدئو کلیپ‌های کوتاه مرتبط با این موضوع و همچنین متن‌های نوشتاری و حتی پادکست‌های شنیداری مربوط به این موضوع استفاده کند تا یک بسته آموزشی نسبتاً جامعی در مورد این موضوع را به زبان انگلیسی در اختیار داشته باشد و از این طریق نه تنها سطح دانش در این مورد علمی مرتبط با زندگی روزمره را افزایش و توسعه می‌دهد بلکه بانک واژگانی خود را در این حوزه علمی به شکل مطلوبی تقویت می‌نماید. این اتفاق به خاطر سطح رضایت فردی که ایجاد می‌کند باعث می‌شود فرد تجربه ملموسش در این موضوع را به موضوعات مورد علاقه دیگرش بسط دهد و به شکلی خلاقانه و کنجکاوانه با تهیه و ایجاد بسته‌های آموزشی از طریق جستجو در اینترنت و مشخصاً وب‌سایت NATIONAL GEOGRAPHY در یوتیوب به عنوان نمونه که مملو از ویدئوهای کوتاه علمی و آموزشی در باره طیف گسترده‌ای از موضوعات است، بیش از پیش



کافه تک

با کافه تک از آخرین اخبار تکنولوژی مطلع شوید و با نرم افزارهای کاربردی آشنا شوید.

مثل ماه‌های گذشته، سعی می‌کنیم در این بخش نرم افزارهای کاربردی، گجت‌های جدید، پادکست‌های مرتبط و کلی خبرهای جذاب از دنیای تکنولوژی رو با شما در میون بذاریم. خوشحال میشیم شما هم تجربه‌هاتون را برای ما بفرستید و با بقیه به اشتراک بذارید.

| مهرناز تباری |

| کارشناس مدیریت روابط عمومی و صدای مشتریان |

فرهنگی دیجیتال در جهان است که به همت گوگل برای دسترسی آسان عموم مردم به آثار هنری و تاریخی شکل گرفته است. این بستر نوآورانه با همکاری صدها موزه و گالری معتبر دنیا، از جمله موزه لوور پاریس، موزه بریتانیا و موزه ملی ایران، مجموعه‌ای بی نظیر از شاهکارهای هنری، معماری و میراث فرهنگی را در قالب تصاویر با کیفیت بسیار بالا و محتوای آموزشی در اختیار مخاطبان قرار می‌دهد. به کمک این پلتفرم،

سلام به همراهان کافه تک

این ماه قصد داریم با معرفی تکنولوژی جدید گوگل، شما را به اعماق دنیای هنر و فرهنگ ببریم.

از لوور تا موزه ملی ایران؛ بازدید آنلاین با یک کلیک

پلتفرم Google Arts & Culture یکی از بزرگ‌ترین پروژه‌های



• دسترسی رایگان و جهانی: بدون محدودیت مکانی یا هزینه، در هر زمان می‌توان به گنجینه‌ای عظیم از فرهنگ و هنر جهان دست یافت.

دسته‌بندی‌های جذاب برای هنر و فرهنگ

- هنرمندان بزرگ: آشنایی با زندگی و آثار هنرمندانی چون ونگوگ، پیکاسو، داونچی و ده‌ها نام ماندگار دیگر.
- سبک‌های هنری: مرور تحول هنر از رنسانس و امپرسیونیسم تا کوبیسم، سوررئالیسم و هنر مدرن.
- میراث فرهنگی کشورها: معرفی آثار ملی، ابنیه تاریخی و دستاوردهای فرهنگی از ایران، مصر، یونان، هند، ژاپن و سایر نقاط جهان.
- موزه‌ها و گالری‌ها: دسترسی مستقیم به مجموعه‌های دیجیتال صدها موزه مشهور، از جمله لوور، متروپولیتن و موزه ملی ایران.
- موضوعات ویژه: مقالات و نمایشگاه‌های دیجیتال درباره تاریخ، مد، موسیقی، عکاسی، علم، فناوری و حتی غذاهای سنتی ملل مختلف.
- در نهایت، Google Arts & Culture را می‌توان یک دائرةالمعارف دیجیتال فرهنگ و هنر جهان دانست؛ بستری که هم جنبه آموزشی دارد، هم جنبه سرگرمی و هم فرصتی برای نزدیک‌تر شدن به میراث بشری. این پلتفرم توانسته است پلی میان گذشته و حال بسازد و تجربه‌ای تازه از گردشگری دیجیتال و دسترسی جهانی به فرهنگ و هنر را در اختیار همگان قرار دهد.



علاقه‌مندان می‌توانند تنها با یک کلیک به گنجینه‌ای بی‌پایان از تاریخ، هنر و فرهنگ جهان دسترسی پیدا کنند.

یکی از شاخص‌ترین قابلیت‌های این پلتفرم، امکان بازدید مجازی ۳۶۰ درجه از موزه‌ها و بناهای تاریخی است. کاربران می‌توانند با فناوری Street View در سالن‌های موزه قدم بزنند و تجربه‌ای شبیه به حضور واقعی داشته باشند. علاوه بر این، Google Arts & Culture با بهره‌گیری از تصاویر فوق کیفیت (Ultra HD) امکان مشاهده دقیق‌ترین جزئیات نقاشی‌ها و آثار هنری را فراهم می‌سازد؛ تجربه‌ای که حتی در بازدید حضوری هم به‌سادگی دست‌یافتنی نیست.

این پلتفرم صرفاً به نمایش آثار محدود نمی‌شود، بلکه با ابزارهای خلاقانه خود تجربه‌ای متفاوت برای کاربران رقم می‌زند. ابزار Art Selfie چهره کاربر را با آثار هنری تطبیق داده و شبیه‌ترین پرتره تاریخی را معرفی می‌کند؛ Color Palette آثار را بر اساس رنگ‌های دلخواه کاربر پیشنهاد می‌دهد و Pocket Gallery نمایشگاه‌های سه‌بعدی را در گوشی یا تبلت شبیه‌سازی می‌کند. مجموعه این امکانات سبب شده است که Google Arts & Culture نه تنها یک مرجع هنری، بلکه یک پلتفرم سرگرم‌کننده، آموزشی و الهام‌بخش نیز باشد.

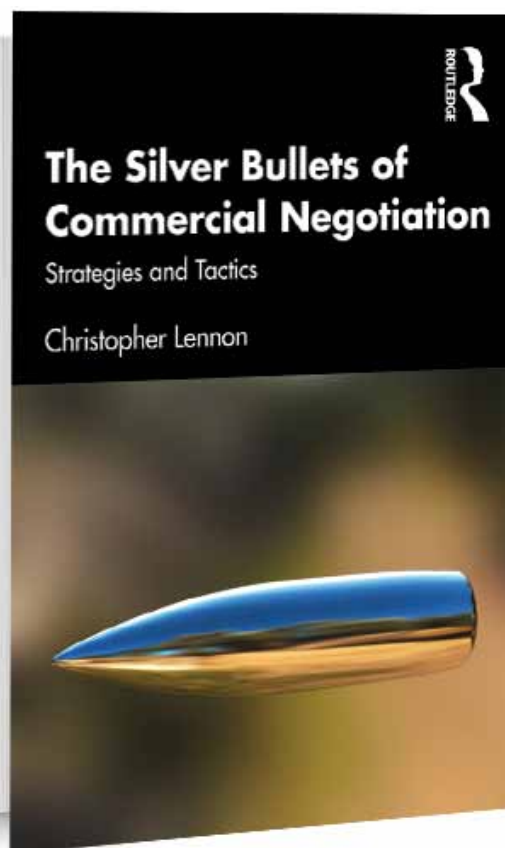
ویژگی‌های شاخص Google Arts & Culture

- بازدید مجازی سه‌بعدی (Virtual Tours): تجربه حضور در موزه‌ها و بناهای تاریخی با استفاده از فناوری Street View
- تصاویر فوق کیفیت (Ultra HD): امکان مشاهده جزئی‌ترین خطوط قلم‌مو، بافت نقاشی‌ها و ظرافت‌های معماری.
- ابزارهای خلاقانه از Art Selfie برای یافتن اثر هنری مشابه چهره، تا Color Palette برای کشف آثار بر اساس رنگ و Pocket Gallery برای بازدید از نمایشگاه‌های سه‌بعدی.
- امکان آموزش و پژوهش: معرفی هنرمندان، سبک‌های هنری، وقایع تاریخی و ارائه محتوای آموزشی برای دانشجویان و علاقه‌مندان.



The Silver Bullets of Commercial Negotiation
Christopher Lennon

- نویسنده: کریستوفر لنون
- مترجم: مهدی حاتم‌خانی، کارشناس مدیریت سرمایه انسانی بانک سامان



درباره مترجم و از زبان مترجم:

مهدی حاتم‌خانی، کارشناس مدیریت سرمایه انسانی بانک سامان، کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی با گرایش بازرگانی بین‌الملل با توجه به علاقه شخصی‌ام به حوزه مذاکره و نقش کلیدی این مهارت در تمامی ابعاد زندگی چه در بستر حرفه‌ای و سازمانی و چه در روابط روزمره، ترجمه این اثر را گامی در مسیر توسعه فردی و سازمانی دیدم. ترجمه این کتاب برای من صرفاً یک پروژه نبود بلکه تلاشی بود در جهت رشد شخصی و حرفه‌ای و ابزاری برای آنکه بتوانم دانشی کاربردی و ارزشمند را با همکاران و علاقه‌مندان این حوزه به اشتراک بگذارم تا با هم بهتر بیاموزیم، مؤثرتر مذاکره کنیم و آگاهانه‌تر تصمیم بگیریم.

گزیده‌هایی از کتاب:

برای نشان دادن مصداق عملی این کتاب به چند بخش از مطالب آن اشاره می‌کنیم:
 بدهی عاطفی شکل احساسی دیگری از شرطی شدن محسوب می‌شود که ناخودآگاه در ذهن ما نقش بسته است. مثلاً فکر کنید اگر کسی لطفی

درباره کتاب

کتاب «تیر خلاص در مذاکرات تجاری» اثری از انتشارات معتبر Routledge در سال ۲۰۲۲ است که با حمایت آکادمی سامان و راهنمایی‌های ارزنده جناب آقای دکتر زارع‌پور، آن را ترجمه کردم. این کتاب اکنون با عنوان «تیر خلاص در مذاکرات تجاری» توسط انتشارات دنیای اقتصاد منتشر شده است.

درباره نویسنده:

کتاب «تیر خلاص در مذاکرات تجاری» حاصل تجربه‌های نویسنده در چهارده فصل است و مجموعه‌ای از راهبردها و تاکتیک‌های عملی در مذاکرات تجاری را ارائه می‌دهد. آقای لنون که سابقه‌ای حرفه‌ای در داوری و میانجی‌گری بین‌المللی دارد، تأکید می‌کند که هیچ الگوی واحدی برای موفقیت در مذاکره وجود ندارد؛ بلکه آنچه اهمیت دارد داشتن ذهنی باز، انعطاف‌پذیر و آماده برای بهره‌گیری از فرصت‌ها و شکل دادن به نتیجه‌ای موفق است.

فلسفه شرق متوجه می‌شویم که برای شناختن و درک دیگران لازم است نخست خود را شناسیم و به درک درستی از خود برسیم. تیر خلاص: از میان واسط‌های میان فردی، همدلی یکی از توانایی‌های کلیدی در درک دیدگاه، انگیزه و رفتار طرف مقابل است.

۴ - گوش دادن

چهارمین و آخرین قانون که شاید از بقیه قوانین هم مهم‌تر باشد توانایی گوش دادن فعالانه است که پیشنهاد می‌شود در تمام طول مذاکره وجود داشته باشد گوش‌دادن مؤثر به شما این امکان را می‌دهد که علاوه بر گفته‌ها و شنیده‌ها حتی ناگفته‌ها را نیز درک کنید. تن و حجم صدا و موارد مورد تأکید همگی نشانه‌های کلامی موجود در سخنان افراد هستند. گاهی معنای واقعی برخی از جملات و عبارات کاملاً در تضاد با آن چیزی است که به نظر می‌رسد. اینجاست که پای طعنه، اغراق، دروغ و غیره به میان می‌آید و پشت کلمات واقعی پنهان می‌شوند و احتمالاً معنایی متفاوت به آنها می‌دهند. تمرکز داشته باشید و اجازه ندهید افکارتان شما را به سمت موضوعی غیر از هدفتان سوق دهند. از دست‌دادن حتی یک ثانیه نیز ممکن است به این معنا باشد که شما چیز مهمی را از دست بدهید. در حال حاضر گوش‌دادن برای برخی از افراد آزاردهنده است. وقتی با صدای یکنواخت صحبت می‌کنید طرف مقابل از گوش‌دادن به صحبت‌هایتان منصرف می‌شود. حال اگر حرف‌های بی‌ربط و جزئیات غیرضروری را هم به آن اضافه کنید به یک روش مؤثر برای پرت‌کردن حواس طرف مقابل دست پیدا کرده‌اید. مطمئن باشید هرچه مدت‌زمان صحبت‌کردن بیشتر شود سطح شنوایی طرف مقابل به طور تصاعدی کاهش و به همان میزان سطح تحریک‌پذیری و آزرده‌خاطر شدن وی نیز افزایش می‌یابد. اگر در موقعیت مخالف قرار گرفتید یکی از راه‌های بررسی اینکه آیا طرف مقابل از پرت‌کردن حواس دیگران به‌صورت عامدانه استفاده می‌کند یا خیر، تمرکز کامل روی صحبت‌های آنها است.

تیر خلاص: در طول مذاکره هیچ‌چیز را بدیهی در نظر نگیرید. بر اساس آنچه می‌بینید و می‌شنوید فرضیه پردازی نکنید. به‌تصور کشیدن یک شخصیت یا کلیشه خاص برای افراد کار راحتی است. وقتی آنها شما را به این شکل شناسایی کرده‌اند به راحتی پشت نقاب‌هایشان پنهان خواهند شد و خود واقعی‌شان را نشان نخواهند داد.

در نهایت از بانک سامان عزیز، آکادمی سامان و مدیریت سرمایه انسانی بابت حمایت و همکاری صمیمانه تشکر ویژه دارم. همراهی این عزیزان در تمام مراحل نقش مؤثری در پیشبرد و به‌ثمر رسیدن این کتاب داشت. از تمامی تلاش‌ها و همدلی‌هایشان صمیمانه سپاسگزارم.

در حق شما کرده باشد یا به‌خاطر شما تلاش کند و کاری برای شما انجام دهد چه احساسی به شما دست می‌دهد؟ قطعاً احساس خوبی خواهید داشت. حال اگر همان شخص از شما بخواهد کاری برایش انجام دهید احتمالاً در قبول آن تردید نخواهید کرد زیرا ناخودآگاه خود را مدیون و بدهکار او می‌دانید. این موضوع در شرایط کسب‌وکار بانکی نیز صدق می‌کند به‌عنوان مثال ممکن است مشتری هدیه‌ای فارغ از ارزش مادی و معنوی آن به کارکنان بانک تقدیم کند و با این استراتژی نوعی بدهی عاطفی برای فرد ایجاد کرده که با داشتن درخواست‌های مختلف فرد را به انجام امور بانکی بر خلاف دستورالعمل‌های بانکی سوق می‌دهد که این امر نیز تبعاتی برای شخص کارمند خواهد داشت.

چهار قانون کلیدی برای ارتباط مؤثر

۱ - پرهیز از از طولانی صحبت کردن

هنر مذاکره درک این موضوع است که هر مذاکره یک موضوع اصلی و محوری دارد. اغلب اوقات پرداختن به حواشی منجر به اتلاف وقت و عدم تمرکز روی مسائل مهم و اصلی می‌شود.

تیر خلاص مربوط به این بخش این‌گونه است که باید تلاش کنید در زمان صحبت‌کردن و ارائه مستندات با تمرکز بر اصول و مدیریت زمان از طولانی صحبت‌کردن پرهیزید و مختصر سخن بگویید.

۲ - صراحت در کلام

هرچه گفته‌هایتان دقیق‌تر باشد زمینه کمتری برای سوء تفاهم و سردرگمی ایجاد می‌شود. همین امر موجب کارآمدتر شدن فرایند مذاکره می‌گردد.

۳ - داشتن درک درست از طرف مقابل

سعی کنید علت و چرایی انگیزه‌ها و رفتار طرف مقابل را درک کنید زیرا همدلی تأثیر بسزایی در روند مذاکره دارد؛ اگر به طور مؤثر از آن استفاده شود می‌تواند نتایج را به سود شما تغییر دهد. همدلی یکی از ویژگی‌های جالب انسان به شمار می‌رود و زمانی که از توانایی کنترل آن صحبت می‌کنیم منظورمان صرفاً توانایی فهمیدن آنچه مردم می‌گویند نیست بلکه تحقیقات نشان می‌دهند که کلمات و سخنان تنها بخش کوچکی از واسطه‌های میان‌فردی هستند. شما می‌توانید با درک تمام نشانه‌ها و علائمی که از طرف مقابل دریافت می‌کنید (نشانه‌های غیرکلامی و ویژگی‌های رفتاری) صفاتی که به همدلی مربوط هستند را در خود توسعه دهید و در نتیجه این ویژگی‌ها را در جلسه مذاکره استفاده نمایید. اعمال و برخوردهای همه ما برآیندی از تجربیاتمان است و می‌توانیم برای درک‌کردن و فهمیدن دیگران از آنها استفاده کنیم. با وام‌گیری از





پرسش و پاسخ

مثل روال گذشته، قراره هر ماه با طرح یه سؤال درباره موضوعات مختلف مثل موضوعات بانکی، کسب و کار، ارتباطات و... نظر همکاران بانک سامان رو در رابطه با اون موضوع دریافت کنیم و از طریق انتشار پاسخها در این صفحه، بتونیم کمک کنیم تا دانش و تجربه هر کدام از همکاران بانک سامان، به صورت روان تر جریان پیدا کنه و به دست همه خوانندگان نشریه سامان برسه.

پرسش این ماه:

بزرگترین مانع در بهبود بهره‌وری شخصی شما در محیط کار چیست و چطور می‌توان این مانع را برطرف کرد؟

● داریوش جهان‌گیر مقدم

بانکدار فروش تخصصی، شعبه حافظ اصفهان

بهره‌وری در باور من، زمانی معنا پیدا می‌کند که هر اقدام، اثری ماندگار، قابل اتکا و قابل سنجش داشته باشد و نشان‌دهنده پایبندی به استانداردهای عالی، دقت و مسئولیت‌پذیری عمیق در انجام کار باشد به همین دلیل مهم‌ترین موانع بهره‌وری را پراکندگی، فدا شدن کیفیت به نفع سرعت یا حجم، نادیده گرفته شدن تخصص، گرفتار شدن در حجم کار بدون معنا و نتیجه‌گرایی صرف، بدون توجه به عمق و اصالت کار می‌دانم و باور دارم هر جا، کیفیت قربانی شد یا کارها به صورت سطحی و بدون توجه به ماهیت، اجرا شد، بهره‌وری واقعی از بین می‌رود.

● حامد دورقی نژاد

بانکدار فروش، شعبه اروند

به نظر بنده یکی از موانع مهم جهت افزایش بهره‌وری عدم برنامه‌ریزی فردی و نداشتن تعهد به اجرای برنامه‌ریزی است. به طور کلی برنامه‌ریزی همانند پلی است که ما را از وضع موجود به وضع مطلوب می‌رساند و شخص جهت افزایش بهره‌وری فردی، باید به اهداف و اجرای برنامه‌ریزی‌های سازمانی و فردی متعهد باشد.

● زهرا پروینی قریق

کارشناس پاسخگویی به مراجع قانونی، مدیریت حقوقی

به نظر من از مهم‌ترین عوامل که مانع افزایش بهره‌وری شخصی می‌شود می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- نابرابری فرصت‌های آموزشی و توسعه شغلی
- سیستم‌ها و فرایندهای نامناسب
- عدم ساختار پرداخت منصفانه و شفاف
- عدم دسترسی به ابزارهای مناسب
- ضعف در شیوه‌های مدیریت افراد
- حجم کار نامتناسب
- تبعیض و سوگیری در تفویض اختیار بین پرسنل
- نبود فرهنگ تشکر و قدردانی
- عدم کنترل مدیریت زمان و...

البته در اکثر سازمان‌ها، مدیران محترم در پی افزایش بهره‌وری کارکنان بوده و سعی در فراگیری روش‌ها و نحوه افزایش بهره‌وری در محل کار هستند که این امر موجب شکوفاشدن استعدادهای پرسنل می‌گردد.

● علیرضا مقدسی

بانکدار فروش تخصصی، شعبه بازار

به نظرم بزرگ‌ترین مانع عدم، مدیریت زمان و انرژی است. این مانع می‌تونه از انجام کارهای تکراری، نداشتن الویت بندی در کار روزانه، وقفه‌های متعدد مثل مراجعه کنندگان زیاد و نداشتن بازخورد مستمر از عملکرد شخصی ایجاد گردد. راهکارهایی که وجود داره و می‌تواند کمک‌کننده باشد مثل تقویت مهارت مدیریت زمان، تهیه فهرست کارهای روزانه، کاهش وقفه‌های غیرضروری مثلاً هنگام خرید ارز تمرکز کامل بر این موضوع و بازخورد مداوم جهت بهبود مسیر بهره‌وری شخصی. البته این رو فراموش نکنیم که بهره‌وری فقط بیشتر کارکردن نیست، بلکه هوشمندانه کارکردن است.

● سارا رمضی

بانکدار فروش، شعبه تهرانسر

محدود بودن زمینه‌های رشد حرفه‌ای و نبود بسترهای انگیزشی مؤثر، به عنوان

یکی از موانع پنهان در بهروزی فردی قابل تأمل است؛ تقویت این فضا می تواند نقش بسزایی در ارتقای بهره‌وری داشته باشد.

● مرتضی افشار

کارشناس ارشد بررسی مطالبات در معرض ریسک، مدیریت پیگیری مطالبات

به نظرم می‌رسد که از مهم‌ترین عوامل توسعه فردی در هر سازمانی، فرهنگ سازمانی سالم در حمایت از یادگیری و رقابت سالم است. اگر محیطی شفاف و سازنده ایجاد شود، هر فرد بر اساس توانایی‌های خود، قادر خواهد بود که مهارت‌های خود را توسعه بخشد.

● عادل برزگری

بانکدار عملیات، شعبه اروند

به نظرم، بهره‌وری شما تا حد زیادی به تمرکز شدید شما روی موارد مهم در محیط کار - برنامه‌ریزی در آن محیط و هدف گذاری‌ها بستگی دارد. نداشتن تمرکز مناسب روی موارد صحیح می‌تواند به یکی از مشکلات بهره‌وری شما تبدیل شود. وقتی حواس شما از همه جا پرت می‌شود، چگونه می‌توانید تمرکز خود را حفظ کنید؟ پس تمرکز بر کار بسیار تاثیر گذار است...

● محمد شاهماری نمین

مسئول دفتر، مدیریت حراست

به نظرم عوامل متعددی می‌توانن باعث عدم بهره‌وری در محیط کار باشن: عوامل فردی مثل نبود انگیزه و عدم مهارت و دانش کافی عوامل سازمانی مثل ساختار سازمانی نامناسب، نبود فرهنگ سازمانی و سیاست‌های سازمانی نادرست عوامل محیطی مثل نبودن یا نامناسب بودن ابزار و تجهیزات کاری که البته با برطرف شدن هر عامل میشه مانع عدم بهره وری شد

● علی توسن

بانکدار فروش، شعبه بازار کفاش‌ها

به نظر بنده یکی از بزرگترین موانع در بهره‌وری پراکندگی توجه و نداشتن تمرکز در انجام امور است. در محیط کاری مثل بانک کارهایی از قبیل ارباب رجوع، تماس‌ها، پیام‌های همکاران، درخواست‌های مسئولان و... باعث حواس پرتی در فضای کاری میشه، کارمند دائما در حال جابه‌جایی شدن بین کارهاست بدون اینکه بتونه به کار مهم رو عمیق و کامل انجام بده و در نتیجه کارمند خسته است، اغلب کارها تموم می‌شوند ولی نه با نتیجه دلخواه و ذهن در حال سرگردانی، پریدن از یک وظیفه به وظیفه دیگه شاید شلوغ بودن را القا کند، اما تمرکز را می‌سوزاند، ذهن را فرسوده می‌کند و کیفیت را کاهش می‌دهد. راه حل برای برطرف کردن مانع به نظر بنده می‌تونه، مدیریت توجه + گفتگوی سازنده با مسئول جهت مدیریت کارها + تغییر سبک ارتباط و کار تیمی است.

● محمدعلی لطیف پور

معاون شعبه، شعبه هفده شهریور تبریز

باتوجه به اینکه ذات کار بانکی یک کار تیمی محسوب می‌شود؛ مطمئنا عدم هماهنگی و تعامل مناسب بین همکاران، روی بهره‌وری وانگیزه فرد تاثیرگذار خواهد بود و این نقش هماهنگی و هارمونی مناسب را ابتدا با جابجایی درست سرپرستی و سپس مدیریت ریاست شعبه ایفا می‌کند. موارد بعدی بسته به شخصیت‌های فردی است که بالاچار در این فرایند هماهنگی لازم را با تیم پیدا خواهد کرد.

● محمد جعفرپور

کارشناس ارشد بررسی مطالبات در معرض ریسک، مدیریت پیگیری مطالبات

در فضای کاری سازمان‌های بزرگ، به‌ویژه در حوزه‌های ستادی، بهره‌وری شخصی تا حد زیادی وابسته به «شفافیت فرایندها»، «ثبات در اولویت‌ها» و «تعریف روشن انتظارات کاری» است. یکی از موانع پنهان اما تأثیرگذار، چرخش دائمی تمرکز کارکنان بین مأموریت‌های متغیر، درخواست‌های فوریتی، و الزامات اداری بدون چارچوب مشخص است. در چنین فضایی، حتی افراد توانمند هم نمی‌توانند ظرفیت واقعی خود را بروز دهند. برای بهبود بهره‌وری، شاید لازم باشد به‌جای تأکید صرف بر آموزش فردی، نگاهی ساختاری به نحوه تعریف و توزیع وظایف، نظم در فرایندهای تصمیم‌گیری و یکپارچگی در نظام پیگیری کارها داشته باشیم. این نگاه می‌تواند بدون ایجاد اصطکاک، راه را برای بهره‌وری بیشتر، هم در سطح فردی و هم سازمانی، هموارتر کند.

● حسین استادی

بانکدار فروش، شعبه بلوار فرامرز عباسی مشهد

به نظر من یکی بزرگ‌ترین موانع در بهبود بهره‌وری شخصی در محیط کار، عدم تمرکز و حواس‌پرتی است. این مشکل می‌تواند ناشی از عوامل مختلفی مانند محیط شلوغ، استفاده از فناوری‌های دیجیتال و مسائل شخصی باشد. راهکارهایی برای برطرف کردن این مانع:

۱. ایجاد محیط کار مناسب
۲. تنظیم زمان و برنامه‌ریزی
۳. استفاده از ابزارهای دیجیتال
۴. تعیین اهداف واضح
۵. مدیریت فناوری
۶. استراحت منظم
۷. مراقبت از سلامت جسمی و روحی

● مهدی یوسفی

کارشناس فروش غیر حضوری، مدیریت جذب و فروش

وقفه‌ها و حواس پرتی‌ها، عدم اولویت‌بندی درست، مدیریت انرژی ضعیف

الزامات زندگی در دهکده جهانی

| محمدرضا مودودی، مدیر خانه ترویج تجارت جهانی |

تجارت به معنای انتقال مالکیت کالا یا خدمات از یک شخص یا نهاد به شخص و نهاد دیگر در ازای دریافت خدمات و کالای دیگر یا پول است. تجارت همیشه بین مناطق مختلف وجود داشته، زیرا هر کشور دارای مزیت نسبی در تولید کالایی خاص است و توانسته آن را به تولید انبوه برساند.

بنابراین طرفین مبدأ و مقصد در تجارت از این امر منتفع خواهند شد. در بیشتر کشورها تجارت، سهم قابل توجهی از تولید ناخالص داخلی (GDP) را به خود اختصاص می‌دهد. طبق فرضیه تجارت بین‌المللی، سطح کافی از صلح و ثبات ژئوپلیتیک حاکم است و امکان تجارت و مبادله دوجانبه سودآور بین دو کشور را فراهم می‌کند. تجارت جهانی به مصرف‌کنندگان و کشورها این فرصت را می‌دهد تا در معرض بازارها و محصولات جدید قرار گیرند. صنعتی شدن، تکنولوژی‌های پیشرفته، جهانی شدن، شرکت‌های چندملیتی و برون‌سپاری، همه

تأثیرات عمده‌ای بر سیستم تجارت بین‌المللی دارند.

افزایش تجارت بین‌المللی برای ادامه روند جهانی شدن حیاتی است. بدون تجارت بین‌المللی،

ملت‌ها به کالاهای و خدمات تولیدشده در مرزهای خود محدود خواهند بود. تجارت کالا و خدمات گوناگون می‌تواند جایگزین عوامل تولید در یک کشور شوند. یک کشور به جای وارد کردن عامل تولید، می‌تواند کالای موردنظر را وارد کند.

تجارت یک تابع ارزش افزوده است و شامل یک فرآیند اقتصادی است که از طریق یک محصول، بازار خود را پیدا می‌کند که در آن ریسک‌های خاصی به معامله‌گر تحمیل می‌شود.

از سوی دیگر تجارت یکی از مهم‌ترین شاخص‌های

موثر بر تولید ناخالص داخلی است و می‌توان از آن به‌عنوان یکی از موتورهای محرک توسعه اقتصادی و اثرگذار بر صنعت کشور نام برد. تسهیل تجارت و ارتقای سطح صادرات زمینه‌گذار کشور به اقتصادی سالم و با درآمدهای پایدار را فراهم می‌کند. ضعف در توسعه صادرات یکی از مشکلات کلیدی اقتصاد ایران است که خود به‌عنوان مانعی در مسیر گسترش تولید بدل شده است. برقراری روابط تجاری سازنده با دنیا، ظرفیت‌های بالقوه‌ای را برای ثروت‌آفرینی و اشتغال‌زایی ایجاد می‌کند و از این نظر مورداهمیت است.

باتوجه به اهمیت تجارت در اقتصاد، توسعه روابط بین‌المللی ضروری است. بر همین اساس نیز در سال‌های اخیر انعقاد پیمان‌های دوجانبه یا چندجانبه موردتوجه سیاست‌گذاران قرار گرفته است. انعقاد چنین قراردادهای تجاری، مثبت ارزیابی می‌شود، اما راهکار اساسی رفع مشکلات اقتصاد ما به‌شمار نمی‌رود و نباید به اثرگذاری قابل توجه آن امید بست. این قراردادهای تجاری عمدتاً با کشورهای همسایه منعقد می‌شود که در حوزه مزیت‌های تولید و صادرات مشابه ما هستند. ازجمله

این محصولات می‌توان به مشتقات نفتی و گازی، کامودیتی‌های فلزی، محصولات کشاورزی و... اشاره کرد.

بنابراین در موارد متعددی ما با کشورهای هم‌پیمان یا همسایه خود رقیب تجاری هستیم. در همین حال باید خاطرنشان کرد توسعه تجاری ایران باید با نگاهی آینده‌نگر همراه باشد و کمبودهای توسعه صنعتی و تجاری کشور موردتوجه قرار گیرد. به‌عنوان یک شاخص مهم باید تاکید کرد ایران کشوری خشک است و پیش‌بینی می‌شود تامین آب در سال‌های آتی به بحران جدی برای ما بدل شود. در چنین فضایی بحران آب، عملکرد اقتصادی در حوزه تولید و تجارت را تحت‌تأثیر منفی قرار داده و ترسیم دورنمای صادراتی با اتکا به ظرفیت‌های کشاورزی، لزوماً اقدام مناسب و سازگاری با طبیعت ایران نیست. تولید محصولات آب‌بر و صادرات آنها برای کسب چند دلار ارزش بیشتر به نفع اقتصاد و آینده کشور نیست.

در دنیای کنونی که حکم دهکده کوچکی را یافته و شبکه‌های بانکی از ضوابط و قاعده‌های خاصی پیروی می‌کنند،

بهره‌مندی از دانش روز دنیا در حوزه روابط پولی و مالی، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و آینده تجاری ایران را مشخص می‌کند. در چنین فضایی بی‌تفاوتی به ابزارهای روز تجارت دنیا و سازکارهای پذیرفته‌شده بانکی همچون این است که فردی برای حمل‌ونقل در دنیای کنونی، اعتقادی به استفاده از ابزارهای جدید نداشته باشد و استفاده از چهارپایان را به صنعت لجستیک کنونی ترجیح بدهد. لازمه پیشرفت در حوزه تجارت این است که بپذیریم دنیا مسیر دیگری را در حوزه تجارت و تعاملات جهانی در پیش گرفته است. تکنولوژی‌های نوین در حوزه مالی و بانکی توسعه یافته‌اند. در چنین شرایطی اگر قرار به تعریف پیمان‌های پولی است هم باید مبتنی بر ابزارهای مالی باشد که در دنیا موردقبول هستند.

در دنیای کنونی بدون اتصال به شبکه بانکی جهانی، نقل‌وانتقال پول میان دو بانکی که در مجاورت هم قرار گرفته‌اند نیز ممکن و عملی نیست. مدیران و سیاست‌گذاران ما باید این تغییرات را بپذیرند و به تجارت نوین احترام بگذارند. با این وجود بی‌توجهی سیاست‌گذاران ایرانی به قواعد اصلی تجارت، کسب‌وکارهای ایرانی را متحمل هزینه‌های بسیار غیرضروری برای انتقال کالا، پول و... می‌کند. در چنین فضایی تلاش برای برقراری پیمان‌های پولی به‌منزله تلاش برای تداوم نفس‌کشیدن است و انتظار می‌رود این پیمان‌های دوجانبه دست‌کم میان کشورهای منعقد شود که با یکدیگر تجارت تکمیلی دارند. اما اگر این پیمان‌ها با کشورهای منعقد شود که خودشان تحت تحریم هستند و کاهش ارزش پول ملی در کمین آنهاست، این راهکار آن‌قدرها هم نتیجه‌بخش نخواهد بود؛ بنابراین حرکت در مسیر رفع تحریم و برقراری تعامل سازنده با دنیا ضرورتی غیرقابل‌جایگزین است.



پایان داغ این تابستون با نسیم جایزه‌های فراوون

در سوره شهر یورماه سامانیوم

یک جایزه ۱۰۰ میلیون تومانی

ده جایزه ۱۰ میلیون تومانی

صد جایزه ۵۰۰۰۰ سامانی





چالش‌ها و فرصت‌های هوش مصنوعی در صنعت

| احمد شیدایی - پژوهشگر دفتر مطالعات راهبردی رونق تولید |

یکی از رایج‌ترین نگرانی‌های درباره هوش مصنوعی، توانایی بالقوه آن در جایگزینی انسان‌ها و تغییر چهره بازار کار است. پژوهش‌های صندوق بین‌المللی پول نشان می‌دهد که ممکن است هوش مصنوعی ۴۰ درصد مشاغل حال حاضر را از بین ببرد. جالب اینجاست که این موضوع در طول سالیان متمادی و با معرفی فناوری‌های جدید، بارها مطرح شده است. یکی از نمونه‌های آن، لودیت‌ها (Luddite) هستند که ماشین‌آلات بافندگی را تخریب کردند تا در برابر تغییراتی که بر اثر انقلاب صنعتی ایجاد می‌شد اعتراض کنند؛ چراکه آنها احساس می‌کردند این تغییرات باعث بیکاری و از دست رفتن شغلشان خواهد شد. نمونه دیگر، زمانی بود که مردم فکر می‌کردند رایانه‌ها جایگزین آنها می‌شوند. بار دیگر این نگرانی مطرح شده که هوش مصنوعی می‌تواند تهدیدی جدی برای جامعه باشد و کارشناسان نسبت به پیامدهای منفی آن، از جمله احتمال افزایش بیکاری و کاهش فرصت‌های شغلی، هشدار می‌دهند. تغییر در ساختار مشاغل با ورود فناوری‌های نوین، پدیده‌ای است که در ادوار تاریخی مختلف، به کرات تکرار شده است. با این حال، تفاوت مؤثر هوش مصنوعی با فناوری‌های گذشته در گستردگی دامنه تاثیر آن نهفته است؛ به گونه‌ای که علاوه بر مشاغل کم تخصص و ساده، مشاغل تخصصی و نیروی کار ماهر در رشته‌های گوناگون را نیز در بر می‌گیرد. یکی از چالش‌های بنیادین فناوری هوش مصنوعی، تشدید نابرابری اقتصادی

است. در صورت عدم اتخاذ سیاست‌های پیشگیرانه، این فناوری می‌تواند به افزایش شکاف درآمدی هم در سطح ملی و هم در مقیاس جهانی دامن بزند. ارتباط مستقیمی میان توسعه هوش مصنوعی و رشد اقتصادی کشورها وجود دارد؛ بدین معنا که کشورهایی که توان سرمایه‌گذاری گسترده در این حوزه را دارند، از مزایای افزایش بهره‌وری و توسعه اقتصادی بیشتری برخوردار می‌شوند. در مقابل، این روند موجب افزایش شکاف اقتصادی بین کشورها و تشدید نابرابری جهانی می‌شود.

از طرفی هم در نظام آموزشی کنونی، غالباً آموزش‌ها به برنامه‌های نظری و غیرکاربردی محدود می‌شود و در نتیجه، فارغ‌التحصیلان اغلب فاقد مهارت‌های مورد نیاز بازار کار هستند. تاکنون، فرهنگ کار بر استخدام رسمی، امنیت شغلی و تاکید بر مدارک دانشگاهی متمرکز بوده است. اما با گسترش فناوری‌هایی مانند هوش مصنوعی، بسیاری از این آموزش‌ها دیگر پاسخگوی نیازهای جدید نیستند. از سوی دیگر، وقتی دانشجویان دریابند که مهارت‌های کسب‌شده تضمینی برای اشتغال ندارد، انگیزه خود را برای ادامه تحصیل از دست می‌دهند و این موضوع به کاهش کارکرد و اعتبار مراکز آموزشی می‌انجامد. در نتیجه، نظام آموزشی قادر نخواهد بود نیروی کار ماهر و متخصص مورد نیاز مشاغل جدید را تربیت و تامین کند و شکاف بین سطح مهارت‌های فارغ‌التحصیلان و الزامات واقعی بازار کار، عمیق‌تر خواهد شد. با این حال هوش مصنوعی نیز همچون فناوری‌های پیشین، نه تنها جایگزین کامل نیروی انسانی نیست، بلکه می‌تواند به عنوان مکملی قدرتمند، زمینه را برای ظهور مشاغل نوین و متنوع فراهم کند. این



قرار دهند. این کشورها به‌خوبی آگاه‌اند که اتکای صرف به درآمدهای نفتی، در آینده‌ای که جهان به سمت انرژی‌های تجدیدپذیر و اقتصاد دیجیتال در حرکت است، نمی‌تواند ضامن پایداری و رقابت‌پذیری آنها باشد. دولت‌ها می‌توانند با اتخاذ تمهیدات و سیاست‌گذاری‌های جامع، نقش مؤثری در پیشگیری و کاهش پیامدهای منفی هوش مصنوعی بر بازار کار ایفا کنند؛ اقداماتی همچون سرمایه‌گذاری در آموزش و مهارت‌آموزی، تدوین قوانین حمایتی، تشویق به نوآوری و کارآفرینی، تقویت زیرساخت‌های فناوری و توسعه سیاست‌های امنیت اجتماعی برای حمایت از نیروی کار در برابر تحولات ناشی از هوش مصنوعی.

در نهایت اینکه هوش مصنوعی فرصت‌های زیادی برای رشد اقتصادی، نوآوری و افزایش بهره‌وری ایجاد می‌کند.

این فناوری ساختار بازار کار و مهارت‌های موردنیاز آن را به‌طور بنیادین تغییر می‌دهد. با این حال، در صورت نبود سیاست‌های حمایتی، آموزشی و بازتوزیعی مناسب، این تحولات می‌تواند به افزایش بیکاری، تشدید نابرابری و گسترش شکاف دیجیتالی منجر شود. موفقیت در بهره‌گیری از مزایای هوش مصنوعی و کاهش پیامدهای منفی آن، مستلزم بازنگری در نظام آموزشی، سرمایه‌گذاری هدفمند در تحقیق و توسعه، حمایت از گروه‌های آسیب‌پذیر و تضمین توزیع عادلانه منافع در سطح جامعه است. تنها با رویکردی جامع و آینده‌نگر می‌توان توسعه پایدار، عدالت اجتماعی و رقابت‌پذیری اقتصادی را در عصر هوش مصنوعی تضمین کرد.

فناوری با خودکارسازی وظایف تکراری و روتین، فرصت‌های شغلی جدیدی در حوزه‌هایی مانند داده‌کاوی، توسعه نرم‌افزار و هوش مصنوعی ایجاد می‌کند که نیازمند همکاری نزدیک انسان و ماشین است.

تجربیات تاریخی نیز نشان می‌دهد ورود فناوری‌های جدید، به‌ندرت موجب حذف کامل مشاغل می‌شود؛ بلکه اغلب ساختار مشاغل را تغییر داده و نیاز به نیروی انسانی در بخش‌های نظارتی، خلاق و پیچیده را افزایش می‌دهد.

هوش مصنوعی به‌عنوان یکی از فناوری‌های تحول‌آفرین همچنین قادر است نقش دگرگون‌کننده‌ای در عرصه تولید ایفا کند و بهره‌وری کل را به‌صورت نظام‌مند و پایدار ارتقا بخشد. کاربردهای هوش مصنوعی در صنایع تولیدی تنها به افزایش بهره‌وری و کاهش هزینه‌ها محدود نمی‌شود. این فناوری می‌تواند با بهینه‌سازی فرآیندها، کاهش ضایعات، بهبود کنترل کیفیت، پیش‌بینی خرابی‌ها، مدیریت دقیق زنجیره تامین و خودکارسازی خطوط تولید، زمینه را برای تولید محصولات با کیفیت بالاتر و هزینه کمتر فراهم کند.

هوش مصنوعی می‌تواند اقتصادهای متکی به نفت را دگرگون سازد و مسیر توسعه را به سمت اقتصادهای دانش‌بنیان و فناور محور هدایت کند. بسیاری از کشورهای عضو شورای همکاری خلیج فارس، از جمله عربستان سعودی، امارات متحده عربی و قطر، در تلاشند با سرمایه‌گذاری گسترده در حوزه هوش مصنوعی و فناوری‌های نوین، اقتصاد خود را از وابستگی به منابع نفتی رها ساخته و در مسیر اقتصاد پایدار و فناورمحور

با موبایلت چک کن!

مشاهده مراحل درخواست دسته چک



تیم سازی تخصصی

نقطه قوتی برای پیشبرد اهداف سازمان هاست

تورج زارع |
مدیرعامل شرکت تهیه و تولید مواد معدنی ایران (ایمپاسکو)

وقتی سخن از تیم سازی می شود همه مدیران بر این باورند که کار تیمی انجام می دهند اما کار تیمی مشخصه هایی دارد که تبدیل به نقطه قوتی برای پیشبرد اهداف سازمان می شود.

برای انجام کار تیمی، تاکتیک تیمی باید مشخص باشد و توانایی شاخص هر شخص در نظر گرفته شود تا علاوه بر افزایش بهره وری، سازمان به اهداف کلان خود نیز دست پیدا کند.

در دنیای امروز آنچه بیش از پیش اهمیت می یابد نیروی انسانی است، مفهوم انسان و تفکر انسان چیزی است که در سازمان ها و محیط های کار باید همواره مورد توجه باشد؛ چرا که ما، در معدن مداوم فکر و اکتشاف انسان ها هستیم.

وجود افراد متخصص در هر موقعیت و تقسیم صحیح وظایف، سرعت و کیفیت انجام امور را افزایش می دهد؛ درست مانند یک تیم فوتبال که اگر هر کدام از بازیکنان در جایگاه درست خود قرار بگیرند نتایج تیم رضایت بخش خواهد بود، مشخص کردن تاکتیک تیمی در هر شرکت و سازمانی به نقطه قوتی برای پیشبرد اهداف تبدیل خواهد شد.

اصلاح تصور ذهنی و بررسی این موضوع که واقعیت چیست در روند بهره وری شرکت ها تاثیرگذار خواهد بود، این واقعیت ها نیستند که یک شرکت و سازمان را اداره نمی کنند بلکه شرکت ها بر اساس تصورات ذهنی افراد اداره می شوند.

فاصله میان واقعیت و تصورات ذهنی در سازمان ها در کشور ما بسیار زیاد است؛ ما در صنعت برای دستیابی به هر موفقیتی که در برنامه داریم باید به آدم ها و مهارت های نرم تک تک افراد توجه کنیم. توجه به شان انسان ها باید در نظام حکمرانی مدنظر باشد و از همین رو توجه به مهارت های نرم می تواند آینده صنعت را در ایران تضمین کند. مهمترین بخش در هر سازمانی همان بخشی است که بیش از دیگر بخش ها با نیروی انسانی سروکار دارد و در نتیجه بخش های اداری، روابط عمومی، HSE و حراست مهمترین بخش های هر سازمانی هستند. توجه به این نکته ضروری است اگرچه ما در مهارت های سخت عملکرد نسبتاً خوبی داریم از جمله اینکه کارخانه می سازیم و ... اما به دلیل اینکه مهارت نرم نمی دانیم در این حوزه از دنیا عقبیم.

و اما در پایان باید تاکید کرد یک نکته بسیار مهم در مهارت های نرم این است که به افرادی که در آن جغرافیا قرار دارند و به خصوص به فرهنگ آنها توجه کنیم؛ به این مفهوم که آموزش های مهارت های لازم در هر شهری با شهر دیگر متفاوت است.

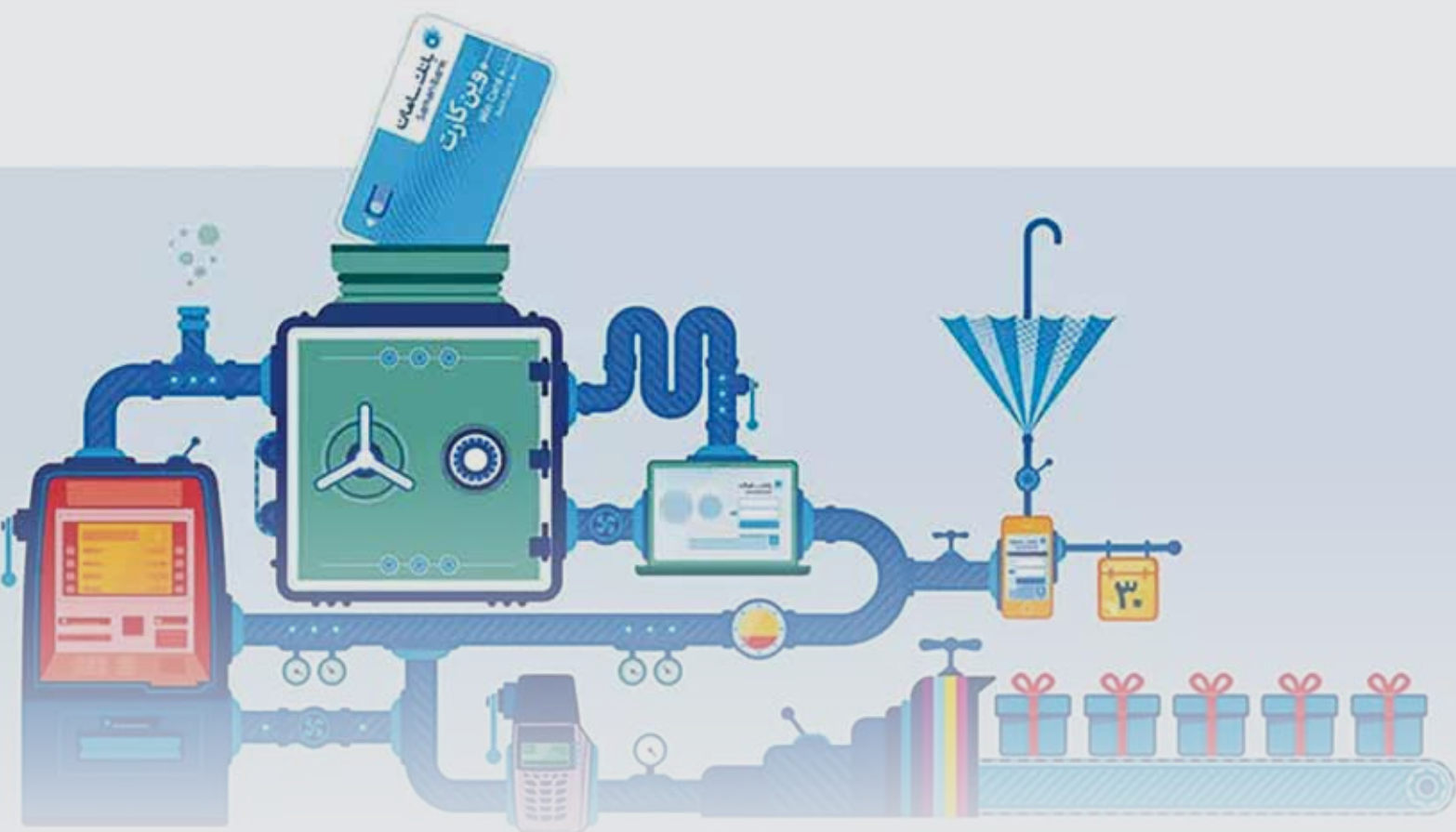


روابط عمومی و ارتباطات در بحران

ا خسرو رفیعی - کارشناس روابط عمومی

عصر حاضر، عصر هوش مصنوعی، عصر اینترنت و عصر قدرت‌های مجازی است در این دوران اهمیت سرزمین تغییر یافته و مرزهای جغرافیایی جای خود را به مرزهای اینترنتی و شبکه‌های مجازی داده است قدرت‌های اقتصادی اهداف دیگری را دنبال می‌کنند، تعریف استعمار، استکبار، دیکتاتوری، مستکبرین و مستضعفین تغییر یافته و هر بخشی در سازمان، شرکت، شهر، روستا و کشور باید خود را با این مرزها و مرزبندی‌های جدید همسو و آشنا کنند. در این میان نقش مدیریت واحدهای فنی، اقتصادی، اجتماعی، اداری و مالی در بحران همه باید باز تعریف شود و بحران‌ها در این میان رنگ دیگری پیدا می‌کنند. یکی از بحران‌های بسیار سخت و متأسفانه از همه سخت‌تر جنگ است. تکلیف ما در زلزله، سیل و سایر بحران‌هایی که طبیعت عامل آن می‌باشد روشن است. ولی جنگ زمانبر و طولانی است، در این بحران‌ها نقش روابط عمومی از همه مهم‌تر و اولیتر است. هنر روابط عمومی آن است که در هر شرایطی بتواند کشتی طوفان زده سازمان خود را، به ساحل آرامش هدایت کند. توانمندی عمیق در فکر کردن و تشخیص موقعیت مکانی و زمانی، توانمندی اطلاع رسانی و ارتباطات و آینده نگری و پیش‌بینی تغییرات پیشگیرانه، توانمندی در تحقق اتفاقات و سرسختی و پایداری مبتنی بر عدالت، کارگروهي، راز موفقیت روابط عمومی و سازندگی است. فردی‌گرایی، منیت، اهمیت ندادن به نقطه نظرات دیگران، بحران را عمیق‌تر می‌کند. روابط عمومی به عنوان یک وظیفه در محدوده سازمانی شناخته می‌شود که برای تعامل ارتباطی با ذینفعان مختلف با شیوه‌هایی که ارتباطات اجتماعی را خلق و یا ایجاد می‌کند، مشارکت و ارتباطات را تسهیل می‌کند، مسئولیت دارد و می‌توان چنین تعریف کرد روابط موقعیت‌هایی هستند که در آنها افرادی یا گروه‌هایی به طور دوجانبه در ارضای یکدیگر می‌کوشند، از آنجا که تصمیمات سازمانی، تأثیرات خواسته و ناخواسته‌ای بر جوامع دارد. مجوزهای اجتماعی و تأثیرات اجتماعی برای روابط عمومی‌ها اهمیت ویژه‌ای ایجاد می‌کند. روابط عمومی در حوزه تعامل، فعالیت‌ها و مجوزهای اجتماعی را باید تعیین و نسبت به تقویت مفهومی آن حرکت کند و برای تحقیقات و آینده نگری از آن بهره‌مند شود سازمان‌های ما در شرایط بحران، چه آن را درک کنند و چه نکنند می‌توانند از اهمیت تأثیر اجتماعی مثبت یا منفی بر محیطی که در آن فعالیت می‌کنند به طور گسترده در جامعه برخوردار و تأثیرات اجتماعی را پیش‌بینی و پاسخگوی انتظارات جامعه باشند. چگونگی افزایش میزان اثربخشی و نفوذ ارتباطات، درک جنبه‌های مختلف ارتباطات، ادراک کامل بر نحوه ارتباطات بین فرستنده و گیرنده، درک شرایط زمانی و مکانی بر نحوه اجرای ارتباطات چند جانبه و گوش فرادادن به قضاوت دیگران، اظهار نظرهای فردی و گروهی برای تسهیل در حرکت‌های بعدی، جلوگیری از قضاوت عجولانه و بررسی عمیق آنچه اتفاق افتاده است را دستورکار قراردادده و با جلوگیری از موعظه و پند و اندرز به دیگران و مخاطبین، برقراری ارتباط موثر را آسان‌تر خواهد کرد. هر بحرانی که ایجاد می‌شود، ما باید شاهد حضور توانمند روابط عمومی در راس برنامه‌ها بوده و شاهد فعالیت‌های چشمگیر آن

برای کاهش بحران و تقویت اعتماد عمومی باشیم شناسایی ریسک‌ها و تهدیدها، تدوین برنامه، مدیریت بحران، آموزش سخنگوها، ایجاد کانال‌های ارتباطی با مخاطبان و رسانه‌ها، جمع‌آوری دقیق اطلاعات، اطلاع رسانی شفاف، سریع و درست، پرهیز از پنهانکاری، هماهنگی در اصلت و درستی پیام‌ها، همدلی و پاسخگویی به نگرانی مخاطبان و ذینفعان، تعامل درست و صحیح با رسانه‌های مختلف، شبکه‌های اجتماعی، خبرگزاری‌ها، پایگاه‌های خبری، مدیریت جلوگیری از اطلاعات نادرست و غلط را در دستور کار قرار دهیم و با به روز رسانی اطلاعات و تهیه گزارش‌های مستمر، مسیر حرکت‌های سازمان خود را صیقل داده و بتوانیم با آرام‌سازی فضای به وجود آمده افکار عمومی را تحت کنترل قرار دهیم. ما نیاز داریم سیاست‌ها و روش‌های خود را طوری تنظیم کنیم تا بتوانیم نکات و افکار آسیب دیده را بازسازی و اعتماد عمومی را به دست آوریم. صداقت و شفافیت، سرعت عمل، مسئولیت‌پذیری و استمرار در اطلاع رسانی را به موقع انجام دهیم. آنچه مهم است اگر اشتباهی کرده‌ایم، شهادت عذرخواهی داشته و برای رفع مشکلات قول و قرار نشدنی ندهیم و با مردم درست و صادق باشیم. واقعاً در بحران‌های ایجاد شده روابط عمومی‌های ما کجا هستند. سخنگوی سازمان هم که نه کارمند روابط عمومی است و نه روابط عمومی را می‌شناسد از راس سازمان‌های بزرگ تا پایین‌ترین بخش سازمان اثری از روابط عمومی در بحران نیست. روابط عمومی باید در هر بحران فعالیت‌ها را به دست گرفته و برای آن برنامه‌ریزی کند. مسئله را تعریف کند، اهداف را تعیین کند، گروه‌های مخاطب را کاملاً شناسایی و برنامه‌های اجرایی و ارتباطی را تدوین کند. جدول زمان‌بندی برنامه‌های اجرایی را تهیه و برای زمان بحران و بروز فاجعه آمادگی کامل داشته باشد. آیا آنچه در بحران نیاز داریم روابط عمومی‌های ما لیست کرده‌اند و آموزش دیده‌اند. به راستی مدیران ارشد وظیفه روابط عمومی را در بحران می‌دانند؟ در طول سال‌های مختلف پس از ایجاد یک بحران در هر سازمانی شاهد چند صدایی است و هرکس به خود اجازه می‌دهد اظهار نظر کرده و از بار مسئولیت شانه خالی کند آیا پیشکسوتان روابط عمومی و کسانی که بحران‌های مختلف را تجربه کرده‌اند نمی‌توانند به خوبی نیروهای جوان را آموزش دهند و یا گوش شنوایی نیست. بحران آب، برق، جنگ، هوا، گاز، صنعت خودرو، کشاورزی، اقتصاد، محیط زیست، صنایع کوچک و بزرگ، همه با بحران مواجه هستیم و اعتماد عمومی را به حداقل و در حد صفر کاهش داده‌ایم. آیا چه زمانی و چه موقعی باید درس بگیریم؟ آیا برنامه‌ریزی شعاری اشتباه است؟ تا کی می‌توانیم بدون برنامه حرکت کنیم. من دروغ می‌گویم شما نمی‌فهمی. من دروغ می‌گویم شما می‌فهمی. من دروغ می‌گویم شما نمی‌فهمی که من می‌دانم شما می‌دانید که دروغ گفته‌ام و وای به آن روزی و زمانه‌ای که من دروغ می‌گویم، شما می‌فهمی و می‌فهمی که من می‌دانم دروغ گفته‌ام و خودم هم می‌فهمم که شما می‌دانید که دروغ گفته‌ام. به کجا می‌رویم؟ دروغ در طول تاریخ برای ما ایرانیان همواره ناپسند بوده است از گفتن دروغ به ویژه در زمان بحران جلوگیری کنیم که تاوان آن بسیار سخت خواهد بود.



اسامی برندگان وین کارت قرعه کشی بهار ۱۴۰۴

برندگان جایزه صد میلیون تومانی

ردیف	نام شعبه	شماره مشتری	نام و نام خانوادگی	ردیف	نام شعبه	شماره مشتری	نام و نام خانوادگی
۱	مرکزی	۴۷۵۴۱۱۰	بختیار نوروزی مصیر	۱۱	جهانشهر کرج	۴۳۲۴۹۳۷	امیررضا خیری
۲	یافت آباد	۳۲۸۸۱۹۸	فرشید بخشی پورجاده کناری	۱۲	مشهد	۳۰۳۷۶۵	امیر بدیعی زراعتی
۳	یافت آباد	۴۳۵۲۵۸۲	خاطره عبوسی	۱۳	سجاد مشهد	۴۵۴۲۲۹۹	بهجت سلیمانی شلگرد
۴	پیروزی	۳۱۶۸۲۰۰	سعید عبداللهی	۱۴	بجنورد	۷۸۷۱۶۳۶	زکیه تیموریان
۵	شهرک اکباتان	۱۱۸۶۳۸۴	رضا هدایت زاده	۱۵	گلزار رشت	۶۰۰۰۶۲۹	احمد رضا شاه مرادزاده فومنی
۶	شهرک اکباتان	۳۰۷۳۰۲۹	پویا ثیابی شهرپور	۱۶	آمل	۶۹۰۲۸	حسن علی زاده
۷	میدان فروین	۳۷۹۹۵۰۵	زهرا شیرخان	۱۷	کرمان	۴۴۷۱۲۹۹	محمد رضا توکلی نژاد
۸	نازی آباد	۴۶۵۰۴۲۲	عارف امیری	۱۸	ولیعصر تبریز	۲۷۱۳۶۳۳	سهند فرشایف وظیفه
۹	تهرانسر	۳۵۷۸۹۸۷	سمیرا حقیقت	۱۹	۱۷ شهریور تبریز	۱۱۲۶۹۹۴	مهدی خادم حسینی
۱۰	آصف	۱۹۰۵۱۰۵	عادل استاد محمد علی خانی	۲۰	قشم	۲۶۵۳۴۰۷	احمد مدرسی فر

برندگان جایزه ده میلیون تومانی

ردیف	نام شعبه	شماره مشتری	نام و نام خانوادگی	ردیف	نام شعبه	شماره مشتری	نام و نام خانوادگی
۱	مرکزی	۴۵۵۴۹۳۹	سپهر زارع	۵۱	خیابان دکتر بهشتی	۲۵۷۴۸۶۵	محمد مهدی ایمان زاده
۲	مرکزی	۴۷۵۳۶۵۲	علی ضیغمی	۵۲	خیابان دکتر بهشتی	۴۷۱۴۷۳۹	هانیه اسکندری ملک
۳	مرکزی	۴۷۹۱۳۰۵	پیمان مهدیه	۵۳	خیابان دکتر بهشتی	۳۳۱۱۳۷۲	امیر نور محمدی
۴	مرکزی	۴۷۰۰۵۰۸	عابده صادقی مقدم صنم	۵۴	خیابان کارگر شمالی	۱۷۹۸۷۳۲	سیدمهران افتخارافضلی
۵	مرکزی	۴۶۳۵۹۷۵	کاظم کمرکی	۵۵	فلکه سوم نهرائپارس	۱۱۰۳۹۵۳	پروین تاجیک مقدم
۶	مرکزی	۴۴۶۴۲۹۰	ابوالفضل عبدیان لیبیاری	۵۶	فلکه سوم نهرائپارس	۳۷۱۷۱۶۰	امیرمحمد کوهستانی
۷	مرکزی	۴۵۸۴۱۷۵	معصومه پیر	۵۷	ولیعصر پارک ساعی	۱۶۵۹۳۰	معصومه رنجبر
۸	مرکزی	۴۷۶۲۰۰۸	نصرت اله صادقی	۵۸	ولیعصر پارک ساعی	۴۰۷۰۱۵۰	امین حسینی
۹	مرکزی	۴۷۶۵۱۳	یونس نوری	۵۹	فلکه اول نهرائپارس	۳۰۳۷۶۳۸	محمدعلی مرادی کلخوران
۱۰	مرکزی	۴۸۲۹۸۴۲	اکبر سکالشی	۶۰	فلکه اول نهرائپارس	۴۷۳۷۴۳	لیلا ستاری قاسم کندی
۱۱	مرکزی	۴۶۲۳۱۷۴	هاله احمدیان سهی	۶۱	بازار کفاشها	۴۴۶۷۴۴۶	محمدپوریا جلالی جم
۱۲	اصفهان	۴۰۷۱۶۶۹	امید علیدادی سفنجانی	۶۲	بازار کفاشها	۲۲۲۰۴۹۸	علیرضا نوری تاجی بیوک
۱۳	صادقیه	۲۹۱۱۳۹۷	سیدحمید برقانی	۶۳	منیریه	۳۴۶۴۹۰۸	علیرضا استادی
۱۴	صادقیه	۳۴۰۳۲۰۲	آتنا فریام منش	۶۴	دلاوران	۲۸۱۳۴۴۵	علی خلفی
۱۵	صادقیه	۲۷۰۳۸۰۴	سمیرا پیری	۶۵	شهران	۲۴۴۲۳۷۵	نسیم پشارتی چوکده
۱۶	اقدسیه	۱۵۴۷۶۶۰	شبنم طریقتی	۶۶	بلوار فردوس	۳۳۴۲۳۲۱	حسین بازگری نصرآباد
۱۷	اقدسیه	۱۳۹۱۴۵۶	مصطفی هدادی	۶۷	بلوار فردوس	۳۳۷۷۰۳۳	مصطفی عالم باقری روچی
۱۸	دکتر فاطمی	۳۶۶۲۰۳۲	ناره ابرامیان	۶۸	بلوار فردوس	۳۳۲۲۶۰۳	علی رضا دبیران
۱۹	جنت آباد	۴۳۰۲۲۱۲	زهره جمشیدی	۶۹	بلوار فردوس	۱۸۲۷۰۳۹	نسرتین فتحی
۲۰	جنت آباد	۳۳۳۹۵۸	سارا شعله ورمیرهن	۷۰	میدان تجریش	۲۲۹۹۶۶۳	محمدرضا شیرازی کدرجی
۲۱	جنت آباد	۳۵۹۷۴۸۱	ساراسادات محسنی مقام	۷۱	میدان تجریش	۴۲۷۷۹۲۶	مجتبی کمالیان
۲۲	میدان ونک	۳۱۵۱۳۷۸	حسین مهدی آسیابری	۷۲	میدان تجریش	۳۹۴۱۶۸۷	علی اکبر رجیبون
۲۳	میدان ونک	۲۶۰۹۰۹۲	سارا رضائی خالص	۷۳	میدان تجریش	۲۲۶۷۱۴۰	سعید غلامزاده
۲۴	ایران زمین	۱۹۸۸۷۵۷	اشکان دانشورشاگردیان	۷۴	نازی آباد	۴۷۳۹۴۸۲	نیلوفر آمورناک
۲۵	ایران زمین	۱۱۴۳۰۹۲	مگنولیا عطار	۷۵	نازی آباد	۳۴۵۶۳۵۱	شهرلا منیرپور
۲۶	اریکه ایرانیان	۲۱۲۲۵۴۸	نسترن اسمعیل خو	۷۶	نازی آباد	۱۹۴۶۴۵۲	قاسم رحیمی
۲۷	یافت آباد	۲۸۵۱۲۶۴	مهدی امجدی	۷۷	سرو	۹۹۷۳۱۵۴	توی محمد جاهد
۲۸	یافت آباد	۳۸۴۲۱۴۷	حانیه محمدی	۷۸	امین حضور	۳۰۸۱۲۶۵	سیدرضا علاف شیرازی
۲۹	یافت آباد	۲۱۱۳۳۹۹	اکبر کریمی	۷۹	خیابان لواسانی	۲۳۰۹۷۳۸	سمیه رضائی
۳۰	یافت آباد	۲۸۶۶۸۳۴	محمد رضا دهینی	۸۰	خیابان لواسانی	۳۳۰۲۱۶۳	سجاد مرادی کمره
۳۱	یافت آباد	۳۱۳۶۲۸۰	شاهرخ داغدار	۸۱	تهرانسر	۳۰۶۶۵۱۹	محمدامین فتحی ثانی ابرغان
۳۲	یافت آباد	۲۵۳۳۹۱۹	ابراهیم عیوضی هل آباد	۸۲	تهرانسر	۳۷۰۵۷۲۹	صفر زنگنه کردیانی
۳۳	یافت آباد	۳۲۹۴۷۹۵	سیاوش حبیبی سوها	۸۳	تهرانسر	۳۷۷۱۸۱۱	سیداسدالله نظامی موسوی
۳۴	یافت آباد	۴۲۲۹۴۴۴	سمیه قدیری	۸۴	هایپر استار	۱۸۲۱۲۶۹	کامبیز پیرایه
۳۵	آفریقای شمالی	۳۹۸۵۰۵۴	حوریه پیمان پور	۸۵	هایپر استار	۱۱۰۵۴۰	سولماز ریخته گران
۳۶	پیروزی	۲۴۸۴۴۱۳	امین صالحی	۸۶	آصف	۲۸۹۳۵۶۳	میثم درودیان
۳۷	پیروزی	۲۵۳۲۶۶۰	مریم صافی	۸۷	میدان حسن آباد	۴۲۶۲۹۲۸	ماهرخ نامجو فر
۳۸	پیروزی	۲۹۶۱۴۹۵	وحید نصرالهی	۸۸	مقدس اردبیلی	۲۶۷۴۹۷۰	سیده سارا پناهی
۳۹	پیروزی	۴۰۳۵۷۵۵	محمد رضا کریسیان مقدم	۸۹	خیابان درانیپ سه راه عماد	۲۹۹۸۰۸۴	جواد رئیس نافیچی
۴۰	پیروزی	۴۷۷۹۶۳۱	سهیلا معروف بشیروان باشی	۹۰	دفتر بانکداری اختصاصی زعفرانیه	۲۳۱۶۵۰۳	علیرضا عمادالدین
۴۱	ولنجک	۳۳۵۶۵۳۰	فرشید نوبهاری	۹۱	خیابان جمهوری	۳۹۱۵۱۲۸	عرفان وندجلیلی
۴۲	خیابان آذربایجان	۹۷۲۹۴۹	یوسف عباسی	۹۲	بهشتی - قائم مقام	۳۱۳۵۴۴۴	فریبا محمودی
۴۳	شهرک اکباتان	۵۷۲۵۶۰	محمد مهدی غفوری نژاد	۹۳	پونک	۱۲۹۴۹۰۴	آتنا مقدم
۴۴	شهرک اکباتان	۲۳۳۰۴۴۴	یاسمین ذبیحی	۹۴	پونک	۳۲۳۳۵۴۹	امیرحسین حاج بابائی لبله کوهی
۴۵	شهرک اکباتان	۴۷۳۳۹۹۲	سیده ریحانه سادات شکوهی	۹۵	میدان هفت تیر	۴۵۵۱۶۳۵	اکرم وطن دوست دیزجی
۴۶	میدان آرژانتین	۸۳۴۹۷۱	سمر عادل رانکوهی	۹۶	میدان هفت تیر	۶۹۴۷۱۳	حمیدرضا همایونی
۴۷	قطریه	۳۹۴۳۲۷۹	منصور اکبری	۹۷	میدان هفت تیر	۳۴۳۸۷۸۴	مرتضی صمدی یاور
۴۸	ملاصدرا	۱۱۹۲۹۰۸	علی علیخان	۹۸	بلوار ۴۴ متری سعادت آباد	۳۵۰۴۹۵۵	الهام زادمهر
۴۹	خیابان سیدجمال الدین اسفادی	۱۸۳۱۳۲۷	داود مقصودی داریان	۹۹	بزرگراه فتح	۴۷۷۹۵۹۴	مریم ماستری فراهانی
۵۰	خیابان دکتر بهشتی	۱۴۶۱۱۹۰	عباس لامعی	۱۰۰	بزرگراه فتح	۳۰۱۶۷۰۰	سمانه مقصودی

برندگان جایزه ده میلیون تومانی

ردیف	نام شعبه	شماره مشتری	نام و نام خانوادگی	ردیف	نام شعبه	شماره مشتری	نام و نام خانوادگی
۱۰۱	بزرگراه فتح	۳۰۲۴۱۳۱	مجید ایمانی	۱۵۱	مشهد	۳۸۶۸۹۲	ناهد پارساپور
۱۰۲	بزرگراه فتح	۴۳۵۸۲۵۱	وحید توکلی	۱۵۲	مشهد	۴۱۴۳۳۶۵	ناهد حیدری
۱۰۳	شهر قدس	۲۹۵۸۶۵۵	چواد رضائی	۱۵۳	مدرس مشهد	۱۶۶۷۸۵۴	سعید غلامی مقدم
۱۰۴	شهر قدس	۴۸۳۹۸۳۸	رضا فاضلی	۱۵۴	مدرس مشهد	۲۳۳۲۷۸۸	علی عرفانیان شنی نوغان
۱۰۵	شهر قدس	۱۵۳۲۵۷۶	حسن عبداللهی	۱۵۵	مدرس مشهد	۴۸۲۹۱۱۳	محدثه محمدی
۱۰۶	بلوار مرزداران	۲۳۱۰۰۱۷	فاطمه دهقانی کجانی	۱۵۶	بلوارهاشمیه مشهد	۲۹۱۸۴۷۸	شمیلا آزموده
۱۰۷	بلوار دریا	۴۴۹۴۳۹	سروین عابدخجسته	۱۵۷	بلوارهاشمیه مشهد	۳۷۰۰۲۰۵	فاطمه ادینه کلات
۱۰۸	جهانشهر کرج	۳۲۲۱۵۱۴	ناصر صمدی دانا	۱۵۸	نیشابور	۴۰۴۴۳۰۸	رضا رضائی
۱۰۹	جهانشهر کرج	۴۵۴۹۸۱۴	ذوالفقاری ناصر روستا	۱۵۹	نیشابور	۴۲۶۲۴۴۹	سجاد صادقی
۱۱۰	میدان توحید کرج	۲۴۰۸۹۱۷	محمد شاهی علی آباد	۱۶۰	نیشابور	۴۰۴۵۸۲۰	زهره همتی
۱۱۱	میدان توحید کرج	۱۵۶۸۴۲۴	حمید مؤمن زاده	۱۶۱	بجنورد	۴۶۳۵۴۶۱	رضا مرادی الاشلو
۱۱۲	میدان توحید کرج	۳۶۶۰۷۲۱	میلاد محمدی	۱۶۲	گلزار رشت	۳۹۲۱۲۳۲	زهره فدائی
۱۱۳	میدان توحید کرج	۴۱۹۳۰۸۲	شهرام خدادادی	۱۶۳	گلزار رشت	۴۷۸۵۶۶۰	رضا سبحانی
۱۱۴	میدان توحید کرج	۴۴۴۳۳۸۱	امیرحسین کابله	۱۶۴	گلزار رشت	۳۲۷۵۳۰۳	هادی پارسا
۱۱۵	میدان توحید کرج	۳۳۶۳۰۸۰	محمد تقی زاده	۱۶۵	گلزار رشت	۴۰۳۳۰۶۶	ساناز فرزانه
۱۱۶	میدان توحید کرج	۲۳۰۸۹۲۶	اکبر اعظمی نوجه ده سادات	۱۶۶	گلزار رشت	۳۳۹۱۴۹۲	رقیه اسمعیل پورطالقانی
۱۱۷	شهریار	۳۴۸۶۶۴۰	محمدصادق لشکری	۱۶۷	گلزار رشت	۷۰۰۰۸۱۱	احمدرضا سرورپسیخانی
۱۱۸	شهریار	۴۴۷۷۹۲۲	زیور قاسمی	۱۶۸	بابل	۴۵۴۹۳۴۶	وانیا رادان
۱۱۹	شهریار	۴۶۷۹۰۴۲	سریه حقیقت بخشایش	۱۶۹	آمل	۳۵۶۰۳۲۱	محمد قاسمی
۱۲۰	شهریار	۳۲۱۹۳۵۱	محبوبه علمداری	۱۷۰	آمل	۲۰۳۵۸۱۸	محمدتقی پورکریمی
۱۲۱	شهریار	۳۱۶۸۸۶۲	حمیدرضا قراکوزلو	۱۷۱	گرگان	۴۲۰۳۸۹۰	سیدرضا موسوی
۱۲۲	شهریار	۳۲۶۶۳۳۷	حسین علایی نسب	۱۷۲	کرمان	۴۵۶۷۰۲۱	فاطمه آذین
۱۲۳	شهریار	۶۸۳۱۴۶	عبداله مغاللو	۱۷۳	میدان کوثر کرمان	۴۰۶۱۸۱۹	امید شیروانی سعادت آبادی
۱۲۴	شهریار	۴۷۵۹۱۹۹	علیرضا لطفی حسین آباد	۱۷۴	رفسنجان	۳۰۵۰۵۳۳	علی رضا علی اکبری نسب دهنوی
۱۲۵	شهریار	۴۶۱۵۲۲۷	حسین حسن پور	۱۷۵	زاینده رود	۳۳۶۳۶۸	مهدی صادقی شاهدانی
۱۲۶	مهرشهر کرج	۹۸۹۴۳۲	محبوبه کاشی	۱۷۶	زاینده رود	۲۴۰۵۱۳۰	فریبا عظیمی قصبه
۱۲۷	مهرشهر کرج	۳۶۸۷۸۲۶	محسن نوروزی	۱۷۷	چهارباغ بالا	۲۲۸۴۵۲۸	هادی جلالی گرو
۱۲۸	مهرشهر کرج	۲۱۶۷۴۸۰	ذکریه عنبری	۱۷۸	هشت بهشت	۳۳۶۱۱۳۴	مژگان حسنپور فراموشجانی
۱۲۹	قم	۱۳۰۱۱۲۳	محمدرضا وصالی شعاع	۱۷۹	خانه اصفهان	۳۱۴۶۱۶۹	معصومه نوروزی رسول آبادی
۱۳۰	قم	۴۵۸۸۱۷۲	پریسا دهقان دهنوی	۱۸۰	خانه اصفهان	۲۸۵۶۷۷۰	پیمان ملک حسینی
۱۳۱	فلکه جهاد	۲۸۸۵۹۰۰	الهام خزائلی	۱۸۱	تبریز	۳۴۷۸۲۹۴	ثریا آسیایی دیزناب
۱۳۲	فلکه جهاد	۳۹۰۱۳۸۹	سعید حیدری ثابت	۱۸۲	تبریز	۱۳۷۴۹۳۲	وریا حریری
۱۳۳	شیراز	۳۱۸۹۹۱۵	مهسا جعفری	۱۸۳	شهریور تبریز	۳۵۵۴۶۵۹	سمیه شاه محمدی
۱۳۴	قصر دشت	۳۷۴۶۷۰	جواد مختاری	۱۸۴	استادشهریار تبریز	۲۳۳۷۱۶۰	ناصر صدر فضلالی
۱۳۵	معالی آباد شیراز	۲۴۲۱۴۸۳	وحید جوهری نیا	۱۸۵	بازار تبریز	۲۵۱۷۹۴۰	محمد نصیری فرد
۱۳۶	معالی آباد شیراز	۲۹۵۵۴۰۱	خلیل جاهد	۱۸۶	خیابان سرداران ارومیه	۴۲۰۶۴۰۰	شیوا جلالی علیه
۱۳۷	معالی آباد شیراز	۳۴۵۳۰۹۷	سجاد مسکینی نیای جهرمی	۱۸۷	خیابان سرداران ارومیه	۴۱۲۳۴۱۴	رحیمه جبرائیلی مزرعه شادی
۱۳۸	پاسداران شیراز	۳۶۹۱۲۱۳	امیر استخر	۱۸۸	خیابان سرداران ارومیه	۳۴۳۶۳۰۶	محمد شهبازی
۱۳۹	پاسداران شیراز	۳۲۶۹۶۵۵	مریم کریمی	۱۸۹	خیابان سرداران ارومیه	۲۸۵۶۶۰۶	مسعود محمدزاده حاجی پیرلو
۱۴۰	بندر عباس	۳۶۲۹۷۰۵	طاهره پیش دار	۱۹۰	خیابان سرداران ارومیه	۲۷۳۸۹۰۰	آرمان شاهین سیارک
۱۴۱	قزوین	۴۳۶۶۱۰۱	فاطمه ولی پور	۱۹۱	اردبیل	۴۴۰۶۲۷۱	سمیرا عبادی خاقانه
۱۴۲	قزوین	۴۰۷۶۲۰۴	اصغر رضا زاده	۱۹۲	اردبیل	۳۹۲۰۲۵۵	عباس محمدنژاد چهل گز
۱۴۳	قزوین	۳۷۷۹۳۰۴	الناز معاریف غیاثوند	۱۹۳	اردبیل	۱۳۱۷۹۴۹	سیدکرامت موسوی
۱۴۴	همدان	۳۳۲۷۶۰۲	اصغر غیاثوند	۱۹۴	اهواز	۳۸۸۰۸۸۲	فرهاد حیدری
۱۴۵	همدان	۹۹۳۱۸۲	علی بلالی	۱۹۵	کیش	۴۱۶۴۳۱۲	اسفندیار اسمعیلی
۱۴۶	همدان	۲۸۳۷۰۷۰	حمید شریفی پرنیان	۱۹۶	قشم	۲۲۲۳۸۵۰	قیس پورمولوی
۱۴۷	همدان	۲۱۹۱۸۵۶	سمیه انجلاسی	۱۹۷	قشم	۲۴۰۳۲۲۳	یعقوب سلامی سوزانی
۱۴۸	کرمانشاه	۳۴۲۰۲۱۸	شیوا گل محمدی	۱۹۸	قشم	۴۵۵۲۴۴۹	سیدمحمد حسینی
۱۴۹	ایلام	۳۹۸۲۳۲۶	سعیده سارانی	۱۹۹	اروند	۴۱۶۱۴۵۶	آسیه موسوی
۱۵۰	خرم آباد	۲۰۴۹۹۱۲	پیمان خسروانی	۲۰۰	اروند	۴۵۸۹۳۶۵	زیا قیم

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه / بانه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمابر	نام مسئول شعبه / بانه ها
۱	آفریقا	۸۰۱	تهران، بزرگراه آفریقا، نرسیده به چهارراه جهان کودک، پلاک ۳۱	۸۸۷۴۴۵۷-۶۱	۸۸۷۳۷۷۳	نیما گیلانی
۲	مرکزی	۸۰۲	تهران، خیابان انقلاب، بین چهارراه کالج و چهارراه ولیعصر، پلاک ۸۰۳	۶۶۹۵۸۹۳۳-۶۶۹۵۹۰۵۰	۶۶۹۷۱۰۶۱	شاهرخ نیری
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، رویروی باغ فردوس، پلاک ۲۹۴۴	۲۲۷۴۰۷۷۵	۲۲۷۴۰۷۱۵	تیمور طاهری
۵	پاسداران	۸۰۵	تهران، خیابان پاسداران، مقابل بوستان ششم، جنب برج سفید، پلاک ۲۵۰	۲۲۵۹۵۶۵۸	۲۲۵۹۷۵۴۰	مهدی عبدلی ویشه
۶	بازار	۸۰۶	تهران، بازار بزرگ، خیابان ۱۵ خرداد غربی، بین چهارراه گلوبندک و خیابان ابوسعید، پلاک ۶۸۱	۵۵۵۷۵۷۳۸-۹	۵۵۵۷۶۴۹۵	امین یگلری
۷	صادقیه	۸۰۷	تهران، ضلع جنوب شرقی فلکه اول صادقیه، پلاک ۹۱۸	۴۴۲۵۵۵۱۸-۲۰	۴۴۲۵۵۵۱۷	شادمان غفوری
۸	اقدسیه	۸۰۸	تهران، خیابان اقدسیه (موحد دانش)، نبش کوچه نسیم، پلاک ۶۳	۲۲۸۳۳۰۵۶-۲۲۸۳۳۲۴۹	۲۲۸۳۳۲۴۵	حیدررسانی فر
۹	میرداماد	۸۰۹	تهران، خیابان میرداماد، نرسیده به میدان مادر، پلاک ۱۴۸	۲۲۹۲۴۵۵۱-۴	۲۲۹۲۴۴۶۳	امیر گیلانی فر
۱۰	دکتر فاطمی	۸۱۰	تهران، خیابان دکتر فاطمی، رویروی خیابان کاج، نبش کوچه ششم (شیخلر)، پلاک ۱۴۰	۸۸۹۸۲۱۸۱-۸۴	۸۸۹۸۲۱۹۴	نغمه خسروی
۱۱	سعادت آباد	۸۱۱	تهران، خیابان سعادت آباد، میدان کاج، پلاک ۱۳	۲۲۰۸۶۱۹۵-۲۰۰	۲۲۰۸۷۷۰۸	فاطمه دولت آبادی فراهانی
۱۲	جنت آباد	۸۱۲	تهران، خیابان جنت آباد جنوبی، پایین تر از میدان چهار باغ، نبش خیابان لاله غربی، ساختمان سمرقند، پلاک ۴۷	۴۴۴۹۵۲۰۱-۱۲	۴۴۴۹۵۲۸	حمزه قنیتان
۱۳	خیابان دولت	۸۱۳	تهران، خیابان دولت، نرسیده به چهارراه پاسداران، پلاک ۱۸	۲۲۷۶۴۲۸۲-۷	۲۲۷۸۱۰۶۹	مریم یمدی
۱۴	میدان ونگ	۸۱۴	تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از میدان ونگ، نبش خیابان برادران شرقی، پلاک ۲۴۷۷	۸۸۲۰۵۵۵۵-۹	۸۸۲۰۵۵۴۸	حمید نودست
۱۵	ایران زمین	۸۱۵	تهران، شهرک غرب، خیابان ایران زمین، مجتمع ایران زمین، پلاک ۱۳ و ۱۴	۸۸۵۷۶۶۰۵-۱۰	۸۸۵۷۱۲۱۵	فرشته قانع
۱۶	ارنکه ایرانیان	۸۱۶	تهران، بلوار فرحزادی، نبش اردوگان غربی، مجتمع ارنکه ایرانیان، پلاک ۱	۲۲۳۵۹۲۷۵-۷۸	۲۲۳۵۳۵۱۶	آزاده روشن
۱۷	یافت آباد	۸۱۷	تهران، بزرگراه آیت اله سعیدی، یافت آباد شرقی، بازار میل ایران، پلاک ۲۰۲ و ۲۰۵	۶۶۲۱۱۰۱۴-۱۷	۶۶۲۳۷۱۱۰	-
۱۸	شهری	۸۱۸	شهری، میدان شهری، خیابان ۲۴ متری زکریای رازی (بیات)، پلاک ۲۵۷	۵۵۹۷۰۷۳۲-۵۵۹۷۰۷۳۸	۵۵۹۷۰۷۳۰	افشین فرج زاده
۱۹	ظفر	۸۱۹	خیابان ظفر، بعد از خیابان کازرون شمالی، پلاک ۱۲۸	۲۶۶۴۵۹۱۶-۲۶۶۴۵۷۱۵	۲۶۷۰۵۳۲۷	بهنام پویانفر
۲۰	آفریقای شمالی	۸۲۰	تهران، خیابان نلسون ماندلا (آفریقا)، بالاتر از خیابان اسفندیار، نبش شمالی خیابان شهید سعیدی، پلاک ۱۵۸	۲۶۲۱۹۶۵۸-۲۶۲۱۹۹۰۸	۲۶۲۱۹۷۱۳	نسرین خوش صحبت
۲۱	جام جم	۸۲۱	تهران، خیابان ولیعصر، نرسیده به چهارراه پارک وی، نبش کوچه ترکش دوز، پلاک ۲	۲۶۲۱۰۹۱۲-۱۴	۲۶۲۱۰۹۱۷	فرهاد عطایی فر
۲۲	پیروزی	۸۲۲	تهران، خیابان پیروزی، نبش خیابان عادل	۳۳۳۳۳۱۴۰-۲	۳۳۳۳۳۱۴۳	فرخ فرجی
۲۳	ولنجک	۸۲۳	تهران، خیابان ولنجک، خیابان چهاردهم، پلاک ۷	۲۲۴۴۱۳۲۷-۳۱	۲۲۱۷۲۵۹۰	امیرعلی جدیدی
۲۴	خیابان آذربایجان	۸۲۴	تهران، خیابان آزادی، نبش خیابان آذربایجان، پلاک ۱۰۴۶	۶۶۰۶۷۸۸۲-۶۶۰۶۷۸۸۴-۶	۶۶۰۶۷۸۸۰	محمود لک
۲۵	شهرک اکباتان	۸۲۵	شهرک اکباتان، فاز یک، خیابان نفیسی، رویروی مخابرات، پلاک ۵۹	۴۷۰۰۵۰۴۱-۴۷۰۰۵۰۸۳	۴۴۶۹۵۴۳	نیما رسولی
۲۶	میدان آرژانتین	۸۲۶	تهران، میدان آرژانتین، اول خیابان بهمن، پلاک ۲۱	۸۸۵۱۶۶۴۰-۸۸۵۱۷۴۱۸	۸۸۵۱۷۳۸۱	علیرضا رشیدی
۲۷	خیابان ملت اکباتان	۸۲۷	تهران، خیابان سعدی جنوبی، خیابان اکباتان، پلاک ۹۳	۳۳۹۹۸۰۰۵-۷ و ۱۲	۳۳۹۹۸۰۰۹	حسام حاجی حیدری
۲۸	قیطریه	۸۲۸	تهران، بلوار ۳۵ متری قیطریه، رویروی پارک قیطریه، پلاک ۸۵	۲۲۲۳۴۴۳۷-۸	۲۲۲۳۴۴۵۸	احسان کیانی
۲۹	ملاصدرا	۸۲۹	تهران، خیابان ملاصدرا، بعد از خیابان شیراز، پلاک ۱۳۲	۸۸۶۳۵۵۱۷-۸۸۶۳۴۴۸	۸۸۶۳۶۷۳۱	فاطمه حیاتی
۳۰	خیابان سید جمال الدین اسد آبادی	۸۳۰	تهران، خیابان سید جمال الدین اسد آبادی، نبش شمالی خیابان ۴۹، پلاک ۴۳۳	۸۸۶۱۷۹۳۵-۸۸۶۱۰۲۹۶	۸۸۶۲۸۳۲۷	بهنام عسگری علویچه
۳۱	میدان قزوین	۸۳۱	تهران، خیابان کارگر جنوبی، ضلع شمال شرقی میدان قزوین، پلاک ۱۸	۵۵۴۸۱۱۲۲-۴-۸	۵۵۴۸۱۱۷۹	مسلم مرتضوی فر
۳۲	خیابان دکتر بهشتی	۸۳۲	تهران، خیابان شهید دکتر بهشتی، بعد از چهارراه سهوردی، پلاک ۱۳۸	۸۸۵۱۲۶۰۳-۸	۸۸۷۴۶۶۹۹	سید محمد میرحسینی نیری
۳۳	خیابان کارگر شمالی	۸۳۳	تهران، خیابان کارگر شمالی، بالاتر از خیابان دکتر فاطمی، پلاک ۱۶۱۵	۸۸۹۹۱۳۴۵-۸	۸۸۹۹۱۳۵۰	-
۳۴	فلکه سوم تهرانپارس	۸۳۴	تهران، خیابان آیت اله خوشوقت، بالاتر از فلکه سوم تهرانپارس، نبش خیابان ۲۱۴ شرقی، پلاک ۱۳۰	۷۷۳۷۰۱۸۶	۷۷۳۷۰۴۴۱	ارسلان بی آزار
۳۵	خیابان ولیعصر - پارک ساعی	۸۳۵	تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از خیابان شهید دکتر بهشتی، نبش کوچه گمرک ۳، پلاک ۲۱۳۳	۸۸۵۶۹۶۵۰-۸۸۷۰۹۴۸۱-۲	۸۸۵۶۹۶۶	رضا جلالی
۳۶	فلکه اول تهرانپارس	۸۳۶	تهران، فلکه اول تهرانپارس، ابتدای خیابان آیت اله خوشوقت، نبش خیابان ۱۴۸ غربی، پلاک ۳۲	۷۷۷۲۳۲۵۰-۵۴	۷۷۷۲۳۲۵۵	سلیمان بیات
۳۷	بازار کفاشها	۸۳۷	تهران، بازار بزرگ تهران، سیزه میدان، بازار کفاشها، نبش بازار خاها، پلاک ۶۴	۵۵۱۵۱۸۰۲-۴-۵	۵۵۸۰۸۵۰۹	وحید میرزاحانی
۳۸	الهییه	۸۳۸	تهران، خیابان ولیعصر، خیابان شهید فیاضی، بعد از خیابان کوهیار، پلاک ۶۹	۲۶۲۰۰۹۶۲-۶۳	-	مژگان طرفه نژاد
۳۹	متبریه	۸۳۹	تهران، خیابان ولیعصر، میدان متبریه، خیابان میری، نبش نبش پست نظامی، پلاک ۵۳	۶۶۴۹۱۰۷۵-۸۷-۸۵	۶۶۴۹۱۰۷۳	رامتین سلیمانی
۴۰	شهرک راه آهن	۸۴۰	تهران، اتوبان همت غرب، شهرک گلستان، بلوار امیرکبیر، نرسیده به چهارراه کلهها، پلاک ۵۳	۴۴۷۳۸۹۵۹-۴۴۷۳۸۹۶۹	۴۴۷۳۷۸۸۸	محسن باقری نیا
۴۱	میدان نبوت	۸۴۱	تهران، بزرگراه رسالت، خیابان آیت، ضلع جنوب غربی میدان نبوت، پلاک ۵۶۰	۷۷۹۴۰۴۲۸-۹	۷۷۹۴۰۴۱۸	حمیدرضا خیری
۴۲	دلاوردان	۸۴۲	تهران، میدان رسالت، خیابان هنگام، بلوار دلاوردان، بین چهارراه آزادگان و تکاوران، پلاک ۳۷۵	۷۷۲۱۳۸۴۸-۷۷۲۱۸۹۳۹۱	۷۷۲۱۳۷۷۷	زهرا کسرانی پور
۴۳	بلوار فردوس	۸۴۵	تهران، بزرگراه شهید ستاری، بلوار فردوس شرقی، پلاک ۴۳۴	۴۴۰۰۰۳۸۵-۶	۴۴۰۰۰۶۸۳۶	راحله خیر خواه

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه / بانه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمابر	نام مسئول شعب / بانه ها
۴۴	فرودگاه امام خمینی	۸۴۶	تهران، کیلومتر ۱۳۰ اتوبان تهران - قم، فرودگاه بین المللی امام خمینی، سالن ورودی	۰۵۲۷۸۴۰۸-۹	۰۵۲۷۸۴۱۰	مصطفی کریمی
۴۵	میدان تجریش	۸۴۷	تهران، میدان تجریش، خیابان شهرداری، پلاک ۸۱	۰۲۱۰۵۸۷۰۶-۳۸۵۸۷۰۳	۰۲۱۰۵۸۳۱۶	رضا جلیل زاده
۴۶	نازی آباد	۸۴۸	تهران، نازی آباد، خیابان مدائن، پلاک ۱۱۶ و ۱۱۸	۰۵۳۳۱۰۰۴-۷	۰۵۳۳۰۶۰۵۱	محمد رضا البرزی
۴۷	سرو	۸۴۹	تهران، سعادت آباد، بلوار سرو غربی، نبش شمال شرقی میدان سرو، پلاک ۷۷	۰۲۱۰۹۴۳۵۶	-	حسن رنجبر قلیچی
۴۸	امین حضور	۸۵۳	تهران، میدان بهارستان، خیابان مصطفی خمینی، خیابان امیرکبیر شرقی، نبش کوچه جاویدی، پلاک ۱۴۰	۰۲۱۰۴۴۳۷۱۱-۳۳۴۴۳۷۰۴	۰۲۱۰۳۳۱۳۸۳۱۴	روح اله سیاوشی
۴۹	مولوی	۸۵۴	تهران، خیابان مولوی شرقی، نبش کوچه شهید علی اکبر قاسمی، پلاک ۵۱۸	۰۵۱۰۵۷۳۷۶-۵۵۱۵۶۱۰۹	۰۵۱۰۵۴۷۲۹	علی اکبر عینی
۵۰	خیابان لوازانی	۸۵۵	تهران، کاترانی، خیابان لوازانی غربی، نبش دوراهی آریا، پلاک ۳	۰۲۱۰۱۶۶۹۲۰۳-۵	۰۲۱۰۱۶۶۸۹	حمید زرهونه
۵۱	تهرانسر	۸۵۶	تهران، تهرانسر، بلوار اصلی، نبش خیابان ۱۴	۰۲۱۰۵۸۷۵۹۶-۴۴۵۸۷۵۹۶	۰۲۱۰۵۱۷۶۶۲	مجید صادقی دستک
۵۲	آصف	۸۵۸	تهران، زعفرانیه، بلوار بهزادی، نبش غربی خیابان ماکونی، پلاک ۱۹	۰۲۱۰۲۳۲۷۰-۳۸۰۲۳۳۰	۰۲۱۰۲۹۰۱	علیرضا رحیمی خو
۵۳	میدان حسین آباد	۸۵۹	تهران، چهارراه پاسداران، میدان حسن آباد، ساختمان مهدی، پلاک ۱۲۰	۰۲۱۰۲۲۹۶۰۰۳-۲۲۹۵۹۹۷۹	۰۲۱۰۲۲۹۵۹۹۰۹	محمود احسنی
۵۴	مقدس اردبیلی	۸۶۱	تهران، خیابان مقدس اردبیلی، نبش خیابان فرخ، پلاک ۱	۰۲۱۰۲۴۵۳۰-۳۸۰۲۴۵۰۹	۰۲۱۰۲۴۶۱	میرحسین آقاجانی
۵۵	خیابان ولیعصر - زرتشت	۸۶۲	تهران، بالاتر از میدان ولیعصر، ترسیده به خیابان زرتشت، نبش کوچه ناصر، پلاک ۱۷۷۷	۰۲۱۰۰۵۷۳۰-۸۸۸۰۶۱۷۸	۰۲۱۰۰۷۵۹۲	مونا رضایی
۵۶	خیابان دژاشیب - سه راه عمار	۸۶۳	تهران، میدان قدس، انتهای خیابان شهید کبیری (دژاشیب)، سه راه عمار، پلاک ۱۵۸	۰۲۱۰۲۷۵۳۹۱۴-۱۸	۰۲۱۰۲۷۵۳۹۱۳	-
۵۷	خیابان جمهوری	۸۶۵	تهران، خیابان جمهوری، بین خیابان ولی عصر و شیخ هادی، پلاک ۸۵۲	۰۲۱۰۶۶۹۷۶۳۹۴-۶۶۹۷۶۳۹۴	۰۲۱۰۶۶۹۷۶۳۸	عباس دانش بقا
۵۸	یهی - قائم مقام	۸۶۶	خیابان شهید بهشتی، بعد از بزرگراه مدرس، پلاک ۲۷۵	۰۲۱۰۸۸۵۳۶۲۸۹-۸۶۱۲۲۱۶۰	-	رضا محمدقاسمی
۵۹	برج سامان	۸۶۷	خیابان شریعتی، بالاتر از پل سیدخندان، ترسیده به بزرگراه همت نبش کوچه اتوبانک، پلاک ۱۰۰۵، برج سامان، طبقه اول	۰۲۱۰۲۲۳۳۰۰۰۰-۳۸۸۵۳۶۳۸۰	۰۲۱۰۲۲۳۳۰۰۰۰ داخلی ۳۸۸۱	فاطمه حاجی بابایی
۶۰	قلهک	۸۶۸	خیابان دکتر شریعتی، بالاتر از دوراهی قلهک، پلاک ۱۴۲۵	۰۲۱۰۱۵۳۷۰-۲۲۶۰۳۶۱۳	۰۲۱۰۰۹۷۰۳	هومن رسولی
۶۱	ستارخان	۸۶۹	تهران، محله توحید، خیابان کوثر سوم، خیابان ستارخان، پلاک ۸۰	۰۲۱۰۶۶۹۳۵۳۹۶-۶۶۹۳۵۳۹۶	۰۲۱۰۶۶۵۷۶۷۵	بهوش قاسمی
۶۲	پونک	۸۷۰	تهران، بزرگراه اشرفی اصفهانی، بالاتر از میدان پونک، نبش کوچه ۱۹، پلاک ۱	۰۲۱۰۴۴۶۲۵۱۰	۰۲۱۰۴۴۶۲۸۱۵	مهدی طلایی
۶۳	مژده	۸۷۱	تهران، خیابان نیاوران، خیابان شهید مقدسی (مژده)، خیابان میری، پلاک ۴	۰۲۱۰۲۲۷۱۶۳۵۱-۲۲۷۱۶۳۵۱	۰۲۱۰۲۲۷۱۶۲۹۳	احمد عهدی
۶۴	لاله زار	۸۷۲	تهران، خیابان لاله زار نو، ترسیده به خیابان منوچهری، پلاک ۴۶۱	۰۲۱۰۳۸۷۰۴۵۸-۳۸۷۰۳۸۱۷	۰۲۱۰۲۲۵۳۰۱۴۶	داریوش خداداد
۶۵	میدان هفت تیر	۸۷۳	میدان هفت تیر، بالاتر از مسجد الجواد، پلاک ۲۷۵	۰۲۱۰۸۸۸۱۵۸۹۰-۸۸۸۱۵۳۶۰	۰۲۱۰۸۸۸۴۶۱۹۰	امیر ضیاء
۶۶	نیاوران	۸۷۴	تهران، نیاوران، خیابان شهید باهنر، روبروی پارک باهنر، پلاک ۱۴۸	۰۲۱۰۲۶۱۱۷۱۹۲-۹۳	۰۲۱۰۲۶۱۱۷۱۹۵	واله سعیدی
۶۷	بلوار ۲۴ متری سعادت آباد	۸۷۵	تهران، سعادت آباد، میدان فرهنگ، بلوار ۲۴ متری، نبش کوچه چهارم غربی، پلاک ۱۸	۰۲۱۰۲۲۳۷۸۵۶-۷	۰۲۱۰۲۲۳۷۸۰۵	بتاتیس بابایی
۶۸	خیابان آقابزرگی - الهیه	۸۷۶	تهران، الهیه، انتهای خیابان شهید آقابزرگی، نبش خیابان حسن اکبری، پلاک ۸۸	۰۲۱۰۲۲۶۹۴۵۱۰۲	۰۲۱۰۲۲۶۹۴۵۳	مهدی سلطانی
۶۹	بزرگراه فتح	۸۷۷	تهران، بزرگراه فتح، جاده قدیم کرج، بعد از پستویزه، مجتمع تجاری تهران، پلاک ۲۳۸	۰۲۱۰۶۶۸۱۵۹۶۹-۶۶۸۱۵۹۶۸	۰۲۱۰۶۶۸۱۶۰۰۸	عباس آهنکری کیوی
۷۰	شهر قدس	۸۷۸	شهر قدس، بلوار ۴۵ متری انقلاب، روبروی پارک آزادگان، پلاک ۳۸	۰۲۱۰۴۶۸۳۲۲۳۰-۴۶۸۳۲۲۳۸	۰۲۱۰۴۶۸۳۲۲۴۱	جبار رضایی دره نیجه
۷۱	دروس	۸۷۹	تهران، خیابان شریعتی، منطقه دروس، بلوار شهزاد، خیابان شیدایی، کوچه اسپند، پلاک ۴	۰۲۱۰۲۶۶۴۰۳۲۰-۲۶۶۴۰۳۲۴	۰۲۱۰۲۶۶۴۰۳۰۸	-
۷۲	بلوار مرزداران	۸۸۱	تهران، شهرک ژاندارمری، بلوار مرزداران، بین ایثار و دانش، پلاک ۱۳۶	۰۲۱۰۴۴۲۱۲۶۲۹-۴۴۲۱۱۰۰	۰۲۱۰۴۴۲۱۱۸۴۱	منصوره رضاییان مقدم
۷۳	بلوار کشاورز	۸۸۲	تهران، بلوار کشاورز، بین خیابان وصال شیرازی و نادری، پلاک ۱۷۸	۰۲۱۰۸۸۹۸۳۱۵۴-۶	۰۲۱۰۸۸۹۸۳۱۵۷	روح اله صفری
۷۴	بلوار دریا	۸۸۳	تهران، خیابان سعادت آباد، بلوار دریا، نبش خیابان رامشه، پلاک ۵۰	۰۲۱۰۸۸۵۷۸۱۷۱-۸۸۰۷۱۲۰۲	۰۲۱۰۸۸۳۶۶۶۹	-
۷۵	گیشا	۸۸۴	تهران، کوی نصر (گیشا)، نبش خیابان نوزدهم، پلاک ۲۶۲	۰۲۱۰۸۸۴۵۵۷۸۴-۵	۰۲۱۰۸۸۴۵۵۷۸۷	محمدرضا پیشگاه هادیان
۷۶	جهانپور کرج	۹۰۱	کرج، میدان سپاه، اول بلوار جمهوری، نبش نیلوفر، پلاک ۱	۰۲۱۰۰۲۶-۳۴۶۶۱۱۵۰-۱۷۲۰	۰۲۱۰۳۴۶۸۱۴۴۵۰۰۲۶	مهدی تک دهقان
۷۷	میدان توحید کرج	۹۰۲	کرج، خیابان شاه عباسی، بین میدان توحید و میدان قدس، برج سامان، طبقه همکف	۰۲۱۰۰۲۶-۳۲۲۰۶۴۷۱-۴	۰۲۱۰۳۲۲۰۵۴۸۲۲	مرتضی باغستانی
۷۸	شهریار	۹۰۴	شهریار، خیابان ولیعصر، ضلع شرقی میدان امام خمینی (نبش خیابان محسنی)	۰۲۱۰۲۶-۳۳۰۲۱۰۲۳-۲۶	۰۲۱۰۲۶۳۸۹۶۲	جواد علی بخشی
۷۹	مهرشهر کرج	۹۰۵	کرج، مهرشهر، بلوار شهرداری، فاز دو، نبش خیابان ۲۰۸، پلاک ۵۴۳	۰۲۱۰۳۳۴۱۷۹۰۷-۰۲۶	۰۲۱۰۳۳۴۱۷۹۰۸	غلامعلی کریمی ایبازنی
۸۰	قم	۹۰۰۱	قم، بلوار امین، نبش کوچه ۴۱	۰۲۵۰۳۳۹۴۰۶۰۲-۰۲۵۰۳۳۹۳۱۱۳	۰۲۵۰۳۳۹۱۶۶۱۶	اکبر مردانی
۸۱	فلکه جهاد - قم	۹۰۰۲	قم، فلکه جهاد، خیابان ۱۹ دی، پلاک ۵۵۵ و ۵۵۷	۰۲۵۰۳۳۷۰۰۸۸۴۰-۲	۰۲۵۰۳۳۷۰۰۵۹۴۹	حامد سرخوش
۸۲	شیراز	۹۱۰۱	شیراز، خیابان زند، حدفاصل خیابان های فلسطين و هفت تیر (۲۰ متری سینما سیدی)، ساختمان پاسارگاد، پلاک ۳۹۶	۰۷۱۰۵-۳۳۳۱۹۵۳۲-۵-۶-۷	۰۷۱۰۳۳۳۱۹۵۱۳	روح الله پورمالک

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه/پایه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمایر	نام مسئول شعب/پایه‌ها
۸۳	قصردشت	۹۱۰۳	شیراز، خیابان قصردشت، سه‌راه خلد برین، پلاک ۷۵	۰۷۱-۳۶۲۷۹۱۸۰ ۰۷۱-۳۶۲۷۹۲۲۶	۰۷۱-۳۶۲۷۹۲۱۶	عبدالکریم ستوده
۸۴	معالی آباد شیراز	۹۱۰۴	شیراز، معالی آباد، بلوار شریعتی، نبش کوچه ۳۷	۰۷۱-۳۶۳۴۱۳۹۷	۰۷۱-۳۶۳۴۱۴۰۶	مهدی ملاشعید
۸۵	پاسداران شیراز	۹۱۰۵	شیراز، بلوار پاسداران، حد فاصل خیابان میث و تقاطع شهید مطهری، ساختمان سامان	۰۷۱-۳۸۳۳۸۱۱-۳	۰۷۱-۳۸۳۳۷۸۰۰	اصغر یاری
۸۶	بندرعباس	۹۱۲۱	بندرعباس، بلوار امام خمینی، سه‌راه دلتا، برج بلوئر، طبقه همکف	۰۷۶-۳۲۲۳۵۳۰۲-۳	۰۷۶-۳۲۲۳۵۳۰۳۰	-
۸۷	زاهدان	۹۱۳۱	زاهدان-خیابان امیرالمومنین مابین امیرالمومنین ۲۷ و ۲۹	۰۵۴-۳۳۳۸۲۷۹	-	حمیده شه بخش
۸۸	یوشهر	۹۱۴۱	یوشهر، میدان امام خمینی، ابتدای خیابان فرودگاه، پلاک ۳۷	۰۷۷-۳۳۵۶۲۳۱۹-۲۴	۰۷۷-۳۳۵۶۲۳۲۵	مجید گزی
۸۹	قزوین	۹۲۰۱	قزوین، خیابان خیام شمالی، پلاک ۵۶۰	۰۲۸-۳۳۳۵۷۳۰۵-۶	۰۲۸-۳۳۳۵۸۰۹۵	محمد جهانگیری پاشاکی
۹۰	همدان	۹۲۲۱	همدان، خیابان جهان‌نما، روپرویی خیابان آزاد همدانی، نبش کوچه سوداگر، پلاک ۱۵۳	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۹۰-۲	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۸۹	امیر فولادی
۹۱	کرمانشاه	۹۲۴۱	کرمانشاه، میدان فردوسی، جنب بیمارستان معتضدی، پلاک ۱۲	۰۸۳-۳۷۷۵۹۵۹۱-۶۱	۰۸۳-۳۷۷۵۹۵۹۷۱	مهرداد مرادی
۹۲	ایلام	۹۲۶۱	ایلام، خیابان طالقانی، روپرویی فرمانداری، پلاک ۳۵۱	۰۸۴-۳۳۳۳۱۷۳	۰۸۴-۳۳۳۳۱۵۲	سجاد کلهر کاظمی
۹۳	سنندج	۹۲۷۱	سنندج، چهارراه فلسطین، بلوار سید قطب، پلاک ۳	۰۸۷-۳۳۲۴۵۴۳۲-۳	۰۸۷-۳۳۲۴۵۴۲۶	حسین عبدیان
۹۴	خرم آباد	۹۲۸۱	خرم آباد، خیابان علوی، نرسیده به میدان امام، پلاک ۴۲۲	۰۶۶-۳۳۳۳۵۵۹۰-۲	۰۶۶-۳۳۳۳۵۵۹۱	یژن ابراهیمیان
۹۵	مشهد	۹۳۰۱	مشهد، بلوار احمد آباد، ۳۰ متری اول احمد آباد (خیابان رضا)، نبش کوچه رضای دوم	۰۵۱-۳۸۴۴۳۲۰۳	۰۵۱-۳۸۴۴۳۹۱۴	محمد ممقانی
۹۶	مدرس مشهد	۹۳۰۲	مشهد، بلوار مدرس، نبش مدرس ۵، پلاک ۳۷	۰۵۱-۳۳۲۸۳۸۰۰-۵	۰۵۱-۳۳۲۴۱۰۴۶	سارا زارعی
۹۷	سجاد مشهد	۹۳۰۳	مشهد، بلوار سجاد، نبش سجاد ۸ (خیابان لاله جنوبی)	۰۵۱-۳۷۶۴۸۲۰۸-۹	۰۵۱-۳۷۶۷۴۰۴۶	الله سازگار
۹۸	قرنی (مشهد)	۹۳۰۴	مشهد، بلوار قرنی، مابین چهارراه ابوطالب و قرنی، پلاک ۲۸	۰۵۱-۳۷۱۲۵۸۰۲-۸	۰۵۱-۳۷۱۲۵۸۰۹	مجید امیری دولتی
۹۹	بلوارهاشمیه (مشهد)	۹۳۰۵	بلوار شهید صارمی، حدفاصل بلوار کوثر و هاشمیه، بین شهید صارمی ۲۴ و ۲۶، پلاک ۱۵۸	۰۵۱-۳۸۸۴۳۳۶۷ ۰۵۱-۳۸۸۴۵۸۱۱	-	امیر رضا زره‌داران
۱۰۰	نیشابور	۹۳۱۶	نیشابور، خیابان امام خمینی(ره)، بین امام خمینی ۲۲ و ۲۴، پلاک ۱۳۸۸	۰۵۱-۳۳۴۹۴۱۳۰۱۵	۰۵۱-۳۳۴۹۴۱۶	-
۱۰۱	بجنورد	۹۳۲۱	بجنورد، تقاطع بلوار امام خمینی(ره) و میرزا رضا کرمانی	۰۵۸-۳۳۲۴۴۳۲۰	۰۵۸-۳۳۲۴۷۳۴۸	یاسر محمودخانی
۱۰۲	گلکسر رشت	۹۴۰۱	رشت، ابتدای بلوار گلکسر، ضلع شرقی میدان باستانی شاعر	۰۱۳-۳۳۱۱۴۷۱۰۱۲	۰۱۳-۳۳۱۱۴۷۱۳	مسعود تقی زاده
۱۰۳	ساری	۹۴۰۲	ساری، خیابان فرهنگ، بعد از سه‌راه قارن، به طرف میدان شهدا	۰۱۱-۳۳۳۵۹۷۲۰۵	۰۱۱-۳۳۳۵۹۷۱۱	ابوذر اساسه
۱۰۴	بابل	۹۴۲۱	بابل، میدان ولایت، ابتدای خیابان مدرس، روپرویی شهرداری	۰۱۱-۳۲۱۹۷۱۴۰-۴۱	۰۱۱-۳۲۱۹۷۱۴۸	سید عبدالحمید طاهری
۱۰۵	آمل	۹۴۳۱	آمل، خیابان امام خمینی(ره)، حد فاصل آفتاب ۱۸ و ۲۰	۰۱۱-۴۴۲۹۶۴۲۱-۲۷	۰۱۱-۴۴۲۹۶۴۳۵	سید هاشم روح الهی
۱۰۶	گرگان	۹۴۴۱	گرگان، خیابان ولیعصر (عج)، بین عدالت ۸ و ۱۰	۰۱۷-۳۳۳۶۹۰۰۳-۵	۰۱۷-۳۳۳۶۹۰۱۶	سمیه نظریان
۱۰۷	سمنان	۹۴۵۱	سمنان، میدان مشاییر، ابتدای بلوار قدس جنب بانک صادرات	۰۲۳-۳۳۳۶۳۱۸-۱۹-۲۲	-	حمید صوفی آبادی
۱۰۸	کرمان	۹۵۰۱	کرمان، خیابان سپهبد قرنی، نرسیده به میدان سپهبد قرنی، نبش کوچه قرنی ۸	۰۳۴-۳۳۳۳۳۸۶-۷	۰۳۴-۳۳۳۳۷۹۶۰	حسین شیعی سیمکی
۱۰۹	میدان کوثر (کرمان)	۹۵۰۲	کرمان، میدان کوثر، ابتدای بلوار آزادگان	۰۳۴-۳۴۴۷۶۶۱	۰۳۴-۳۴۴۷۶۶۴۲	ملیحه تبریزیان
۱۱۰	رفسنجان	۹۵۱۱	رفسنجان، ابتدای خیابان مطهری، بعد از پل فجر، ساختمان محمد عسگری	۰۳۴-۳۴۳۲۱۰۳-۵	۰۳۴-۳۴۳۲۱۰۲	-
۱۱۱	زاینده رود	۹۵۲۱	اصفهان، خیابان توحید میانی، نبش کوچه شهید تقی آبادی، پلاک ۵	۰۳۱-۳۶۲۸۲۵۷۴	۰۳۱-۳۶۲۸۶۴۰۹	احسان جمشیدیان
۱۱۲	چهارباغ بالا	۹۵۲۲	اصفهان، میدان آزادی، خیابان چهارباغ بالا، نبش کوچه بهار آزادی، پلاک ۱۶۹	۰۳۱-۳۱۳۳۷۴۴۲-۳	۰۳۱-۳۶۲۸۶۰۷۹	مجید سیف الدینی
۱۱۳	هشت بهشت اصفهان	۹۵۲۳	اصفهان، خیابان زرگهر، خیابان هشت بهشت شرقی، پلاک ۵۴۶	۰۲۱-۳۳۳۸۷۸۰۰-۸۱ ۰۲۱-۳۳۳۸۸۱	-	سمیرا سبزه زار
۱۱۴	خانه اصفهان	۹۵۲۴	اصفهان، شهرک خانه اصفهان، خیابان گلستانه، پلاک ۶۰	۰۲۱-۳۴۳۷۲۲۷۱	۰۲۱-۳۴۴۱۳۸۸	علیرضا مستاجران
۱۱۵	سیتی سنتر اصفهان	۹۵۲۵	اصفهان، بزرگراه شهید وحید دستجردی، مقابل ورودی جنوبی شهرن، مجتمع سیتی سنتر اصفهان، طبقه همکف	۰۳۱-۳۶۵۱۶۸۴۱-۲	۰۳۱-۳۶۵۱۶۸۴۳	روزبه سلیمی
۱۱۶	یزد	۹۵۴۱	یزد، خیابان امام خمینی(ره)، نبش کوچه شهید صدوقی، پلاک ۲۷۴	۰۳۵-۳۶۲۲۱۶۹۱-۲	۰۳۵-۳۶۲۲۹۵۲۵	محمدحسین مداح‌زاده
۱۱۷	بلوار جمهوری اسلامی یزد	۹۵۴۲	یزد، بلوار جمهوری اسلامی نبش کوچه محمود آباد، رو به روی برج آسمان	۰۳۵۳۳۰۲۱۴۰-۴۹	-	محمدرضا زارع
۱۱۸	اراک	۹۵۶۱	اراک، خیابان شهید رجایی، پلاک ۸۸۲۷	۰۸۶-۳۳۲۱۴۴۰۴-۵	۰۸۶-۳۳۲۲۵۹۵۷	محمد فرح بخش
۱۱۹	تبریز	۹۶۰۱	تبریز، خیابان امام، بالاتر از چهارراه شهید بهشتی، نبش کوی فرهنگ، پلاک ۵۲۱	۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۰۰-۲۰	۰۴۱-۳۳۳۷۵۱۶۰	ابراهیم پایداره
۱۲۰	ولیعصر تبریز	۹۶۰۲	تبریز، خیابان ولیعصر(عج)، حدفاصل فلکه بازار و ایرادک، پلاک ۱۶	۰۴۱-۳۳۳۲۲۴۰۹	۰۴۱-۳۳۳۰۱۱۵۵	محمدعلی رضائی اقدم
۱۲۱	۱۷ شهریور تبریز	۹۶۰۳	تبریز، خیابان ۱۷ شهریور جدید، بلوار شهید قاضی طباطبائی، پلاک ۸۳	۰۴۱۳۵۵۶۰۹۴۱ ۰۴۱۳۵۵۷۳۱۷۲	۰۴۱-۳۵۵۷۳۱۷۳	اروج میرزائی
۱۲۲	استاد شهریار تبریز	۹۶۰۴	تبریز، ابتدای جاده اتل گلی، نبش کوی الهی‌پرست، پلاک ۳	۰۴۱-۳۳۲۹۳۳۶۲	۰۴۱-۳۳۲۹۳۳۶۰	علیرضا محمودی
۱۲۳	بازار تبریز	۹۶۰۵	تبریز، خیابان جمهوری اسلامی، ابتدای خیابان دارانی (شهید مدنی)، پلاک ۱۴۲۷	۰۴۱-۳۵۲۴۴۰۴۹	۰۴۱-۳۵۲۴۴۶۲۳	احمد رنجبری
۱۲۴	ارومیه	۹۶۲۱	ارومیه، خیابان کاشانی، روپرویی مرکز بهداشت، پلاک ۱۵۶	۰۴۴-۳۳۲۴۴۳۱۱	۰۴۴-۳۳۲۴۴۰۳۹۲	شهاب امامی
۱۲۵	خیابان سرداران ارومیه	۹۶۲۲	ارومیه، خیابان سرداران، جنب کوچه شهید صفوی (کوچه تلفنخانه سابق)، پلاک ۱۶۹	۰۴۴-۳۳۲۵۰۵۳۳-۲۴	۰۴۴-۳۳۲۷۸۴۶	مسعود نامی فر
۱۲۶	اردبیل	۹۶۴۱	اردبیل، خیابان شیخ صفی، پلاک ۱۶۰	۰۴۵-۳۳۲۵۲۶۰۱-۵	۰۴۵-۳۳۲۵۲۰۰۱	ناصر هوشیاری
۱۲۷	زنجان	۹۶۸۱	زنجان، میدان آزادی، ابتدای خیابان امام، ساختمان ممتاز	۰۲۴-۳۳۳۲۰۶۵۴-۵	۰۲۴-۳۳۳۲۷۷۳۳	حمید رضا ففوری
۱۲۸	اهواز	۹۷۰۱	اهواز، خیابان شهید چمران (کیانپارس)، حد فاصل خیابانهای ۳ و ۴ شرقی، پلاک ۳۰۵	۰۶۱-۳۳۹۲۰۵۴۴،۶	۰۶۱-۳۳۹۲۰۷۴۵	حسنت سپندار
۱۲۹	کیش	۹۸۰۱	کیش، خیابان فردوسی، مرکز تجاری کیش، طبقه همکف	۰۷۶-۴۴۴۵۴۹۰۰-۹۵	۰۷۶-۴۴۴۵۴۲۵۹	محمد سلگی
۱۳۰	قشم	۹۸۲۱	قشم، بلوار ولیعصر (امام قلی خان)، روپرویی مجتمع تجاری خلیج فارس، ساختمان گل‌دیس	۰۷۶-۳۵۲۴۶۶۴۰-۴۱	۰۷۶-۳۵۲۴۶۶۴۰۳۵۰	عباس اطهری
۱۳۱	اروند	۹۸۵۱	آبادان، بلوار شهید منتظری (شاپور سابق)، نبش خیابان امیر کبیر (امیری)	۰۶۱-۵۳۲۲۶۷۴۰-۵	۰۶۱-۵۳۲۲۶۷۳۱	حمید گنجیزیان

شعب بانک سامان پاسخگوی همیشگی شما

ساعت کاری شعب		
شعبهٔ فرودگاه امام خمینی (ره) و واحد CIP		۲۴ ساعته
شعب	شنبه تا چهارشنبه	پنج شنبه
شعبه کیش	۰۸:۰۰ تا ۱۴:۳۰	۰۸:۰۰ تا ۱۲:۳۰
اروند	۰۷:۰۰ تا ۱۳:۰۰	۰۷:۰۰ تا ۱۲:۱۵
شعبه اهواز	۰۷:۰۰ تا ۱۳:۰۰	۰۷:۰۰ تا ۱۲:۱۵
شعبه قشم	۰۸:۰۰ تا ۱۳:۳۰	۰۸:۰۰ تا ۱۲:۰۰
سایر شعب	۰۷:۰۰ تا ۱۳:۰۰	۰۷:۰۰ تا ۱۲:۱۵

سرپرستی‌ها

ردیف	عنوان سرپرستی	نام سرپرست	نشانی	شماره تلفن
۱	سرپرستی ناحیه ۱	اله میرزایی	تهران، میدان تجریش، خیابان شهرداری، پلاک ۸۱، طبقه سوم	۲۶۸۵۹۲۰۶-۲۶۸۵۹۱۱۵-۲۶۸۵۹۱۱۸
۲	سرپرستی ناحیه ۲	متین اقبال زاده		
۳	سرپرستی ناحیه ۳	بابک برومند	بزرگراه رسالت، خیابان آیت، ضلع جنوب غربی میدان نبوت، پلاک ۵۶۰، طبقه فوقانی شعبه میدان نبوت - کد پستی: ۱۶۴۸۸۷۳۱۱	۷۷۹۱۵۰۹-۷۷۹۱۰۱۱۹-۷۷۹۱۲۵۴
۴	سرپرستی ناحیه ۴	بهاره علیاری		۷۷۹۱۷۳۱
۵	سرپرستی ناحیه ۵	حسین یوسفی پور		۷۷۹۱۰۱۱۲
۶	سرپرستی ناحیه ۶	مهدی عامری	خیابان سید جمال الدین اسدآبادی، نیش کوچه چهل و نهم، پلاک ۴۳۳، نیم طبقه شعبه سیدجمال الدین اسدآبادی - کد پستی: ۱۴۳۴۹۳۵۷۳	۸۸۶۱۶۴۸۵-۸۸۶۲۹۰۶۷-۸۸۰۴۲۳۱۴
۷	سرپرستی ناحیه ۷	مریم طرفی نژاد		۸۸۰۳۳۱۴۳-۸۸۰۶۲۸۸۳
۸	سرپرستی ناحیه ۸	مجتبی قنبرزاده	بزرگراه همت غرب، شهرک گلستان، بلوار امیر کبیر، نرسیده به چهارراه گلها، پلاک ۵۳، طبقه فوقانی شعبه شهرک راه آهن - کد پستی: ۱۴۹۴۷۱۴۴۴۱	۴۴۷۳۹۱۱۱-۴۴۷۶۸۷۸۹
۹	سرپرستی ناحیه ۹	مهدی احمدی		۴۴۷۳۷۹۸۰-۴۴۷۶۸۷۴۷
۱۰	سرپرستی ناحیه ۱۰	علی حمیدیا	برج سامان، طبقه ۱۵، مدیریت جذب و فروش	
۱۱	سرپرستی شعب استان‌های شمال	محمود ملکی	ساری خیابان فرهنگ بعد از سه راه قارن به طرف میدان شهدا	۰۱۱-۳۳۲۵۹۷۸۱-۳۳۲۵۹۷۸۶-۳۳۲۵۹۷۸۴
۱۲	سرپرستی شعب استان‌های شمال غرب	غلامرضا نیکمهد	تبریز خیابان امام بالاتر از چهارراه شهید بهشتی نیش کوی فرهنگ پلاک ۵۲۱	۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۴۰-۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۳۸
۱۳	سرپرستی شعب استان‌های شرق و شمال شرق	مهدی تونزنده جانی	مشهد، بلوار سجاد، نیش سجاد ۸، ط اول	۱۱۲-۱۱۴-داخلی ۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۴۴۰۵
۱۴	سرپرستی شعب استانهای مرکز	مجاهدی	اصفهان خیابان توحید میانی نیش کوچه شهید تقی آبادی پلاک ۵	۰۳۱۳-۶۲۸۲۱۱۲-۰۳۱۳-۶۲۸۲۱۱۰
۱۵	سرپرستی ناحیه ۱۵	مهدی باقی	برج سامان، طبقه ۱۵، مدیریت جذب و فروش	
۱۶	سرپرستی شعب استان‌های جنوب و جنوب غرب	مهرداد نظری	شیراز-بلوار پاسداران (زرهی)، حدفاصل خیابان بعثت و تقاطع مطهری، ساختمان سامان، طبقه اول کد پستی: ۷۱۸۵۷۷۳۳۹۵	۰۷۱-۳۸۴۴۶۶۷۲-۰۷۱-۳۸۴۴۶۶۷۰-۷۲
۱۷	سرپرستی شعب استان‌های جنوب شرق	احمد شریعتمداری	کرمان، خیابان سپهبد قرنی، نرسیده به میدان سپهبد قرنی، نیش کوچه قرنی ۸	۰۳۴۴-۲۲۳۸۷۹۴

دفاتر بانکداری اختصاصی

نام دفتر	نام مسئول دفتر	کد دفتر	نشانی	شماره تماس
سرپرستی دفاتر بانکداری اختصاصی	محمد حسین افضلی	-	تهران-خیابان شریعتی-بالاتر از سیدخندان-نیش کوچه اتوبانک- پلاک ۱۰۰۵-برج سامان- طبقه ۱۵	۰۲۱-۲۲۳۳۰۰۰۰ داخلی (۳۹۱۱)
دفتر بانکداری اختصاصی زعفرانیه	احسان مهدی پور	۸۶۴	تهران-زعفرانیه-خیابان یکتا- ابتدای خیابان طاهری- پلاک ۳	۰۲۱-۲۲۷۱۶۵۳۸
دفتر بانکداری اختصاصی تبریز	نادر جهانگیرزاده سوره	۸۶۴۱	تبریز-خیابان ولیعصر- فلکه ایرداک- اول خیابان سعدی- برج بین - طبقه ۸	۰۴۱-۳۳۳۱۶۲۲۰
دفتر بانکداری اختصاصی مشهد	حمید طوسی	۸۶۴۲	مشهد- بلوار سجاد- نیش سجاد هشتم- ساختمان بانک سامان- طبقه هفتم	۰۵۱-۳۷۶۸۱۷۱۶
دفتر بانکداری اختصاصی قم	امیر محمد هاشمی	۸۶۴۳	قم- بلوار امین-نیش کوچه ۴۱ ساختمان بانک سامان- طبقه دوم	۰۲۵-۳۲۴۰۰۴۴۱
دفتر بانکداری اختصاصی اصفهان	صابر ملبوس باف	۸۶۴۴	اصفهان-خ توحید جنوبی- بعد از چهار راه پلیس - ساختمان ژبوار- طبقه پنج - واحد ۵۱	۰۳۱-۳۱۳۲۲۴۴۷

دفاتر بانکداری شرکتی بانک سامان

نام دفتر	نشانی	تلفن	نمایر	نام رئیس
دفتر بانکداری شرکتی شهر مشهد	مشهد، بلوار سجاد، بین چهارراه بزرگمهر و بهار، نیش خ لاله، ساختمان بانک سامان، طبقه دوم	۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۳۹ و ۴۱	۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۴۰	نقیسه سلماسی
دفتر بانکداری شرکتی واحد اصفهان	اصفهان، خیابان توحید میانی، نیش کوچه تقی آبادی، ساختمان بانک سامان، طبقه اول	۰۳۱-۳۶۲۷۴۰۷۰	۰۳۱-۳۶۲۸۶۰۲۸	زهرا ایلخانی
دفتر بانکداری شرکتی تهران	تهران، خیابان شریعتی، نیش کوچه اتو بانک، پلاک ۱۰۰۵، برج سامان	۰۲۱-۲۲۳۳۰۰۰۰ داخلی ۳۵۶۶	-----	آقای عرب اسدی

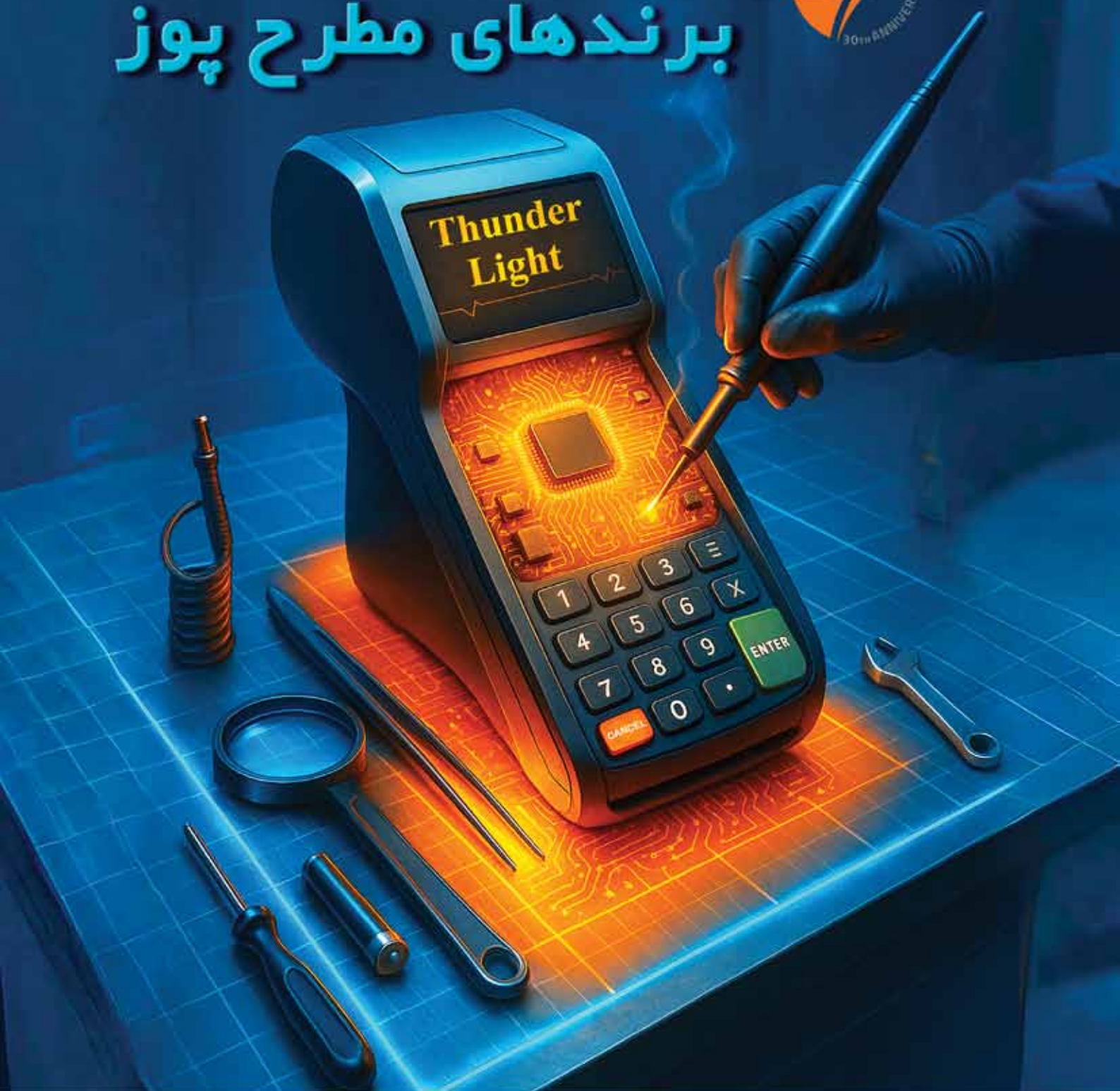
بیمه موبایل سامان

انواع پوشش‌های آبدیدگی، سرقت، شکستگی و ...



نصب اپلیکیشن

تعمیرات تخصصی برندهای مطرح پوز



شرکت تندر نور

+98(21) - 77444464

WWW.THUNDER-LIGHT.COM



آب هست
ولی کم است!



آب نیست!

