



گشایش نماد بانک سامان در بازار اول فرابورس

جایزه های گل یا پوچ

جایزه سایت اقامت ۲۴

۲ شب اقامت در هتل شایان کیش برای برنده و یک نفر همراه وی

یک کارت خرید ۵ میلیون تومنی دیجی کالا

کارت های خرید ۵۰۰ هزار تومنی دیجی کالا

کد هدیه ۱۰۰ هزار تومنی و ۵۰ هزار تومنی





گروه مالی سامان

پوداخت الکترونیک سامان کیش

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



بیمه سامان

تهران، خیابان سید جمال 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

شعبه مرکزی: تهران، خیابان خالد اسلامبولی (وزرا)، خیابان هفتم، پلاک ۱۱
تلفن: ۰۲۱-۸۸۷۰۵۸۰۳ و ۰۲۱-۸۸۷۰۹۲۱۰ نمابر: ۰۲۱-۸۸۷۰۹۲۱۰
www.samanexchange.com



اعتبارسنجی حافظ سامان ایرانیان

تهران، خیابان شریعتی، نرسیده به همت، نبش خیابان اتوبانک، برج سامان
تلفن: ۰۲۱-۲۲۳۱۰۰۰۰ نمابر: ۰۲۱-۴۱۷۲۶۰۰۱
www.icbs.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 ۱۹۶۸۶۳۴۷۷۹۵
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



پردازشگران 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





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 هرگونه 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

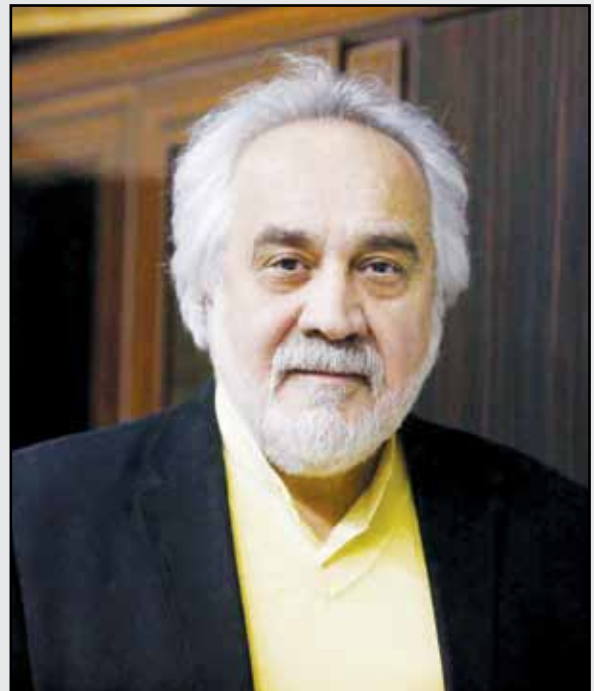
Email: samanbankmag@gmail.com

نشانی دفتر مجله سامان:

خیابان قائم مقام فراهانی، مقابل خیابان فجر، پلاک ۷۴

تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۴۸۷۹۰ فاکس: ۰۲۱-۸۸۸۳۷۴۸۳

۶	یادداشت سردبیر
۸	به دنبال رسیدن به چشم انداز بانک هستیم
۱۰	بهنادبنا؛ در زمره بهترین‌ها
۱۴	بررسی حدود امکان اعطای وکالت راهن به مرتهن و رویه موجود
۱۶	استقبال از پول نقد
۱۸	داستان اقتصاد ایران: بیان مسئله
۲۰	اشارات و زبان بدن در مذاکرات تجاری
۲۴	کوچینگ و مدیریت: تعاریف، تفاوت‌ها و نکات
۲۷	مشتریان، کسب و کار را پیش می‌برند
۳۱	سامان؛ قهرمان تطبیق و مبارزه با پول‌شویی کشور
۳۲	قهرمانی تیم سامان در مسابقات فوتبال برندهای برتر جهان
۳۶	آموزش زبان با سامان
۳۸	پرسش و پاسخ
۴۰	کافه تک
۴۲	چطور یک‌دنده‌ها را امتقاعد کنیم؟
۴۴	مدیریت پورتفوی محصولات
۴۷	کار عمیق
۴۸	گشایش نماد بانک سامان در بازار اول فرابورس
۴۹	آیین رونمایی از سند برند کارفرمایی
۵۰	رکوردشکنی سپ در میزان درآمد
۵۰	سامانتل، دانش بنیان شد
۵۱	تقدیر از بانک سامان توسط کمیته امداد برای پرداخت تسهیلات خوداشتغالی
۵۱	قهرمان کوچک سامانی
۵۱	پرداخت ۱۰۴۶۴۰۰ میلیون ریال تسهیلات ازدواج در مهرماه
۵۲	رشد ۷۳ درصدی پرداخت تسهیلات خانوار در بانک‌ها و مؤسسات اعتباری خصوصی
۵۴	همکاری بنیاد خبریه امین آراسته با بانک سامان
۵۵	پاییز رقص رنگ‌هاست
۵۶	سپاس رفتار حرفه‌ای
۵۷	اهمیت برندسازی در رشد تولید کیفیت محور
۵۸	آموزش با کیفیت در گرو نوآوری
۵۹	اصول حرفه گرایی در روابط عمومی
۶۰	رابطه بین تمرکز ذهن و موفقیت
۶۱	کارمندایی بر خورد نکنید
۶۲	شعب بانک سامان



ناصر بزرگمهر

nbozorgmehr@yahoo.com

کیفیت تصادفی نیست

به نام او که هر چه بخواهد همان می شود

اختیار داشتن یک متدولوژی اجرایی علمی، امکان ارزیابی سازمان های کشور براساس معیارهای علمی، ارزیابی عملکرد با رویکرد مدیریت کیفیت محصول، امکان خودارزیابی سیستماتیک توسط سازمان ها و شناخت نقاط قوت و زمینه های قابل بهبود با تمرکز و محوریت کیفیت محصول، مقایسه با سایر سازمان ها و تشویق سازمان ها برای انجام عملیات خود ارزیابی، امکان شناسایی دستاوردهای موفق سازمان ها در زمینه بهبود کیفیت و معرفی آنها به سایر سازمان ها به منظور الگوبرداری، ایجاد انگیزه رقابت در سازمان ها برای بهبود دائمی کیفیت، شناسایی و معرفی سازمان های برتر کشور و تایید و ارج نهادن تلاش سازمان ها در راستای بهبود کیفیت محصولات، افزایش توان رقابت پذیری سازمان های کشور در سطح ملی و بین المللی و همچنین افزایش سازگاری آنها با بازارهای منطقه ای و بین المللی، توجه ویژه به ویژگی ها و الزامات اقتصادی حال و آینده کشور و لزوم افزایش کیفیت محصولات و خدمات سازمان در جهت حضور در فضای ملی و بین المللی و صادرات از جمله دستاوردهایی است که از طرف سازمان استاندارد در جهت برگزاری روز ملی کیفیت اعلام شده است.

کیفیت به معنای دستیابی به استانداردهای از پیش تعیین شده است و زمانی این امر قابل دستیابی است که فرآیندها و فعالیت های سازمان به طور مستمر با نیازها و انتظارات مشتری های سازمان طراحی شود و به اجرا درآید. با توجه به این تعریف ابتدا استانداردهای تولید محصول یا ارائه خدمت مشخص شده و سپس فعالیت ها در جهت دستیابی به این استانداردها انجام می شود، استانداردها با توجه به نیازها و انتظارات مشتری ها مشخص می شوند. برای هر خدمت با توجه به شرایط محیطی

کیفیت در لغت نامه دهخدا به معنای چگونگی و حالت و وضعیت چیزی است، کیفیت در مقابل کمیت قرار می گیرد که بر مقدار و شمارش دلالت دارد.

این روزها کیفیت به بحث و موضوعی عمومی تبدیل شده است که در همه کسب و کارها و تولیدات و میان همه مردم در زمان خرید کالا یا خدمات مطرح است.

۱۸ آبان مصادف با ۹ نوامبر، روز ملی کیفیت در ایران نامیده شده است و سازمان استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران به عنوان مرجع تعیین جایزه ملی کیفیت تعیین شده است.

در این روز به برترین سازمان های ایرانی در بخش های مختلف کشور شامل بنگاه های اقتصادی، واحدهای عملیاتی، موسسات و بنگاه های کوچک و متوسط و مستقل و دولتی که در زمینه ارتقاء کیفیت و سرآمدی کسب و کار، فعالیت های چشمگیری انجام داده اند، جوایزی اعطا می شود، انتخاب شرکت ها و سازمان های برتر ابعاد مختلفی دارد، از یک سو مفاهیم کیفیت و سرآمدی کسب و کار را معرفی می کند و از سوی دیگر یک الگوی نظام مند را برای طرح ریزی و استقرار نظام های مدیریت جامع ارایه می نماید، این جایزه همچنین به کسب و کارها کمک می کند که نظام مدیریت و عملکرد خود را براساس معیارهای معین ارزیابی نموده و با حرکت به سوی نظام کیفیت جامع، اهدافی همچون رضایت مشتری، کیفیت محصول، مشارکت کارکنان، بهبود مستمر و بهره وری را که از اصول مهم کیفیت می باشند محقق سازند.

افزایش آگاهی عمومی نسبت به اهمیت کیفیت و ضرورت توجه بیش از پیش به آن در سطح جامعه، حرکت بسوی نظام مدیریت کیفیت با در

به اعتراف همگان، بانک سامان از ابتدای آغازین فعالیت های خود، و با تلاش همه دست اندرکاران و برنامه ریزان، مسیر خویش را بر اساس کیفیت خدمت به مشتریان خویش و تفاوت در ارایه بر اساس احترام به افکار عمومی و در چارچوب قوانین بانکی و پولی کشور طراحی و اجرا کرده است. و در این بیست و چند سال حضور خود، سعی بر حفظ این تفکر کرده است

و مشتری های آن شاید لازم باشد استانداردهای مخصوص به خود تعیین شود و فعالیت ها در جهت دستیابی به آن استانداردها صورت پذیرد.

کیفیت به معنای کار درستی است که باید همان بار اول صحیح انجام داد و بارهای بعد بهتر از بار اول انجام گیرد. کیفیت یعنی به نیازها و انتظارات مشتری ها درست پاسخ بدهیم، کیفیت زمانی قابل دستیابی است که فرآیندها و فعالیت های سازمان به طور مستمر با نیازها و انتظارات مشتری های سازمان طراحی شود و به اجرا درآید، ارایه کنندگان خدمات باید قادر باشند انتظارات مشتری ها را بشناسند و به دنبال کسب اعتماد مشتری ها و درک نیازهای آن ها باشند، زمانی که محور فعالیت ها در ارایه خدمات، نیازها و انتظارات مشتری ها باشد خدمت ارایه شده به مشتری موجب جلب اعتماد و رضایت او خواهد بود.

یکی از کلماتی که معمولاً در خصوص یک کالا یا محصولی گفته می شود، عبارت کیفیت است، که اکثر محققین این تعاریف را پذیرفته اند:

- کیفیت یعنی مطابقت با مشخصات و نیازمندی ها
- کیفیت یعنی رضایت مشتری
- کیفیت یعنی به وجد آوردن مشتری
- کیفیت یعنی مناسب بودن
- کیفیت یعنی مشتری برگردد اما محصول برنگردد
- کیفیت یعنی قابلیت اعتماد و دوام محصول
- کیفیت یعنی تحویل به موقع
- کیفیت یعنی بی نقص بودن

استاندارد ایزو ۹۰۰۱ می گوید: (کیفیت یعنی میزان و درجه ای از برآورده شدن الزامات و خواسته ها) این تعریف بگونه ای است که کیفیت را با توجه به نیاز مشتری متغیر می داند. به عنوان مثال ممکن است کیفیت یک غذا برای فردی عالی باشد اما برای دیگری اصلاً مطلوب نباشد. پس با توجه به این تعریف کیفیت باید مطابق با خواسته و سلیقه مشتری باشد.

در کل با این تعریف می توان به اهمیت شناخت و برآورده کردن نیازهای مشتریان پی برد. کسب و کارها هرچقدر بتوانند جامعه هدف مشتریان خودشان را دقیق تر مشخص کنند و نیاز آنها را بشناسند و

مطابق این نیاز محصولاتشان را ارائه نمایند، توانسته اند محصولی با کیفیت و عالی از دید مشتری به او ارائه کنند.

مفهوم کیفیت تنها مشخصات فنی نیست، کیفیت برند از زمان بازاریابی تا بازاریاری مستمر در ذهن مشتری تکرار می شود، یک برند به صرف داشتن مشخصات فنی، محصولی با کیفیت تلقی نمیشود، کیفیت وجد و شادی و حس رضایت و علاقه مندی و حس و تجربه کاربری مهم هست، بطور مثال (اپل) یک کالای با کیفیت است، نه به خاطر مسائل فنی و تولیدی، بلکه به خاطر رسیدن به بالاترین حد مفاهیمی که اشاره شد. (اپل) توانسته در ذهن، گفتار و کردار مشتری، کیفیت و انرژی مثبت تولید می کند که حاصلش وفاداری و هواداری، یک برند می شود.

هر محصولی باید کیفیت را از صفر تا صد در ذهن مشتری خودخلق کند. یادمان بماند که کیفیت از مشتری شروع میشود و به مشتری ختم می گردد.

می گویند بزرگی فرموده است که (مادر) با کیفیت ترین محصول عالم هست، چون بالاترین حس و تجربه را در ذهن مخاطبین ایجاد می کند، دوست خوب هم می تواند یک کالای با کیفیت باشد، مثل همسر خوب، که می تواند یک دوست خوب و با کیفیت بالا باشد.

در موضوع کیفیت باید تلاش کرد که هر روز بهتر از دیروز باشیم، همانطور که حضرت علی (ع) هم می فرمایند: هر کسی دو روزش یکسان باشد، زیانکار خواهد بود.

کیفیت تصادفی بوجود نمی آید، باید برای آن تلاش کرد.

به اعتراف همگان، بانک سامان از ابتدای آغازین فعالیت های خود، و با تلاش همه دست اندرکاران و برنامه ریزان، مسیر خویش را بر اساس کیفیت خدمت به مشتریان خویش و تفاوت در ارایه بر اساس احترام به افکار عمومی و در چارچوب قوانین بانکی و پولی کشور طراحی و اجرا کرده است. و در این بیست و چند سال حضور خود، سعی بر حفظ این تفکر کرده است. برای حفظ کیفیت ارایه خدمات در بانک، همه کارکنان و در همه سطوح و خصوصاً کارکنان صف در شعب، از هیچ تلاشی فرو گذار نکرده اند و مدیریت های بانک همچنان حفظ کیفیت خدمت به مشتریان را اولین وظیفه خود می دانند.

به دنبال رسیدن به چشم انداز بانک هستیم

گفت‌وگو: جعفر تکبیری | عکس‌ها: نیلوفر فیاض

در پاسخ به سؤالتان باید بگویم که از ابتدا به شغل بانکداری نگاه ویژه‌ای داشتم و از سال ۱۳۶۳ با سمت تحویل‌دار به استخدام بانک ملی ایران درآمدم. پس از مدت کوتاهی و باتوجه به انجام فعالیت‌های مؤثر در آن بانک، مسئولیت‌های گوناگونی از جمله عضو ارشد، رئیس دوایر صندوق و حسابداری، معاون شعبه و سپس ریاست شعبه را تجربه کردم و در بیست و یکمین سال اشتغال، به عنوان بازررس ارشد به اداره بازرسی کل بانک ملی منتقل شدم تا اینکه در آبان‌ماه سال ۱۳۸۷ به افتخار بازنشستگی نائل شدم. مایه مباهات و خوشحالی من است که بگویم در طی مسیر حرفه‌ای خود و یک هفته پس از بازنشستگی، با بانک سامان آشنا و یک همکاری جدید را آغاز کردم. از سال ۱۳۹۳ تا دی‌ماه ۱۳۹۷ به عنوان رئیس اداره بازرسی در مدیریت بازرسی و تطبیق سابق مشغول به خدمت بودم و سپس با توجه به باز طراحی ساختار و شرح فعالیت‌های سازمانی بانک در حوزه نظارتی، به عنوان رئیس اداره بازرسی زیر نظر مدیرعامل محترم بانک ادامه فعالیت می‌دهم.

در طول تجربه حرفه‌ای‌ام، نقش‌های شغلی متعددی را بر عهده گرفته‌ام و در این راه با این واقعیت روبرو شدم که هیچ‌کس کامل نیست. شما برای شرایط متفاوت، نقاط قوت و ضعف متفاوتی خواهید داشت اما داشتن تلاش، صداقت کاری و عرق به سازمان می‌تواند بیش از هر چیز دیگری به عنوان یک وزنه مطمئن خودنمایی کند. لازم است که خودتان باشید، اما باید از دیگران نیز یاد بگیرید؛ موفقیت تنها در یک مسیر قرار ندارد و باید با غنیمت شمردن فرصت‌ها، رشد کرده و به پیشرفت برسید.

● **نمای کلی از اداره بازرسی ارائه دهید و بگویید در این اداره چه اتفاقی می‌افتد؟**

اداره بازرسی به عنوان یک اداره مستقل زیر نظر مدیرعامل محترم در ۳ بخش تخصصی بررسی تخلفات احتمالی کارکنان، مدیریت شکایات مشتریان و نیز انجام آسیب شناسی و بازرسی عملیاتی ابزارها و فرایندها در راستای اصلاح رویه‌ها و روش‌های دارای ریسک با اهمیت بالا در چارچوب چشم‌انداز و ارزش‌های بانک فعالیت دارد.

در طی مسیر حرفه‌ای خود در بانک سامان، من بسیار خوش‌شانس هستم که یک تیم باتجربه و ماهر را در اداره بازرسی کنار خود داشته و دارم. من و همکارانم از جمله معاون محترم اداره سرکار خانم حسین‌پور و خانم فراست و آقایان ساجدی، خیری، احمدیان، احمدی‌فر و یزدی؛ با رهنمودهای مدیریت محترم ارشد در تلاشیم که رسیدگی پرونده (شکایت یا تخلف) در این اداره، به شکلی محترمانه، شفاف، سنجیده و قاطع باشد.

ما در این اداره در تلاشیم برای رسیدن به چشم‌انداز بانک به عنوان انتخاب اول مشتریان هدف و در راستای ارزش‌های بانک با تمرکز بر روی اصل تمامیت (صداقت و شفافیت در عین حفظ محرمانگی) و حفظ شأن افراد (ارزشمندترین سرمایه‌های سامان) گامی مؤثر برداریم.

کاری که در اداره بازرسی انجام می‌شود، نه تنها برای بانک بلکه برای همکاران نیز مهم و تأثیرگذار است و تمامی همکاران من در راستای یک هدف مشترک گام برمی‌دارند.

● **وظایف اصلی هر یک از ادارات و دوایر را بیان فرمایید.**



به منظور آشناتر شدن خوانندگان نشریه با مدیریت‌ها و ادارات مختلف بانک، در این شماره با جناب آقای مرادی، رئیس اداره بازرسی به گفت‌وگو نشستیم. آنچه در ادامه می‌خوانید حاصل این گفت‌وگو است.

آقای مرادی با سپاس از زمانی که به نشریه سامان اختصاص دادید، لطفاً در ابتدا خودتان را معرفی کنید.

من نقی مرادی هستم متولد دومین روز زمستان سال ۱۳۳۹ و دارای مدرک کارشناسی حسابداری.

همان‌طور که می‌دانیم، انسان ذاتاً موجودی چندبعدی است و قطعاً بسیاری از مخاطبان این مصاحبه نیز در ابعاد دیگری غیر از آن چه به آن اشتغال دارند، فعالیت‌هایی را انجام می‌دهند. بنده هم از این اصل مستثنی نبوده‌ام؛ از ابتدا به ورزش، اخبار و اطلاعات حقوقی، سیاسی و اجتماعی و موسیقی علاقه‌مند بوده‌ام و در سال‌های جوانی علاوه بر نواختن ترومپت، عضو تیم فوتبال خانه جوانان و پاس همدان بودم. همچنین پس از استخدام در بانک ملی نیز در کنار انجام وظایفم، به ورزش فوتبال به عنوان عضوی کوچک از تیم سرپرستی جنوب آن بانک به فعالیت ورزشی ادامه دادم. هم اکنون نیز در بعضی از اوقات با دوستان و همکاران به صورت تفریحی، شنا و فوتسال را پیگیری می‌کنم.

● **مسیر شغلی خودتان را تا رسیدن به جایگاه فعلی، تشریح کنید.**

به عنوان انتخاب اول مشتریان هدف است. پس تلاش یکایک همکاران صف و ستاد در این امر، بسیار مهم است. این اداره نیز تمام تلاش خود را برای رسیدن به اهداف بانک در کنار شما عزیزان خواهد کرد و در نهایت با هم برنده ایم.

● از مهم ترین برنامه های این اداره در سال های آینده بگویید.

به نظر من یکی از مؤلفه های موفقیت بانک ما، نگاه ویژه و نظام مند به فرایند بازرسی به منظور اطمینان از انطباق عملکرد واحدها با الزامات، قوانین و اهداف تعیین شده است. من و همکارانم در اداره بازرسی در تلاشیم تا کمک شایانی به ایجاد فرهنگ پاسخگویی موردنظر مدیریت ارشد بانک، در ۳ بخش مشتریان، همکاران و ذی نفعان بانک داشته باشیم و همچنین در حوزه های تعیین شده برای این اداره از جمله انجام فرایند رسیدگی به صدای مشتریان و رسیدگی به تخلفات کارکنان، نسبت به آسیب شناسی فرایندها و اصلاح امور اقدام کنیم تا بتوانیم با اثربخشی در توسعه و بهبود خدمات و خدمت رسانی در بانک سامان در ایجاد فرهنگ پاسخگویی گامی مؤثر در ارتقا و تعالی نام بانک سامان برداریم.

● آیا مدیریت تحت رهبری شما، به طور مستقیم به مشتریان بانک هم خدماتی ارائه می کنند؟ و در صورتی که مشتریان بخواهند با شما در تماس باشند از چه راه هایی این امر ممکن است؟

بله. ما در رسیدگی مستقیم به شکایات و انجام کنترل مجدد فرایند رسیدگی به شکایت در خصوص مشتریانی که از اقدامات انجام شده رضایت ندارند به صورت مستقیم با مشتریان در تعامل و ارتباط هستیم.

مشتریان عزیز می توانند انتظار و بازخوردهای مثبت یا منفی و همچنین نقد آگاهانه خود را به منظور بهبود کیفیت خدمات با این اداره از طریق راه های غیر حضوری از جمله مراجعه به سایت بانک، ارتباط تلفنی با تلفن ۶۴۲۲، ارسال دورنگار و ارسال پستی و یا با مراجعه حضوری به آدرس خیابان شریعتی، بالاتر از سیدخندان، نبش اتوبانک، پلاک ۱۰۰۵، برج سامان، در میان بگذارند. همچنین به منظور راحتی مشتریان، دفترچه راهنمای "ارتباط سامانی از پیام تا گفت و گو" تعبیه و طراحی شده و علاوه بر اینکه در شعب بانک در دسترس ایشان قرار دارد، در بخش "صدای شما" در وبسایت بانک سامان نیز قرار گرفته است.

همان طور که اشاره شد وظایف این اداره در ۳ بخش تقسیم بندی شده است. در بخش فرایند رسیدگی به صدای مشتریان، این اداره جزء کارگروه رسیدگی به صدای مشتریان بوده و اطمینان از کفایت و صحت کارکرد فرایند رسیدگی به شکایات در بانک توسط اداره بازرسی طبق روش های اجرایی و فرایندهای مرتبط مورد بررسی قرار می گیرد. رسیدگی به شکایات مربوط به این اداره و نیز کنترل مجدد فرایند رسیدگی به شکایت در خصوص مشتریانی که از اقدامات انجام شده رضایت ندارند، تأیید و اصلاح پاسخ نهایی و اخذ تأییدیه های لازم برای آن دسته از شکایاتی که منشأ ارسالی آنها بانک مرکزی ج.ا.ا است از دیگر وظایف اداره بازرسی در این حوزه است. در بخش بررسی تخلفات احتمالی کارکنان پس از شناسایی تخلف توسط این اداره و یا دریافت گزارش اولیه مبنی بر تخلف کارکنان یا واحدهای سازمانی از سوی سایر مدیریتهای محترم، مستندات مربوط به سوابق کاری، عملکرد متخلف یا افراد مشکوک به تخلف از طریق بازرسی عملیاتی، مصاحبه و غیره مورد بررسی قرار گرفته و شواهد و یافته ها با در نظر گرفتن معیارهای ۴۲ گانه اعلام شده در آئین نامه انضباط کار کارکنان و با رعایت اصل بی طرفی، جمع آوری و بررسی شده و در صورت احراز تخلف، به مدیریت محترم سرمایه انسانی گزارش خواهد شد.

بخش سوم وظایف این اداره در اصل ماحصل دو بخش دیگر بوده و در مواردی پس از تحقیق، بررسی و انجام آسیب شناسی فرایندها و یافته های بازرسی عملیاتی در دو بخش شکایات و تخلفات، اصلاح فرایندهای کار منجر به پیشگیری از بروز تخلف و یا کاهش شکایات دریافتی از مشتریان می شود.

● مهم ترین مصرف کننده خدمات اداره شما چه کسانی هستند؟

مهم ترین مصرف کننده خدمات اداره بازرسی، مدیران ارشد بانک، مشتریان و بانک مرکزی ج.ا.ا هستند.

● در پروژه سامان ۱۴۰۴، چه اهدافی برای مدیریت شما در نظر گرفته شده است و تا به حال چه میزان از این اهداف را محقق ساخته اید؟

باتوجه به نگاه ویژه مدیران ارشد بانک و سیاست گذاری صحیح و تدوین خط مشی رسیدگی به شکایات بانک سامان، نحوه تعامل با مشتریان ناراضی در فرایند رسیدگی به صدای مشتریان به منظور وفادار کردن ایشان با خلق بهترین تجربه، وجه تمایز بانک سامان برای رسیدن به چشم انداز مدنظر



بهنادبنا؛ در زمره بهترین‌ها



شرکت توسعه و عمران بهنادبنا، یک شرکت ساختمانی وابسته به بانک سامان است که در حال حاضر بیش از پانصد هزار مترمربع پروژه در حال ساخت دارد. شاخص‌ترین پروژه‌ای که امروز جزء المان‌های شهری محسوب می‌شود، پروژه "سامان فراز" واقع در تهران، اتوبان حکیم نیش خیابان شیخ بهایی است. این پروژه یک مجموعه تجاری - اداری با پنجاه طبقه و صد و هفتاد هزار مترمربع زیربنا است و به اعتقاد من یکی از زیباترین پروژه‌های شهری تهران تا به امروز است. این ساختمان اسکلت بتنی خاصی دارد و از بهترین و جدیدترین تکنولوژی‌های مهندسی در آن استفاده می‌شود؛ با وجود پیچیدگی‌های قابل توجه این پروژه، تیم فنی و اجرایی شرکت و بقیه همکاران متخصص در حال پیش‌بردن آن به بهترین شکل هستند؛ همچنین در حال ساخت یکی از بزرگ‌ترین مجتمع‌های تجاری کشور با بیش از دویست و سی هزار مترمربع زیربنا در شهر کرج هستیم که حدود پنجاه درصد پیشرفت داشته و پروژه‌های در حال ساخت مسکونی و تجاری دیگری نیز در سطح کشور داریم.

ظرفیت بسیار ارزنده‌ای در مجموعه بهنادبنا در اختیار داریم و به پشتوانه همین توانایی، قصد داریم که پرتفوی شرکت را توسعه دهیم و سود بیشتری

به مناسبت انتخاب شرکت بهنادبنا به عنوان یکی از ۱۰۰ شرکت برتر ایران، مصاحبه‌ای داشتیم با مدیرعامل این شرکت، یاسر امامی که ماحصل آن را در زیر می‌خوانید:

● لطفاً خودتان را معرفی نمایید و از سوابق کاری خودتان پیش از تصدی مدیریت عامل شرکت بهنادبنا برای خوانندگان نشریه سامان بگویید.

یاسر امامی هستم، متولد ۱۳۶۱، مقاطع کارشناسی و کارشناسی ارشد خودم را در رشته عمران و دوره دکتری را در رشته مدیریت بازرگانی گذرانده‌ام. از سال‌های ۱۳۸۱ تا ۱۳۹۲ در پست‌های متعددی به عنوان کارشناس دفتر فنی، مسئول کنترل پروژه و نهایتاً مدیر پروژه‌های مختلف عمرانی کسب تجربه کردم. طی سال‌های ۱۳۹۲ الی ۱۳۹۹ و ۱۳۹۹ الی ۱۴۰۱ هم به ترتیب به عنوان مدیرعامل و عضو هیئت مدیره شرکت ستاره عمران زمین و مدیرعامل و رئیس هیئت مدیره گروه سرمایه‌گذاری مسکن مشغول بوده‌ام و از سال ۱۴۰۱ هم به عنوان مدیرعامل شرکت توسعه و عمران بهنادبنا در حال فعالیت هستم.

● لطفاً ضمن معرفی شرکت بهنادبنا، دلایل کسب رتبه برتر توسط شرکت در رتبه‌بندی - IMI ۱۰۰ را از دیدگاه خود بیان فرمایید.

در حوزه مسکن، کمبود عرضه وجود دارد و سالانه با کمبود بیش از هفتصد هزار واحد مسکونی مواجه هستیم

بکند و به جای متولی نقش تسهیلگر را در حوزه مسکن بازی کند. متأسفانه بحث تحریم‌ها و تلاطم‌های ارزی موجب اختلال در عرضه مسکن شده که منجر به عدم تعادل بازار می‌شود.

مسئله عدم توانایی شهروندان در تأمین مسکن در کشورهای دیگر هم اتفاق می‌افتد و برای حل آن سعی می‌کند با کمک تسهیلات بلندمدت و کمک نهادهای متولی، عموم افراد جامعه را صاحب مسکن کنند که نهایتاً چنین سیاستی در کشور ما نیز باید اجرا شود. البته شرایط تورمی قطعاً ارائه تسهیلات را برای بانک‌ها سخت‌تر می‌کند و لازم است از طرف سیاست‌گذار برای آن تدابیری اندیشیده شود تا بتوان بخش تقاضا را تحریک کرد و بازار را به جریان انداخت.

به‌عنوان مثال، اخیراً شنیدیم در بحث نهضت ملی، هزینه‌های ساخت در قالب طرح جدیدی به‌روز شده است که اتفاق خوبی است. پیش‌ازاین، باتوجه به قیمت‌های ثابت اعلام شده در مورد هزینه ساخت، بسیاری از پیمانکاران تمایل به مشارکت در این طرح را نداشته‌اند و باتوجه به شرایط تورمی، ساخت حتی با تیراژ بالا با قیمت‌های دستوری برای آن‌ها توجیه نداشته است. اصلاح چنین طرح‌هایی در کنار سایر تسهیلات می‌تواند بخش عرضه و تقاضا را تحریک کرده و بازار فعال شده را به سمت تعادل سوق دهد.

یکی از پروژه‌هایی که به‌صورت جدی مشغول آن هستیم، "پروژه مسکونی ششصدواحدی در اصفهان" است که با همین پیش، هماهنگی‌های لازم آن با وزارت راه و شهرسازی انجام شده و در قالب "طرح نهضت ملی" آن را پیش می‌بریم. فاز یک این پروژه تکمیل شده و فاز دو آن که چهارصد واحد است، در حال اجرا است. به‌علاوه ما در حوزه معاونت شهرهای جدید و همین‌طور بازآفرینی شهری ابراز علاقه کردیم و در مورد آن دو تفاهم‌نامه ردوبدل کردیم. در رابطه با این دو معاونت، در حال مطالعه و بررسی چند پروژه هستیم که هم در حوزه بازآفرینی شهری به معنای احیای بافت فرسوده که در واقع، در ادامه با بخشی از بحث طرح نهضت ملی است، حضور داشته باشیم و هم در بعضی شهرهای جدید که ظرفیت لازم را دارند، به‌عنوان پیمانکار و سرمایه‌گذار مشارکت کنیم.

● **مصادیق تحولات و تلاطم‌های مطرح در حوزه کاری شما چیست و چه راهکارهایی برای سازش با آنها پیش می‌گیرید؟**

طی سال‌های اخیر با تشدید تحریم‌ها این تلاطم‌ها در شرکت‌های با توان مالی بالا و حتی در مجموعه‌های دولتی کاملاً قابل‌درک بوده‌اند. ما در حوزه زیرساخت‌ها دچار مشکلات جدی هستیم؛ یعنی بحث تأمین برق و تأمین آب و خب طبیعتاً این تلاطم‌های شرایط اقتصادی به همه آسیب زده‌اند. شرکت‌ها در حوزه سرمایه‌گذاری ساختمان هم تحت تأثیر قرار گرفته‌اند و

را برای سهام‌داران مجموعه ایجاد کنیم. می‌توان گفت که عملکرد شرکت در حوزه‌های فنی، مالی و فروش موجب جای پیداکردن آن در میان صد شرکت برتر در دوره گذشته شد. برنامه ما این است که در سال‌های بعد گام به‌گام پیشرفت کرده و این جایگاه را ارتقا دهیم.

● **باتوجه به طبقه‌بندی شرکت بهادبنا ذیل گروه پیمانکاری ساختمان، فضای رقابتی این گروه را در کشور چگونه ارزیابی می‌کنید؟**

متأسفانه، در سال‌های اخیر مسائل بودجه مسکن، تحریم‌ها و نوسانات ارزی، اقتصاد کشور را دچار مشکل کرده و باعث شده شرکت‌های پیمانکاری عموماً دچار چالش‌های متعددی بشوند و سرمایه‌گذاری در حوزه ساختمان سال به سال کاهش پیدا کند.

من پیمانکارهای خیلی بزرگی را در کشور می‌شناسم که سابقه طولانی و درخشانی دارند ولی امروز با رکود جدی مواجه‌اند، طبیعتاً توان سرمایه‌گذاران و پیمانکاران خصوصی محدود است و به‌سختی می‌توانند در این شرایط دوام بیاورند؛ ازاین جهت دولت محترم باید با تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری‌های مناسب، به فعالان بخش خصوصی کمک کرده و در راستای تسهیل و حل مشکلات مربوطه تلاش کند.

این مسائل، حقیقت حوزه ساختمان و مسکن هستند و مجموعه‌ای می‌تواند در این شرایط خودش را حفظ کند که برنامه و استراتژی پویا داشته باشد تا بتواند در شرایطی که مدام دستخوش تغییر و تحول می‌شود، خود را با معادلات جدید منطبق کرده و در این فضای رقابتی دوام آورد. همه شرکت‌ها قاعده‌تاً باید بخش‌های تحقیق و توسعه، بخش‌های مطالعات و بخش‌های اقتصاد کلان را به شکلی در مجموعه خود ایجاد کنند. مجموعه بهادبنا هم در سال‌های گذشته این کار را انجام داده و به اعتقاد من در آن موفق بوده است. ما سال‌های گذشته شاهد این بودیم که برخی شرکت‌های ساختمانی که سابقاً به‌صورت گسترده در عرصه بین‌المللی صدور خدمات داشتند، به دلیل شرایط تحریم‌ها و مشکلات نقل و انتقال پول دچار مشکلات جدی شدند. تأمین مواد اولیه هم چالش بزرگی هست؛ به‌عنوان مثال، در چند سال اخیر به دلیل مسئله قطعی برق، تأمین‌کننده‌های مواد اساسی مثل سیمان و میل‌گرد، نمی‌توانند به تعهداتشان عمل کنند که موجب تأثیر بر قیمت تمام شده و تحمیل فشار بر پیمانکاران می‌شود.

● **باوجود اینکه بخش مسکن توان فعال‌کردن و ایجاد تقاضا برای بخش‌های زیادی از اقتصاد ایران را دارد، به نظر شما دلایل عدم تشکیل بازار مناسب در حوزه مسکن و عدم تعادل عرضه و تقاضا چیست؟**

طبق مطالعاتی که مجموعه ما انجام داده در حوزه مسکن کمبود عرضه وجود دارد و سالانه با کمبود بیش از هفتصد هزار واحد مسکونی مواجه هستیم که این تقاضا مربوط به جامعه جوان و مسکن اولی‌ها، احیای بافت‌های فرسوده و توسعه واحدهای مسکونی می‌شود. از طرف دیگر دولت باید به‌جای تصدی‌گری به سمت تسهیلگری برود و تلاش به تحریک عرضه



سعی در توسعه این شاخص‌ها و ارتقای سطح سرمایه‌های انسانی مجموعه داریم. مسئله مهم، تلقی پرسنل به عنوان "سرمایه انسانی" مجموعه هست. در مقابل مفهوم رایج از "نیروی انسانی". به این معنا که تمام همکاران جزء سرمایه‌های ارزشمند شرکت هستند که به نظر من از مابقی سرمایه‌های مادی اهمیت بیشتری داشته و رشد و توسعه آن‌ها جزو اولویت‌های ما است. در یک شرکت ساختمانی، دانش فنی و تخصصی بسیار اهمیت دارد و هر کدام از پرسنل، با ورود به شرکت، دانش اندوخته‌ای را همراه خود، وارد مجموعه می‌کنند و مسئله مهم، رسوب این دانش با بهره‌گیری از ساختار مدیریت دانش است که جزء ارکان اصلی فرایند توسعه‌سازمانی است. این دانش برای ما، سرمایه ارزشمندی است که تلاش می‌کنیم آن را با کمک آموزش‌های مرتبط، تثبیت کرده و سپس رشد و توسعه دهیم. یک مثال از این مسئله در مورد پروژه "سامان فراز" اتفاق افتاد. این پروژه بلندمرتبه‌ترین ساختمان تهران پس از برج میلاد خواهد بود و از این جهت، تکنولوژی و دانش خاص و پیچیده‌ای در ساخت آن استفاده می‌شود که متمایز از پروژه‌های معمول سطح شهر است. یکی از این موارد، قالب‌های خاصی است که در بتن‌ریزی بکار گرفته می‌شود. پس از تشدید تحریم‌ها در سال‌های ۹۶ و ۹۷، شرکت خارجی که قرار بود این قالب‌ها را آنجا تأمین شود، اعلام کرد که دیگر با ما همکاری نخواهد داشت. همین مسئله منجر به

شرکت‌های بزرگی هستند که آرام‌آرام از سرمایه‌گذاری در این حوزه خارج می‌شوند و طبیعتاً بحث نوسانات نرخ ارز، جهش‌های غیرمتعارف در قیمت مصالح و پیچیده‌تر شدن معادلات بازار در حوزه اقتصاد کلان، چالش‌های جدی برای شرکت‌ها ایجاد کرده است.

به دلیل تغییر و تحولات شگرفی که مدام در فضای اقتصاد کشور اتفاق می‌افتد، استفاده از مطالعات و داده‌های آماری غیرممکن بوده و معادلات مربوطه را نمی‌توان به‌درستی پیش‌بینی کرد. از این جهت، شرایط در هر برهه کاملاً ناشناخته و جدید هستند و نمی‌توانیم تحلیل درستی از آینده کوتاه‌مدت و میان‌مدت داشته باشیم؛ به عنوان مثال، قیمت مصالح در مدت کوتاه بین دی ۱۴۰۱ تا فروردین امسال (۱۴۰۲)، دچار جهش‌های بزرگی شده‌اند و بعضاً در برخی موارد تا دو برابر افزایش داشته‌اند. همچنین در ماه‌های اخیر شاهد رونق ناگهانی در بازار مسکن بودیم که سپس به سرعت فروکش کرد و مجدداً رکود بر فضای معاملاتی حاکم شد. از طرفی سیاست‌های اشتباهی در مسائل اقتصادی کشور اعمال شده که فارغ از تحریم‌ها موجب تورم شده و چالش‌های بیشتری به وجود می‌آورند، مثل نقدینگی مضاعف؛ و با افزایش قیمت مصالح و تجهیزات، سازنده را مستقیماً تحت تأثیر قرار می‌دهند. در هر صورت، شرکت‌ها نمی‌توانند در مواجهه با این شرایط، متوقف شده و کاری انجام ندهند و مجموعه‌های فعال می‌بایست برنامه و استراتژی در جهت سازش با حقایق کنونی کشور داشته باشند.

البته همگی در ماه‌های اخیر شاهد اتفاقات مثبتی در راستای تقویت روابط بین‌المللی و منطقه‌ای بوده‌ایم که امیدوارکننده هستند و فرصت‌های قابل توجهی را به وجود می‌آورند. شرکت ما در حال مطالعه تعدادی پروژه مرتبط با کشورهای حوزه خلیج فارس هست که گام اول امکان‌سنجی آن‌ها برای ما بسیار جذاب بوده و سرمایه‌گذاران حاشیه خلیج فارس نیز نسبت به آن ابراز تمایل کرده‌اند و سعی داریم که از این فرصت‌ها بهره کامل را ببریم. این یک گام مؤثر در جهت استفاده از ظرفیت‌های موجود بوده و قطعاً فرصت‌های دیگری هم مطرح هست که می‌بایست به‌درستی مورد توجه قرار گیرند و از آنها استفاده شود.

از منظری دیگر ما در حال انجام مطالعاتی در مورد یک فناوری جدید در حوزه ساخت هستیم که می‌تواند ضمن حفظ کیفیت و استانداردهای مدنظر بهای تمام شده و زمان ساخت را کاهش بدهد. در تلاشیم که این فناوری را از اروپا وارد کرده و یک پروژه را به‌صورت پایلوت با آن اجرا بکنیم، بعد در عرصه صنعتی آن را گسترش و توسعه بدهیم و نهایتاً بتوانیم این دانش را به مجموعه‌های دیگر نیز ارائه دهیم.

این موارد جزو تصمیماتی بودند که مجموعه ما در مواجهه با چالش‌های کنونی فضای کسب‌وکار اتخاذ کرده است. قطعاً گسترش روابط بین‌الملل و وقوع گشایش‌ها در آن حوزه می‌تواند کمک بزرگی به پیش برد این نوع فرایندها بکند و فرصت‌های بیشتری را برای همه شرکت‌ها به وجود بیاورد.

● چه تدابیر درون‌سازمانی برای ایجاد شایستگی و توانمندی در مواجهه با تحولات بیرونی در نظر گرفته می‌شود؟

در مجموعه بهنادینا برای مواجهه با این چالش‌ها و رسیدن به شایستگی‌های مدنظر، دو برنامه کلی پیش‌بینی شده است: برنامه توسعه فردی و برنامه توسعه‌سازمانی. برنامه توسعه فردی شامل پرداختن به شاخص‌های انسانی، رفتاری، مدیریتی و تخصصی مربوط به سرمایه‌های انسانی می‌شود. با برگزاری دوره‌های مرتبط و موردنیاز برای همکاران در حوزه‌های مختلف

پروژه "سامان فراز" بلندمرتبه‌ترین ساختمان تهران پس از برج میلاد خواهد بود و تکنولوژی و دانش خاص و پیچیده‌ای در ساخت آن استفاده می‌شود که متمایز از پروژه‌های معمول سطح شهر است

بر نوسانات مسکن و ایجاد دوره‌های رونق و رکود در این بازار است. به‌صورت سنتی و سیستماتیک، قبل از تحریم‌های جدی این چهار پنج سال اخیر، روند تغییرات تقاضای مسکن یک پارادایم روشن و یک نوسان مشخص داشت و پیش‌بینی تاریخ شروع رونق و رکود در عرصه ساختمان برای متخصصین این حوزه تا حدودی امکان‌پذیر بود، ولی امروزه باتوجه به تلاطم‌های شدیدی که شاهد آن هستیم، رونق و رکودهای کاذبی اتفاق می‌افتد که کار پیش‌بینی و تحلیل آینده‌نگرانه را سخت کند.

یکی از چالش‌های اصلی تمام فعالان این حوزه، بحث مجوزها و قوانین بالادستی است که موجب ایجاد تأخیرهای شدیدی در ساخت‌وساز شده و بعضاً تبدیل به موانع مشکل‌سازی برای ما می‌شوند. در حال حاضر مدت‌زمان اخذ مجوزهای اجرای یک ساختمان بیش از یک سال است و در شرایطی که شاهد تغییرات لحظه‌به‌لحظه هستیم، این مدت بسیار

طولانی و نامناسب است.

مسئله مالیات هم همیشه برای ما دردسرهای مربوط به خودش را دارد و خیلی اوقات علی‌رغم وجود قوانین روشن و مشخص در حوزه مالیات به چالش‌های جدی با دارایی و وزارت اقتصاد بر می‌خوریم؛ به دلیل اینکه برخی اوقات مالیات سازنده‌ها به‌صورت غیرمنصفانه در نظر گرفته می‌شود. البته ما در مجموعه بهنادبنا مطلقاً کتمان درآمد نداشته‌ایم و نداریم و تمامی پرونده‌ها و صورت‌های مالی مان قابل دفاع است.

یکی از کارهای مهمی که سیاست‌گذاران می‌توانند انجام دهند، مسئله تسهیلات و اجرای طرح‌های مؤثر جهت تحریک عرضه مسکن و ساخت‌وساز است که با شرط پایبندی دولت‌ها به این طرح‌ها می‌تواند کمک زیادی به سازندگان و مصرف‌کنندگان بکند.

● آموخته‌های شخصی شما در حوزه مدیریت چیست؟

یک نکته‌ای که هنگام قبول مدیریت یک شرکت جدید همیشه به آن توجه دارم، شناسایی زنجیره ارزش فعالیت یک شرکت و بررسی جایگاه مجموعه در آن و شرایط کلی رقابت و بازیگران مطرح است. قبل از مجموعه بهنادبنا، مدیریت یک هلدینگ ساختمانی را به عهده داشتم که در آنجا با بیست و سه شرکت زیرمجموعه تعامل داشتیم. شناخت زنجیره ارزش حاکم بر فعالیت این شرکت‌ها و تشخیص جایگاه هر یک از آن‌ها در این زنجیره اطلاعات با ارزشی را در اختیار ما قرار می‌داد که نسبت به آن احساس نیاز جدی می‌شد با استفاده از نتایج حاصل از این مطالعات توانستیم ساختارهای مفیدی را برای تأمین مواد اولیه پیاده‌سازی کنیم که برای همه شرکت‌ها نتایج خیلی خوبی را به همراه داشت.

توجه به مفهوم مدیریت سرمایه‌های انسانی نیز برای من مسئله‌ای مهم بوده که موجب دستاوردهای بزرگی در حوزه مدیریت پرسنل مجموعه شده است. همچنین به نظر من تأسیس دفتر مدیریت پروژه یک امر مهم و واجب است و با کمک آن می‌توانیم نسبت به شرایط لحظه‌ای همه پروژه‌ها، اشراف داشته باشیم و آن‌ها را کنترل کنیم.

یک اقدام بزرگ در مجموعه ما شد. از همان زمان، مهندسان متخصص و برجسته ما فرایند مهندسی معکوس این قالب‌ها را شروع کردند و ظرف مدت شش ماه توانستیم به دانش لازم برای ساخت آن دست یابیم؛ سپس با مشارکت یک مجموعه تولیدکننده که ظرفیت لازم را دارا بود، این دانش را صنعتی کرده و شروع به ساخت قالب‌ها کردیم. این کار دستاورد بزرگی برای مجموعه بود که علاوه بر سود مستقیمی که برای ما داشت، موجب جلوگیری از خروج ارز از کشور و همچنین توانمندسازی یک مجموعه تولیدکننده شد؛ به صورتی که در حال حاضر آن مجموعه، بهترین قالب‌ساز کشور است و می‌تواند خدمات خاصی را در سطح بین‌المللی ارائه کند؛ از طرفی این دستاورد موجب تقویت اعتمادبه‌نفس ما و تقویت روحیه خودباوری مجموعه نیز شد.

در رابطه با نمای پروژه هم با شرایط مشابهی مواجه شدیم. برای تأمین بخشی از قطعات نمای این ساختمان که به اعتقاد من خاص‌ترین نما در کشور

است، فروشنده‌های خارجی پیش‌بینی شده بودند که بعد از اعمال تحریم‌ها، مهندسان مجموعه توانستند با کمک یک شرکت استارت‌آپی کوچک که الان تبدیل به یکی از بهترین شرکت‌های نماساز شده، این قطعات را مهندسی معکوس کرده و به تولید داخلی برسانند. این قطعات از لحاظ کیفیت مشابه نمونه خارجی خود هستند ولی حدود یک‌دهم قیمت آن را دارند.

این دو مورد مثال‌هایی عملی، برای بحث مدیریت دانش هستند. دانش و تخصص همکارانی که به مجموعه اضافه شدند و پرسنلی که در شرکت حضور داشتند، در قالب مدیریت دانش قرار گرفت و توسعه پیدا کرد که این امر مثال خیلی خوبی برای بحث برنامه توسعه‌سازمانی و توسعه فردی در شرکت است. در کنار بحث مدیریت دانش، تدوین استراتژی به‌روز نیز از اهمیت فراوانی برخوردار است. در گذشته امکان داشت یک استراتژی در قالب چشم‌انداز و برنامه‌های عملیاتی شرکت تدوین شده و سال‌های سال از همان برنامه استفاده شود. اما به اعتقاد من باتوجه به تلاطم‌ها و تغییرات مداومی که در حوزه کسب‌وکار، چه در محیط بیرونی چه در محیط داخلی شرکت اتفاق می‌افتد، استراتژی و راهبرد موردنظر می‌بایست دائماً بروز شده و با شرایط جدید تطبیق داده شوند. ما برای شرکت از همین دیدگاه پیروی کرده و در دوره‌های زمانی مختلف، استراتژی خود را متناسب با شرایط و اتفاقات روز تغییر داده‌ایم که نتیجه آن عملکرد و سودآوری قابل توجه مجموعه است.

● چه موانعی را بر سر راه استراتژی مجموعه می‌بینید و چه راهکارهایی را برای آنها در نظر می‌گیرید؟

قطعاً مسئله تحریم‌ها و محدودیت تجارت خارجی جزء چالش‌های مهمی است که در مراحل تأمین مصالح و تجهیزات با آن مواجه هستیم؛ همچنین وجود تورم باعث می‌شود که محاسبات و مطالعاتی که در مورد اقتصادی بودن یک پروژه انجام می‌دهیم، دائماً در حال تغییر باشد. بسیاری از سرمایه‌گذاران ما سوار بر تورم هستند و بخش مهمی از سود آن‌ها ناشی از افزایش فزاینده قیمت‌ها در حین انجام یک پروژه حاصل می‌شود.

یکی از مسائلی که در مورد آنها چالش جدی داریم، تغییر پارادایم حاکم



بررسی حدود امکان اعطای وکالت راهن به مرتهن و رویه موجود

«قسمت اول»

زهره ورمزیار، کارشناس مدیریت حقوقی
شرکت توسعه و عمران بهنادبنا

به منظور هموار ساختن درک موضوع این مقاله توسط عموم، ابتدا برخی از عناوین حقوقی کاربردی در خصوص رهن و وکالت ارائه می‌گردد. مهم‌ترین تعریف مربوط به عقد رهن است که تضمین ایفای تعهد و دین است که در ماده ۷۷۱ قانون مدنی به آن اشاره شده است و مقرر داشته است: «رهن عقدی است که به موجب آن مدیون، مالی را برای وثیقه به داین می‌دهد. رهن‌دهنده را راهن و طرف دیگر را مرتهن می‌نامند». با توجه به تعریف ارائه شده، عقد رهن میان داین و مدیون منعقد می‌گردد و پیش از عقد می‌بایست دینی وجود داشته باشد بنابراین سبب ایجاد دین، خواه ناشی از عقد قرض باشد خواه ناشی از عقدی دیگر یا حتی اگر ناشی از عقد نباشد مانند اتلاف، باید پیش از انعقاد عقد رهن ایجاد شده باشد و همچنین وثیقه دادن برای دین آینده در حقوق ما امکان ندارد. قبض مال مرهون یکی از شرایط اساسی عقد رهن بوده حتی اگر در قبض استمرار وجود نداشته باشد و فقط برای لحظه‌ای عین مرهونه به قبض مرتهن درآید و در ید وی باشد عقد صحیح است بنابراین تنها اموالی را می‌توان به عنوان رهن داد که قابلیت قبض داشته و یا عین معین باشند یعنی در عالم خارج، جدای از سایر اموال مشخص و قابل اشاره باشد یا اصطلاحاً جزء اموال کلی در معین باشد یعنی مقداری معین از شیء متساوی الاجزاء باشد که می‌بایست یا تمام آن به قبض مرتهن درآید یا بخشی از آن به وسیله راهن تعیین و به مرتهن تسلیم گردد. لکن عین کلی که فقط صفات و مقدار آن مشخص شده و در عالم واقع مصداق آن مشخص نیست و در زمره دیون قرار می‌گیرد، و همچنین منفعت که به صورت تدریجی از اموال حاصل می‌گردد نمی‌تواند به عنوان مال مرهون تعیین و موضوع عقد رهن قرار گیرد چراکه هدف از رهن آن است که طلبکار در صورت عدم وصول طلب خود آن را از محل وثیقه استیفاء نماید. مهمترین شرط رهن، انتقال‌پذیری آن است بنابراین اموالی که وقف شده و یا طبق قانون توقیف شده و قابلیت انتقال نداشته نمی‌تواند مورد رهن قرار گیرد.

مبحث مهم دیگر وکالت بلاعزل است که در ماده ۶۵۶ قانون مدنی به عقد وکالت اشاره شده است: «وکالت، عقدی است که به موجب آن یکی از طرفین طرف دیگر را برای انجام امری نایب خود می‌نماید». در فقه امامیه، عقد وکالت عقدی جایز است و هر یک از وکیل و موکل هر زمان که بخواهند می‌توانند آن را برهم زنند یا توافق نمایند بر سلب حق فسخ و یا تحدید آن. به سه طریق می‌توان به این امر دست یافت: ۱- شرط سلب حق عزل وکیل ضمن عقد وکالت. ۲- قرار دادن عقد وکالت به صورت شرط نتیجه یا فعل ضمن عقد لازم. ۳- شرط ضمن عقد لازم مبنی بر سلب حق عزل وکیل از موکل.

وکالت فروش رهینه در ماده ۷۷۷ قانون مدنی

چنان‌که در ابتدا گفتیم در ماده ۷۷۷ قانون مدنی به راهن این مجوز داده شده است که در ضمن عقدی لازم خواه عقد رهن منعقد فیما بین و خواه عقد لازم دیگری، به مرتهن وکالت دهد که در سررسید عقد رهن، رهینه را به فروش برساند و طلب خود را استیفاء نماید که این شرط وی را از مراجعه به محاکم بی‌نیاز می‌نماید. وکالت موضوع ماده ۷۷۷ قانون مدنی نسبت به راهن (موکل) جایز و نسبت به مرتهن (وکیل) لازم و غیرقابل فسخ است با اینکه وکالت عقدی جایز است اما موضوع بحث ما وکالت بلاعزلی است که به صورت شرطی در ضمن عقدی لازم آمده است که ماده ۶۷۹ قانون مدنی به آن اشاره کرده است و مادامی که عقد رهن باقی است شرط وکالت هم به قوت خود پابرجاست خواه وکیل مرتهن باشد یا وراث وی و یا

تضمین ایفای تعهد و دین، مبحثی است که همیشه در هنگام اخذ وام یا اعتبار مطرح می‌گردد. رهینه گرفتن از راه‌هایی است که به طرف قرارداد اطمینان می‌دهد که به منظور استیفاء طلب، محل معتبری وجود دارد. باین حال مرتهن همیشه سعی بر این دارد طلب خود را در امنیت بیشتری قرار دهد تا جایی که به اخذ وکالت فروش مال موضوع رهن در صورت عدم ایفای دین در سررسید اقدام می‌نماید که علی‌الخصوص در روابط بین بانک‌ها و مشتریان آن‌ها همواره از موضوعاتی بوده است که از طرف برخی بانک‌ها برای بازپرداخت تسهیلات، علاوه بر اخذ رهن، بر وام‌گیرنده تحمیل می‌گردد.

این موضوع بدو در ماده ۷۷۷ قانون مدنی مطرح شد و به راهن اجازه داده است که در ضمن عقد رهن یا به موجب عقد جداگانه‌ای مرتهن را وکیل در فروش مال مرهون نماید. در گذر زمان با توجه به مشکلاتی که قانونگذار با آن مواجه بود مقررات دیگری، در جهت رفع مشکلات بین بستانکاران و بدهکاران وضع گردید. از جمله ماده ۳۴ قانون ثبت که مرتهن را ناگزیر می‌کند برای فروش مال مرهون و استیفاء طلب خود، به مراجع عمومی مراجعه کند. همچنین بند ۷ ماده ۷ قانون بودجه سال ۱۳۹۱ موقتاً اخذ وکالت فروش توسط بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری را ممنوع اعلام کرد؛ سپس در بند «ب» ماده ۱۹ قانون رفع موانع تولید رقابت‌پذیر و ارتقای نظام مالی کشور مصوب سال ۱۳۹۴ نیز، دریافت وکالت بلاعزل بانک‌ها اعم از دولتی و خصوصی از تسهیلات گیرندگان و وثیقه‌گذاران بابت وثائق در رهن بانک‌ها ممنوع شد.

شخصی ثالث، مگر اینکه مرتهن از حق خود و این شرط منصرف گردد.
ماده ۱۹ قانون رفع موانع تولید رقابت پذیر و ارتقای نظام مالی کشور و ممنوعیت اخذ و کالت فروش رهنه

ماده ۱۹ قانون رفع موانع تولید رقابت پذیر مقرر می دارد: «به منظور کمک به تأمین نقدینگی برای حمایت از واحدهای تولیدی کالا و خدمات و تسهیل در وصول مطالبات سررسید گذشته بانک ها و یا مؤسسات مالی و اعتباری دارای مجوز از این واحدها اقدامات زیر انجام می شود:
الف - بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران مکلف است از طریق کلیه بانکها و مؤسسات اعتباری دولتی و خصوصی عامل در صورت درخواست متقاضی، متناسب با بازپرداخت هر بخش از تسهیلات پرداختی به واحدهای تولیدی، نسبت به آزادسازی وثیقه های مازاد و یا تبدیل وثیقه متناسب با میزان باقیمانده تسهیلات اقدام نماید. انتخاب وثیقه باقیمانده جهت تضمین با بانک است.

ب - دریافت و کالت بلاعزل از تسهیلات گیرندگان و وثیقه گذاران بابت وثایق در رهن بانکها و مؤسسات اعتباری دولتی و خصوصی ممنوع است و وثیقه گیرندگان موظف اند در قالب قراردادهای منعقد شده یا سایر طرق قانونی نسبت به اجرا گذاشتن وثیقه ها عمل کنند.

پ - متن زیر به عنوان تبصره (۴) به ماده واحده قانون اصلاح ماده (۳۴) صلاحی قانون ثبت مصوب ۱۳۵۱ و حذف ماده (۳۴) مکرر آن مصوب ۱۳۸۶/۱۱/۲۹ الحاق می شود:

تبصره ۴ - در راستای تسهیل در وصول مطالبات سررسید گذشته بانکها و یا مؤسسات مالی و یا اعتباری دارای مجوز به یکی از روش های زیر عمل می شود:

۱ - بانک و یا مؤسسه مالی و یا اعتباری تسهیلات دهنده، در صورت درخواست واحد تولیدی بدهکار، به بازار فرابورس یا کارشناس رسمی دادگستری مراجعه و تمام اموال و دارایی های واحد تولیدی را قیمت گذاری می نماید و با هدف تأمین طلب بانک و یا مؤسسه مالی و یا اعتباری بر روی درصد سهام قابل واگذاری به خریدار، یک مناقصه برگزار می کند تا مشخص شود که کدام خریدار با قبول درصد کمتری از سهام واحد تولیدی بدهکار، تمام بدهی او را می پردازد. با پرداخت میزان طلب بانک و مؤسسه مالی و یا اعتباری از واحد تولیدی توسط خریدار، آن بخش از سهم واحد تولیدی که در مناقصه مشخص شده است، به خریدار منتقل و اموال مورد رهن آزاد می شود. در صورتی که بدهکار از مجوز فوق برای تسویه بدهی های خود استفاده کند، در صورت شرط ضمن عقد در قرارداد مناقصه و درخواست خریدار، بدهکار مکلف است به خریدار سهام واحد تولیدی بدهکار اعم از اینکه بانک و یا مؤسسه مالی و یا اعتباری باشد و یا سهام خود را از طریق فرابورس خریداری کرده باشد، اجازه دهد تا با خرید نقدی بخش دیگری از سهام این واحد تولیدی به قیمت قبلی، سهام خود را تا سقف سهام مورد نیاز برای تشکیل مجمع عمومی فوق العاده، افزایش دهد.

۲ - در مورد معاملات بانکها و مؤسسات مالی و یا اعتباری مجاز، هر گاه مال مورد وثیقه به مبلغ پایه کارشناسی رسمی دادگستری مرضی الطرفین خریداری نداشته باشد، به تقاضای بستانکار و ضمن اخطار به تسهیلات گیرنده و راهن، مهلت دوماهه داده می شود تا طلب بانک یا مؤسسه مالی و یا اعتباری را پرداخت کند و یا ملک مورد وثیقه را با پرداخت تمام یا بخشی از طلب بانک تا سقف مبلغ پایه مزایده فک رهن کند. چنانچه ظرف مدت مذکور طلب بستانکار پرداخت نشود، مال مورد مزایده به

بالاترین مبلغ پیشنهادی مشروط بر اینکه کمتر از هفتاد درصد (۷۰٪) مبلغ پایه مزایده نباشد، به فروش رسیده و طلب بستانکار وصول می شود. در صورتی که در مزایده اول، مال مورد مزایده به فروش نرسد، تکرار مزایده با قیمت کارشناسی جدید بلامانع است. هر گاه ارزش مال مورد وثیقه بیشتر از ارزش مورد مطالبه بانک باشد، تملک دارایی مورد وثیقه به اختیار بانک است و الزامی در تملک ندارد. در صورت عدم وصول کامل طلب از این طریق، حق پیگیری وصول باقی مانده مطالبات از روش های قانونی برای بستانکار محفوظ است. در اجرای این تبصره استفاده از سازوکارهای بورس کالا در اولویت قرار دارد.

هدف از وضع این ماده تسهیل در وصول مطالبات بانکها و درعین حال حمایت از واحدهای تولیدی است که منجر به خروج از رکود تورمی و کمک به افزایش نقدینگی در بانکها می گردد و این امر باعث می شود که بانکها بتوانند برای سرمایه در گردش واحدهای تولیدی اعتبار اختصاص دهند که افزایش تولید و رونق اقتصادی را به دنبال خواهد داشت. ماده ۱۹ قانون رفع موانع تولید دارای چند رکن اساسی است که می بایست مورد توجه قرار گیرد؛ در صدر ماده ۱۹ عبارت «سررسید گذشته» درج شده است و از آن تعریفی در ماده مورد اشاره نیامده است که مفهوم آن در بند «ذ» ماده ۱ آیین نامه وصول مطالبات سررسید گذشته، معوق و مشکوک الوصول مؤسسات اعتباری اینگونه بیان شده است: «مطالبات سررسید گذشته: مطالباتی که از تاریخ بدهی و یا تاریخ قطع بازپرداخت اقساط آن بیش از دو ماه گذشته و از شش ماه تجاوز ننموده است».

همچنین در بند «الف» فک وثایق و تضمینات نزد بانکها و مؤسسات مالی و اعتباری دولتی و خصوصی، نسبت به میزان بازپرداخت هر بخش از تسهیلات پیش بینی شده است. نکته حائز اهمیت آن است که این بند فقط درباره واحدهای دولتی قابل اجراست. موضوعی که میان نمایندگان مجلس نیز محل اختلاف بود و برخی خواهان آن بودند که عبارت «واحدهای تولیدی» از بند «الف» حذف گردد تا همه مشتریان بانکها و مؤسسات بتوانند از این مقررات بهره مند شوند و تنها منحصر به واحدهای تولیدی نباشد؛ استدلال ایشان مبنی بر این بود که انعطاف در دریافت وثیقه یکی از ملاکها و شاخص های ارزیابی محیط کسب و کار در بانک جهانی و I.C.F (مؤسسه مالی بین المللی) است و هرکس متناسب با وام دریافتی باید تضمینات معتبر بسپارد، همچنین بر این مدعا بودند که این امر یک اصل قانونی است و هرکس تحت هر عنوانی که وام دریافت کرده است می تواند با بازپرداخت قسمتی از آن، متناسب با میزان پرداخت، وثیقه را آزاد نماید که با مخالفت نمایندگان مواجه شد. ماده ۳۸ آیین نامه اجرای اسناد رسمی نیز راجع به ابراء مدیون نسبت به بخشی از دین یا خسارت تعیین تکلیف ننموده است و آن را مانع ارزیابی و مزایده کل وثیقه نمی داند؛ این ماده مقرر می دارد: «ابراء ذمه مدیون نسبت به خسارت یا قسمتی از اصل، مانع از صدور اجرائیه و ارزیابی و مزایده تمام مورد وثیقه نخواهد بود و در صورت عدم شرکت خریدار در مزایده و واگذاری مورد وثیقه به دائن، مبلغ ابراء شده به مدیون مسترد یا به حساب سپرده ثبت تودیع می گردد». اما در خصوص تأدیه بخشی از دین توسط راهن در آن آیین نامه تعیین تکلیف نشده است. بنابراین باید مطابق ماده ۷۸۳ قانون مدنی عمل کنیم و رهن را قابل تجزیه ندانیم و تمام مال را در برابر هر جزیی از دین وثیقه بدانیم مگر اینکه طرفین در خصوص فک بخشی از وثیقه توافق کنند.



استقبال از پول نقد

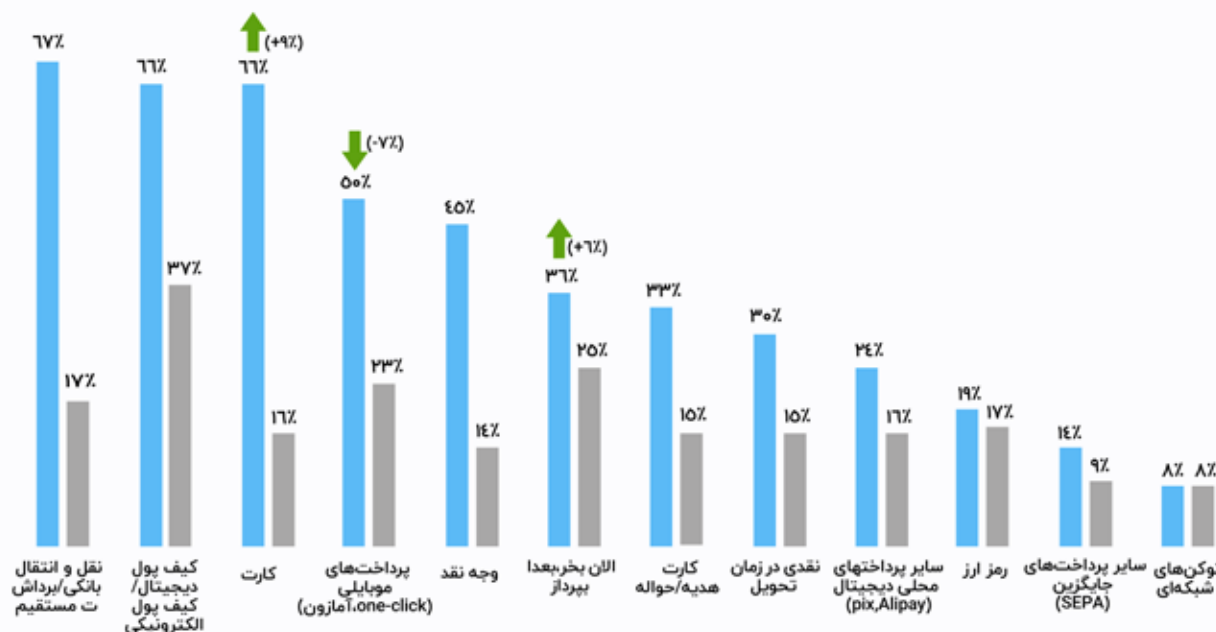
تاجران آنلاین به طور فزاینده‌ای پول نقد را می‌پذیرند

تهیه و تنظیم در شرکت توسعه خدمات الکترونیکی آدونیس

گزارش سال ۲۰۲۳ نشریه «پرداخت تجارت جهانی الکترونیک و تقلب»، بر اساس مطالعه و بررسی جهانی انجام شده روی ۱۰۰۰ تاجر کوچک و بزرگ دنیا، در نوامبر و دسامبر ۲۰۲۲، تهیه شده است. پول نقد به طور فزاینده‌ای در معاملات آنلاین (برخط) پذیرفته می‌شود. بر اساس بررسی یاد شده، تاجر و بازرگانان تجارت الکترونیک، اخیراً به چهار روش، پرداخت‌های نقدی را می‌پذیرند: کیف‌های پول دیجیتال، نقل و انتقال از طریق برداشت مستقیم، کارت‌های سنتی و اپلیکیشن‌های موبایلی تجارت الکترونیک (مانند Pay Pal mobile یا Amazon one-click). پول نقد پنجمین روش پرداخت رایج است که تقریباً توسط نیمی (۴۵٪) از تاجر پذیرفته می‌شود. پرداخت در زمان تحویل، نیز به عنوان مقوله‌ای جداگانه که توسط ۳۰ درصد از تاجر پذیرفته می‌شود، گزارش شده است. کارت‌های هدیه و حواله‌ها، پرداخت‌های شخص ثالث، و «الان بخر، بعداً پرداخت کن» (buy-now-pay-later) از جمله روش‌های پرداختی است که تقریباً در سه معامله از هر ده معامله، مورد قبول واقع می‌شود. روش‌های پرداخت که اخیراً مورد پذیرش قرار گرفته و در ۱۲ ماه گذشته به سایر روش‌ها اضافه شده است:

گزارش سال ۲۰۲۳ نشریه «پرداخت تجارت جهانی الکترونیک و تقلب»، بر اساس مطالعه و بررسی جهانی انجام شده روی ۱۰۰۰ تاجر کوچک و بزرگ دنیا، در نوامبر و دسامبر ۲۰۲۲، تهیه شده است. پول نقد به طور فزاینده‌ای در معاملات آنلاین (برخط) پذیرفته می‌شود. بر اساس بررسی یاد شده، تاجر و بازرگانان تجارت الکترونیک، اخیراً به چهار روش، پرداخت‌های نقدی را می‌پذیرند: کیف‌های پول دیجیتال، نقل و انتقال از طریق برداشت مستقیم، کارت‌های سنتی و اپلیکیشن‌های موبایلی تجارت الکترونیک (مانند Pay Pal mobile یا Amazon one-click). پول نقد پنجمین روش پرداخت رایج است که تقریباً توسط نیمی (۴۵٪) از تاجر پذیرفته می‌شود. پرداخت در زمان تحویل، نیز به عنوان مقوله‌ای جداگانه که توسط ۳۰ درصد از تاجر پذیرفته می‌شود، گزارش شده است. کارت‌های هدیه و حواله‌ها، پرداخت‌های شخص ثالث، و «الان بخر، بعداً پرداخت کن» (buy-now-pay-later) از جمله روش‌های پرداختی است که تقریباً در سه معامله از هر ده معامله، مورد قبول واقع می‌شود. روش‌های پرداخت که اخیراً مورد پذیرش قرار گرفته و در ۱۲ ماه گذشته به سایر روش‌ها اضافه شده است:

روش‌های پرداخت که اخیراً مورد پذیرش قرار گرفته و در ۱۲ ماه گذشته به سایر روش‌ها اضافه شده است.



کنند. مشتریانی که به صورت نقدی پرداخت خود را انجام می دهند، یک کد پرداخت در اختیارشان قرار می گیرد که می توانند با آن به فروشگاه های اطراف که مجهز به ابزار تراکنش هستند، مراجعه و با این شیوه، پرداخت کنند. آنان سپس و در عرض ۱۰ دقیقه کالای خود را دریافت می کنند و رسید خریدشان از طریق ایمیل برای آنان ارسال می شود.

آمازون با ایجاد Amazon Cash، به مشتریان امکان می دهد با ارائه بارکد و یا شماره تلفن به مغازه ای که در این طرح حضور دارد، به حساب خود وجه نقد اضافه کنند. آمازون می گوید «ما Amazon Cash را به وجود آوردیم که به تمام مشتریان، از جمله مشتریانی که ترجیح می دهند در خریدهای خود از کارت های برداشت یا اعتباری استفاده نکنند، ارائه خدمت نماییم. در آمازون، تلاش ما بر آن است که مشتری را در انتخاب خود آزاد بگذاریم و مفتخریم که به مشتری این اجازه را می دهیم که خرید خود را با نوع پرداخت دلخواه، انجام دهد».

Uber به مشتریان امکان می دهد که در کشورهای منتخب از طریق اپلیکیشن، کرایه خود را به صورت نقدی و مستقیماً به راننده پرداخت کنند. این شیوه پرداخت در سال ۲۰۱۵ به صورت آزمایشی در حیدرآباد هند به اجرا در آمد. در سال بعد از آن، تعداد این مناطق به ۱۵۰ شهر گسترش یافت و هم اکنون ۵۱ کشور را در بر می گیرد.

سنجش میزان استفاده از وجه نقد به صورت آنلاین یکی از چالش های موجود، اندازه گیری و سنجش ارزش و حجم تراکنش های آنلاین به صورت نقدی است. این سنجش در بررسی بانک مرکزی اروپا در دسامبر ۲۰۲۰ (SPACE) در خصوص نگرش مصرف کنندگان با چگونگی پرداخت ها، انجام و مشخص شد که ۴ درصد از حجم تراکنش ها و ۳ درصد از تراکنش های آنلاین به صورت نقدی انجام شده است. در بررسی بعدی SPACE در سال ۲۰۲۲، پرداخت در زمان تحویل به عنوان یک تراکنش در نقطه فروش (POS) گزارش شد. بی شک این حوزه ای است که تحقیق و بررسی بیشتری را می طلبد.

منبع:

<https://cashesentials.org/online-merchants-increasingly-accept-cash>

حتی عجیب تر آن که در طول ۱۲ ماه گذشته، تعداد تجاری که پول نقد می پذیرند ۱۴ درصد افزایش یافته، ضمن آن که پرداخت هنگام تحویل، نیز افزایشی ۱۵ درصدی را تجربه کرده است.

چنانچه گزینه پول نقد وجود داشته باشد، مشتریان خریدهای آنلاین بیشتری انجام خواهند داد.

بر اساس گزارش دیگری که به سفارش شرکت Paysafe، ارائه دهنده خدمات پرداخت، در آوریل ۲۰۲۲ تهیه شده است، از مجموع ۱۱۰۰۰ نفر در ۱۰ کشور مستقر در اروپا و کشورهای آمریکایی که مورد سوال قرار گرفته اند، ۴۷ درصد ترجیح می دهند که پرداخت خود را آنلاین و به صورت نقد انجام دهند و ۴۴ درصد از پاسخ دهندگان گفته اند که چنانچه امکان پرداخت نقد وجود داشته باشد، خریدهای بیشتری را به صورت آنلاین انجام خواهند داد.

شرکت Paysafecash که در سال ۲۰۲۱ صاحب شرکت آلمانی فعال در زمینه تکنولوژی پول نقد، به نام Viatfintech گردید، به بازرگانان گزینه پرداخت نقدی را پیشنهاد می نماید، به این صورت که مشتریان این شیوه پرداخت را در قسمت صندوق انتخاب و یک بارکد اختصاصی دریافت می کنند که می توانند با اسکن کردن آن در یک میلیون POS در بیش از ۵۵ کشور، خرید خود را انجام دهند. این روش، امن و خصوصی (شخصی) بودن تراکنش را تضمین می کند.

پرداخت هنگام تحویل، همچنان به عنوان روشی محبوب در آسیا باقی مانده است. پرداخت در زمان تحویل، به صورت وسیعی در کشورهای آسیایی محبوب است. بر اساس اعلام شرکت Ayden، تأمین کننده گذرگاه های پرداخت، ۶۰ درصد پرداخت های آنلاین در هندوستان، به روش پرداخت در زمان تحویل، انجام می شود، این شیوه محبوب ترین روش پرداخت در اندونزی و ژاپن است.

تکنولوژی های بزرگ وجه نقد را پذیرفته اند. غول های تکنولوژی اهمیت و فرصت های تجاری ناشی از مخیر کردن مشتریان خود به پرداخت نقدی را دریافته اند. مشتریان شرکت گوگل در گروه منتخبی از کشورها (در زمان نگارش این گزارش، ژاپن، اندونزی، مالزی و مکزیک)، می توانند اپلیکیشن ها را به صورت نقدی خریداری





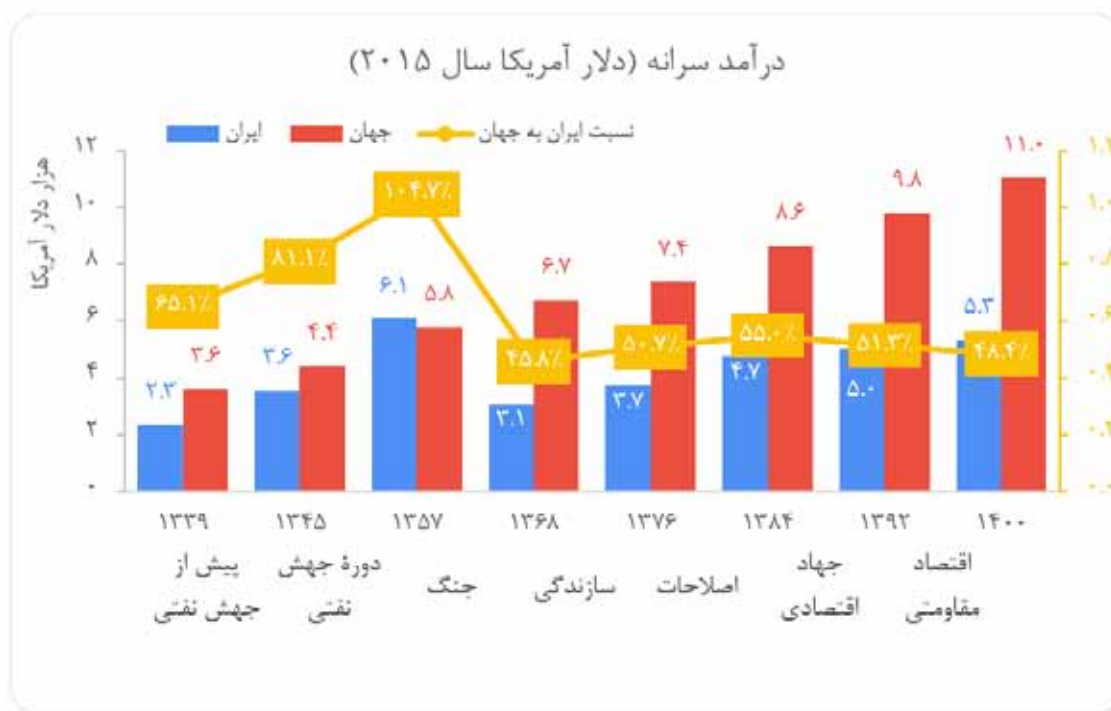
| محمدعلی براتی |
| کارشناس مطالعات اقتصادی آکادمی سامان |

داستان اقتصاد ایران: بیان مسئله

مسئله اقتصادی

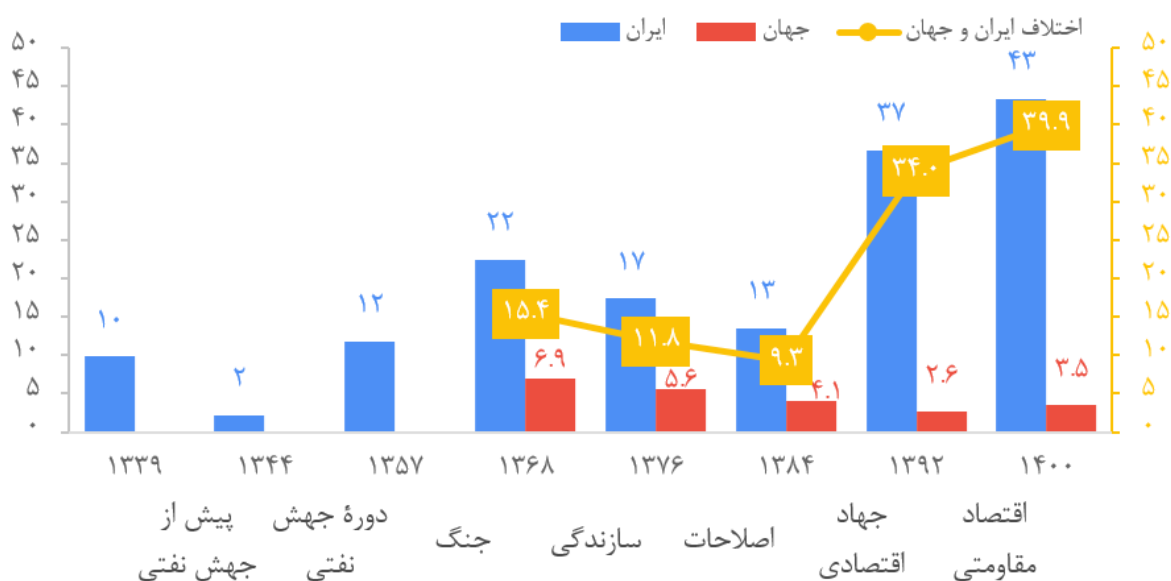
رشد خوبی دارد که رشد آن بالای ۱۰ درصد باشد. برای آنکه بفهمیم رفاه یا قدرت خرید مردم و تورم (شاخص بی‌ثباتی اقتصادی) کم یا زیاد است یک راه دیگر مقایسه مقدار آن مقادیر با مقادیر متناظر کشورهای دیگر یا با سال‌های قبل از آن است. نمودارهای ۱ و ۲ به ترتیب درآمد سرانه و تورم را در هر دو حالت فوق ترسیم کرده‌اند که به وضوح نشان از یک فاجعه دارند. عملکرد اقتصاد ایران در هر دو حالت بسیار بد بوده است. امروز رفاه ما نصف مردم جهان است درحالی‌که حدود ۴ دهه قبل، این شاخص بالاتر از میانگین جهانی بود و همین‌طور تورم ایران ۱۲,۵ برابر تورم جهانی است و برای مدت دو دهه بالای ۳۰ درصد باقی مانده است در حالی‌که در اوج جنگ ایران و عراق، تورم به سختی از ۲۰ درصد تجاوز می‌کرد. من قصد دارم ریشه این مسئله را طی یک سلسله مباحث بشکافم.

هر اقتصادی دو مسئولیت بیشتر ندارد: ایجاد رفاه برای مردم و ثبات رفاه، حاصل رشد درآمدهای افراد منهای رشد قیمت‌ها یا تورم است. ثبات تعیین می‌کند که مردم چه قدر می‌توانند به تداوم این رشد اطمینان کنند؟ اگر یک سال رفاه یا قدرت خرید افراد ۲۰ درصد افزایش یابد و سال بعد ۱۰ درصد کاهش یابد، اگر چه در مجموع رفاه به طور متوسط سالی ۴ درصد افزایش داشته است، اما این رفاه آن اندازه نمی‌ارزد که اگر از ابتدا به صورت آهسته و بدون تغییر سالانه ۴ درصد رشد می‌کرد. بی‌ثباتی یک اقتصاد، خود را در تورم‌های بالا نشان می‌دهد. اگر ثبات اقتصادی داشته باشیم، نرخ رشد تورم بایستی زیر ۵ درصد باشد. عملکرد خوب برای رشد رفاه هم بسته به سطح رفاه است. رشدهای یک و دو درصدی برای کشورهای توسعه‌یافته عالی هستند، اما برای کشورهای در حال توسعه فاجعه‌اند. ما زمانی می‌گوییم رفاه اقتصادی یک کشور فقیر



شکل ۱- درآمد سرانه در طول زمان و در مقایسه با جهان
منبع: world bank, world development indicators

تورم (درصد)



شکل ۲- تورم در طول زمان و در مقایسه با جهان
منبع: world bank, world development indicators

اقتصاد و سیاست

وقتی می‌خواهیم ببینیم که این مسائل چگونه حل می‌شوند. دو سطح برای پاسخ وجود دارد:

سطح اول، این است که گیریم دولت دست ما است و ما می‌خواهیم سیاست‌های اقتصادی آن را تنظیم کنیم. می‌خواهیم بدانیم که با بودجه دولت چه باید بکنیم؟ نرخ ارز را چگونه مهار کنیم؟ آیا باید سیاست‌های پولی را تغییر دهیم؟ آیا با این کارها هم تورم مهار می‌شود و هم درآمدهای اقتصاد رشد می‌کند؟

سطح دوم، پذیرش این موضوع است که پاسخ به سؤالات سطح اول ساده نیست و بین علما هم اختلافات بزرگی وجود دارد. به‌عنوان مثال، گروهی می‌گویند با خصوصی‌سازی باید مشکل بودجه را حل کنیم، بعضی هم می‌گویند آنها نتولیرال‌اند و می‌خواهند شرکت‌های دولتی را که متعلق به همه است به یک عده مفسد بفروشند! همین‌طور در مورد نرخ ارز، یارانه‌ها و غیره اختلافات از زمین تا آسمان است.

در این سطح دوم، ما می‌خواهیم مشکل را با استفاده از سیاست حل کنیم این‌گونه که به هر یک از مدعیان میدان بدهیم تا ببینیم کدام یک از آنها موفق خواهند شد.

البته همه اقتصاددانان موافق نیستند که پاسخ به سؤالات سطح اول پیچیده است. اجازه دهید ما در حال حاضر فرض بگیریم که اختلاف‌نظرها - که البته شکی هم در وجود آنها نیست - خود گواه بر پیچیده بودن مسئله است و بنابراین ما هر دو سطح را داریم و من مسئله را از سطح دوم آغاز می‌کنم و در نهایت به سطح اول می‌رسم در آنجا به این اقتصاددانان و اختلاف‌نظرها و ریشه‌های این اختلاف‌نظرها می‌پردازم و می‌اندیشم که آیا راهی برای رهایی از آنها هست یا نه و در نهایت ما به‌عنوان یک فرد

چه می‌توانیم بکنیم که آسیب کمتری ببینیم.

در سطح دوم، مسئله صرفاً ریشه در شرایط حاضر ندارد بلکه یک مسئله تاریخی ما است؛ بنابراین، در ابتدا مروری بر تاریخ معاصر به همان تفکیکی که در نمودارها می‌بینید - یعنی پیش از جهش نفتی، دوران جهش نفتی، دوران جنگ، سازندگی، اصلاحات، جهاد اقتصادی و اقتصاد مقاومتی - بحث را پیش خواهیم برد.

به نظر شما، آیا مشکلات اقتصادی از همان سطح اول و عدم به‌کارگیری دانش اقتصادی و اقتصاددانان حاذق است؟ یا اقتصاددانان ما مشکل دارند، و باید به آنها اجازه دهیم خود را در عمل اثبات کنند، ببینیم کدامشان درست می‌گویند؟

شما می‌توانید این مجموعه از یادداشت‌ها را در وب‌سایت آکادمی (samanacademy.ir) هم دنبال کنید. در آنجا امکان ارسال نظرات و ارائه پاسخ نیز وجود دارد و می‌توانیم با یکدیگر گفت‌وگو داشته باشیم. با اسکن QR کدهای زیر می‌توانید مستقیماً به صفحات این مقاله در سایت آکادمی سامان دسترسی پیدا کنید.



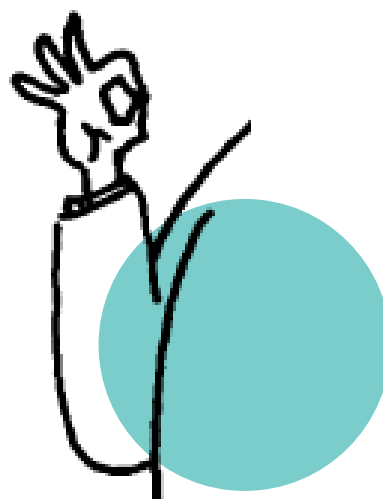
اشارات و زبان بدن در مذاکرات تجاری



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

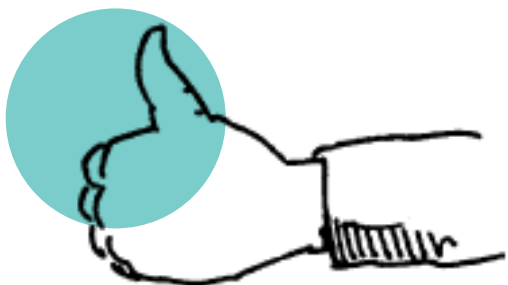


از نیکسون را در حالی که این اشاره را نشان می داد منتشر نمودند. چرا
هو کردن و اخبار اصلی روز بعد به این حرکت اختصاص یافت؟ چون
در برزیل اشاره‌ای که نیکسون نشان داد نمادی قبیح و توهین آمیز است.
یک فرانسوی مخصوصاً در جنوب فرانسه همان اشاره را به عنوان صفر
یا بی ارزش تفسیر می کند. در ژاپن انگشت شست و انگشت اشاره که
یک دایره را به وجود می آورند نماد پول هستند، انگشتان طرح گرد سکه
را به وجود می آورند. پر واضح است که اشاره "باشه" که آمریکایی ها و
افراد زیاد دیگری آن را می شناسند برای برخی مردم در کشورهای خاص
"مناسب" نیست. شاید بهتر باشد ابتدا کلمات محلی "بله" و "خوب
است" را یاد بگیرید و از دست هایتان اصلاً استفاده نکنید.



اشاره "باشه"

در دهه ۱۹۵۰ ریچارد نیکسون معاون رئیس جمهور به بازدید از آمریکای
لاتین پرداخت. در آن زمان بین ایالات آمریکا و آمریکای لاتین خصومت
زیادی وجود داشت و نیکسون بدون اینکه بخواهد با یک حرکت، هیزم
بیشتری بر آتش این بیزاری و نفرت ریخت. او در فرودگاه سائو پائولو
در برزیل از هواپیمایش بیرون آمد و اشاره "باشه" را به جمعیت حاضر
نشان داد. در واقع او این اشاره را با هر دو دستش نشان داد! مردم با هو
کردن وی واکنش نشان دادند. به علاوه روزنامه های روز بعد عکس هایی



انگشت شست رویه بالا

خلیبانان در آسمان و فضانوردان در فضا از آن استفاده می کنند. نماد
تقریباً جهانی «همه چیز خوب است» یا «خوب است» یا «همه چیز خوب



«V» برای پیروزی یا صلح

این نماد شناخته شده تاریخچه جالبی دارد. در جنگ جهانی دوم، وقتی نخست‌وزیر انگلستان وینستون چرچیل این نماد را رواج داد به معنی پیروزی بود و به نمادی قدرتمند و قابل اطمینان در جنگ بدل شد. ولی توجه کنید کف دست رو به بیرون (خارج) باشد. اگر کف دست روبه‌داخل باشد (همان‌طور که در تصویر می‌بینید) یک نماد منفی با معنی قبیح است. حالا ۵۰۰ سال به عقب که باز گردیم به نبرد آجینکورت می‌رسیم که در آن کمانداران انگلستان قدرتمندترین مبارزان روی زمین بودند. متعاقباً اگر یک کماندار انگلیسی توسط دشمن (فرانسوی‌ها) دستگیر می‌شد آن‌ها انگشت اشاره و انگشت وسط وی را قطع می‌کردند تا وی را خلع سلاح نمایند. اما - نکته اینجاست - که انگلیسی‌ها در این مبارزه پیروز شدند، کمانداران انگلیسی که از جنگ جان سالم به در برده بودند این دو انگشت را به عنوان نماد پیروزی بلند می‌کردند. انگار می‌گفتند "ببین! من هنوز انگشتانم را دارم." ولی دوباره دقت کنید- زمانی که این نماد را نشان می‌دادند کف دست رو به بیرون بود. بنابراین، تا امروز در کل انگلستان و بسیار از مستعمره‌های سابق انگلستان (مثلاً استرالیا، آفریقای جنوبی و غیره) زمانی که دو انگشت را بلند می‌کنند درحالی که کف دست روبه‌داخل باشد نماد توهین و استهزاء است. دو نمونه پیشین «V» به‌عنوان نماد پیروزی هم وجود دارند.



پیش می‌رود» و چندین پیام مثبت دیگر در این قلمرو تفسیر شده است. ولی باید حواستان را جمع کنید - یک سری استثنائاتی هم وجود دارد که بسیار مهم هستند. قبل از اینکه به این مسئله بپردازیم اجازه بدهید منشأ این علامت را بررسی کنیم. بر اساس تصویری که هالیوود طراحی کرده است این نماد به دوران گلابیاتورهای رومی بازمی‌گردد که در جنگ، وقتی امپراتور نماد «انگشت شست روبه‌بالا» را نشان می‌داد یعنی دوست داشت جنگجوی شجاع زنده بماند یا اگر نماد «انگشت شست روبه‌پایین» را نشان می‌داد منظورش بر عکس بود که منجر به اجرای مجازات مرگ برای جنگجوی بازنده می‌شد. این شاید اولین باری نباشد که هالیوود به خلق تاریخ مخصوص به خود می‌پردازد.

تاریخ‌شناسان جدید احتمالاً عبارت لاتین *pollice verso* (به معنی انگشت شست چرخیده) را با عبارت لاتین *pollice compresso* (به معنی انگشت شست فشرده شده) اشتباه گرفته‌اند. همچنین پر واضح است که هیچ یک از نقاشی‌های دیواری یا حواشی کتیبه‌ها نشان نمی‌دهد که از نماد «انگشت شست روبه‌بالا» استفاده کرده باشند. رومی‌های باستان از انگشت شست خود درون مشت فشرده خود استفاده می‌کردند تا اعلام کنند «او باید زنده بماند.» درحالی که از «انگشت شست روبه‌پایین» به‌عنوان نماد «فروبردن شمشیر در بدن قربانی» استفاده می‌کردند مانند جامعه امروزی ما که در آن «انگشت شست روبه‌پایین» به معنی «خیر» یا «منفی» یا «بد» است.

امروزه در اسپانیا «انگشت شست روبه‌بالا» معنی سیاسی مهمی دارد چون جدایی‌طلبان باسک در شمال اسپانیا از آن استفاده می‌کنند؛ بنابراین نشان‌دادن اشاره «انگشت شست روبه‌بالا» در اسپانیا سبب می‌شود ناخواسته در مرکز توجه قرار بگیرید.

در ژاپن انگشت شست روبه‌بالا نماد شماره ۵ است. علت این است که ژاپنی‌ها اعداد را با انگشتان خود می‌شمارند و از انگشت اشاره برای عدد یک، از انگشت وسط برای شماره دو، از انگشت حلقه برای شماره سه، از انگشت کوچک برای شماره ۴ استفاده می‌کنند. بعد زمانی که آن چهار انگشت را کف دست جمع می‌کنند انگشت شست رو به بالا برای شماره پنج است. عدد ۶ را با انگشت شست رو به بالا و انگشت کوچک رو به بالا نمایش می‌دهند و بعد نمایش اعداد به این ترتیب ادامه می‌یابد.

زمانی اوضاع پیچیده‌تر می‌شود که بدانید در آلمان «انگشت شست روبه‌بالا» به معنی یک است؛ بنابراین در آلمان وقتی می‌خواهید یک نوشیدنی سفارش بدهید همانند آمریکا از انگشت اشاره خود استفاده نکنید. اما همان‌طور که قبلاً اشاره کردیم در استرالیا مخصوصاً در میان نسل‌های قدیمی‌تر اشاره‌ای بی‌ادبانه است که معنی قبیحی دارد مخصوصاً اگر انگشت شست را به این سو و آن سو بچرخانید.

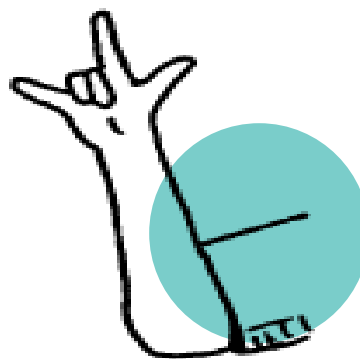
جای دیگری که این اشاره در آن مشکل ایجاد می‌کند نیجریه است. گزارش‌ها نشان داده‌اند آمریکایی‌هایی که در جاده‌های نیجریه تنها هستند و از علامت ویژه سواری رایگان استفاده می‌کنند (انگشت شست روبه‌بالا و برعکس) از سرنشینان وسائل نقلیه کتک می‌خورند چون این اشاره در این کشور معانی منفی و زشتی دارد.

در نهایت این نماد در آمریکا از دوران تظاهرات ضد جنگ در دهه شصت باب شد که به معنی پیروزی نبود بلکه از آن به عنوان نماد صلح استفاده می کردند.

"شاخ قلاب مانند"، "خونسرد باش" و "دوستت دارم"
الف- مشت بسته، انگشت اشاره و انگشت کوچک باز - شاخ قلاب مانند



ب- مشت بسته، انگشت شست و انگشت کوچک باز - خونسرد باش



ج- مشت بسته، انگشت شست، انگشت اشاره و انگشت کوچک باز - مخفف زبان اشاره آمریکایی برای دوستت دارم.

اغلب این سه اشاره را که بسیار شبیه هم هستند را با هم اشتباه می گیرند:
الف- شاخ قلاب مانند همان طور که در قسمت آغازین این بخش توضیح دادیم این اشاره به دانشگاه تگزاس در آستین تعلق دارد که در آن گاو شاخ دراز با شاخ های بزرگ و پهن خود نماد خوش شانسی دانشگاه و نماد آن دانشگاه است. بر اساس گزارش مطبوعات یکی از دانشجویان دانشگاه تگزاس به نام اچ. کی. پیتز از کلاس ۷۳ این نماد را رواج داد. در بعد از ظهرهای شنبه های پاییز در استادیوم فوتبال تگزاس هزاران دانشجو را می بینید که دست هایشان را بالا آورد و فریاد می کنند « شاخ های قلاب مانند! ولی زمانی که در ایتالیا هستید - دقت کنید - این نماد نشان cornuto یعنی شاخ های گاو نر و توهین آمیز است و می گوید "زنان سرتان کلاه گذاشته است" یا "زنان به شما خیانت

می کند." گزارش های مطبوعات نشان می دهند که دانشجویان دانشگاه تگزاس که در ارتش ایتالیا خدمت می کنند این علامت را بدون سوء قصد به هم دانشگاهی های خود در رستوران ها و سایر مکان های عمومی نشان داده اند که واقعا منجر به دعوا با مردان ایتالیایی شده است که آن را توهینی به مردانگی و شرف خود تلقی کرده اند.

این اشاره معانی دیگری هم دارد. قایق های ماهیگیری در دریای مدیترانه این نماد را روی قسمت جلویی قایق های خود نقاشی کرده اند چون به معنی دورنگه داشتن چشم حسود و چشم شیطان است. در بخش هایی از آفریقا زمانی که آن را روبه پایین روی پای کسی قرار می دهند به معنی نفرین است. در برزیل و ونزوئلا به معنی "خوش شانس" است و اغلب زنان آن را به عنوان نشانه خوش شانس به گردن خود می اندازند.

زمانی که یک بازیکن بیسبال آمریکایی این اشاره را نشان می دهد، داور از آن استفاده می کند تا به هم تیمی هایش بگوید که دو ضربه اوت داشتند. در فوتبال آمریکایی سرداور از آن برای نشان دادن نیمه دوم استفاده می کند.

ب- خونسرد باش. در جزایر هاوایی "خونسرد باش" علامتی برای "خودداری از خشونت" است. شاکا نام دارد و می گوید "برادر آرام باش". باید با چرخش از مچ یا آرنج اجرا گردد. منشأ آن مشخص نیست. یکی از نسخه های داستان این است که هانمانا کالیلی گارد زمین های کشاورزی آن را باب کرد که سه انگشت میانی اش را در تصادفی ازدست داده بود و بعد از آن به عنوان گارد در زمین های کشت نیشکر کار می کرد. کالیلی از دست آسیب دیده اش برای بیرون راندن نوجوانانی استفاده می کرد که برای دزدیدن نیشکرها به زمین های کشاورزی می آمدند. نوجوانان دیگر از آن نماد برای هشدار دادن به دوستانشان استفاده می کردند تا بگویند کالیلی آن نزدیکی هاست. یکی دیگر از نسخه های داستان می گوید که تیم فوتبال دبیرستان کاهوکو وقتی که می خواستند دایره اتحاد خود را بشکنند از آن به عنوان نماد انگیزشی استفاده می کردند. در سایر بخش های جزایر به نمادی برای حال و احوالپرسی همسایه ها تبدیل شده است. امروز صرفاً به معنی "برادر، آرام باش" و منحصر به جزایر هاوایی است.

ج- دوستت دارم. منشأ و توضیح این نماد ساده است. در زبان اشاره آمریکایی (بعد از زبان های انگلیسی و اسپانیایی، سومین زبان پرکاربرد در ایالات متحده آمریکا است)، نشانه کوتاه شده کلمات دوستت دارم است. گروه های موسیقی راک و هوی متال از آن استفاده می کنند و آن را به طرفدارانشان که در حال تشویق آن ها هستند، نشان می دهند.

تماس فیزیکی و حریم

آمریکایی ها به هر جایی که سفر می کنند، یک حریم دور خود دارند که اندازه اش در حدود ۱۸ اینچ است. آن را فضای "حریم قلمرو" یا "فضای شخصی ما" می نامند. زمانی که آمریکایی ها در رویدادهای اجتماعی یا تجاری با یکدیگر دیدار می کنند، یک فاصله ۳۶ اینچی بین آن ها وجود دارد (۱۸ اینچ برای هر نفر). این فاصله به اندازه دراز کردن دست و قرار دادن شست خود در گوش طرف مقابل است. به عبارت دیگر نماد رابطه با فاصله ای به اندازه طول یک دست است.

اما این حریم‌ها در آمریکای لاتین و خاورمیانه بسیار کوچک‌تر هستند. مردم در آنجا به اندازه یک اینچ از هم فاصله دارند. دوستان آرنج یا بازوی یکدیگر را می‌گیرند و دستشان را روی یقه کت طرف مقابل می‌گذارند (البته اگر یک زن کنار آن‌ها ایستاده باشد، این کار را نمی‌کنند).

ناظرانی که در این مناطق بوده‌اند با رقصی افسانه‌ای روبرو می‌شوند که "تانگوی محاوره‌ای" نام دارد. این رقص میان مردان آمریکایی و آمریکای لاتین رخ می‌دهد که یکدیگر را ملاقات می‌کنند و مرد لاتین یک قدم جلو می‌گذارد و متوجه نمی‌شود که وارد حریم شخصی مرد آمریکایی شده است. مرد آمریکایی طبیعتاً یک قدم به عقب برمی‌دارد. مرد لاتین با خود فکر می‌کند: او دارد چه کار می‌کند؟ دوباره یک قدم به جلو می‌گذارد، و مرد آمریکایی باز هم یک قدم به عقب می‌رود؛ مرد لاتین یک قدم به جلو می‌گذارد؛ و بعد... شما شاهد این رویداد خواهید بود - تانگوی محاوره‌ای.

مردم‌شناس معروف آمریکایی ادوارد تی. هال اظهار کرده است که ۴ قلمرو شخصی متفاوت وجود دارند:

قلمرو صمیمی ۱۸ اینچ فضای اطراف بدن است. این فضا به همسر، والدینی که کودک را در آغوش می‌گیرند تعلق دارد. در این فضا حس بویایی و آگاهی از گرمای ساطع شده وارد بازی می‌شوند.

قلمرو شخصی فاصله به اندازه طول دست است که قبلاً آن را توصیف کردیم. در این فاصله حالات صورت طرف مقابل مشخص‌تر است. ولی حتی در این فاصله هم تناقضاتی وجود دارد. زمانی که در بخش عادی هواپیماها می‌نشینیم، برخورد آرنج‌ها و حتی زانو‌ها را می‌پذیریم و اجازه آن را می‌دهیم. این مسئله حتی در ژاپن که فاصله فردی بسیار بیشتر است و تماس فیزیکی متداول نیست، به چشم می‌خورد مثلاً وقتی عکس‌هایی از کارمندان ژاپنی را می‌بینیم که در واگن‌های شلوغ مترو شانه‌به‌شانه هم ایستاده‌اند.

قلمرو اجتماعی - مشورتی بین ۱۲۱ تا ۲۴۳ یا ۳۰۰ سانتیمتر است و در مکالمات عادی روزمره شاهد آن هستیم. این فاصله ای است که با افراد آشنا می‌شویم و آن‌ها را در مکالمه خود شریک می‌کنیم.

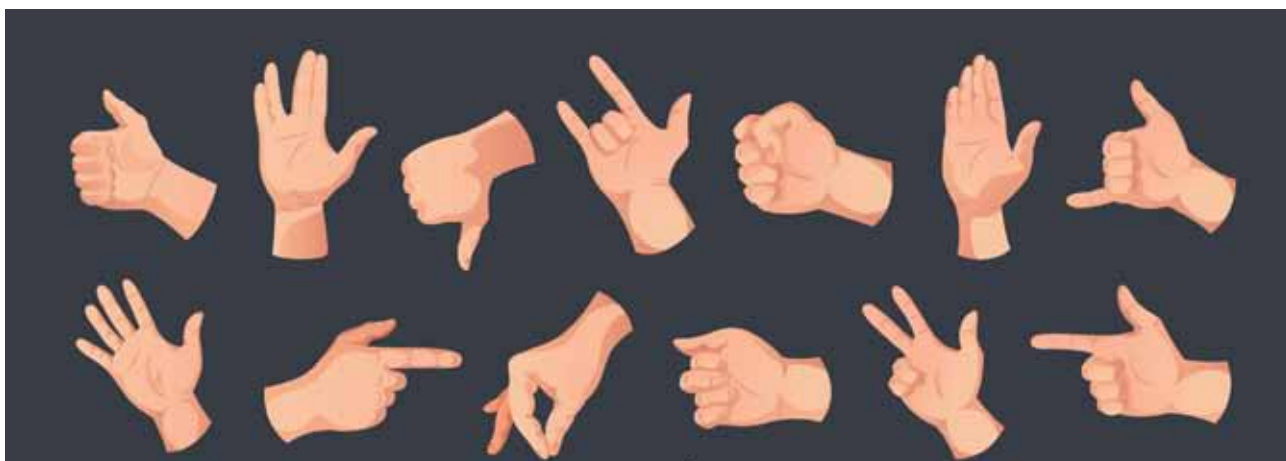
قلمرو عمومی بین ۳۰۰ تا ۹۰۰ سانتیمتر فاصله از بدن است یا مرز بیرونی آشنایی می‌باشد مثل استادی که در جلوی شاگردان ایستاده است. این نوسانات تماس فیزیکی را نیز در برمی‌گیرند. آمریکایی‌ها در رویدادهای اجتماعی و تجاری از تماس فیزیکی اجتناب می‌کنند مگر اینکه دوستان بسیار صمیمی باشند. ما گاهی به شانه طرف مقابل می‌زنیم، به پشت دو یا سه نفر می‌زنیم و هنگام دست‌دادن آرنج شخص را با دست دیگر می‌گیریم. اما این مسئله معمولاً در آسیا، انگلستان و اروپای شمالی یک تابو (نباید) کلیشه است. حتی میان شهرهایی مانند لندن و فرانسه هم تفاوت‌هایی در الگوی تماس فیزیکی وجود دارد.

نهایت تماس اجتماعی زمانی رخ می‌دهد که دو مرد درحالی که در خیابان راه می‌روند دست یکدیگر را می‌گیرند. اولین بار در عربستان سعودی این رفتار دیده شد. همین نماد دوستی در بمبئی یا در بخش‌های از جنوب آسیا هم وجود دارد و شاید آن را تجربه کرده باشید. در آمریکای لاتین دو دوست مذکر در خیابان راه می‌روند درحالی که دست در دست هم دارند و هیچ پیامی را به جز دوستی معمولی منتقل نمی‌کنند.

یکی دیگر از این مثال‌ها در تابستان ۲۰۰۴ رخ داد زمانی که تروریست‌های عربستان سعودی، غربی‌هایی را که در این کشور کار می‌کردند به گروگان می‌گرفتند. آمریکایی‌ها را تشویق می‌کردند تا ریش بگذارند و عبا‌های سنتی را که مردان عرب به تن می‌کنند، بپوشند تا کمتر غربی به نظر برسند. اما موارد دیگری را هم مطرح کردند. بر اساس نسخه جولای مجله تایمز، به غربی‌ها هشدار دادند "طوری راه نروید که انگار دارید به جایی می‌روید. اینجا (در عربستان سعودی) ما طوری راه می‌رویم انگار مقصد خاصی نداریم. ما طوری راه می‌رویم انگار بی‌هدف پرسه می‌زنیم. به علاوه به آمریکایی‌ها هشدار دادند زمانی که با مرد دیگری راه می‌روید دستش را بگیرید درست همان‌طور که سعودی‌ها این کار را می‌کنند. این باعث می‌شود رفتارشان بیشتر شبیه محلی‌ها باشد.

منبع:

کتاب مذاکرات بازرگانی بین‌المللی، نوشته راجر ای. اکستل، ترجمه ابراهیم زارع‌پور، انتشارات بازاریابی





مترجم: سینا محمدی. کارشناس توسعه سرمایه انسانی و کوچ حرفه‌ای مورد تأیید فدراسیون بین‌المللی کوچینگ (ICF)

23

مصلحت عمل کنند. مدیران می توانند به صورت روزانه وظایف زیر را انجام دهند:

رهبری جلسات و گفتگوها

محول کردن وظایف گردش کار و پروژه

باز خورد دادن به همکاران جوان تر (با سابقه کمتر یا سطح پایین تر)

نظارت و پایش پیشرفت از طریق معیارهای عملکرد

حل تعارضات و اختلافات

مسئولیت پذیری در فرایندهای تصمیم گیری

همسوسازی و آموزش کارکنان جدید یا کم تجربه

تکمیل وظایف چالش برانگیز

تفاوت کوچینگ و مدیریت

مدیریت و کوچینگ دو مکانیسم متمایز برای رهبری یک تیم هستند. در بیشتر موارد، کوچینگ به عنوان یک استراتژی رهبری مؤثر تر در مقایسه با مدیریت، به ویژه در بلندمدت، تصور می شود. این امر به این دلیل است که کوچینگ، الهام بخش کارکنان برای دستیابی به پیشرفت و توسعه مهارت ها است؛ در حالی که مدیریت بیشتر بر نتایج کوتاه مدت متمرکز است.

اگر چه گاهی اوقات لازم است رهبران از راهبردهای مدیریتی برای رسیدن به ضرب الاجل ها استفاده کنند، به نیازهای خاص یا انجام وظایف بسیار تخصصی رسیدگی کنند؛ کوچینگ یک استراتژی رهبری مفید برای کسب تجربه در موقعیت های کمتر حاد است. برای کمک به شما در درک این که این استراتژی ها در چه شرایطی می توانند مفید باشند، در اینجا به چند تفاوت اصلی بین کوچینگ و مدیریت اشاره می کنیم:

فرایندهای بازخورد

کوچینگ فرایندی است که نیازمند رهبرانی با ذهنیت گشوده، برای دریافت و ارائه منظم بازخورد باشند. رهبران در نقش کوچ، معمولاً زیر ساخت های محل کار را برای تشویق فرایندهای بازخورد، پایه ریزی می کنند طوری که موانع معمول را که همکاران جوان تر در ارائه بازخورد عمودی (پایین به بالا) می توانند داشته باشند، بر طرف می کنند. این امر می تواند در ایجاد روابط کاری قابل اعتماد که از ویژگی های اصلی سازمان های یادگیرنده و رشد محور است، بسیار مفید باشد.

رهبران در نقش کوچ، تشخیص می دهند که هنگامی که اعضای تیم با ارائه بازخورد احساس راحتی می کنند، به احتمال زیاد با رهبر تیم یا مجموعه در مورد نیازهای خاص خود شفاف هستند و وقتی رهبران بدانند که کارکنانشان برای موفقیت به چه چیزی نیاز دارند، می توانند برای حل و رسیدگی به این نیازها اقدام کنند.

با این کار، اعضای تیم احتمالاً بیشتر از سوی رهبران حمایت می شوند و از نقش های خود راضی هستند. از طرفی هم مدیران معمولاً برای دریافت بازخورد پذیرش کمتری دارند و ممکن است فقط در فرایندهای بازخورد از بالا به پایین شرکت کنند. این بدان معناست که مدیرانی که در کوچینگ شرکت نمی کنند، گاهی فرصت حمایت از پیشرفت اعضای تیم خود را از دست می دهند و می توانند هنگام پرداختن به نیازهای کارکنان خود، اشتباهات بزرگی نیز مرتکب شوند.

مقایسه رشد عمومی و نتایج فوری

رهبرانی که از مدیریت به عنوان راهبر اصلی خود برای دستیابی به موفقیت در تیم های خود استفاده می کنند، اغلب نتیجه محور هستند. آنها فرایندهای گردش کار را برای کمک به تیم ها در دستیابی به اهداف فوری و قابل اندازه گیری در محدوده پروژه های خاص پیش می برند. این می تواند در محیط های حساس و با سرعت بالا بسیار مفید باشد؛ این محیط ها رهبران را ملزم به قاطعیت در هدایت اعضای تیم در انجام وظایف مورد نظر می کند. با وجود این، هدایت تیم ها به این سبک و روش، برخلاف کوچینگ معمولاً رشد کلی یا توسعه مهارت های کارکنان

را در نظر نمی گیرد.

کوچینگ به کارکنان کمک می کند تا نیازهای فوری سازمانی را بر طرف کنند و همچنین به آنها اجازه می دهد تا به اجرای فرایندهای رشد بلندمدت و چالش برانگیز متعهد شوند. این بدان معناست که در برخی موارد، کوچینگ نسبت به مدیریت با سرعت کمتری عمل می کند و می تواند سازمان ها را به تجربه برخی ناکارآمدی های روزانه در مسیر رشد کارکنان هدایت کند. حتی با وجود این، رهبران در نقش کوچ، این نگرش را دارند که رشد کارکنان یک هدف بلندمدت و ارزشمند است و ممکن است در کوتاه مدت به دست نیامده و نیازمند آزمون و خطا باشد.

مکانیسم های حل مسئله

رویکرد کوچینگ و مدیریت برای حل مشکلات در محل کار بسیار متفاوت است. هنگامی که در جریان کار اختلاف پیش می آید، رهبرانی که مدیریت را کار اصلی خود می دانند، معمولاً نقش مشکل گشای اصلی تیم را بر عهده می گیرند. با این کار، مدیران این قدرت را دارند که مسائل را به سرعت حل کرده و حرکت اعضای تیم را در انجام وظایف خود برای رسیدن به اهداف خاص حفظ کند.

در برخی موارد، مدیران حتی ممکن است مسئولیت های اضافی یا وظایف سطح بالاتری را نیز بر عهده بگیرند تا اطمینان حاصل کنند که اعضای تیم با موانع دیگری برای تکمیل وظایفشان مواجه نمی شوند. این سبک از رهبری، به ویژه در شرایطی که تیم ها نیاز به راه حل های فوری دارند، می تواند مفید باشد.

در مقایسه، رهبرانی که رویکرد کوچینگ دارند، از مکانیسم های حل مسئله برای راهنمایی و هدایت تیم کمتر استفاده می کنند. آنها ممکن است با اعضای تیم خود در هنگام رسیدن به راه حل برای اختلافات موجود در جریان کار همکاری کنند و به همکاران جوان تر نیز اجازه دهند تا روش هایی برای حل مشکلات ارائه دهند.

رهبران در نقش کوچ، معمولاً به جای استفاده از قدرت خود به عنوان یک رهبر برای حفظ شتاب گردش کار، بیشتر قدرت خود را در راه حل های خلاقانه و غیر سستی بکار می گیرند. در حالی که فرایند حل مسئله ممکن است طولانی تر از آنچه گفته شد، باشد و چنین مکانیسم هایی به کارکنان موقعیت رشد در مهارت های حل مسئله و پرورش ذهنیت های راه حل محور می دهند.

ارتباطات

کوچینگ یک سبک رهبری بسیار ارتباطی است که اعضای تیم و رهبران را به طور یکسان تشویق می کند تا اهداف و نیازهای خود را به صراحت بیان کنند. رهبرانی که کارکنان خود را کوچ می کنند معمولاً به فرایندهای ارتباطی متقابل متعهد می شوند که در آن هر دو طرف می توانند در گوش دادن فعال و تفکر راه حل محور شرکت کنند تا بهترین راه برای حمایت از رشد و کارایی تیم را شناسایی کنند. این مکالمات به عنوان پایه و اساس کوچینگ عمل می کند و برای مشارکت عمیق کارکنان در کارشان بکار می روند.

مدیریت، یک سبک رهبری کمتر ارتباطی است که معمولاً مسئولیت بر عهده اعضای تیم گذاشته می شود تا اختلافات گردش کار را به رهبرانی گزارش کنند که سپس به طور مستقل برای حل مشکلات کار می کنند. رهبرانی که مدیریت را به کار می گیرند ممکن است انتظارات خود را بیان کنند و دستورات خود را صادر کنند اما معمولاً با اعضای تیم روابط باز یا متقابل برقرار نمی کنند. با این اوصاف، اگر کوچینگ بر مبنای استفاده از ارتباطات دو طرفه در نظر گرفته شود، مدیریت بر مبنای استفاده از روش های ارتباطی یک طرفه شکل گرفته است.

تفویض اختیار

رهبرانی که نقش مدیر را دارند، معمولاً فرایندهای گردش کار را طراحی کرده و باتوجه به نقاط قوت یا نقش های تخصصی، وظایف خاصی را به اعضای تیم محول می کنند. این موجب می شود تا رهبران وظایفی ملموس و عملی برای اعضای تیم اختصاص بدهند. علاوه بر این، آنها می توانند بر فرایندهای گردش کار



رانیز به طور بهینه‌ای هدایت کنند. با این حال، ایجاد تعادل بین کوچینگ و مدیریت می‌تواند چالش برانگیز باشد، زیرا روش‌های رهبری آنها تا حدودی متفاوت است. این امر به‌ویژه برای رهبرانی صادق است که در محیط‌های حساس و سریع که نیازمند به مدیریت است، مشغول بکار هستند.

با وجود این، برای همه رهبران این امکان وجود دارد که با کار هدفمند تعادلی بین کوچینگ و مدیریت ایجاد کنند. بسته به نوع صنعت، سازمان و کاری که باید به صورت روزانه انجام دهید، می‌توانید سعی بر ترکیب سطوح مختلف کوچینگ و مدیریت در فرایندهای رهبری خود داشته باشید. در اینجا چند نکته کوتاه برای ایجاد تعادل بین کوچینگ و مدیریت به عنوان یک رهبر آورده شده است:

ایجاد انگیزه در همکاران: رهبران باید دیگران را در اجرای فرایندهای گردش کار و رسیدن به اهداف تشویق کنند. در حالی که رهبران می‌توانند در صورت لزوم وارد عمل شوند، آنها باید در تیم اعتماد به نفس و خودباوری ایجاد کرده و در انجام وظایف چالش برانگیز مشارکت کنند.

پشتیبانی: این می‌تواند برای رهبران مفید باشد که از تباطات هدفمند دو طرفه شکل دهند تا ببینند چگونه از موفقیت و رشد تیم خود به بهترین شکل حمایت کنند. این می‌تواند شما را قادر سازد تا روابط قابل اعتمادی ایجاد کرده و نیازهای کارکنان خود را بهتر برطرف کنید.

تحسین و تشویق کار با کیفیت بالا: وقتی اعضای تیم کار با کیفیتی ارائه می‌کنند، باید تلاش‌هایشان دیده و تحسین شود. این امر می‌تواند انجام کار چالش برانگیز را مطلوب‌تر کند و از طرفی هم میزان بار کاری شما را کاهش می‌دهد و همچنین به اعضای تیم کمک می‌کند تا مهارت‌های سطح بالاتر را در خود برای دستیابی به نتایج کارآمد پرورش دهند.

بنیاد نهادن فرهنگ رشد: رهبران باید در توسعه و رشد سازمانی سرمایه‌گذاری کنند زیرا چنین تلاش‌هایی می‌تواند به تیم‌ها کمک کند تا در مجموع سازنده‌تر و راضی‌تر شوند. این امر مستلزم آن است که رهبران به طور منظم با یکدیگر همکاری کنند، در فرایندهای بازخورد متقابل شرکت کنند و به اعضای تیم اجازه ارائه راه‌حل برای چالش‌ها بدهند.

منبع: وبسایت Indeed، فوریه ۲۰۲۲

در باره نویسنده: جنیفر هرتی، متخصصی با تجربه در زمینه خدمات شغلی است که بیش از ۱۲ سال سابقه کار در زمینه کوچینگ شغلی، استخدام و نقش‌های رهبری با هدف کمک به دیگران برای یافتن بهترین شغل را دارد. او به افراد کمک می‌کند تا فرایند جستجوی شغل را از طریق جلسات کوچینگ شغل - فردی، وینارها، کارگاه‌های آموزشی، مقاله‌ها و ویدئوهای مشاوره شغلی در کانال یوتیوب Indeed طی کنند.

نظارت مؤثری داشته و روند پیشرفت و موفقیت را پایش کنند و در صورت لزوم مداخله کنند. سازماندهی گردش کار به این روش گاهی اوقات بسیار کارآمد است و می‌تواند به ساده کردن فرایندها کمک کند تا تیم‌ها بتوانند مؤثرتر به اهدافشان دست یابند. در مقایسه، از آنجایی که کوچینگ معمولاً کمتر از مدیریت نتیجه‌محور است، رهبرانی که کوچینگ را بکار می‌بندند، ممکن است کمتر به تفویض اختیار اهمیت داده و تمرکز بیشتری بر همکاری داشته باشند.

این بدان معناست که کوچ‌ها این فضا را به اعضای تیم می‌دهند تا فرایندهای گردش کار خود را شکل دهند، برای انجام کارهای مورد علاقه خود داوطلب شوند و پیشرفت خود را در حین دستیابی به اهداف ببینند. به همین دلیل، گاهی اوقات کوچینگ روشی کمتر کارآمد برای سازماندهی فرایندهای گردش کار است، به‌ویژه با اعضای جدید تیم یا زمانی که تیم در مسیر انجام یک پروژه جدید قرار گرفته است. با این حال، از آنجایی که یک تیم یاد می‌گیرد چگونه همکاری سازنده‌ای را به وجود آورد، در تکمیل اهداف با کارایی بیشتری حرکت کرده و دیگر نیازی به تفویض اختیار نداشته باشد.

مقایسه خودباوری و دستورالعمل‌های مستقیم

از اهداف اصلی کوچینگ، تشویق اعضای تیم به افزایش خودباوری و اعتماد به نفس است. کوچینگ به منظور کمک به اعضای تیم برای رسیدن به تفکر انتقادی در هر فرد است که می‌توانند تصمیمات حیاتی بگیرند و مشکلات را به تنهایی حل کنند. رهبرانی که رویکرد کوچینگ دارند می‌توانند به همکاران جوان‌تر خود امکان دست و پنجه نرم کردن با چالش‌ها را بدهند تا به آن‌ها کمک شود که بیاموزند در آینده چگونه موفقیت‌های مشابه را مدیریت کنند. همان‌طور که گفته شد، در حالی که این فرایند زمان‌بر می‌تواند باشد و در دوره‌ای به ناکارآمدی گردش کار منجر شود، رهبران در نقش کوچ، وقتی بودن این چالش‌ها را گوشزد می‌کنند تا اعضای تیم نسبت به توانایی خود در اجرای اهداف اطمینان بیشتری پیدا کنند.

از طرفی هم مدیریت، بیشتر به دستورالعمل مستقیم و استراتژی و راهبردهای رهبری از بالا به پایین توجه دارد. رهبرانی که شیوه‌های مدیریتی را در پیش می‌گیرند، فرصت تعامل با اعضای تیم خود و رشد مهارت‌های نرم لازم برای خودکفایی را از دست می‌دهند؛ بنابراین، در چنین مواردی، کارکنان معمولاً برای تصمیم‌گیری‌های مهم، هدایت گردش کار با دستورالعمل‌های خاص و انجام اقدامات فوری در صورت بروز مسائل، به مدیران خود وابسته هستند.

نکاتی برای ایجاد تعادل بین کوچینگ و مدیریت

رهبران موفق باید ترکیبی از راهبردهای کوچینگ و مدیریتی را به کار گیرند تا تیم خود را برای تولید کار با کیفیت بالا راهنمایی کنند. با ادغام این دو استراتژی، رهبران می‌توانند هم‌زمان با تشویق همکاران جوان‌تر در روند رشد بلندمدت، جریان کار



گفتگو با همکاران شعبه لاله زار

مشتریان، کسب و کار و آپشنی می‌پروند

گفتگو: جعفر تکبیری

خداداد سپس به تلاش این شعبه برای تحقق اهداف استراتژیک بانک نیز اشاره کرد و گفت: برگزاری جلسات دوره‌ای جهت مرور اهداف، بررسی عملکرد شعبه و نقاط قوت و ضعف موجب کشف مشکلات و رفع موانع موجود می‌شود. همچنین ارائه پیشنهادها و انتقادات از سوی همکاران در جلسات یا به صورت خصوصی و تلاش جهت بهبود فضای شعبه همواره در دستور کار قرار دارد.

رئیس شعبه لاله‌زار در ادامه گفت: شاخص‌ترین ویژگی طرح سامان ۱۴۰۴، توانمندسازی پرسنل به‌ویژه پرسنل فروش و فروش تخصصی است. همچنین ارجاع برخی از وظایف شعب به حوزه بانکداری الکترونیک و مدیریت پشتیبانی فروش فرصت بیشتری جهت فروش موفق محصولات به مشتریان را ایجاد کرده است.

وی خاطر نشان کرد: استفاده آسان از ابزارهای بانکداری الکترونیک به‌ویژه موبایل و پایانه‌های غیرنقد موجود در شعب، موجب رضایت مشتریان شده اما فرایند افتتاح سپرده و استفاده از خودگردان‌های شعب جهت عملیات نقدی موجب نارضایتی برخی از مشتریان شده است.

خداداد سپس گفت: شعبه لاله‌زار ضمن پرداخت تسهیلات گروهی اقدام به فروش محصول بیمه عمر مانده بدهکار کرده و موفق به پوشش اهداف شده است مع الوصف فروش انواع بیمه‌نامه حسب نیاز و درخواست مشتریان نیز در دستور کار ما هست.

برنامه استراتژیک، لازمه بقای هر سازمانی است

مجید عزمی، کاربر فروش تخصصی شعبه لاله‌زار است. او ۳۶ ساله و کارشناس حسابداری است و از سال ۱۳۹۱ وارد بانک سامان شده است. وی به روزهای نخست پیوستن خود به بانک سامان اشاره کرد و گفت: در اولین روزهای حضور در بانک به دلیل کلاس کاری متفاوت بانک بسیار مسرور بودم، البته اولین محل خدمت من شعبه ملت اکباتان بود که از شعبه‌های همیشه شلوغ بانک به حساب می‌آید و همراهی و راهنمایی همکاران باعث شد تا از نگرانی‌های بدو استخدام کم شود.

عزمی سپس به محیط کاری خود در شعبه لاله‌زار هم اشاره کرد و ادامه داد: از جذابیت‌های شعبه لاله‌زار به این موضوع می‌توان اشاره کرد که این شعبه، شعبه‌ای نو پا در دل بازار پر نور و زرق‌وبرق لوستر و لوازم الکتریکی است و اکثر مشتریان اینجا کسبه منطقه و واردکنندگان کالا هستند. با توجه به پتانسیل منطقه هم اکنون در حال جذب مشتری در جهت دستیابی هر چه بیشتر به اهداف شعبه هستیم.

او همچنین به تعامل خود با همکاران شعبه هم اشاره کرد و افزود: وجود همکاران بسیار خوب و همدل و تعامل رئیس شعبه جناب آقای خداداد با همکاران و ایجاد جو صمیمی بین افراد، باعث افزایش بهره‌وری و راندمان شعبه شده است.

عزمی ادامه داد: از نظر من وجود برنامه استراتژیک لازمه بقای هر سازمانی است و استفاده از استراتژی برای مشخص کردن نقشه مسیر شغلی می‌تواند مسیر رسیدن به موفقیت را جهت‌دار و شفاف کند و وجه تمایز بانک سامان با سایر سازمان‌ها وجود برنامه‌های مدون استراتژیک هست. ما در شعبه لاله‌زار با تمرکز بر سه اصل خلق ارزش برای مشتریان ویژه، ارائه راه‌حل‌های متمایز برای اصناف و شرکت‌های متوسط و حفظ سهم بازار در بانکداری بین‌الملل در رسیدن به اهداف استراتژی سامان ۱۴۰۴ حرکت می‌کنیم و تلاش ما جذب هر چه بیشتر مشتریان جدید در اصناف مختلف است. همچنین با توجه به پتانسیل‌ها و عملکرد مطلوب



داریوش خداداد - رئیس شعبه

در این شماره از نشریه سامان با همکاران شعبه تازه تأسیس لاله‌زار به گفتگو نشسته‌ایم. شعبه‌ای در قلب یکی از خیابان‌های پرتردد تهران که مشتریان مختلفی را هر روز میزبان است.

داریوش خداداد، رئیس شعبه لاله‌زار است. وی ۴۱ ساله، متولد تهران و کارشناس مترجمی زبان انگلیسی است. او پیش از حضور در بانک سامان، سابقه فعالیت به عنوان مسئول پشتیبانی در یکی از شرکت‌های ساختمانی مجری طرح‌های سد و نیروگاه را داشته و از سال ۱۳۸۶ وارد بانک سامان شده و تاکنون در ده شعبه بانک سامان نظیر بازارکاشها، مرکزی، آفریقا، بازار و میدان قزوین حضور داشته است.

داریوش خداداد در خصوص آخرین وضعیت شعبه لاله‌زار گفت: شعبه لاله‌زار در سال ۱۳۹۹ پس از ادغام شعب شمس آباد، میدان ملت و میدان حسین آباد تأسیس شده و علیرغم عمر کوتاه آن به همت رؤسای قبلی و معاون محترم سرکار خانم معصومی و پرسنل سخت‌کوش شعبه، تبدیل به یکی از شعب منتخب ارزی موفق شده است.

وی ادامه داد: موقعیت مکانی شعبه صددرصد تجاری است و اصنافی نظیر فروشندگان چرم، کیف و کفش، سیم، کابل، لوازم الکتریکی، لوستر و همچنین واردکنندگان تلفن همراه مشتریان این شعبه هستند که از انواع خدمات ریالی، اعتباری و ارزی بانک استفاده می‌کنند.

رئیس شعبه لاله‌زار همچنین به چالش پیش‌روی شعبه نیز اشاره کرد و گفت: اکثر مشتریان شعبه اشخاص حقیقی و اصناف هستند و همانند سایر شعب منطقه بازار، فاقد تعداد کثیر مشتریان خاص و سپرده‌گذار هست؛ بنابراین جذب سپرده به‌ویژه منابع بلندمدت، بزرگ‌ترین چالش ما است.



راضیه معصومی - معاون شعبه

او در خصوص پیوستن خود به بانک سامان گفت: تیرماه ۱۴۰۲ وقتی برای مصاحبه تخصصی به برج سامان دعوت و اولین بار حضور پیدا کردم در بدو ورود مطمئن شدم که اینجا دقیقاً همان جایی است که بایستی در آن سازمان همکاری داشته باشم و از پیوستن به خانواده بزرگ سامان بسیار خوشحالم و بزرگترین و بهترین اتفاق زندگی من در این سالها بوده و این شیرینی فراموش نشدنی است.

وی سپس ادامه داد: هرچه بیشتر از مدت زمان فعالیتام در بانک می گذرد بیشتر به آن علاقه مند می شوم و برایم جذابیت بیشتری پیدا می کند و دوست دارم این حس خوب و ناب را بین همکارانم در شعبه تقسیم کنم.

اعرابی سپس گفت: اکنون با گذشت ۲ ماه و اندی از فعالیتیم در شعبه می توانم بگویم بیشترین جذابیت کاری من، تعامل با مشتری های گوناگون با روحیات متفاوت هست و باعث می شود بتوانم بهتر و بیشتر مشتریان را روان شناسی کنم؛ از طرفی تعامل با مشتریان به من کمک می کند بیشتر یاد بگیرم تا بتوانم با تسلط کامل به امور روزانه بپردازم. بزرگترین چالش من این هست که بتوانم مشتری مداری را در بالاترین سطح حفظ کنم و هیچ مشتری بدون رضایت از درب شعبه خارج نشود و تمام تلاشم را می کنم که بتوانم این مهم را رعایت و مشتریان را نسبت به بانک سامان وفادار کنم.

این کاربر عملیات سپس گفت: این افتخار نصیب من شده که بتوانم کنار همکاران بزرگ و با دانشی کار کنم و جا دارد از جناب آقای محمدحسین افسری تشکر ویژه کنم که از بدو ورود به شعبه لاله زار تمامی امور روزانه بانک را در کمال آرامش و احترام آموزش دادند.

شعبه لاله زار در بخش ارز، به سرعت به شعبه منتخب ارزی تبدیل و باعث قرارگرفتن در لیست شعب برتر شد.

این کاربر فروش تخصصی همچنین در خصوص نحوه تعامل با مشتریان نیز عنوان کرد: باتوجه به اینکه این مشتریان هستند که کسب و کار و تجارت یک سازمان را پیش می برند، نحوه ارتباط مؤثر و تعامل صحیح با مشتری بسیار مهم است. ازاین رو در جهت وفادار کردن مشتری، ما در شعبه لاله زار با تعاملات شخصی سازی شده و پاسخ گویی فعال و گرفتن بازخورد با مشتریان ارتباط مؤثر برقرار می کنیم.

تعاملی صمیمانه

محمدرضا صمدزاده، ۴۰ ساله کارشناس حسابداری و بانکدار فروش شعبه لاله زار است که از سال ۱۳۹۲ به بانک سامان پیوسته است.

صمدزاده در خصوص پیوستن خود به بانک سامان می گوید: روز اول کارم در بانک سامان از شعبه میدان قزوین با ریاست جناب آقای پورداد شروع کردم. قطعاً برای هر کسی روزهای اول کار در بانک و یا هر سازمان دیگری حتی اگر سابقه کار قبلی هم داشته باشید سخت و استرس زا است اما پس از آشنایی با شرایط کار و راهنمایی های رؤسا و همکاران هر روز از این استرس و سختی کاسته شده و شعبه تبدیل به خانه دوم من شد.

وی در خصوص فضای کار در شعبه لاله زار هم گفت: امور روزانه بانک چالش ها و جذابیت های خاص خود را دارد و هر روز با مشتریانی که اغلب درخواست دریافت انواع تسهیلات را دارند مواجهام و تمام سعی خود را می کنم که همان گونه که خود انتظار دارم وقتی برای گرفتن تسهیلات و یا هر موضوعی به یک سازمان مراجعه می کنم با من برخورد شود با مشتریان هم همین گونه برخورد می کنم. تمام تلاش خود را می کنم که در این اوضاع بد اقتصادی، گوشه ای از مشکلات مردم حل شود و دعاگوی خیر بانک و من باشم.

این کاربر فروش در خصوص نحوه تعامل با همکاران خود نیز عنوان کرد: خدا را شکر در تمام شعبی که حضور داشتم اعم از میدان قزوین، ملت اکباتان، مرکزی و لاله زار تعامل بین همکاران و رؤسا بسیار صمیمانه بوده و اگر مشکلی برای هر یک از همکاران پیش می آمد همه همکاران از هیچ کمکی دریغ نمی کردند.

صمدزاده به اجرای استراتژی ۱۴۰۴ در بانک سامان نیز اشاره کرد و ادامه داد: درخصوص استراتژی ۱۴۰۴ بانک، من و تمام همکاران تلاش خود را در حوزه جذب و حفظ مشتریان ویژه و ارائه خدمات به اصناف و شرکت ها و آشنایی مشتریان با بانکداری الکترونیک جهت ایجاد راحتی و سرعت و اطمینان، انجام می دهیم تا بانک به اهداف خود و سرمنزل مقصود خود برسد.

وی اضافه کرد: علاوه بر این همیشه تمام سعی خود را جهت همدلی و حل مشکلات مشتریان در چارچوب قوانین بانک کرده و تمام تلاش خود را جهت تبدیل مشتریان به مشتریان وفادار و جذب منابع ارزان قیمت می نمایم.

کارکردن با اتفاقات تلخ و شیرین

امیرحسین اعرابی یکی از همکاران تازه وارد بانک است. او ۲۷ سال سن دارد و فارغ التحصیل رشته اقتصاد گرایش بانکداری اسلامی از دانشگاه آزاد در مقطع کارشناسی ارشد است و از ۲۴ مرداد ماه ۱۴۰۲ به عنوان بانکدار عملیات در شعبه لاله زار فعالیت دارد.



محمدرضا صمدزاده - بانکدار فروش



مجید عزمی - بانکدار فروش تخصصی



امیر حسین اعرابی - بانکدار عملیات

می‌گیرم تا بتوانم بیشترین بهره‌وری را روی سایر اهداف استراتژی داشته باشم. تلاش و کوشش همه همکاران در تعامل با مشتریان و تبدیل آنها به مشتریان وفادار مبتنی بر سه اصل راحتی، سرعت و اعتماد ستودنی است و خوشبختانه در شعبه لاله‌زار این موضوع سرلوحه همه همکاران قرار گرفته و همواره تأکید می‌شود. وی در پایان گفت: کارکردن در بانک روزانه با اتفاقات تلخ‌وشیرین زیادی همراه است و به نظر من شیرین‌ترین اتفاق برای هر بانکدار، خرید کارت هدیه مشتری است که تنوع کارت‌ها و متن‌های قشنگی که روی کارت‌ها چاپ می‌شود این شیرینی رو دوجندان می‌کند.

همچنین از رئیس شعبه جناب آقای خداداد و معاون شعبه سرکار خانم معصومی کمال تشکر را دارم که تمام تجربیات ارزشمند خودشان را در اختیار بنده قرار می‌دهند و با رهنمودهای خودشان سعی می‌کنند همواره بنده را در مسیر پیشرفت قرار دهند همچنین خدا را شاکر هستم بابت جو به‌شدت خوب و صمیمی که در شعبه حاکم هست و من به‌عنوان کوچک‌ترین عضو این خانواده مشغول به کار و یادگیری هستم. اعرابی سپس گفت: من در کنار سایر همکاران در جهت پیشبرد اهداف استراتژیک، مشغول فعالیت هستم و تمام تلاشم را برای آموزش به مشتریان جهت انجام عملیات از طریق ابزارهای غیرحضوری به کار





سامان؛ قهرمان تطبیق و مبارزه با پول شویی کشور

بگویم، این رتبه هم در تسهیل الزامات نهاد ناظر همچون نرخ سپرده قانونی، نرخ رشد ترازنامه‌ای و اخذ مجوزهای عملیاتی تأثیر دارد و هم در اعتبار بین‌المللی بانک سامان در ایجاد روابط کارگزاری با بانکهای خارجی و همچنین ارتقای شهرت بانک نزد مشتریان بین‌المللی بسیار مؤثر خواهد بود.

- باتوجه به کسب این رتبه، برنامه شما برای سال‌های آتی چیست؟ باتوجه به تأثیر فوق‌العاده‌ای که این رتبه بر دامنه عملکردی بانک سامان، در حوزه کسب‌وکار و ارائه خدمات به مشتریان، ارتقای شهرت و اعتبار بانک دارد، مهم‌ترین هدف ما حفظ این جایگاه در چهار سال آینده است و البته اگر بتوانیم این جایگاه را برای همیشه حفظ کنیم در واقع تکلیف شغلی خودمان را به نحو احسن انجام داده‌ایم.

البته باتوجه به ساختارهای ایجاد شده یقین دارم که همکاران بنده در رتبه‌بندی‌های آتی نیز با حفظ این جایگاه و اهتمام مضاعف، همواره نام سامان را بر قله افتخار نقش خواهند زد.

- در پایان اگر صحبت دیگری دارید بفرمایید.

دست همگی همکاران را به گرمی می‌فشارم و از صمیم قلب خدمت یکایک این عزیزان تبریک عرض می‌کنم. مجدداً از پشتیبانی و حمایت‌های همیشگی مدیریت ارشد بانک از این حوزه که انعکاسی از نگاه و چشم‌انداز کسب‌وکاری درست و موفق بانک است و همه دوستان شبکه بانکی و بانک سامان که با پیام‌های محبت‌آمیز خود ما را مورد لطف همیشگی خود قرار دادند و همکاران عزیز و پرتلاش مدیریت تطبیق و مبارزه با پول‌شویی کمال تشکر و قدردانی را دارم. همیشه و در همه مراحل زندگی اولین باشید و در اوج که لیاقت سامان و سامانی بلندترین سکوه‌ای افتخار هست.

بنا به اعلام بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، بانک سامان رتبه نخست رعایت ضوابط مبارزه با پول‌شویی و تأمین مالی تروریسم را در شبکه بانکی کشور کسب کرد. بر اساس نتایج بازرسی جامع با رویکرد ریسک‌محور، بانک سامان از حیث تطبیق و میزان رعایت ضوابط مبارزه با پول‌شویی و تأمین مالی تروریسم توانسته است با کسب رتبه نخست شبکه بانکی، در صدر پوشش الزامات این حوزه قرار گیرد. به همین خاطر گفت‌وگوی کوتاهی با سیامک شهباززاده، مدیر تطبیق و مبارزه با پول‌شویی بانک سامان ترتیب دادیم تا ضمن تبریک این موفقیت به وی و همکاران این مدیریت، جزئیات این خبر را از وی جویا شویم. در ادامه ماحصل این گفت‌وگو را می‌خوانید:

- جناب شهباززاده، لطفاً در خصوص این رتبه‌بندی و نحوه محاسبه آن برای ما بگویید.

پیش از هر توضیحی، بنده هم به نوبه خود از صمیم قلب این موفقیت را به همه همکاران و مجموعه بانک سامان تبریک عرض می‌کنم. در ارزیابی جامع ریسک‌محور، بانک مرکزی هر ۴ سال یکبار بر اساس بالغ بر ۶۸۰ سنجه بانک‌ها را مورد آزمون قرار می‌دهد. این ارزیابی به صورت حضوری و با صرف مدت‌زمان قابل توجه و استقرار تیم بازرسی بانک مرکزی صورت می‌پذیرد.

- از اهمیت این رتبه برای خوانندگان نشریه بگویید.

این ارزیابی برای شبکه بانکی و مالی کشور بسیار پراهمیت است و بانک‌ها رقابت شدیدی در کسب رتبه بهتر در این مهم دارند. با وجود اینکه در جدول اعلامی در بین ۳۰ بانک بازرسی شده، رتبه هر بانک در رتبه‌بندی نهایی، گاهی با اختلاف صدم درصد تفاوت تعیین می‌شود، بانک سامان با اختلاف ۱۰ امتیاز نسبت به بانک دوم در صدر قرار گرفته است. در خصوص اهمیت کسب این رتبه باید

تیم فوتبال سامان موفق شد در مسابقات فوتبال برتر جهان که با حضور ۱۶ تیم از کشورهای مختلف در ابوظبی برگزار شد به مقام قهرمانی دست یابد.

تیم فوتبال سامان در این تورنمنت سه‌روزه که از ۱۲ تا ۱۴ آبان‌ماه برگزار شد پس از صعود از مرحله گروهی و پیروزی مقابل نماینده امارات در مرحله حذفی، در مرحله نیمه‌نهایی به مصاف تیم مناره مراکش رفت که پس از پیروزی سه بر یک برابر این تیم، به مسابقه فینال راه یافت. تیم سامان در مسابقه فینال در برابر تیم آسیاد عمان قرار گرفت که بازی در زمان قانونی به نتیجه تساوی کشید و تیم سامان در نهایت موفق شد در ضربات پنالتی با نتیجه یک بر صفر مقابل این تیم عمانی به پیروزی رسیده و مقام قهرمانی را از آن خود کند.

گفتنی است میثم قنبری، بازیکن تیم سامان نیز توانست با کسب عنوان بهترین بازیکن این مسابقات، کفش طلای این دور از مسابقات برندهای برتر جهان را برای خود و سامان به ارمغان بیاورد.

اعضای تیم سامان در این مسابقات به این قرار بوده است:

بازیکنان:

اصغر مغانی، میثم قنبری، احسان محمدی، امید عزیزی، سعید زندی، مرتضی قهرمانی، سجاد تربت، جعفرعلی آقاجانلو، محمد نامنی، ابوالفضل شهبازی، حسین قاسمی و محمدرضا درستانی
کادر فنی:

علی صانعی (سر مربی)، وحید شکری، مجتبی سلیمانی، حسام محمودی، مهدی اکبری و محمد شجاعیان.

به مناسبت موفقیت چشمگیر تیم سامان در این مسابقات، پس از بازگشت اعضای این تیم به میهن عزیزمان، مراسم استقبال و تقدیر از



قهرمانی تیم سامان در مسابقات فوتبال برندهای برتر جهان



دست‌اندرکاران تیم سامان در محل آمفی‌تئاتر برج سامان برگزار شد. در این مراسم که با حضور محمد ضرابیه، بنیان‌گذار بانک سامان، برخی از اعضای هیئت‌مدیره، مدیرعامل و برخی از معاونین و مدیران ارشد بانک برگزار شد، ضمن اهدای جوایز به اعضای تیم سامان از تلاش‌های ایشان در راستای اعتلای نام سامان قدردانی شد.

در آغاز این مراسم، مجتبی سلیمانی مدیر تیم سامان طی سخنانی گفت: ما بخش کوچکی از تیم بزرگ سامان بودیم که برای درخشش نام سامان تلاش کردیم. وی گفت زیباترین لحظه این مسابقات برای وی، قرارگرفتن پرچم بانک سامان در کنار پرچم ایران و پخش سرود ملی کشورمان پس از قهرمانی سامان در این مسابقات بود.

در ادامه مراسم، علی صانعی سرمربی تیم سامان نیز ضمن تشکر از مدیران بانک سامان برای حمایت از تیم فوتبال، بیان کرد: مسابقات در سطح بالایی برگزار شد و گروه ما هم گروه سختی بود به‌طوری‌که تیم مراکشی که به مقام سومی این مسابقات دست پیدا کرد هم در گروه ما بود. وی همچنین اظهار امیدواری کرد روزی فرا برسد که بانک سامان دارای باشگاه فوتسالی شود که در مسابقات لیگ کشوری، آسیایی و حتی جهانی بدرخشد.

احمد مجتهد، رئیس هیئت‌مدیره بانک سامان نیز طی سخنانی گفت: تیم فوتسال سامان نمود خوبی از همبستگی سامانی است که در سراسر مجموعه بانک سامان حاکم است و همان‌طور که تیم فوتسال سامان با یکدلی و یک‌زبانی توانست به این موفقیت دست پیدا کند سایر بخش‌های بانک هم در سال اخیر توانسته‌اند در زمینه‌های مختلف مثل مبارزه با پول‌شویی و همچنین حسابرسی رتبه اول کشور را به دست بیاورند و همین همبستگی و کار تیمی خوب در فرهنگ سامان است که

این موفقیت‌ها را برای سامان رقم زده است. در ادامه مراسم، محمد ضرابیه، بنیان‌گذار بانک سامان نیز در بخش‌هایی از سخنان خود خطاب به اعضای تیم سامان گفت: این موفقیت، افتخاری است که برای وطن خود رقم زده‌اید و تلاش شما به همین دلیل قابل‌ستایش است. وی همچنین گفت: ورزش عملی شخصیت‌ساز و توانمندساز است، ورزش میدانی است که افراد تلاش‌کردن، مبارزه‌کردن و رقابت را در آن می‌آموزند چون در مسابقه ورزشی نه موقعیت خانوادگی فرد، نه ثروت فرد و نه روابط فرد تأثیری ندارد و تنها عاملی که باعث موفقیت ورزش‌کار می‌شود توان و تمرین و مهارت آن ورزشکار است و همین امر باعث می‌شود ورزشکار نه تنها بدن سالم داشته باشد بلکه روح او نیز پرورش پیدا کند؛ به همین خاطر بوده است که من همیشه به همه فرزندان خودم و شما عزیزان ورزش را توصیه کرده‌ام و می‌کنم. علیرضا معرفت، مدیرعامل بانک سامان نیز پیش از اهدای جوایز به اعضای تیم سامان گفت: وقتی خبر قهرمانی تیم سامان در سطح جهانی را شنیدم بسیار خوشحال شدم و برای من مایه غرور و افتخار بود. این افتخار را هم برای سامان به ارمغان آوردید و هم برای وطن عزیزمان ایران که شما نماینده شایسته‌ای برای وطنمان بودید. وی همچنین خطاب به حاضرین در مراسم گفت: هیچ موفقیتی به دست نمی‌آید مگر با برنامه‌ریزی درست، ممارست و خسته نشدن و کار تیمی که همه اینها را در برنامه استراتژی بانک هم دنبال می‌کنیم و موفقیتی که تیم فوتبال بانک سامان به دست آورده هم از این قاعده مستثنا نیست و حاصل برنامه‌ریزی صحیح یک مربی خوب، خستگی‌ناپذیری تمام اعضای تیم و حمایت‌هایی بوده است که همه بخش‌های بانک و همکاران شما بازیکنان از شما داشته‌اند که جای خالی شما را به‌خوبی پر کردند.



مراسم تقدیر از تیم فوتسال سامان





ENGLISH



سامان جمشیدی

آموزش زبان با سامان

می‌توان به نصب برنامه‌های تقویت لغت و یادداشت فوری کلماتی که به‌تازگی یاد گرفته‌اید اشاره کرد.

۳- گوش کردن و تبدیل آن به تمرین صحبت کردن!

اخبار و ترانه‌های انگلیسی‌زبان را گوش کنید تا بیشتر تلفظ صحیح کلمات را بشنوید. با این روش همچنین می‌توانید کلمات و اصطلاحات جدیدی را نیز بیاموزید. هرچه بیشتر بشنوید بیشتر می‌آموزید. سعی کنید آنچه می‌شنوید را تکرار کنید تا تلفظ را نیز تمرین نموده و ببینید که روی کدام کلمات در جمله استرس یا تأکید وجود دارد. همان‌طور که در مقاله قبلی توضیح داده شد، سعی کنید بعد از هر نوع تمرین گوش‌دادن یا لیسنینگ، خلاصه‌ای از آنچه شنیده‌اید را برای خود و با صدای بلند تعریف کنید و حتی المقدور از لغات و اصطلاحاتی که در لیسنینگ با آن برخورد کرده‌اید استفاده کنید. به این شکل نه‌تنها تمرین لیسنینگ انجام داده‌اید بلکه اسپیکینگ خود را نیز تقویت کرده‌اید و درعین‌حال لغات و اصطلاحات جدید را فعال‌سازی یا activate کرده‌اید.

۴- بلند بخوانید!

یک روزنامه یا یک مجله را بلند بخوانید. شما حتی می‌توانید متن دیالوگ برنامه تلویزیونی موردعلاقه خود را پیدا کرده و آن را بازی کنید. این راهی مناسب برای تمرین تلفظ است زیرا که شما تنها می‌بایست از اینکه انگلیسی حرف‌زدن شما خوب به نظر می‌رسد مطمئن شوید و نیازی نیست نگران ساختار جملات خود باشید. باز هم تأکید می‌کنم که در انتهای خوانش هر متن، سعی کنید آن را با صدای بلند برای خود تعریف نمایید. جزئیات بیشتر در این باره در ویدئوهای قابل‌مشاهده در QR Code، بارگذاری شده است.

۵- هر روز لغتی جدید بیاموزید

روی لغات موردعلاقه خود کار کنید، یا لغتی را در یک موضوع با

در ادامه تمرین برای تقویت اسپیکینگ، به ۱۰ تکنیک متفاوت می‌پردازیم و در ادامه منابعی را خدمتتان معرفی می‌کنیم که با استفاده از آنها می‌توانید به روش‌های گوناگون تمرین کنید. باز هم پیشنهاد می‌کنم قبل از انجام تمرین‌های بیشتر، امتحان تعیین سطح را از طریق QR CODE انتهای مقاله انجام داده و سپس فیلم‌های مرتبط با آن را مشاهده نمایید و در انتها منابع موجود را بررسی کرده و تمرین اسپیکینگ را انجام دهید. تمرین برای تقویت مهارت اسپیکینگ (Speaking Skill) یا صحبت کردن به زبان انگلیسی، از جذاب‌ترین و مفیدترین بخش‌های آموزش زبان است. همین که بتوانید تا حدی انگلیسی صحبت کنید راه‌های بسیاری برای تقویت سایر مهارت‌های زبانی خود با سرعتی بیشتر پیش رو خواهید داشت. در ادامه به ده راه یا روش تمرین و تقویت مهارت اسپیکینگ می‌پردازیم که نه‌تنها مؤثر، بلکه برای تمامی زبان‌آموزان جالب و لذت‌بخش خواهد بود.

۱- صحبت، صحبت، و صحبت کردن!

سعی کنید با اعتمادبه‌نفس از هر فرصتی، به هر شکلی که می‌توانید برای انگلیسی صحبت کردن با هر شخصی استفاده کنید. از اشتباه کردن خجالت نکشید. هر چه قدر بیشتر تمرین کنید هم اعتمادبه‌نفس شما بیشتر شده، و هم تلفظ و دایره لغت شما تقویت می‌شود. به‌خاطر داشته باشید که صحبت کردن به انگلیسی مهارتی شبیه به یادگیری نواختن یک ساز یا یک ورزش جدید است، یعنی تنها راه برای تقویت speaking انجام دادن و ممارست در تکرار آن است.

۲- فناوری

تلفن همراه شما می‌تواند ابزاری بسیار مفید و قدرتمند برای یادگیری زبان باشد. می‌توانید صدای خود را هنگام انگلیسی صحبت کردن ضبط کنید و سپس گوش دهید تا ببینید صحبت کردن شما نسبت به سایرین چگونه است. از جمله استفاده‌های دیگر از تلفن همراه برای این مهارت



انگلیسی بنشینید. برای بیان عقیده یا آنچه در ذهن دارید تا می‌توانید از لغات مختلف کمک بگیرید و به گفتگوی سایر افراد با دقت گوش کنید تا بتوانید زمانی که باید، شما نیز نظر موافق یا مخالف خود را در آن خصوص بیان کنید.

۱۰- از یک دیکشنری استفاده کنید

دیکشنری‌های آنلاین اغلب دارای مثال‌های صوتی هستند که شما می‌توانید تلفظ‌های خود را چک کنید و برنامه‌های دیکشنری بسیاری نیز وجود دارد که شما در هر جایی می‌توانید بر روی گوشی‌های هوشمند خود به همراه داشته باشید. البته مراقب باشید که خیلی متکی به این ابزارها نباشید. ابتدا تلاش کنید خودتان کلمات را ادا کنید و سپس بررسی کنید که آیا درست تلفظ کرده‌اید یا خیر.

همان‌طور که قبلاً خدمتتان گفتیم، در پایان فصل پاییز، آزمونی برگزار خواهد شد که در صورت قبولی در آن از سمت آکادمی سامان به شما مدرک مرتبط اعطا می‌شود. اطلاعات بیشتر در این زمینه را در QR Code ببینید.



مبحث موردعلاقه خود پیدا کنید و برای تمرین آن را در جملات مختلف و مناسب به کار ببرید.

۶- فیلم تماشا کنید!

فیلم‌های به زبان انگلیسی را تماشا کنید و به لغات و تلفظ‌های جدید توجه کنید. از بازیگران تقلید و دیالوگ آن‌ها را تکرار کنید و از آن لذت ببرید. این کار به تقویت لغت، تلفظ و لحن یا intonation که از اساسی‌ترین توانایی‌ها برای مهارت اسپیکینگ (speaking) است کمک می‌کند.

۷- در صورت امکان، دوستی مناسب برای این منظور پیدا کنید

با کسانی که انگلیسی را خیلی خوب صحبت می‌کنند یا دیگر افرادی که در حال یادگیری این مهارت هستند دوست شوید و در مورد موضوع خاصی با آن‌ها صحبت کنید. در مورد چیزهایی که یاد گرفته‌اید صحبت کنید و نظراتتان را در هر موضوعی که شاید دانستن آن برای طرفین جالب باشد باهم در میان بگذارید.

۸- فعالیت‌های جذاب و یا حتی روزمره

را به زبان انگلیسی انجام دهید

اگر از آشپزی خوشتان می‌آید، با اگر حسابی عاشق کسب مهارت‌هایی در حوزه کسب‌وکار یا هر شاخه دیگری هستید، سعی کنید در کلاس‌هایی شرکت کنید که به زبان انگلیسی برگزار می‌شوند (همانند برخی از کلاس‌ها یا سمینارهای مدیریتی و مرتبط با کسب‌وکار). مطمئن شوید هر چیزی که از انجام آن لذت می‌برید را به‌نوعی به زبان ربط می‌دهید (مثلاً دیدن کلیپ‌های انگلیسی آموزش شرکت‌هایی همچون لیندا که آموزش تمامی رشته‌ها را از موسیقی و انواع نرم‌افزار گرفته تا مدیریت و کسب‌وکار شامل می‌شود).

۹- به بحث و گفت‌وگو بپردازید

در مورد تمام موضوعاتی که علاقه دارید با دوستانتان به بحث به زبان



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.

هدفمند دو طرف در جهت رفع مشکل اثرگذار باشد و کمک سایرین ممکن است موجب تشدید مسئله شود. داشتن نگاه انتقادی هم مؤثر است؛ زمانی که بپذیریم در ایجاد مسئله کم و بیش نقش دارم عذرخواهی می‌کنم، یک عذرخواهی به موقع و صمیمانه می‌تواند قوی ترین ابزار برای حل اختلاف در محل کار باشد.

مرتضی افشار - کارشناس بررسی مطالبات در معرض ریسک، مدیریت پیگیری مطالبات

بهترین راه و کوتاه ترین راه، گفتگوی صریح میان افراد است. در یک محیط حرفه ای، وجود اختلاف امری طبیعی است، مهم نحوه برخورد و مدیریت آن است که افراد را متمایز می‌کند. اولویت قراردادن اهداف جمعی و اجتناب از فردمحوری، چالش های پیش آمده را رفع خواهد کرد.

مرضیه جعفری - بانکدار فروش تخصصی، شعبه سعادت آباد

نه به پر خاشگری یا عقب نشینی. هیچ چیز بدتر از سرکوب کردن هیجانات منفی و تلنبار شدن خصومت ها نیست. پس قبل از اینکه مشکل تبدیل به یک آفت بشه از اون فرد میخوام که در مورد اتفاقی که افتاده با هم صحبت کنیم تا با یک گفتگوی شفاف به یک راه حل برسیم. اگر علی رغم همه تلاش ها قابل حل نبود حتما از یک نفر سوم کمک می گیرم.

عادل برزگری - بانکدار عملیات، شعبه اروند

گاهی پیش اومده سر مسائلی اختلاف نظر وجود داشته باشه یا موردی

● و اما سؤال این ماه: اگر بین شما و یکی از همکاران مشکلی پیش بیاید، مسئله را چگونه مدیریت می‌کنید؟

مهدی یوسفی - کارشناس فروش غیر حضوری، مدیریت جذب و فروش

اگر مشکل حادی نبود و از شخص دیگری موضوع را شنیده بودیم از همان شخص به عنوان واسطه کمک می‌گیریم و مشورت می‌کنیم و در نهایت مشکل را برطرف می‌کنیم. اگر مستقیم عنوان شد: با خود همان شخص مستقیم مذاکره می‌کنیم و در صورت نیاز از شخص سوم به عنوان داور کمک می‌گیریم. اگر مشکل جدی بود و از طریق مقام ارشد عنوان شد: غیر مستقیم از طریق مقام ارشد پیگیری می‌کنیم تا مشکل برطرف شود (ریشه اصلی بیشتر مشکلات عدم توانایی بیان آن به هر دلیلی است) و اکثر مشکلات سوء تفاهم است پس بیشتر باهم حرف بزنیم و کمتر از دیگران بشنویم.

علی توسن - بانکدار فروش، شعبه نازی آباد

معمولا در هر مجموعه و سازمان بین کارمندان اختلاف نظر وجود دارد اما نباید اجازه دهیم مشاجره ها تشدید و تبدیل به مسئله شوند. از نظر بنده، داشتن مسئله با همکار و واکنش دیرهنگام باعث می‌شود احساسات سرکوب شده، انبار شده و از کنترل خارج شوند. برای حل مسئله، می‌توان از طریق گفتگوی آرام و کاملاً شفاف به نتایج مطلوب رسید. نظر بنده این است واسطه‌گری سایر همکاران نمی‌تواند به اندازه گفتگوی

باشه که نیاز باشه با حرف زدن و صحبت کردن، سوء تفاهم پیش اومده ادامه پیدا نکند و برطرف بشه، برای همین ترجیحا در حضور مشتری یا زمانی که شعبه شلوغه راجع بهش حرفی نمی زنیم و می گذاریم آخر وقت صحبت می کنیم. این روش به نظرم خیلی بهتره و بین خودمان حلش می کنیم و نمیداریم ادامه پیدا کنه. پیشنهادم اینه که سعی کنیم بیشتر با همکارامون صحبت کنیم، خیلی میتونه بهمون کمک کنه.

احسان آقابالائی - بانکدار عملیات، شعبه ترمینال ۲ مهرآباد

اولین و بهترین برخورد با این گونه افراد می تواند احترام و رفتار خوب با آنها باشد، این رفتار خوب شما باعث می شود که کمی به عملکرد خود فکر کنند و به آنها احساس شرمندگی دست بدهد.

زینب پرویزی - کارشناس پشتیبانی عملیات بانکی، مدیریت

پشتیبانی فروش

باید کتاب راهنمای مدیریت احساسات در محیط های کاری رو بخوانید، برام جالب بود که خیلی از کارهایی که گفته شده بود رو خودم انجام می دادم و همین موارد کوچک باعث شده که از صبح زود بیدار شدن و در محیط کار و کنار همکارها قرار گرفتن برام لذت بخش شده باشه و اگر یه وقت با همکاری مشکلی پیش بیاد بتونم مدیریتش کنم به طور خلاصه از این کتاب نتیجه می گیریم که: ۱ - از مرخصی هاتون حتما استفاده کنید ۲ - با دوستان و خانواده بدون ایمیل و تلفن کاری وقت بگذرونید

۳- فشارهای روانی رو به شکل سازنده و یا هیجان بازتعریف کنید ۴- در زمان حال باشید و کارهایی رو انجام بدین که می تونید کنترلشون کنید ۵- برای خودتون آزادی عمل داشته باشید ۶- مسئولیت هاتونو به سمتی ببرید که ازشون لذت می برید ۷- برای انگیزه کارداشتن روی روابط دوستانه در محل کار وقت بگذارید ۸- به احساسات باید گوش کرد ولی باید در کنترل نگاهشون داشت ۹- قبل از مذاکره حتما با خودتون به توافق برسید ۱۰- امنیت روانی ایجاد کنید با گفتگوی آزاد و ریسک پذیر بودن و اقرار به اشتباهات بدون عواقب سنگین ۱۱- مواظب باشید اختلاف در زمینه خلاقیت فردی تبدیل به اختلافات شخصی نشه ۱۲- با آرامش به حرف دیگران گوش بدین و مواظب اختلافات ارتباطی باشین ۱۳- اگر همیشه از دست افراد خاطی خلاص بشیم باید محدودشون کنیم ۱۴- مهربون باشیم، چون احساسات مسری هستند ۱۵- سلام کنید و دیگران رو به گفتگو دعوت کنید

هادی ایرانی پور - بازرس تطبیق و مبارزه با پول شویی شعب، مدیریت تطبیق و مبارزه با پول شویی

بخشش و فراموش کردن مشکل پیش آمده در درجه اول به خود شخص احساس خوب بودن و بزرگی می دهد. صحبت با همکار در مورد اینکه مسئله به وجود آمده را فراموش کرده و در جهت رفع مشکل به وجود آمده راه حل ارائه گردد و هیچ چیز هم بهتر از صحبت مستقیم با همکار نیست.

Questions

?

?

Answers

?

کافه تک

Café Tech

| مهرناز تباری |
| کارشناس مدیریت روابط عمومی و صدای مشتریان |

با کافه تک از آخرین اخبار تکنولوژی مطلع شوید و با نرم افزارهای کاربردی آشنا شوید. مثل ماه های گذشته، سعی می کنیم در این بخش نرم افزارهای کاربردی، گجت های جدید، پادکست های مرتبط و کلی خبرهای جذاب از دنیای تکنولوژی رو با شما در میون بذاریم. خوشحال میشیم شما هم تجربه هاتون را برای ما بفرستید و با بقیه به اشتراک بذارید.

سلام به همراهان کافه تک

این ماه هم یکی از افزایه های مرورگر کروم رو می خواهیم معرفی کنیم. اسم این اکستنشن **GoFullPage – Full Page Screen apture** هست. برای گرفتن یک اسکرین شات از صفحه فعلی خود به طور کامل و قابل اعتماد، بدون درخواست مجوز اضافی! به همراه ابزارهای ویرایش بصری مبتدی.

مزایا:

ساده ترین راه برای گرفتن اسکرین شات تمام صفحه از پنجره مرورگر فعلی خود.

روی نماد برنامه افزایه کلیک کنید (یا **Alt+Shift+P** را فشار دهید)، برنامه افزایه را تماشا کنید که هر قسمت از صفحه را می گیرد و به برگه جدیدی از اسکرین شات خود منتقل می شود، جایی که می توانید آن را به صورت تصویر یا PDF دانلود کنید یا حتی آن را به صفحه دسکتاپ خودتان بکشید.

بدون تبلیغات، بدون مجوزهای غیر ضروری، فقط یک راه ساده برای تبدیل یک صفحه وب کامل به یک تصویر.

فناوری پیشرفته تصویربرداری از صفحه نمایش صفحات پیچیده، از جمله عناصر قابل پیمایش داخلی و همچنین **iframe** های تعبیه شده

برای گرفتن اسکرین شات از کل صفحه، باید به هر قسمت قابل مشاهده پیمایش کنید، بنابراین لطفاً صبور باشید زیرا به سرعت همه قطعات را جمع می کند. برای سناریوی نادری که در آن صفحه شما برای Chrome برای ذخیره در یک تصویر بسیار بزرگ است، به شما اطلاع می دهد و آن را به تصاویر در برگه های جداگانه تقسیم می کند.

نتیجه خود را به **JPEG, PNG** یا اندازه های مختلف کاغذ **PDF** صادر کنید؛ همه اینها گزینه های قابل تنظیم در برنامه افزودنی هستند.

برش دهید، حاشیه نویسی کنید و شکلک های مورد علاقه خود را به هر اسکرین شات با ویرایشگر ممتاز جدید اضافه کنید!

این برنامه افزودنی توسط یک توسعه دهنده مستقل اجرا می شود. پروژه منبع باز اصلی را در **github** مشاهده کنید: <https://github.com/mrcoles/full-page-screen-capture-chrome-extension>

قابلیت اتصال به تقویم گوگل

نحوه نصب:

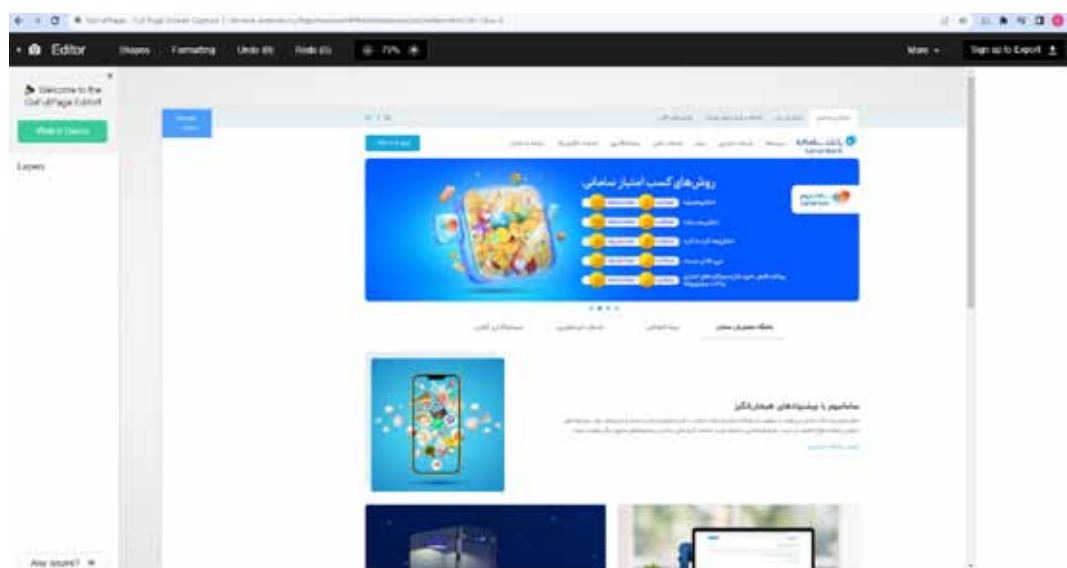
کافی است در مرورگر خود سرچ کنید **GoFullPage – Full Page Screen Capture** (Screen Capture) بعد از باز شدن لینک کافی است روی دکمه افزودن (**add to desktop**) کلیک کنید و چند لحظه منتظر شوید تا به صورت خودکار دانلود و نصب شود. (تصویر ۱)



تصویر ۱

مرورگرهای قابل نصب:

این برنامه می‌تواند در مرورگرهای chrome، Brave و Microsoft Edge نصب شود.



محیط نرم افزار



لینک دانلود: <https://chrome.google.com/webstore/detail/gofullpage-full-page-scre/fdpohaocaechifimbbbbbknolclacl>

چطور یک دنده‌ها را متقاعد کنیم؟

| آدام گرت |



۱. از یک خود عقل کل پندار بخواهید چگونگی

انجام کارها را برایتان توضیح دهد.

روانشناسان، طی یک سری آزمایش‌ها، از دانشجویان دانشگاه پیل خواستند تا به دانش خودشان درباره طرز کار اشیای روزمره‌ای مثل تلویزیون و دستشویی امتیاز بدهند. دانشجویان خیلی نسبت به دانششان در این موارد مطمئن بودند تا اینکه از آن‌ها خواسته شد طرز کار این اشیاء را مرحله‌به‌مرحله بنویسند. آن‌ها همین‌طور که تلاش می‌کردند نحوه ارسال تصویر توسط تلویزیون یا طرز کار دقیق سیفون دستشویی را به طور مشروح توصیف کنند، رفته‌رفته یاد اعتماد به نفسشان می‌خوابید. آن‌ها ناگهان متوجه می‌شدند که چقدر دانششان در این موارد ناچیز است. تلاش برای توضیح یک موضوع پیچیده، می‌تواند تجربه متواضع کننده‌ای باشد.

۲. اجازه دهید طرفِ کله‌شق زمام امور را به دست بگیرد.

آن دسته از فیلم‌نامه‌نویس‌هایی که در همان ابتدای کار، مفاهیم فیلم‌نامه‌شان را تمام‌وکمال و به‌صورت شکل یافته برای مدیران اجرایی هالیوودی تعریف می‌کنند، در جلب رضایت مدیران به مشکل برمی‌خورند. در عوض، فیلم‌نامه‌نویسان موفق، دریافته‌اند که مدیران اجرایی هالیوودی دوست دارند خودشان به داستان سروشکل دهند. این دسته از نویسندگان، جلسه تعریف فیلم‌نامه را شبیه به یک بازی دسته‌ده پیش می‌برند، یعنی یک ایده را سمت مدیر موردنظر پرت می‌کنند سپس

افسانه استیو جابز می‌گوید او زندگی ما را، با توانایی بالایش در مجاب کردن دیگران، متحول کرد. بر اساس داستان‌هایی که شنیده‌ایم، راز بزرگی او این بود که می‌توانست دنیا را با چشم‌انداز خودش همراه کند. اما واقعیت این است که اکثر موفقیت‌های اپل، برمی‌گردد به مواردی که تیم او توانستند مجابش کنند تا در مواضعش تجدیدنظر کند. اگر جابز، دوروبر خودش را با آدم‌هایی پُر نکرده بود که بلد باشند نظرش را تغییر دهند، احتمالاً هیچ‌وقت نمی‌توانست این‌گونه دنیا را تغییر دهد.

استیو جابز، سال‌ها پیش را در یک کفش کرده بود که مجال است روزی گوشی موبایل بسازد. اما بعد از اینکه بالاخره تیمش توانستند متقاعدش کنند تا در این تصمیم تجدیدنظر کند، او پذیرفت گوشی موبایل بسازند اما امکان نصب برنامه‌های سازندگان دیگر را روی گوشی اپل غدنغن کرد؛ یک‌سال دیگر طول کشید تا او پذیرفت از این موضعش هم کوتاه بیاید. طی ۹ ماه بعد، آمار داندو برنامه‌ها در اپ‌استور به یک میلیارد رسید و طی ۱۰ سال اپل از فروش گوشی‌های آیفون بیش از هزار میلیارد دلار درآمد کسب کرد.

راهکارهایی که در ادامه معرفی می‌کنیم، می‌تواند کمکتان کند تا بتوانید به یک خود عقل کل پندار بفهمانید که هنوز چیزهایی برای یادگرفتن وجود دارد، همکار کله‌شق‌تان را مجبور کنید تا از خر شیطان پایین بیاید، یک خودشیفته را به تواضع وادارید و کاری کنید تا رئیس همیشه‌مخالفتان با شما راه بیاید.

آن‌ها می‌توانند در عین حال که نقص‌های خود را می‌پذیرند، باورش‌ان مبنی بر خاص بودن را حفظ کنند. سقلمه‌ای که می‌تواند آن‌ها را وارد این مسیر کند این است که به آن‌ها نشان دهید که برایشان احترام قائلید.

یک تحسین کوچک می‌تواند پادزهری قوی برای عدم امنیت آدم‌های خودشیفته باشد. البته انواع مختلف احترام به یک اندازه تأثیرگذار نیستند. اینکه انتقادات را بین دو تمجید شکلات پیچ کنید فایده‌ای به حالتان نخواهد داشت: باز خورد ساندویچی آن‌قدرها هم که به نظر می‌رسد خوشمزه نیست. صحبت‌های ابتدایی و انتهایی با احتمال بیشتری به یاد افراد می‌مانند و خودشیفته‌ها هم معمولاً انتقادی که آن وسط شده را کلاً نادیده خواهند گرفت.

نکته اینجاست که باید در حوزه‌ای از فرد تعریف کنید که متفاوت از حوزه‌ای باشد که می‌خواهید نظر او را در آن تغییر دهید. اگر قصد دارید یک رهبر خودشیفته را مجاب کنید تا در یک تصمیم اشتباهش تجدیدنظر کند، اشتباه است اگر بگویید همیشه مهارت‌های تصمیم‌گیری ایشان را تحسین کرده‌اید؛ بلکه بهتر است مثلاً خلاقیتش را تحسین کنید. هرکدام از ما ویژگی‌های هویتی مختلفی داریم و اگر درباره یکی از نقاط قوتمان احساس امنیت کنیم، راحت‌تر پذیرای نقص‌هایمان در حوزه‌های دیگر خواهیم بود. روان‌شناسان متوجه شده‌اند که افراد خودشیفته، بعد از اینکه به آنها یادآوری شود که قهرمان یا بامزه هستند، ستنیزه‌جویی و خودخواهی‌شان کمتر می‌شود.

۴. با کسانی که با همه چیز مخالفت می‌کنند مخالفت کنید.

افراد همیشه مخالف، مصمم هستند که در هر رقابتی پیروز شوند و وقتی از آن‌ها بخواهید در استراتژی‌ای که در پیش گرفته‌اند تجدیدنظر کنند، آن وقت است که از دید آن‌ها به چشم یک رقیب دیده خواهید شد. باین حال، اگر بتوانید به جای عقب‌نشینی رودرروی آنها بایستید، گاهی این کار باعث می‌شود تا در تقابل با آن‌ها دست بالا را داشته باشید. از آنجایی که بحث و جدل، افراد همیشه مخالف را سر حال می‌آورد، همیشه دلشان نمی‌خواهد که درجا با خواسته آنها همراه شوید؛ آنها سرشان درد می‌کند برای سرشاخ شدن. پژوهشگران، این موضوع را بررسی کردند که مدیران عامل چطور تصمیم می‌گیرند که از بین مدیران شان چه کسی را برای کرسی‌های هیئت‌مدیره در شرکت‌های دیگر انتخاب کنند. کاشف به عمل آمد مدیرانی که عادت دارند قبل از موافقت با رئیسشان اول با او وارد مشاجره شوند احتمال بیشتری دارد که به وسیله مدیران عامل برای این منظور انتخاب شوند. این پژوهش نشان داد که مدیران عامل، مردان و زنان به‌قربان‌گو را انتخاب نمی‌کنند بلکه مدیرانی را انتخاب می‌کنند که مایل‌اند پیش از اینکه نظرشان را تغییر دهند برای ایده‌هایشان بجنگند.

اخیراً در یک پژوهش، ایده‌های ارائه شده توسط افراد تازه‌کار در یک تیم بهداشت و درمان بررسی شد و مشخص شد که بیشتر این ایده‌ها در همان ابتدا توسط مدیران ارشد رد شدند. آن ۲۴ درصدی از ایده‌ها که توانسته بودند به مرحله اجرا برسند، به این دلیل موفق شده بودند که مطرح‌کنندگان‌شان تسلیم نشده بودند و به اصلاح و تکرار ارائه ایده‌شان ادامه داده بودند، نقایص آن را پذیرفته بودند و آن‌ها را برطرف کرده بودند، تلاش کرده بودند عملی بودن مفهوم موردنظرشان را اثبات کنند و حمایت دیگران را جلب کنند.

منبع: ترجمان علوم انسانی. خلاصه شده توسط گاهنامه مدیر.



اجازه می‌دهند او بخش بعدی را خودش به آن اضافه کند و ایده کامل‌تر شده را دوباره پاس بدهد به آن‌ها.

پژوهش‌ها نشان داده است که پرسیدن سؤال به جای دادن جواب، می‌تواند گارد دفاعی افراد را باز کند. شما نباید به رئیس خود بگویید که باید چه کار کند یا چطور فکر کند؛ بلکه باید تا حدی افسار جلسه را به دست او بدهید و سپس از او بخواهید افکارش را با شما در میان بگذارد. سؤال‌هایی مثل «چطور می‌شود اگر؟» و «به نظرت می‌توانیم؟» طرف مقابل را نسبت به گزینه‌های ممکن کنج‌کاو می‌کند و خلاقیت را در او برمی‌انگیزاند.

۳. برای تحسین خودشیفته‌ها راه مناسب را پیدا کنید.

معمولاً می‌شنویم که می‌گویند قلدرها و خودشیفته‌ها از اعتماد به نفس پایینی برخوردارند. اما پژوهش‌ها چیز دیگری می‌گویند: خودشیفته‌ها در واقع اعتماد به نفسی بالا اما ناپایدار دارند. آنها تشنه مقام و منزلت و گرفتن تأیید از دیگران هستند و وقتی ایگوی شکننده‌شان را تهدید کنید، به‌شان توهین کنید، نظرشان را رد کنید یا خجالت‌زده‌شان کنید با شما دشمن می‌شوند.

خودشیفته‌ها به طور پیش‌فرض هر اختلاف عقیده‌ای را انتقاد به خودشان تلقی می‌کنند و با آن به مخالفت می‌پردازند. شما با توسل به تمایل آن‌ها به تأیید شدن، می‌توانید این گرایش را در آن‌ها خنثی کنید. در واقع، پژوهش‌های انجام شده در ایالات متحده و چین نشان می‌دهد که رهبران خودشیفته توانایی این را دارند که از خودشان تواضع نشان دهند:

مدیریت پورتفوی محصولات



۱. مدیریت پورتفوی محصول چیست؟

فرض کنید شما شش محصول دارید. چگونه باید منابع بازاریابی محدود خود را به این محصولات تخصیص دهید؟ آیا باید در هریک از این محصولات به طور مساوی سرمایه‌گذاری کنید یا فقط بر تعداد اندکی از آن‌ها تمرکز کنید؟ چرا آن‌ها؟ به مدیریت پورتفوی محصول خوش آمدید. مدیریت پورتفوی محصول در تخصیص منابع، بازاریابی و تصمیمات راهبردی محصول از راه ارائه یک تصویر کلی (هم جاری و هم پیش‌بینی شده) موقعیت‌های بازار (هم مطلق و هم نسبی) هریک از محصولاتتان به شما کمک می‌کند.

۲. چرا مدیریت پورتفوی محصول امری حیاتی است؟

مدیریت دقیق، کامل و پیوسته پورتفوی محصول به شما در موارد زیر کمک می‌کند:

- ارزش محصولات را به حداکثر می‌رساند: سهم هریک از محصولات مختلف در درآمد نهایی بانک متفاوت است. آیا در حال حاضر پورتفوی محصول شما برای کمک به درآمد نهایی بانک به اندازه ظرفیت ساختاریافته شده است؟ آیا برای سال‌های پیش رو تداوم دارد؟
- آمیخته بهینه محصول را شناسایی کنید: پورتفوی که بخش‌های متعدد بازار، طبقات محصول و فناوری‌ها را پوشش می‌دهد، به شرکت شما در مقابل تغییرات بازار کمک می‌کند. انتقال سرمایه‌گذاری بازده‌ها از محصولات جاری به محصولات بلندمدت‌تر، در تثبیت بازده‌های آینده شرکتتان به شما کمک می‌کند.

- از هم‌سویی با راهبردهای داخلی اطمینان حاصل کنید: موفقیت شرکت شما در معرض خطر قرار می‌گیرد اگر پورتفوی محصول شما

تواند از راهبرد جامع‌تر کسب‌وکار شما حمایت کند یا با آن هم‌سو باشد. منابع را به درستی تخصیص دهید: شرکت‌ها منابع انسانی و مالی محدود دارند. سرمایه‌گذاری در محصول مناسب اثر فوری و قابل ملاحظه‌ای در سودآوری دارد.

۳. ابزارهای تجزیه و تحلیل و مدیریت

مدیریت پورتفوی اثربخش محصول متضمن استفاده از یکی یا بیشتر مدل‌های تجزیه و تحلیل است. این مدل‌ها نوعاً محصولات شرکت را در یک ماتریس دو بُعدی قرار می‌دهند. یک بُعد جذابیت بازار محصول بُعد دیگر توان رقابتی محصول را نشان می‌دهد.

هدف برجسته کردن تفاوت‌های محصول برحسب ظرفیت رشد، سهم نسبی بازار و ظرفیت جریان وجوه نقد است. این تفاوت‌ها، به سهم خود نشان می‌دهد کدام یک از محصولات:

- می‌توانند منابع مالی برای سرمایه‌گذاری ایجاد کنند؟
- فرصت‌های سرمایه‌گذاری هستند؟
- شاید، تولیدشان باید متوقف شود.
- ۴. ابزار مناسب برای انجام دادن کار

در حال حاضر مدل‌های تحلیلی متعددی برای استفاده وجود دارد. بیشتر آن‌ها برای کمک به شرکت‌های بزرگ خوشه‌ای برای مدیریت چند واحد کسب‌وکار ساخته شده‌اند، اما همان اصول برای مدیریت پورتفوی محصول به کار گرفته می‌شوند. شاخص‌ترین مدل‌ها به قرار زیرند:

- ماتریس سهم رشد (بازار) - گروه مشاوران بوستون

(Boston Consulting Group- growth- share matrix)

- ماتریس موقعیت جذابیت - رقابتی بازار مک‌کنزی / جی بی

McKinsey/GE market attractiveness- competitive)

(position matrix)

- ماتریس پروفایل کسب و کار ای.دی لیتل (A.D Little business profile matrix)

بقیه مطلب این فصل بر ماتریس سهم رشد بی سی جی (BCG growth-share matrix)، توجه به پذیرش گسترده، سادگی نسبی و ارزش اثبات شده آن تمرکز خواهد کرد.

۵. ماتریس سهم رشد بازار گروه مشاوران بوستون (www.bcg.com) ماتریس سهم رشد بازار گروه مشاوران بوستون سه عنصر اطلاعات را برای هر محصول نشان می دهد. این نخستین بار در دهه ۱۹۶۰ رونمایی شد، اما به همان اندازه جدید است که آن زمان بود:

۱- میزان فروش محصول با قطر دایره محصول نشان داده می شود. هر قدر میزان فروش بیشتر باشد، قطر دایره بزرگ تر می شود.

۲- میزان رشد بازار با محل دایره محصول روی محور عمودی نشان داده می شود. میزان رشد بازار نشان دهنده جذابیت بخش بازاری است که محصول در آن رقابت می کند. فرمول این است:

فروش بخش بازار سال گذشته / فروش بخش بازار سال گذشته - فروش بخش بازار برای سال جاری = نرخ رشد بازار

۳- سهم نسبی بازار با محل دایره محصول روی محور افقی نشان داده می شود. سهم نسبی بازار نشان دهنده توان رقابتی محصول شما در مقایسه با محصول پیشرو بازار است. فرمول این است:

فروش محصول رقیب پیشرو شما در سال جاری / فروش محصول شما در سال جاری = سهم نسبی بازار فروش

مقادیر هریک از محصولات خود را در همان ماتریس عددگذاری کنید تا یک نمایش تصویری از جایگاه و عملکرد پورتفوی کل محصول خود را ایجاد کنید. ماتریس زیر با داده های فرضی تهیه شده است.

توجه کنید که ماتریس به چهار فضا تقسیم شده است:



شکل ۱-۲. ماتریس سهم رشد بازار BCG برای یک شرکت فرضی - وضعیت جاری - شکل برگرفته از بلاگ (<http://strategicmntu.com/blogfa.com/post>)

۵-۱- چهار فضا:

ماتریس BCG چهار فضا را عنوان گذاری می کند: ستاره، گاو شیرده، علامت سؤال و سگ. هر فضا مطابق با فرصت های رشد فروش، سهم بازار و جریان وجه نقد طبقه بندی شده است. ستاره ها: محصولات در این فضا دارای رشد بالا و سهم بالا هستند.

آن ها بسیار جذاب اند زیرا صنعت سرپا و قوی است و محصول از یک جایگاه رقابتی قوی برخوردار است. ستاره ها مبالغ هنگفتی وجه نقد عاید می کنند اما در عین حال متضمن سرمایه گذاری سنگین برای رشد و ماندگاری هستند. از این رو، عایدی وجه نقد خالص معمولاً آن قدر بالا نیست.

گاوها یا شیرده: محصولات در این فضا رشد بالا، سهم بازار پایین دارند. آن ها یک منبع کلیدی وجه نقد و اصلی برای کسب و کار کلی به شمار می روند. آن ها از یک موقعیت رقابتی قوی برخوردارند اما در یک بازار بالغ قرار دارند - که در آن نه رشد و نه افت می کنند. این محصولات وجه نقد بیشتری از آن مقدار که لازم است تولید می کنند، بنابراین، منابع مالی برای سرمایه گذاری را برای دیگر محصولات تأمین می کنند.

علامت های سؤال: محصولات در این ربع دارای رشد بالا و سهم پایین هستند. سهم پایین بازار اغلب به معنای سود کمتر و جریان وجه نقد ضعیف تر است زیرا بازار سریع تر از محصول رشد می کند. محصولات جدید اغلب علامت های سؤال هستند و ممکن است نیاز به سرمایه گذاری قابل توجهی برای افزایش سهم بازار داشته باشند. محصولاتی که برای مدتی در بازار بوده اند و هنوز هم علامت های سؤال هستند، کاندیداهای بالقوه برای قطع سرمایه گذاری اند.

سگ ها: محصولاتی که در این طبقه بندی قرار می گیرند دارای رشد و سهم بازار کم هستند. آن ها نه وجه نقد تولید می کنند و نه به وجه نقد قابل توجه نیاز دارند. سودآوری آن ها به دلیل سهم کم بازار پایین است. حفظ سهم بازار نیازمند فقط سرمایه گذاری های وجه نقد به نسبت اندکی است. به طور معمول، محصولات قدیمی تر در بازارهای قدیمی تر در این فضا قرار می گیرند (و تقریباً همیشه برای قطع سرمایه گذاری کاندیدا هستند). یک استثنا، محصول جدیدی است که در یک بازار جدید قرار دارد. این ها ممکن است برای مدت کوتاهی سگ باشند و سپس به علامت سؤال یا ستاره نقل مکان کنند.

به طور خلاصه، مشخصات هر یک از ربع ها در جدول زیر نشان داده می شود:

جدول ۱-۲. مشخصات فضاها

فضا	سود (قبل از سرمایه گذاری)	سرمایه گذاری مورد نیاز	وجه نقد خالص
ستاره	بالا	بالا	نسبتاً کم
گاو شیرده	پایین	پایین	بالا
علامت سؤال	هیچ یک یا منفی	بسیار بالا (قطع سرمایه گذاری)	بسیار منفی یا به ندرت مثبت
سگ	پایین یا منفی	قطع سرمایه گذاری	مثبت (از درآمدهای قطع سرمایه گذاری یا پس انداز)

۵-۲- تفسیر یک ماتریس کامل:

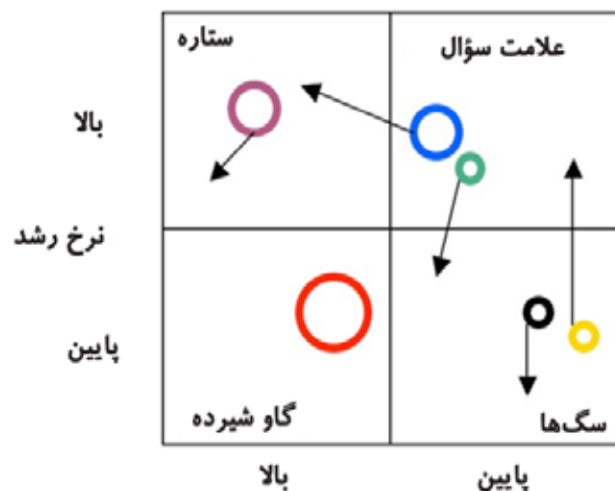
به محض اینکه شما هر محصول را در ماتریس قرار دادید و به مشخصات هر یک از فضاها پی بردید، می توانید ارزیابی راهبردهای پورتفوی محصول جاری و آینده را آغاز کنید. بسته به اینکه محصول شما در کدام یک از فضاها قرار می گیرد:

جدول ۲-۲. ماتریس تفسیر و تصمیمات

فضا	راهبرد
ستاره‌ها	حفظ وضعیت موجود یا سرمایه‌گذاری
گاوهای شیرده	حفظ وضعیت موجود
علامت‌های سؤال	سرمایه‌گذاری یا قطع سرمایه‌گذاری
سگ‌ها	حفظ وضعیت موجود یا قطع سرمایه‌گذاری

سهم نسبی بازار

شکل ۲-۲. راهبردهای اعمال شده در یک شرکت فرضی



۵-۳- شرکت نمونه ظرف سه سال:

استفاده از وجه نقد برای سرمایه‌گذاری در محصولات با ارزش دیگر است. محصول علامت سؤال (۳): انتظار می‌رود که این محصول به نسبت جدید عملکرد بسیار خوبی در بازار به سرعت رو به گسترش داشته باشد. راهبرد، سرمایه‌گذاری و دستیابی به سهم حتی بیشتر در خلال این دوره در حال رشد است. هرچند این احتمالاً به معنای جریان وجه نقد منفی برای این محصول است. جریان وجه نقد پورتفوی باید به دلیل وجود این محصول قدرتمند گاو شیرده مثبت باقی بماند.

محصول علامت سؤال (۴): بازار این محصول قدیمی‌تر حتی پس از سرمایه‌گذاری‌های نقدی قابل توجه، برای مدت زمانی که کساد است، انتظار می‌رود رشد بازار در آینده کاهش یابد. قطع سرمایه‌گذاری راهبرد درستی است - اما با چه سرعتی؟ تحلیل گران صنعت پیش‌بینی می‌کند که شرکت‌های متعددی محصولاتشان را بزودی متوقف خواهند کرد. اگر این حقیقت داشته باشد، آن وقت فرصتی را برای راهبرد فرود آرام باقی می‌گذارد (قطع سرمایه‌گذاری کندتر از رقبا برای کسب سهم بازار و افزایش اندک سود در خلال فرآیند قطع سرمایه‌گذاری).

محصول سگ (۵): این محصول چند سال است که از گردونه خارج شده، اما بازار در واقع هرگز جهشی نداشته است. جریان‌های وجه نقد برای پورتفوی کلی بوده است. وضعیت عملکرد، هم بازار و هم محصول، به نظر نمی‌رسد بهبود یابد - قطع سرمایه‌گذاری بهترین راهبرد است. محصول سگ (۶): این محصولی جدید در یک بازار جدید است که هر دو این‌ها نشان‌دهنده قدری امیدواری است. این سناریو استثنایی بر اساس پیشنهادهای BCG است - در این وضعیت، سرمایه‌گذاری، راهبرد مناسبی است.

۵-۴- چند توصیه پندآموز پایانی:

عوامل زیر باید در نظر گرفته شوند:

- راهبرد پیش از تخصیص: به محض اینکه شما ترکیب راهبردهای محصول را شناسایی کردید ارزش پورتفوی شما را حداکثر می‌سازد. آن وقت شما می‌توانید به روشنی تشخیص دهید که روی کدام منبع (مالی و انسانی) باید سرمایه‌گذاری کنید.

- تجزیه و تحلیل ماتریس کافی نیست: تجزیه و تحلیل ماتریس نقطه آغاز ارزشمندی است، اما راهبرد نهایی پورتفوی محصول و تصمیمات مدیریتی باید سایر بینش‌های بازار را دخیل کند که شامل روندهای مشتری، نقاط قوت و ضعف رقابتی و بهترین حدس پیش‌بینی‌های بازار هستند.

- برآوردها بهتر از هیچ هستند: اخذ اطلاعات مورد نیاز برای مدیریت پورتفوی همیشه آسان نیست، اما این فرایند بسیار حیاتی است. برای از بین بردن شکاف‌های اطلاعاتی فرض‌های منطقی کنید اما آن فرضیه‌ها را طی زمان ردیابی و بر طبق آن وضعیت را تنظیم کنید.

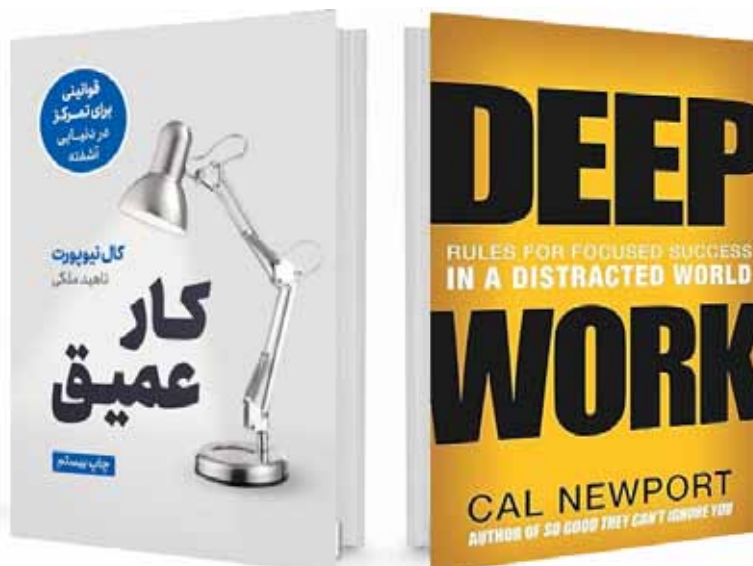
درک ماتریس سهم رشد BCG یک روش عالی است برای نگاه به پورتفوی محصول در بانکداری خرد، به‌ویژه با وجود چالش‌گران و نوآوران جدید در بازار. با بررسی محصولات و تصمیم‌گیری در مورد رویکردهای راهبردی مبتنی بر درآمد بالقوه، سهم بازار و نیازهای مشتری به طور روزافزونی مهم‌تر خواهد شد.

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 دوم، فصل اول

با استفاده از شکل ۲-۲ بالا به عنوان اطلاعات پایه‌مان، راهبردهای مشخص شده در جدول شماره ۲-۲ را در مورد یک شرکت فرضی نمونه اعمال می‌کنیم. ماتریس بازنگری شده توصیه‌های راهبردی را مبتنی بر پیش‌بینی سه سال مالی آینده و برآوردهای مدیریت اضافه مربوط به تغییرات نشان می‌دهد. فلش‌ها نشان‌دهنده حرکت پیش‌بینی شده محصول طی زمان است. محصول ستاره (۱): بازار احتمالاً بلوغ خود را آغاز می‌کند (تجربه نرخ رشد کندتر). با وجود این، انتظار می‌رود که این محصول ستاره افزایش سهم بازار را به قیمت رقابتش تداوم بخشد. بنابراین، راهبرد حفظ وضعیت موجود است - حفظ سطوح سرمایه‌گذاری جاری و تداوم در کسب سهم بازار. امید است که محصول ستاره به یک محصول گاو شیرده تبدیل شود. محصول گاو شیرده (۲): انتظار نمی‌رود که این بازار بالغ در سال‌های پیش رو رشد یا افت کند. راهبرد برای این گاو شیرده حفظ وضعیت موجود و

Deep Work
Rules for Focused Success in a Distracted World
By Cal Newport

قوانینی برای تمرکز در دنیایی آشفته
اثر کال نیوپورت
مترجم : ناهید ملکی



درباره کتاب

کتاب کار عمیق (Deep Work) یکی از محبوب‌ترین کتاب‌های کال نیوپورت، نویسنده آمریکایی است که در حوزه فناوری، کار و فرهنگ فعالیت می‌کند. اصطلاح کار عمیق به معنی توانایی تمرکز بدون حواس پرتی بر روی یک کار است. چنین مهارتی می‌تواند امکان تسلط بر اطلاعات پیچیده در زمان کمتری را فراهم کند که طبیعتاً نتیجه بهتری نیز از آن به دست خواهد آمد. کار عمیق از زمان انتشار در لیست پرفروش‌های نیویورک تایمز، وال استریت ژورنال و آمازون قرار داشته است. نشر نوین این کتاب را با ترجمه ناهید ملکی منتشر کرده است. نسخه الکترونیکی این کتاب را هم می‌توانید از طاقچه خرید و دانلود کنید.

این کتاب مناسب چه افرادی است؟

- افرادی که به دنبال ذخیره کردن زمان و هموارتر شدن مسیر کاری خود هستند.
- آن دسته از افرادی که همواره با اطلاعات و داده‌های گسترده دنیای مدرن سروکار دارند.
- افرادی که به دنبال خودیاری و توسعه فردی هستند.

درباره نویسنده

کالوین کال نیوپورت در ۲۳ ژوئن ۱۹۸۲ به دنیا آمد. تحصیلات خود را در مقطع کارشناسی در کالج دارتموث (Dartmouth) در سال ۲۰۰۴ به پایان رساند و دکتری خود را در زمینه علوم کامپیوتر در سال ۲۰۰۹ از مؤسسه فناوری ماساچوست (MIT) تحت نظر نانسی لینچ (Nancy Lynch) دریافت کرد. از سال ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۱ در بخش علوم کامپیوتر MIT فعالیت می‌کرد. او در سال ۲۰۱۱ به عنوان استادیار علوم کامپیوتر وارد دانشگاه جورج تاون (Georgetown University) شد. کارهای او بر روی الگوریتم‌های توزیع شده در سناریوهای شبکه متمرکز بوده و مطالعه سیستم‌های ارتباطی در طبیعت را نیز در بر می‌گیرد. در حال حاضر او دانشیار ممتاز پروست در گروه علوم کامپیوتر دانشگاه جورج تاون و همچنین نویسنده هشت کتاب خوب است. او در کتاب «کار عمیق: قوانینی برای تمرکز در دنیایی آشفته» (۲۰۱۶)، اصطلاح

چکیده‌ای از کتاب

اقتصاددانی به نام شروین روسن، در مقاله‌ای که در سال ۱۹۸۱ منتشر کرد، به بررسی زیربنای ریاضی این بازارها که در آنها «برنده صاحب همه چیز می‌شود» پرداخت. او برای این کار، در فرمول‌هایش متغیر q را به عنوان استعداد یا کیفیت و به عنوان عاملی با «جایگزینی ناقص ۴۰»، مدل‌سازی کرد و آن را به این صورت توضیح داد:

«گوش دادن پی‌درپی به صدای خوانندگانی در سطح متوسط و آهنگ‌های متوسط، روی هم جمع نمی‌شوند و تبدیل به اجرایی منحصر به فرد و عالی نمی‌شوند.» به عبارت دیگر، استعداد، کالا نیست که بتوانید به صورت عمده خریداری کنید و آنها را برای رسیدن به سطوح مورد نیاز با هم ترکیب کنید؛ فقط برای بهترینها، پاداش وجود دارد؛ بنابراین، اگر در بازاری هستید که مصرف‌کننده، به همه بازیگران آن دسترسی دارد و ارزش q هر فرد مشخص است، بنابراین، این مصرف‌کننده بهترین را انتخاب خواهد کرد. حتی اگر مزیت داشتن استعداد برتر، در مقایسه با استعداد بعدی در رتبه‌بندی مهارت‌ها، کوچک باشد، فوق‌ستاره‌ها هنوز هم بخش عمده‌ای از بازار را جذب خواهند کرد.



گشایش نماد بانک سامان در بازار اول فرابورس

طی سخنانی با اشاره به پذیرش نماد بانک سامان در بازار اول فرابورس، عنوان کرد: باتوجه به شفافیتی که همواره در عملکرد بانک سامان بوده و در کنار آن تلاش‌هایی که گروه مالی سامان در عرصه‌های مختلف داشته، هدف مدیران ارشد بانک این بود که با ارتقای جایگاه سهام بانک سامان در بازار فرابورس، هم باعث نمود بیشتر این شفافیت در عملکرد بانک سامان شویم و هم سهام‌داران بانک از عملکرد بانک اطمینان بیشتری کسب کنند. وی سپس ادامه داد: باتوجه به نظارت دقیقی که فرابورس بر شرکت‌های حاضر در این بازار دارد، این نظارت تأییدی بر عملکرد شفاف بانک سامان خواهد بود و ما امیدواریم که این فرایند باعث ارتقا و بهبود عملکرد بیش‌ازپیش بانک سامان شود.

مراسم گشایش نماد بانک سامان در بازار فرابورس ایران با حضور مدیران ارشد این بانک برگزار شد.

به گزارش سامان رسانه، سهام بانک سامان در نماد «سامان» که در تاریخ ۱۴ تیرماه امسال در فرابورس پذیرش شده بود، برای اولین بار به روش گشایش نماد، در بازار اول عرضه شد. این نماد پیش‌تر در تابلوی زرد بازار پایه معامله می‌شد که هم‌اینک به بازار اصلی فرابورس ارتقا یافته است. در مراسم گشایش نماد بانک سامان در بازار اول فرابورس که تنی چند از اعضای هیئت‌مدیره و هیئت عامل بانک سامان نیز حضور داشتند، علیرضا معرفت، مدیرعامل بانک سامان، لوح پذیرش نماد بانک سامان در بازار اول فرابورس را از مقامات فرابورس ایران دریافت کرد. معرفت همچنین



آیین رونمایی از سند برند کارفرمایی

مراسم رونمایی از سند برند کارفرمایی، با حضور مدیرعامل و جمعی از اعضای هیئت عامل بانک سامان برگزار شد. به گزارش سامان رسانه، در این مراسم که با حضور مدیرعامل، برخی از معاونین و مدیران بانک سامان، در دفتر مدیریت عامل برگزار شد، با پایان یافتن فاز اول اجرای برنامه تقویت برند کارفرمایی بانک سامان، از سند جامع برند کارفرمایی بانک سامان رونمایی شد.

علیرضا معرفت، مدیرعامل بانک سامان، در جمع حاضرین در این مراسم، ضمن تبیین ضرورت تقویت برند کارفرمایی بانک سامان و تشریح ابعاد مختلف برنامه برند کارفرمایی، گفت: برند کارفرمایی برنامه جامعی است که ابعاد و ارکان مختلف بانک را تحت تأثیر قرار می‌دهد ولی در این بین یکی از مهم‌ترین آثار این برنامه، بهبود شرایط کاری همکاران سامان است که در نتیجه آن، تقویت روحیه همکاران صف و ستاد و به تبع آن سامان قوی‌تر را خواهیم داشت. حال خوب همکاران، باعث خواهد شد نمود بیرونی سامان نیز بهتر و فاخرتر شود که این امر تقویت بانک سامان را در پی خواهد داشت تا در نهایت بتوانیم برای کشور عزیزمان مفیدتر باشیم.

معرفت همچنین در خلال صحبت‌های خود از مدیریت‌های مختلف از جمله سرمایه انسانی، روابط عمومی، پشتیبانی و بهبود و کیفیت که تا این مرحله به اجرای طرح یاری رساندند قدردانی کرد و خواستار پیگیری مجدانه و با توان کامل جزئیات پروژه برند کارفرمایی در ادامه راه شد.



رکوردشکنی سپ در میزان درآمد



برای پرداختن به زندگی...

www.sep.ir



رکوردشکنی سپ در میزان درآمد

نسبت به سال گذشته روند صعودی داشته است. درآمد کسب شده در مهرماه بیشترین میزان درآمد حاصله در ماههای گذشته است و از این جهت سپ توانست رکوردی دیگر را در کارنامه دهماهه اخیر خود به ثبت برساند. میانگین درآمد ماهانه سپ در دهماهه منتهی به مهر ۱۴۰۲ برابر با ۴۱۲ میلیارد تومان است که این میزان نسبت به سال گذشته بیش از ۸۱ میلیارد تومان افزایش دارد.

درآمد شرکت پرداخت الکترونیک سامان کیش (سپ) در ده ماه منتهی به مهر ۱۴۰۲ به ۴۱۱۸ میلیارد تومان رسید. به گزارش روابط عمومی سپ، میزان درآمد این شرکت در مهرماه ۱۴۰۲ به ۴۹۴ میلیارد تومان رسید تا میزان درآمد نسب به مدت مشابه در سال قبل ۱۳۹ میلیارد تومان رشد را تجربه کند. شرکت پرداخت الکترونیک سامان کیش (سپ) در طول مدت ده ماه منتهی به مهرماه سال جاری، همواره در میزان درآمد

سامانتل، دانش بنیان شد

شرکت کیش سل پارس (سامانتل) در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات و نرم افزارهای رایانه‌ای، شرکت سامانتل را به عنوان شرکت دانش بنیان تأیید کرد. گفتنی است سامانتل اولین اپراتور نسل جدید ارتباطات همراه MVNO است که خدمات نوین مختلفی را بر بستر تلفن همراه ارائه می‌کند.

با تأیید کارگروه ارزیابی شرکت‌ها و مؤسسات دانش بنیان، سامانتل از زیرمجموعه‌های گروه مالی سامان، به جمع شرکت‌های دانش بنیان کشور پیوست. به گزارش سامان رسانه، کارگروه ارزیابی شرکت‌ها و مؤسسات دانش بنیان معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان ریاست جمهوری پس از ارزیابی



قهرمان کوچک سامانی

کسب مقام اول مسابقات پرش خرک و مقام سوم مشترک مسابقات ژیمناستیک لیگ استان البرز توسط محمدمهدی سرلک فر، ۸ ساله، فرزند جناب آقای محسن سرلک فر، همکار انتظامات برج سامان



تقدیر از بانک سامان توسط کمیته امداد برای پرداخت تسهیلات خوداشتغالی

همایش تجلیل از یاوران اشتغال و خودکفایی به منظور قدردانی از بانک‌های برتر در ارائه تسهیلات اشتغال‌زایی به مددجویان کمیته امداد امام خمینی (ره) برگزار شد.

به گزارش سامان رسانه، آیین تجلیل از یاوران اشتغال و خودکفایی به منظور قدردانی از بانک‌های برتر در ارائه تسهیلات اشتغال‌زایی به مددجویان کمیته امداد امام خمینی (ره) با حضور دکتر سید احسان خاندوزی وزیر امور اقتصادی و دارایی، آیت‌الله کازرونی رئیس هیئت‌امانی کمیته امداد امام خمینی (ره)، دکتر اسماعیلی رئیس کمیسیون اجتماعی مجلس شورای اسلامی و سید مرتضی بختیاری رئیس کمیته امداد امام خمینی (ره) برگزار شد.

در این مراسم، وزیر امور اقتصادی و دارایی و رئیس کمیته امداد امام خمینی (ره) از بانک سامان به عنوان یکی از بانک‌های برتر در پرداخت تسهیلات اشتغال‌زایی به مددجویان کمیته امداد با اهدای لوح یادبود تقدیر کردند.

گفتنی است، در حاشیه این مراسم یکی از مددجویان کمیته امداد، محصولات کارگاه صنایع دستی خود را که با تسهیلات پرداختی بانک سامان تأسیس کرده را در معرض دید مقامات و مهمانان حاضر در این همایش قرار داد.

پرداخت ۱۰۴۶۴۰۰ میلیون ریال تسهیلات ازدواج در مهرماه

بانک سامان در طول مهرماه سال ۱۴۰۲ نزدیک به ۱۰۶۶۴۰۰ میلیون ریال تسهیلات ازدواج پرداخت کرده است.

به گزارش سامان رسانه، بر اساس اعلام بانک سامان، طی مهرماه سال جاری بانک سامان ۵۲۹ فقره تسهیلات ازدواج به مبلغ ۱۰۶۶۴۰۰ میلیون ریال پرداخت کرده است.

همچنین بر اساس همین گزارش، از ابتدای سال جاری تا پایان مهرماه، ۳۳۴۷ نفر در انتظار اخذ وام ازدواج از بانک سامان هستند که از این تعداد ۱۲۹۷ نفر در انتظار تعیین شعبه، ۷۸۳ نفر در انتظار پذیرش در شعبه، ۱۱۱۰ نفر در انتظار تکمیل مدارک و ۱۵۷ نفر در انتظار اخذ وام هستند.



رشد ۷۳ درصدی پرداخت تسهیلات خانوار در بانک‌ها و مؤسسات اعتباری خصوصی

درصد سهم است. بر اساس این گزارش، سهم بانک‌ها و مؤسسات اعتباری خصوصی در بخش پرداخت تسهیلات در مقایسه با مدت مشابه سال ۱۴۰۱ حدود ۲۲ درصد رشد داشته است. تسهیلات پرداختی مزبور طی این مدت مجموعاً ۷ میلیون و ۹۰۱ هزار و ۲۷۰ میلیارد ریال بوده است. در این بخش به‌منظور وقوف بیشتر به‌اندازه و کمیت حضور بانک‌ها و مؤسسات اعتباری خصوصی، سهم مانده تسهیلات بانک‌ها و مؤسسات اعتباری در پایان سال ۱۴۰۱ و نقش آن در رشد اقتصادی کشور تشریح شده است. به گزارش مرکز آمار ایران، تولید ناخالص داخلی (GDP) در پایان سال ۱۴۰۱ بر حسب فعالیت‌های اقتصادی به قیمت‌های جاری، ۱۴۱,۲۲۷,۸۷۴ میلیارد ریال بوده است. یکی از فعالیت‌های بانک‌ها که می‌تواند نقش مهمی در افزایش GDP، ایجاد فرصت‌های شغلی جدید، رونق و توسعه اقتصاد کشور ایفا نماید، تسهیلات اعطایی بانک‌ها است. لذا سهم تسهیلات اعطایی از کل مصارف بانک‌ها در تزریق منابع به بخش‌های اقتصادی از تولید ناخالص داخلی به شرح جدول زیر است:

میزان تسهیلات پرداختی بانک‌ها و مؤسسات اعتباری خصوصی در بخش تسهیلات خرد از جمله قرض الحسنه ازدواج، ضروری، فرزندآوری و اشتغال در ۶ ماهه ابتدای سال جاری نسبت به مدت مشابه سال قبل بیش از ۷۳ درصد رشد داشت.

به گزارش روابط عمومی قانون بانک‌ها و مؤسسات اعتباری خصوصی کشور، بر اساس آمار و اطلاعات بانک مرکزی، کل تسهیلات پرداختی شبکه بانکی طی ۶ ماهه ابتدای سال ۱۴۰۲، مجموعاً ۲۴ میلیون و ۳۶۲ هزار و ۶۲۲ میلیارد ریال تسهیلات مربوط به دو گروه شامل صاحبان کسب و کار (حقوقی و حقیقی) در شش بخش کشاورزی، صنعت و معدن، مسکن و ساختمان، بازرگانی، خدمات، متفرقه و همچنین گروه مصرف‌کننده نهایی (خانوار) بوده است.

بنابر این گزارش، سهم بانک‌ها و مؤسسات اعتباری خصوصی از کل تسهیلات پرداختی در شبکه بانکی کشور مجموعاً ۹ میلیون و ۶۲۸ هزار و ۲۴۶ میلیارد ریال است که این رقم معادل ۳۹.۵ درصد کل تسهیلات را شامل می‌شود. در مقابل سهم بانک‌های دولتی از کل تسهیلات پرداختی در شبکه بانکی به میزان ۲۲.۸ درصد و بانک‌های خصوصی‌شده نیز ۳۷.۷

جدول ۱: سهم مانده تسهیلات از تولید ناخالص داخلی در پایان سال ۱۴۰۱

میلیارد ریال

ردیف	نوع بانک	مانده تسهیلات اعطایی (پایان اسفند ۱۴۰۱)	تولید ناخالص داخلی (پایان اسفند ۱۴۰۱)	سهم / درصد تسهیلات به GDP
۱	بانک های خصوصی	۱۷,۷۵۱,۶۵۶	۱۴۱,۲۲۷,۸۷۴	۱۳٪
۲	بانک های خصوصی شده	۱۵,۵۱۰,۸۴۴		۱۱٪
۳	بانک های دولتی	۱۷,۰۷۰,۳۰۰		۱۲٪
	جمع	۵۰,۳۳۲,۸۰۰		۳۶٪

اطلاعات مربوط به جدول (۱) به طور مشخص مانده تسهیلات شبکه بانکی را مورد بررسی قرار داده.

در نظام بانکی برای این بخش نسبت به عملکرد دوره مشابه سال گذشته حدود ۲۰ درصد افزایش یافته است.

بخش خدمات

همچنین طی ۶ ماهه اول سال ۱۴۰۲ کل تسهیلات اعطایی در بخش خدمات، بالغ بر ۸ میلیون و ۷۳۹ هزار و ۸۰۲ میلیارد ریال بوده که از این رقم مبلغ ۴ میلیون و ۵۳۳ هزار و ۴۱۲ میلیارد ریال معادل ۵۱.۹ درصد، توسط بانکها و مؤسسات اعتباری خصوصی تأمین شده است. بدین ترتیب عملکرد این بخش نسبت به دوره مشابه سال گذشته در کل نظام بانکی کشور بیش از ۲۷ درصد رشد داشته است. این بخش به دلیل سهم بسزایی که در ایجاد اشتغال دارد از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

مصرف‌کننده نهایی (خانوار)

در گروه مصرف‌کننده نهایی (خانوار) با اهداف تعمیرات، جعاله تعمیر مسکن، خرید مسکن غیر نوساز، خرید مسکن نوساز، خرید کالا، خرید خودرو، قرض الحسنه ازدواج، ضروری، فرزندآوری، اشتغال، اینترگران، بهزیستی، کمیته امداد و ودیعه مسکن معادل ۳۷.۲ درصد از مجموع ۳ میلیون و ۹۶۸ هزار و ۲۳۵ میلیارد ریال تسهیلات اعطایی شبکه بانکی کشور، سهم بانکها و مؤسسات اعتباری خصوصی است.

لازم به ذکر است اعطای این تسهیلات (معادل ۱ میلیون و ۴۷۴ هزار و ۴۰۰ میلیارد ریال) در بانکهای خصوصی نسبت به دوره مشابه سال قبل ۷۳.۸ درصد رشد داشته که این میزان رشد در مقایسه با عملکرد سالهای گذشته از افزایش قابل توجهی برخوردار بوده است. این میزان برای بانکهای دولتی معادل ۳۳.۷ درصد از کل و بالغ بر ۱ میلیون ۳۳۷ هزار و ۵۴۳ میلیارد ریال است.

بررسی آمار و ارقام یاد شده در بخشهای مختلف اقتصادی بیانگر این واقعیت است که بانکها و مؤسسات اعتباری خصوصی همواره در تلاش بوده‌اند تا همسو با سیاستهای کلان کشور نقش مهمی در رونق تولید، ایجاد اشتغال و افزایش رشد اقتصادی کشور ایفا نمایند.

منبع: کانون بانکها و مؤسسات اعتباری خصوصی

به‌طوری‌که قابل مشاهده است، بانکها و مؤسسات اعتباری خصوصی به ترتیب معادل ۳۵ درصد از مانده تسهیلات کل نظام بانکی و ۱۳ درصد از تولید ناخالص داخلی را به خود اختصاص داده‌اند. این درصد در بانکهای خصوصی شده به ترتیب ۳۱ درصد از تسهیلات اعطایی و ۱۱ درصد سهم از GDP است.

بانکهای خصوصی طی حدوداً ده فعالیت با اختصاص ۳۵ درصد مانده تسهیلات اعطایی کل نظام بانکی و ۱۳ درصد از تولید ناخالص داخلی نقش بسیار مؤثری در بخشهای مختلف اقتصاد کشور ایفا نموده‌اند. بر اساس آمار بانک مرکزی، بانکها و مؤسسات اعتباری خصوصی با پرداخت ۸ میلیون و ۱۵۳ هزار و ۸۴۶ میلیارد ریال تسهیلات طی ۶ ماهه اول سال ۱۴۰۲ به صاحبان کسب و کار در بخش اقتصادی مزبور، سهمی معادل ۴۰ درصد از کل تسهیلات شبکه بانکی کشور در این بخش را داشته‌اند که این موضوع بیانگر نقش مهم بانکهای خصوصی در رونق اقتصاد و کسب و کارها است. سهم بانکهای دولتی در این بخش ۲۰.۷ درصد و سهم بانکهای خصوصی شده نیز ۳۹.۳ درصد است.

تأمین سرمایه در گردش

گفتنی است تسهیلات پرداختی در قالب تأمین سرمایه در گردش به بخشهای اقتصادی کشور طی شش ماهه ابتدایی سال ۱۴۰۲ برای کل شبکه بانکی کشور بالغ بر ۱۵ میلیون و ۷۳۶ هزار و ۱۵۹ میلیارد ریال بوده است که معادل ۶۲.۶ درصد از کل تسهیلات پرداختی بوده است.

حمایت از تولیدکنندگان و کارآفرینان

به گزارش روابط عمومی کانون بانکها و مؤسسات اعتباری خصوصی، در راستای حمایت از کارآفرینان و تولیدکنندگان از مجموع ۷ میلیون و ۲۸۱ هزار و ۴۶۱ میلیارد ریال تسهیلات پرداختی توسط شبکه بانکی کشور در بخش صنعت و معدن که سهمی معادل ۳۵ درصد از کل تسهیلات به بخشهای اقتصادی کشور را دارا است، معادل ۳۲ درصد آن (مبلغ ۲ میلیون و ۳۳۰ هزار و ۳۲۴ میلیارد ریال) توسط بانکها و مؤسسات اعتباری خصوصی پرداخت شده است. سهم اعطای تسهیلات



همکاری بنیاد خیریه امین آراسته با بانک سامان



همکاری بنیاد امین آراسته با بانک سامان از سال ۱۳۹۳ آغاز شده است، از سال ۹۳ تاکنون هر ساله بانک سامان طی تفاهم‌نامه‌هایی هزینه تحصیل و توانمندسازی دانشجویان زیادی از بنیاد امین آراسته را تأمین نموده است و این دانشجویان توانسته‌اند با حمایت بانک سامان تحصیل کنند و هم اکنون افراد موفق هستند و در رشد و توسعه اقتصادی ایران نقشی مهم دارند. جدیدترین تفاهم‌نامه همکاری بین بانک سامان و خیریه امین آراسته در سال ۱۴۰۲ با هدف تحصیل و توانمندسازی ۲۵ نفر از دانشجویان مستعد کم‌برخوردار بنیاد امین آراسته به مبلغ بیش از چهار میلیارد ریال منعقد گردید. در راستای تبیین فعالیت‌های این خیریه باید گفت: هرم شکوفایی بنیاد امین آراسته دارای چهار مرحله است که هدف آن در ابتدای هرم جذب و حمایت است که در اواسط هرم پس از طی فرایند توانمندسازی توسط دانش‌آموزان و دانشجویان مستعد منجر به استقلال و شکوفایی آنها می‌گردد. خدمات کمک‌آموزشی، تحصیلی، توانمندسازی، خدمات درمانی و اشتغال بر اساس نیاز دانشجویان تحت حمایت بانک سامان به آنها تخصیص یافته است. شکوفایی استعدادها و وجودی جوانان نیاز به پرورش و امکانات دارد، دانشجویان تحت حمایت بنیاد امین آراسته همه در شرایط بسیار سختی زندگی می‌کنند و بسیاری از آنها حتی از امکانات اولیه زندگی نیز برخوردار نیستند، بنابراین برای حمایت و توانمندسازی بورسیه‌ها خدمات ذیل به آنها ارائه می‌شود:

- خدمات کمک‌آموزشی و تحصیلی
- خدمات درمانی و مشاوره

همچنین باید خاطر نشان ساخت با لطف خداوند متعال و با کمک و همدلی بانک سامان و دیگر خیرین عزیز، اولین شعبه مؤسسه خیریه امین آراسته در استان لرستان، شهر خرم‌آباد، بین چهارراه فرهنگ و پل دارایی زاده، کوچه شهید بیرانوند، پلاک ۱۹ در تاریخ ۲۸ تیر ماه ۱۴۰۲ افتتاح گردید و فعالیت خود را به طور رسمی آغاز نمود.

بنیاد امین آراسته به صورت تقریبی نزدیک به ۵۰ دانش‌آموز و دانشجو در استان لرستان تحت حمایت دارد که در راستای برقراری ارتباط بیشتر و ارائه خدمات در زمینه مشاوره تحصیلی، توانمندسازی، برگزاری کلاسها و دورهای آموزشی و ... به دانش‌آموزان و دانشجویان تحت بورسیه خود در این استان اولین شعبه خود را در شهر خرم‌آباد افتتاح نمود. بانک سامان به عنوان یکی از بزرگ‌ترین خیرین مؤسسه خیریه امین آراسته اقلامی را جهت تجهیز شعبه لرستان به مؤسسه امین آراسته اهدا نمودند.

www.aminarasteh.org

راه‌های کمک به خیریه امین آراسته:

شماره کارت: ۵۰۴۷۰۶۱۰۹۰۱۸۶۲۶۹

پاییز رقص رنگ‌هاست

فرزانه بهرامی، مسئول دبیرخانه شرکت توسعه و عمران بهنادبنا

می‌شود. همان لحظه که روی برگ‌ها راه می‌روی و خردشدن برگ‌ها را حس می‌کنی، بهار را تجسم کن، تمام این برگ‌های خرد شده زمین را آن‌چنان بارور خواهد کرد که به فاصله چند ماه دیگر، بهار دوباره متولد و زندگی از سر گرفته می‌شود.

فرش هزار رنگ پاییز بر پهنه زمین گسترانیده شده و هر روز با جادوی خلقت با جلوه‌ای زیباتر افسونگری می‌کند. تاروپود این فرش همان برگ‌های خرد و شکننده‌ای است که رقصان با خاک هم‌بازی شده‌اند و اینک تو بر این پهنه رنگارنگ پا می‌نهی و پس این رنگ‌های نارنجی، بهاری صورتی را حس خواهی کرد و شاهد تولد و زندگی دوباره‌ای خواهی بود.

پاییز رقص رنگ‌هاست و همیشه آبستن بهاری مملو از شکوفه‌های صورتی است.

پاییز رقص رنگ‌هاست. پاییز را باید زیبا دید زیرا پر از شگفتی و سرشار از زندگی است؛ گرچه عموماً در اذهان، پاییز سرآغاز سرخوردگی و افسردگی است، این جفایی است به این زیباترین فصل آفرینش. اما باید باور کنیم فصلی که رقص رنگ‌هاست چگونه می‌تواند به‌دور از شادی و زندگی باشد.

یک روز پاییزی، تک‌وتنها به گوشه دنجی برو، به‌دور از تمام هیاهوی روزانه، شاید همین پارک نزدیک خانه‌ات، اگر مهیا بود جنگل، گوشه دنجی بنشین و خوب نگاه کن، خوب گوش بده، به درختان اطراف خیره شو، برگ‌ها همه نارنجی، زرد، سبز، قهوه‌ای، ببین، دقت کن رقص رنگ‌ها را می‌بینی، برگ‌ها رقصان از درخت به آغوش خاک فرومی‌آیند، از بلندترین شاخه‌ها آن‌چنان با عشق فرومی‌ریزند گویا می‌رقصند و آرام آرام رقصان با خاک همنشین می‌شوند، یک پایکوبی با سکوتی پاییزی همراه و تنها با طبیعت، یک آهنگ خاموش ولی پر از عشق و تلاش و زندگی، خالق این زیبایی فقط و فقط طبیعت است.

برگ‌ها رقصان با عشق می‌ریزند، زمین پر از برگ شده، برگ‌های خرد و شکننده، گویی هر ریزشی، هر خردشدنی، هر خش‌خشی که می‌شنوی، سرآغاز یک زندگی جدید است. برخیز، به هیچ چیز فکر نکن، تمام روزمرگی‌هایت را چند لحظه فراموش کن، روی برگ‌ها راه برو، برگ‌ها را حس کن، به خردشدن برگ‌ها گوش بده، یک نجوای آرام ولی پر از احساس، حس آرامش عمیقی است و یقین بدان با این ریزش و خردشدن است که بهار خواهد آمد و زندگی و شکفتن دوباره آغاز



سپاس رفتار حرفه‌ای

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

با تشکر

مدیریت سرمایه انسانی بانک سامان

نام و نام خانوادگی	محل خدمت	
امیر باقری	شعبه قیطریه	
بهرام پورقدامی	شعبه منیریه	
عطیه قلی زاده	شعبه منیریه	
رویا رومنا	شعبه منیریه	
مجید امیری دلوئی	شعبه بلوار قرنی مشهد	
سیدعلی محرابی	شعبه بلوار قرنی مشهد	
مهدی برنجی	شعبه مشهد	
امین فقیه نیا	شعبه مدرس مشهد	

BRANDING

اهمیت برندسازی در رشد تولید کیفیت محور

| شهرام شیرکوند - پژوهشگر صنعت |

کیفیت مطلوب است، این تفکر باید در فرهنگ تولید نیز نهادینه شود تا تولید رقابتی و اقتصاد سالم در بازار ایجاد شود، بنابراین در یک بازار رقابتی سالم، تولیدکننده و مصرف‌کننده در پی جلب رضایت یکدیگرند و فرهنگ‌سازی مناسب در زمینه شناساندن حقوق حقه مصرف‌کنندگان به عامه مردم، بخشی غیرقابل انکار در روند دستیابی به امنیت خاطر مصرف‌کننده است. بی تردید بنگاه‌های اقتصادی و صاحبان صنایع برای تحقق برندسازی داخلی و رشد در فروش باید در راستای استیفای حقوق مصرف‌کننده بیشتر تلاش کنند، هرچند برخورداری از سرمایه مالی، دانش، تجهیزات و دسترسی به مواد اولیه از مزیت‌های تولید به‌شمار می‌رود، اما داشتن مشتری وفادار همراه با مزیت‌های فوق، مهم‌ترین ابزار و بزرگ‌ترین سرمایه بوده که رکن اصلی بقا و توسعه بنگاه‌های اقتصادی است. در واقع، موفقیت بنگاه اقتصادی در گرو رعایت حقوق مصرف‌کننده و حفظ مشتری است. به این لحاظ، رشد تولید برای تحقق افزایش فروش و توسعه سهم بازار، نیازمند برندسازی داخلی است تا در رقابت با محصولات خارجی، امکان موفقیت در بازارهای داخلی و صادراتی وجود داشته باشد. به بیان دیگر، از آنجا که یکی از مهم‌ترین الزامات «رشد در تولید» رقابت‌پذیر بودن محصولات با برند داخلی است و اگر بخواهیم رشد تولید به افزایش فروش منتج شود و محصولات تولیدشده داخلی علاوه بر بازارهای داخلی در بازار خارجی نیز سهمی از بازار داشته باشند، باید برای محصولات استاندارد ایرانی برندسازی کرد. البته تأکید بر برندسازی داخلی به این دلیل است که کالای برند در بازار داخلی و صادراتی، رقابت‌پذیری بالاتری دارد و می‌تواند از رقبا پیش افتد، اما باتوجه به تنوع برند در بازار، اگر محصولی با برند جدید برای نخستین بار در بازار عرضه می‌شود، باید از نظر نرخ و کیفیت، توان رقابت با محصولات مشابه و دستیابی به بازارهای مختلف داخلی و خارجی را داشته باشد و چنانچه پیش‌تر سابقه حضور در بازار را داشته، با تقویت برند، سهم بازار خود را حفظ کند یا توسعه دهد، زیرا در بازارهای خارجی، رقابت سخت‌تری را با محصولات مشابه خارجی در پیش خواهد داشت.

بنگاه‌های تولیدی و اقتصادی که با هدف تولید کالا و خدمات ایجاد شده باشند، برای پایداری و توسعه بازارهای داخلی و خارجی ملزم به تولید کالایی با کیفیت رقابتی برای جلب رضایت مشتریان خود هستند، زیرا مشتری‌مداری در بازار علاوه بر تقویت تولید پایدار و رقابت برای بقا در بازار، موجب ارتقای برند، رونق و رشد تولید کیفیت‌محور، افزایش فروش و سودآوری بیشتر می‌شود. امید است در آینده‌ای نه‌چندان دور با ارتقای مستمر کیفیت محصولات و خدمات ایرانی و راهیابی برندهای معتبر و خوشنام کشورمان به بازارهای جهانی، زمینه مناسبی برای معرفی برندهای برتر ایرانی در سطح بین‌المللی فراهم شود.

رشد در تولید همواره باید منجر به «رشد در فروش» شود تا شاهد آثار مثبتی در بخش تولید و اقتصاد کشور باشیم. به این معنی که با ارائه تولیدات باکیفیت به بازار و ایجاد آسودگی خاطر برای مصرف‌کننده، ضمن ایجاد وفاداری در مشتریان، سهم بازار و فروش محصولات داخلی تضمین شود و در این مسیر، توسعه صادرات و بازار خارجی نیز، مدنظر قرار گیرد. باتوجه به این نکته که «برندسازی در جهان سبب تمایز تولیدات یک کشور یا سازمان با کالاهای مشابه آن در بازار می‌شود»، ضرورت دارد با تحقیق و پژوهش برای ایجاد یا توسعه برند تولید داخلی (به‌ویژه در صنایع پیشرفته کشور) اقدام شود. در راستای حمایت از تولید داخلی، باید با نشان (برند)سازی داخلی که از مهم‌ترین مبانی و فرمول‌های اقتصادی در کشور است، مردم را به مصرف کالاهای ساخت داخل ترغیب کرد. برندسازی یکی از مسائلی است که در حوزه مدیریت بازاریابی می‌تواند موجب توسعه بازار و معرفی هرچه بیشتر توانمندی‌های صنعتگران داخلی به جامعه شود، چراکه رشد تولید، توزیع و مصرف کالاهای جعلی با نشان (برند)های معتبر و لوکس در کشور تهدیدی برای تولید داخلی به‌شمار می‌رود.

حقوق مصرف‌کنندگان از دیرباز همواره مورد توجه قرار داشته و به‌طور حتم، این توجه مبتنی بر اصول اخلاقی بوده است. در حقیقت، حاکمان جوامع خود را موظف کرده‌اند که به‌عنوان یک اصل اخلاقی، از حقوق مصرف‌کنندگان دفاع و در جایگاه یک فضیلت اخلاقی برای برقراری عدالت در جامعه تلاش کنند و حامی اصول اخلاقی و عدالت اجتماعی باشند. بنابراین، دولت به‌دنبال گسترش فضای رقابتی بین بنگاه‌ها در راستای حمایت از حقوق مصرف‌کننده است. توجه به کیفیت تولیدات با برند ملی و ارائه توانمندی واقعی تولیدکنندگان، اهمیت حمایت مالی دولت را نمایان می‌کند. حمایت از تولیدات داخلی از جمله موضوعاتی است که در سال‌های اخیر در محافل اقتصادی مورد بحث و گفت‌وگو قرار گرفته و بدیهی است همزمان با حمایت از تولید ملی، باید از حقوق مصرف‌کننده نیز حمایت شود و این حق طبیعی مصرف‌کننده ایرانی است که از کالای بادوام، باکیفیت و دارای نام و نشان معتبر استفاده کند و خرید هر محصولی اعم از داخلی یا خارجی برای خریدار رفاه و امنیت خاطر بیاورد. بنابراین، برندسازی، رقابت‌پذیری و استفاده از فرصت‌ها برای ورود به عرصه‌های رقابتی بین‌المللی، بهترین شیوه‌ای است که می‌توان مردم را به مصرف کالای باکیفیت با برند ایرانی ترغیب کرد. از این رو، رمز ماندگاری بنگاه‌های اقتصادی در بازار رقابتی به انتخاب مصرف‌کننده بستگی دارد، زیرا مشتری به مطالعه و ارزش‌گذاری مواردی همچون قیمت، مرغوبیت و کیفیت می‌پردازد و در نهایت، کالا یا خدمات را انتخاب می‌کند. همان‌گونه که مصرف‌کننده در پی نرخ مناسب و



آموزش با کیفیت در گرو نوآوری

| محمد مهدی بهرادر - فعال دانش بنیان در حوزه آموزش |

آموزش امروزی تا حد بسیار مفیدی ابزارسازی شده است، بازی نقش جدی در یادگیری دارد. گفتنی است، آموزش در بستر بازی برای اغلب کودکان با هر محدودیت و توانایی، کاربرد دارد و این یک مولفه ثابت شده است. همچنین، امروزه بازی‌ها شرایط را برای آموزش کودکان دارای معلولیت فراهم کرده‌اند و همین امر، موجب ارتقای مهارت آن دسته از دانش‌آموزانی شده است که در طیف‌های مختلف معلولیت قرار دارند. تجربه و آزمایش‌های گوناگون علمی نشان داده که بازی حتی برای کودکانی که از معضلات شناختی هم رنج می‌برند، موجب ارتقای مهارت‌هایی نظیر تمرکز و حافظه شده است. شبیه‌سازی آموزش‌ها در جریان بازی، درک دقیق‌تر کودک را از مباحث یادگیری به دنبال دارد. برای مثال، آنها می‌توانند با کمک بازی‌ها، مفاهیم مربوط به علم فیزیک را بهتر درک کنند، بدون آنکه متوجه آموزش شده باشند. در واقع، آموزش به آنها القا می‌شود و کودک در جریان تجربه زیسته خود مباحث آموزشی را فرا می‌گیرد؛ این فرآیند یعنی ارتباط برقرار کردن با دنیای واقعی در قالب فرآیندی شبیه‌سازی شده. در ساخت بازی باید میزان سرگرمی و نحوه سرگرم کردن کودکان متفاوت باشد و این یکی از مهم‌ترین اصول ساخت یک بازی آموزشی است. در فرآیند بازی، آموزش القایی است و کودکان نمی‌فهمند که در جریان آموزش قرار گرفته‌اند. در واقع، همان مدل کلاسیک آموزش بشر که در پی آن تمدن‌ها شکل گرفته‌اند. امروز زمان آن رسیده که کودکان در جریان فراگیری علم آن را تجربه کنند و همین امر تبدیل به فرآیندی بالارزش و موجب ایجاد زمینه نخبه‌پروری در کشور شده است. این امر می‌تواند در سال‌های آتی به دانش‌آموزان در تصویرسازی مباحث علمی یاری رساند و آموزش سریع و با کیفیت بالاتری در جامعه رواج پیدا کند. در اغلب کشورهای توسعه‌یافته، این روند در جریان آموزش مدرسه‌ای نهادینه شده است. در ایران هم در برخی مدارس مورد استفاده قرار می‌گیرد که به عنوان هوشمندسازی و مدارس هوشمند از آنها یاد می‌شود. اما باید گفت عبارت مدرسه هوشمند تنها یک نام تجاری در فضای آموزش و پرورش ایران است و ربطی به کاربرد چنین روش‌هایی ندارد. اینکه در مدرسه‌ای از تبلت استفاده شود یا کلاس ریاضیات برگزار کنند، باز هم نمی‌توان نام مدرسه هوشمند را بر آن گذاشت. اما متأسفانه همین روند ابزاری است در اختیار برخی سودجویان به منظور افزایش شهریه‌ها که هیچ‌گونه آموزش هوشمندی هم در این روند پولسازی اتفاق نمی‌افتد.

امروزه علم ثابت کرده که بازی، روشی استاندارد برای آموزش کودکان است. امروزه صنعت بازی، تبدیل به یکی از بازیگران اصلی اقتصاد جهان به‌ویژه در کشورهای توسعه‌یافته شده است و فرآیندهای جدی نظیر تعاملات اقتصادی را می‌توان به بازی تبدیل کرد و از ظرفیت‌های این صنعت در کارهای جدی و حرفه‌ای بهره‌های بسیار برد. خوشبختانه امروزه نگرش‌های نوینی در توسعه صنعت بازی رواج پیدا کرده که موجب استفاده و کاربرد روزافزون آن در ارکان مختلف جامعه شده است. برخی معتقدند که بازی‌ها موجب آسیب به مخاطب به‌ویژه کودکان می‌شود، اما باید گفت بازی تنها یک ابزار است که میزان ثمربخشی آن بستگی به هدف بازی‌سازان و میزان استقبال جامعه دارد. برای مثال، فیلم‌های سینمایی و... هم ابزاری هستند که براساس هدف سازندگان ساخته می‌شوند و ممکن است هر فیلمی در هر ژانری با هر محتوایی ساخته شود، بنابراین نمی‌توان تنها بازی‌ها را ابزاری مخرب در مسیر آموزش دانست. ژانرها و محتواهای مختلفی در بازی‌ها وجود دارد که ممکن است آثار مثبت و منفی در مقیاس کلان داشته باشند و این امر فرهنگ به فرهنگ و در جوامع مختلف، متفاوت است. در حقیقت، باید دید بازی در چه ژانری، چه کشوری و با چه اصول فرهنگی تولید شده است. اما چون قضاوت درستی از بازی‌ها در نظام آموزشی کشورمان نمی‌شود و نگرش حاکم از اساس بازی را مولفه‌ای مخرب می‌داند، به‌طور طبیعی برنامه‌ای هم برای توسعه آن در آموزش در نظر نمی‌گیرند. در واقع، در مقیاس کلان مدیریتی، کاربرد بازی در آموزش دیده نشده است و اصلاً به دیده فرصت به آن نگاه نمی‌کنند. این امر، ناشی از نداشتن اطلاعات کافی از مزایای بازی در فرآیند آموزش است. به همین دلیل، میزان استفاده و بهره‌گیری از بازی در فضای آموزش و پرورش و مدارس به قدری کم بوده است که می‌توان از آن به عنوان استثنا یاد کرد. کاربرد بازی در آموزش نیازمند یک تصمیم از سوی یک رکن بالادستی در کشور است. تاکنون حتی یک جلسه رسمی درباره کاربرد بازی در وزارت آموزش و پرورش برگزار نشده است که بازی‌سازان در آن حضور داشته باشند. در نظام آموزش و پرورش اغلب کشورهای پیشرفته، بازی به عنوان یکی از ارکان اصلی آموزش و تربیت شناخته می‌شود. از آنجایی که روش‌های

اصول حرفه‌گرایی در روابط عمومی

| فیروزه عسگری - کارشناس ارشد ارتباطات |



ویژگی‌های اخلاقی خود از ویژگی‌های اخلاقی مذهبی که به‌وسیله اکثریت جامعه پذیرفته شده، تبعیت می‌کند. پاره‌ای از تیپ‌های شخصیتی به‌سبب کمی اعتماد به نفس و نارسایی‌های روانی دیگر که جای بیان آنها در این مبحث نیست، افرادی هستند که زود تسلیم نظریات طرف مقابل خود می‌شوند و به‌سبب نداشتن شهامت و صلابت روانی، همیشه تمایل دارند با نظرات دیگران از در موافقت درآیند. به‌شکل دیگر، قدرت و اعتماد به نفس گفتن «نه» را آنجا که حق با آنها است، ندارند. این افراد در عرف عمومی «بله‌فربان‌گو» نامیده می‌شوند. انگلیسی زبان‌ها به این تیپ از افراد **Yes Man** (انسان بله‌گو) می‌گویند. وجود چنین افرادی در رأس روابط عمومی سازمان خطر بزرگی را برای مدیریت سازمان ایجاد می‌کند. تصور کنید که یکی از موارد زیر پیش آید و مسئول روابط عمومی پاسخ بله به آن بدهد و آن را تایید کند:

۱- رئیس موسسه بگوید روزنامه‌ها و وسایل ارتباطی مزخرف هستند و برای من ارزش ندارند و من با آنها سروکار ندارم.

۲- رئیس موسسه به کارمندان خود بگوید حق ندارند درباره موسسه کنجکاو باشند و دائم پرس‌وجو کنند.

چنانچه مسئول روابط عمومی به موارد بالا پاسخ مثبت بدهد، ممکن است از نظر رئیس موسسه او بهترین مسئول روابط عمومی باشد اما دیری نخواهد گذشت که مشکل بزرگی از جایی سر بلند خواهد کرد و موسسه را تا مرز نابودی پیش خواهد برد. آنچه در مدیریت کشورهای صنعتی به‌عنوان حرفه‌گرایی مطرح می‌شود، برپایه اصول زیر استوار است:

۱- مجموعه‌ای از دانش، اطلاعات و یافته‌ها در هر رشته و حرفه وجود دارد.
۲- عمل به حرفه‌ها، براساس مهارت و تخصصی استوار است که بر اثر آموزش و تجربه حاصل می‌شود.

۳- اصول حرفه‌ای و اخلاقی ویژه، که مورد توافق است بر نحوه کار هر حرفه حکومت می‌کند.

۴- استانداردها و ضوابطی برای ارزیابی و کنترل کارهای هر حرفه وجود دارد.

اصل اعتمادسازی نخستین و مهم‌ترین اصل روابط عمومی به‌شمار می‌رود. روابط عمومی به‌عنوان ترجمان عقل یک سازمان باید انتقال‌دهنده دیدگاه و نظرات گروه‌های هدف و مخاطب به سازمان و ترجمان دیدگاه‌ها و نظرات سازمان به مخاطبان باشد. کنترل جریان‌ها و رفتارهای علیه سازمان و جهت‌دهی مثبت به آنها از وظایف مهم روابط عمومی است. روابط عمومی یک سازمان می‌تواند با عملکرد و نظرسنجی مناسب تعامل سازنده و مفید درون و برون‌سازمانی را ایجاد کرده و آن را به نحو احسن تفسیر و تبیین کند. روابط عمومی سازمان باید راهکارهای عملی برای تحقق اهداف سازمان را ترسیم کند. در این مسیر باید شبکه داخلی اطلاع‌رسانی خبرگزاری‌ها را فعال و بر اصل علم‌محوری و پژوهش‌محوری و اصل مدیریت زمان در روابط عمومی باید تاکید کرد. همچنین در این مسیر راه‌اندازی روابط عمومی الکترونیک، راه‌اندازی اتاق خبر و خبرنامه سازمان، راه‌اندازی ارتباطات گویای سازمان و مجله الکترونیک، راه‌اندازی مرکز مانیتورینگ و شبکه اطلاع‌رسانی به کارکنان سازمان از جمله مواردی هستند که در ارتقای فعالیت روابط عمومی نقش بسزایی دارند. زمانی که روابط عمومی یک سازمان به‌شکل موفق عمل کند آن سازمان در دستیابی به اهداف موردنظر موفق خواهد بود؛ بنابراین روابط عمومی یک سازمان باید از هر فرصتی برای تقویت نقاط قوت و پوشش نقاط ضعف استفاده کند. در نتیجه روابط عمومی‌ها به‌دلیل پوشش‌دهی قشر عظیمی از مخاطبان مسئولیت سنگینی را بر دوش دارند. اخلاق در روابط عمومی از دیگر شاخصه‌های مهم در موفقیت است.

ما در دوره‌ای زندگی می‌کنیم که ویژگی‌های آن به شکل‌های مختلف و به‌سرعت در حال تغییر است. اگر بتوانیم پایه و اساسی از اخلاق و روانشناسی ایجاد کنیم که با میراث فرهنگی بشریت نیز انطباق داشته باشد، آن وقت است که به آخر خط رسیده‌ایم. این کار که می‌توان آن را ویژگی اخلاقی اصلی نامید می‌تواند همه اقشار مردم را تحریک کند. حرفه‌هایی نظیر پزشکی، مهندسی، حقوق و حسابداری ازسوی دولت ویژگی‌های اخلاقی و اصول مهمی را شامل هستند. هر حرفه‌ای برای استاندارد کردن



رابطه بین تمرکز ذهن و موفقیت

محمود سریع القلم - پژوهشگر حوزه توسعه

یکی از شرایطی که زمینه‌ساز توسعه یک جامعه می‌شود، فرصتی است که به افراد داده می‌شود تا «خاص بودن» خود را پرورش داده، استعداد خود را کشف کرده و به ظهور برسانند. به میزانی که دخالت دولت در کلیت یک جامعه افزایش یابد، فرصت رشد فردی و خاص بودن کاهش می‌یابد. کافی است به تاریخ صنعت هواپیما در اواخر قرن ۱۹ و اوایل قرن ۲۰ توجه کرد. حدود ۲۰۰۰ نفر طی ۲۰ سال تلاش، بالاخره هواپیما را به پرواز در آوردند. نه دولت دخالت کرد و نه گروهی مانع شد. بانک‌ها و افرادی که می‌خواستند خاص باشند صنعت هواپیمایی را به راه انداختند. هر چند اروپایی‌ها در علوم، دانشمندان فراوانی از سال‌های ۱۷۰۰ به بعد داشته‌اند، اما عموم فناوری‌ها از علم به تولید، در آمریکا تحقق یافته و از اختراع برق تا چاپ سه بعدی طی چهار دوره صنعتی شدن در آمریکا بوده است. در آمریکا است که فرید زکریای هندی، ادوارد سعید فلسطینی، هنری کیسینجر آلمانی، دارا خسروشاهی متولد تهران و ایلان ماسک افریقایی جنوبی، فرصت تبلور استعداد و «خاص بودن» را پیدا کرده‌اند. هر چند کانادا، انگلستان و استرالیا تا حدی این ظرفیت را دارند اما هیچ کشوری به اندازه آمریکا به فرد فرصت شکوفایی در علم، هنر، ورزش، تجارت، سیاست، تولید و آنچه توان ذهنی و باطنی اوست را نمی‌دهد. با مذهب، جنسیت، نژاد، فرهنگ، محل تولد، لهجه و روحیات فرد کاری ندارند، بلکه می‌پرسند: چه می‌دانی؟ چه هنری داری؟ کدام کار را به خوبی و نهایت دقت و کارآمدی می‌توانی انجام دهی؟ روسیه طی ۹۰۰ سال سابقه تاریخی، در هیچ مقطعی با وجود وسعت و منابع طبیعی بی‌نظیر، نتوانسته چنین فرهنگی را بسازد. در روسیه تزار، شوروی و فدراسیون روسیه، فرد معمولاً در حال انطباق فکر و عمل خود با دولت و حکومت زندگی کرده و خروجی آن ترس، امتناع و عقب‌ماندگی بوده است. چین، اندونزی، سنگاپور و ویتنام، حداقل در فعالیت اقتصادی به فرد فرصت داده و جواب گرفته‌اند. در سنگاپور، مسئولان یک دبیرستان با هم‌اندیشی اولیای دانش‌آموزان، فرآیندی را طراحی می‌کنند تا در ۱۵-۱۴ سالگی، استعداد فرد را شناسایی کنند و او را در مسیر تبلور آن استعداد یاری بخشند. اگر دانش‌آموز مهارت‌های هنری دارد، او را ملزم نمی‌کنند که حتماً باید مهندسی برق بخواند. اگر دانش‌آموز دیگری

در یک ورزش خاص استعداد فوق‌العاده‌ای دارد، در فضای جامعه و خانواده، او را مجبور نمی‌کنند که باید در پزشکی مدرک بگیرد. این سیستم آموزشی باعث می‌شود هر فردی، فرصت شکوفایی استعداد خود را پیدا کند. نتیجه آن می‌شود که سنگاپور با ۵.۵ میلیون جمعیت، منابع صفر و مساحتی معادل شهر تهران، تولید ناخالص داخلی فراتر از ایران داشته باشد. در بسیاری از کشورهای جهان سوم، قانونی‌ترین مانع پیشرفت و خلاقیت افراد، نهاد دولت است. یکی از ویژگی‌های منطقه خاورمیانه، تمایل شدید فرهنگی نسبت به کنترل فرزند، کارمند، شهروند و کلاً زیر مجموعه است و این باعث می‌شود نوآوری‌های افراد به حداقل برسد. در اوایل دهه ۱۳۵۰، دولت در ایران اعلام کرد که کشور باید سهم مهمی در تأمین امنیت اقیانوس هند ایفا کند. این در شرایطی بود که ۶۰۰۰ روستا از آب آشامیدنی محروم بودند و حتی نیمی از زنان کشور، سواد خواندن و نوشتن را نداشتند. اولویت‌ها را چگونه باید تعیین کرد؟ یک، دو و سه یک کشور چیست؟ یک، دو و سه یک بنگاه اقتصادی چیست؟ یک، دو و سه یک فرد چیست؟ چگونه یک شهروند می‌تواند با ده‌ها شغل هم‌زمان، تمرکز، کارآمدی و جواب گرفتن از زندگی را داشته باشد؟ بودجه یک کشور چگونه طراحی و تنظیم می‌شود؟ انگلیسی‌ها می‌گویند یکی از راه‌های شناخت یک فرد این است که چگونه پول خود را خرج می‌کند. چرا سوئیس خاص است؟ چون حدود خود را می‌شناسد. چرا روسیه مشکل دارد؟ چون فراتر از توان اقتصادی خود، ادعا دارد. چرا شرکت‌ها ورشکسته می‌شوند؟ چون اولویت‌های خود را تشخیص نمی‌دهند، گشتر در اوج قدرت خود زمانی که دو آلمان متحد شدند و او را همگان معمار وحدت آلمان شناخته بودند از وزارت خارجه کناره‌گیری کرد. این تفاوت بین سیاستمدار آلمانی و جهان‌سومی است: در جهان سوم، بیشتر سیاستمداران به سیاست علاقه دارند چون می‌خواهند خوب زندگی کنند. اما در آلمان، سیاستمداری یعنی حل مشکلات و باز کردن گره‌ها. نلسون ماندلا با وجود اصرار نخبگان سیاسی و عامه مردم، از شرکت در دوره دوم ریاست‌جمهوری امتناع کرد و گفت: یک دوره پنج‌ساله برای انتقال به جمهوری کافی است. او متوجه شد که «خاص بودن» او در بیرون ماندن از قدرت است.

منبع: مجمع فعالان اقتصادی

کارمندی برخورد نکنید



| مجید بساری-دبیر ارتباط با صنعت دانشگاه علم و صنعت |

می‌توانند جورچین توسعه را قوت بخشند. گفتنی است، بسیاری از نیازهای صنایع در کارگاه‌ها و کارخانه‌ها از دید صاحبان و فعالان صنعتی تنها با بکارگیری یا خرید فناوری‌های بسیار پیشرفته خارجی قابل حل است؛ این در حالی است که رفع همان نیاز از دید رهبران استارت‌آپی که از دانش و فن بالایی برخوردار هستند، لزوماً به فناوری گفته‌شده، نیاز ندارد و می‌توان به راحتی آن را رفع کرد. ناگفته نماند که البته نیازهایی هم در صنعت وجود دارد که بسیاری از استارت‌آپ‌ها با فناوری‌های پیشرفته می‌توانند به حل آن بپردازند. برای شناخت بیشتر استارت‌آپ‌ها با نیازهای صنایع لازم است در یک بستر واحد خلاهای صنایع دسته‌بندی شود. یکی دیگر از چالش‌های ارتباط میان صنعت و استارت‌آپ‌ها در مسیر ایجاد اشتغال، بی‌اعتمادی اهالی صنعت به توانایی حل معضلات فناورانه از سوی استارت‌آپ‌ها است. به اعتقاد من، برای اعتمادسازی بهتر است، ابتدا نیازهایی از صنعت که برای حل آن به فناوری‌های پیشرفته احتیاجی نیست و از توانایی استارت‌آپ‌ها هم بر می‌آید، از سوی آنها حل شود تا در این شرایط صنعتگران بتوانند به توانایی استارت‌آپ‌ها اعتماد کنند. معضل مهم اینجا است که دید برخی صاحبان صنایع مختلف در کشور ما نسبت به نوآوری با آن روشی که یک استارت‌آپ باید برای توسعه خود در پیش گیرد، تداخل دارد. به عبارت روشن‌تر، صاحبان صنایع نگرش کارمندی به استارت‌آپ‌ها دارند، در حالی که ماهیت استارت‌آپ‌ها به گونه‌ای است که به‌طور معمول باید آزادانه و بدون قید و بندهای کارمندی به فعالیت با توان خلاقیت خود بپردازند. حال کارمند شمردن فعالان استارت‌آپی در واحدهای صنعتی به ضرر آنها تمام می‌شود و پس از گذشت مدت زمانی، خلاقیت و چابک بودن آنها از بین می‌رود.

در میان صنایع گوناگون، صنعت خودروسازی، پتروشیمی و غذایی نیاز بیشتری به دستاوردهای استارت‌آپی و دانش‌بنیان داخل دارند. با توجه به تحریم‌های موجود، این مجموعه‌ها می‌توانند با فعالیت بهینه‌تر در حوزه تولید مواد شیمیایی و ساخت قطعات الکترونیکی بهتر کار کنند. بسیاری از صاحبان این صنایع اقلام مورد نیاز خود را به سختی وارد می‌کنند، در حالی که تولیدات داخلی می‌توانند این نیاز را حل کنند. بنا بر گفته برخی کارشناسان در بعضی از صنایع منبع‌محور با رشد مواجه بوده‌ایم، اما این رشد با رتبه‌بندی جهانی تناسبی نداشته است، چون به سمت تولید کالا با ارزش افزوده بالا حرکت نکرده‌ایم. به گفته زرندی، حرکت به سمت تولید با ارزش افزوده تغییر نگاه جدی در حاکمیت را می‌طلبد، در غیر این صورت در این حوزه رشدی نخواهیم کرد.

موضوع تحول دیجیتال بر کسی پوشیده نیست. انقلاب صنعتی چهارم نیز در حوزه صنعت تغییرات زیادی ایجاد خواهد کرد. در این انقلاب، ما وارد فضای جدیدی می‌شویم و تکنولوژی‌های گوناگون چون اینترنت اشیا و بزرگ داده هم‌افزا می‌شوند. تغییر و تحولات نیز از سال ۲۰۱۵ در کل دنیا آغاز شده است و اگر می‌خواهیم شکاف تکنولوژی را کاهش دهیم، باید به سمت این تغییرات حرکت کنیم. همکاری با شرکت‌های بزرگ، مزایای بسیار زیادی برای استارت‌آپ‌ها دارد. تجربه و دانش بازار، بازده ناشی از مقیاس، شبکه‌های موجود با افراد و سازمان‌های دیگر و قدرت برند نمونه‌هایی از مزایایی است که می‌تواند در کنار دیگر منابع قابل ملاحظه موجود نام برده شود. کار با کسب‌وکارهای بزرگ می‌تواند یک ابزار مهم برای استارت‌آپ‌ها به منظور تست محصول از جهت تناسب با بازار باشد. این در شرایطی است که طبق گزارش‌های بین‌المللی بیشتر استارت‌آپ‌ها به این دلیل شکست می‌خورند که نیازی در بازار برای محصول‌شان وجود ندارد. تامین شدن از جانب یک سازمان بزرگ به عنوان شریک، همچنین در افزایش مقیاس فرایندها و جذب مشتریان می‌تواند بسیار کمک کند. بنابراین، باید امروز هر کسب‌وکاری بداند که برای رفع چه نیازی شکل گرفته است؛ در واقع پیش از شکل‌گیری کسب‌وکارها، دلیل به وجود آمدن آنها می‌تواند نیازهای رفع‌نشده در آن حوزه خاص باشد؛ اما اینکه چگونه باید به این نیازها دسترسی داشت، خود فرآیندی زمانبر است که بیشتر رهبران استارت‌آپ‌ها به آخرین موردی که می‌رسند، نیازسنجی بازار است. در واقع، آنها در فرآیند تولید محصول کالا یا خدمات قرار می‌گیرند و بعد در ارائه آن به بازار با مشکل مواجه می‌شوند و می‌فهمند که محصول‌شان مورد نیاز بازار نبوده است، هر چند محصول تولید شده مبتنی بر فناوری و کاملاً مدرن به حساب می‌آید.

بزرگ‌ترین معضل استارت‌آپ‌ها در مسیر اشتغالزایی، نحوه ارتباط گرفتن آنها با صنعت و شناختن نیاز آنها است. آنچه می‌توان از اکوسیستم نوآوری در کشور فهمید، این است که تاکنون ارتباط موثر و کارآمدی میان استارت‌آپ‌ها با صاحبان صنایع برقرار نشده است. برای همکاری میان استارت‌آپ‌ها با صاحبان صنایع به منظور ایجاد اشتغال جای خالی یک گفتمانی اساسی، احساس می‌شود. این گفت‌وگو باید موثر، سازنده و ایجادکننده تعاملات شغلی میان رهبران استارت‌آپ‌ها با صاحبان صنایع باشد. هم‌کلام شدن استارت‌آپ‌ها با صنعت در نهایت منجر به این امر می‌شود که استارت‌آپ‌ها پی به خلاها و نیازهای صنایع می‌برند و

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه / بانه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمابر	نام مسئول شعب / بانه ها
۱	آفریقا	۸۰۱	تهران، بزرگراه آفریقا، نرسیده به چهارراه جهان کودک، پلاک ۳۱	۸۸۷۴۴۵۷-۶۱	۸۸۷۳۷۷۳	شاهرخ نیری
۲	مرکزی	۸۰۲	تهران، خیابان انقلاب، بین چهارراه کالج و چهارراه ولیعصر، پلاک ۸۰۳	۶۶۹۵۸۹۳۳-۶۶۹۵۹۰۵۰	۶۶۹۷۱۰۶۱	فاطمه حکیمی
۳	اصفهان	۸۰۳	اصفهان، خیابان فردوسی، نبش خیابان منوچهری، ساختمان امیر، پلاک ۱۳	۰۳۱-۳۲۲۳۰۴۲۴-۷	۰۳۱-۳۲۲۳۰۴۲۸	جمشید باقری
۴	باغ فردوس	۸۰۴	تهران، خیابان ولیعصر، نرسیده به میدان تجریش، روپروی باغ فردوس، پلاک ۲۹۴۴	۲۲۷۴۰۷۷۵	۲۲۷۴۰۷۱۵	نیما گیلانی
۵	پاسداران	۸۰۵	تهران، خیابان پاسداران، مقابل بوستان ششم، جنب برج سفید، پلاک ۲۵۰	۲۲۵۹۵۶۵۸	۲۲۵۹۷۵۴۰	مهرداد کریمی
۶	بازار	۸۰۶	تهران، بازار بزرگ، خیابان ۱۵ خرداد غربی، بین چهارراه گلوندک و خیابان ابوسعید، پلاک ۶۸۱	۵۵۵۷۵۷۳۸-۹	۵۵۵۷۶۴۹۵	امین بیگلری
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	۲۲۹۳۴۵۱-۴	۲۲۹۳۴۴۶۳	امیر گیلانی فر
۱۰	دکتر فاطمی	۸۱۰	تهران، خیابان دکتر فاطمی غربی، روپروی خیابان هشت بهشت، نبش کوچه شیخار (ششم)، 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	مهدی طلایی
۱۳	خیابان دولت	۸۱۳	تهران، خیابان دولت، نرسیده به چهارراه پاسداران، پلاک ۱۸	۲۲۷۶۴۲۸۲-۷	۲۲۷۸۱۰۶۹	سمانه دانشمند
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	۸۸۵۷۶۲۰۵-۱۰	۸۸۵۷۱۲۱۵	فرشته قانع
۱۶	ارنک ایرانیان	۸۱۶	تهران، بلوار فرحزادی، نبش اردوگان غربی، مجتمع ارنک ایرانیان، پلاک ۱	۲۲۳۵۹۲۷۵-۷۸	۲۲۳۵۳۵۱۶	امیر فولادی
۱۷	یافت آباد	۸۱۷	تهران، بزرگراه آیت اله سعیدی، یافت آباد شرقی، بازار میل ایران، پلاک ۲۰۲ و ۲۰۵	۶۶۲۱۱۰۱۴-۱۷	۶۶۲۳۷۱۱۰	امین کاهه
۱۸	شهر ری	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	---	صمد رضازاده
۲۰	آفریقای شمالی	۸۲۰	تهران، خیابان نفوس 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	عباس دانش بقا
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	روح اله صفری
۲۵	شهرک اکباتان	۸۲۵	شهرک اکباتان، فاز یک، خیابان نفیسی، روپروی مخاریات، پلاک ۵۹	۴۰۴۴۹۶۹۰۳-۴۰۴۴۹۶۹۲۵	۴۴۹۶۹۵۴۳	حسام حاجی حدیدی
۲۶	میدان آرژانتین	۸۲۶	تهران، میدان آرژانتین، اول خیابان بهمن، پلاک ۲۱	۸۸۵۱۶۶۴۰-۸۸۵۱۷۴۱۸	۸۸۵۱۷۳۸۱	محمد رضا البرزی
۲۷	خیابان ملت اکباتان	۸۲۷	تهران، خیابان سعدی جنوبی، خیابان اکباتان، پلاک ۹۳	۳۳۹۹۸۰۰۵-۷ و ۱۲	۳۳۹۹۸۰۰۹	مهدی عبدلی وشته
۲۸	قیطریه	۸۲۸	تهران، بلوار ۳۵ متری قیطریه، روپروی پارک قیطریه، پلاک ۸۵	۲۲۲۳۴۳۷۰-۸	۲۲۲۳۴۲۵۸	فازنین رحیمی
۲۹	ملاصدرا	۸۲۹	تهران، خیابان ملاصدرا، بعد از خیابان شیراز، پلاک ۱۳۲	۸۸۶۲۷۵۱۷-۸۸۶۲۷۴۴۸	۸۸۶۲۶۷۳۱	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	سید جعفر لاجوردی
۳۱	میدان قزوین	۸۳۱	تهران، خیابان کارگر جنوبی، ضلع شمال شرقی میدان قزوین، پلاک ۱۸	۵۵۴۸۱۱۲۲-۴-۸	۵۵۴۸۱۱۷۹	بهنام عسگری علویجه
۳۲	خیابان دکتر بهشتی	۸۳۲	تهران، خیابان شهید دکتر بهشتی، بعد از چهارراه سهوردی، پلاک ۱۳۸	۸۸۵۱۲۶۰۳-۸	۸۸۷۴۶۶۹۹	احمد حیدرهانی
۳۳	خیابان کارگر شمالی	۸۳۳	تهران، خیابان کارگر شمالی، بالاتر از خیابان دکتر فاطمی، پلاک ۱۶۱۵	۸۸۹۹۱۳۴۵-۸	۸۸۹۹۱۳۵۰	افشین فرج زاده
۳۴	فلکه سوم تهرانپارس	۸۳۴	تهران، خیابان حجربن عدی، 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 کوزه گر، پلاک ۲۱۳۳	۸۸۵۵۶۹۶۵-۸۸۷۰۹۴۸۱-۲	۸۸۵۵۶۹۶۶	رضا جلالی
۳۶	فلکه اول تهرانپارس	۸۳۶	تهران، فلکه اول تهرانپارس، ابتدای خیابان حجربن عدی، 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	۵۵۱۶۱۰۷۳	سید محمد میرحسینی نیری
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 ناظمی، پلاک ۵۳	۸۷-۸۵-۸۰-۷۵	۶۶۴۹۱۰۷۳	حسن صالحی کیا
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	۷۷۲۱۳۴۸۸-۷۷۲۱۸۹۳۹۱	۷۷۲۱۳۷۷۷	زهرا کسرانی پور
۴۳	شهران	۸۴۴	تهران، میدان دوم شهران، ابتدای خیابان یکم پلاک ۴	۴۴۳۲۷۹۷۱-۴۴۳۲۸۱۴۷	۴۴۳۲۸۳۲۹	عباس آهنگری کیوی

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه/پاچه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمابر	نام مسئول شعبه/پاچه ها
۴۴	بلوار فردوس	۸۴۵	تهران، بزرگراه شهید ستاری، بلوار فردوس شرقی، پلاک ۴۳۴	۴۴۰۰۳۸۵-۶	۴۴۰۰۶۸۳۶	سارا گلدوست موندی
۴۵	فرودگاه امام خمینی	۸۴۶	تهران، ۳۰ کیلومتر اتوبان تهران - قم، فرودگاه بین المللی امام خمینی، سائن ورودی	۵۵۷۸۴۰۸-۹	۵۵۷۸۴۱۰	مصطفی کریمی
۴۶	میدان تجریش	۸۴۷	تهران، میدان تجریش، خیابان شهرداری، پلاک ۸۱	۳۶۸۵۸۷۰۶-۳۶۸۵۸۷۰۳	۳۶۸۵۸۳۱۶	رضا جلیل زاده
۴۷	نازی آباد	۸۴۸	تهران، نازی آباد، خیابان مدائن، پلاک ۱۱۶ و ۱۱۸	۵۵۳۳۱۰۰۴-۷	۵۵۳۵۶۰۵۱	علی اکبر عینی
۴۸	سرو	۸۴۹	تهران، سعادت آباد، بلوار سرو غربی، نبش شمال شرقی میدان سرو، پلاک ۷۷	۲۲۰۹۴۳۵۶	---	احسان ملامحمدی
۴۹	ترمینال ۲ فرودگاه مهرآباد	۸۵۲	تهران، فرودگاه بین المللی مهرآباد، ترمینال ۲، زیر پارکینگ طبقاتی	۴۴۶۹۰۰۹-۴۴۶۳۱۳۹۷	۴۴۶۲۲۵۲	مصطفی کریمی
۵۰	امین حضور	۸۵۳	تهران، میدان بهارستان، خیابان مصطفی خمینی، خیابان امیرکبیر شرقی، نبش کوچه جاویدی، پلاک ۱۴۰	۳۳۴۴۳۷۱۱-۳۳۴۴۳۷۰۴	۳۳۱۳۳۸۱۴	روح اله سیاوشی
۵۱	مولوی	۸۵۴	تهران، خیابان مولوی شرقی، نبش کوچه شهید علی اکبر قاسمی، پلاک ۵۱۸	۵۵۱۵۳۷۳۶-۵۵۱۵۳۱۰۹	۵۵۱۵۴۷۲۹	تیمور طاهری
۵۲	خیابان لواسانی	۸۵۵	تهران، کابرتابه، خیابان لواسانی غربی، نبش دوراهی آریا، پلاک ۳	۲۲۸۱۶۶۹۲-۳-۵	۲۲۸۱۶۶۸۹	حمید زهرونه
۵۳	تهرانسر	۸۵۶	تهران، تهرانسر، بلوار اصلی، نبش خیابان ۱۴	۴۴۵۸۷۵۹۶-۴۴۵۸۷۵۸۶	۴۴۵۱۷۶۶۲	مجید صادقی دستک
۵۴	هایپر استار	۸۵۷	تهران، بزرگراه شهید باکری جنوب، مرکز خریدهایپر استار	۴۴۱۶۷۱۸۵-۶	۴۴۱۶۷۱۹۹	راحله خیر خواه
۵۵	آصف	۸۵۸	تهران، زعفرانیه، بلوار یزدانی، نبش غربی خیابان ماکوئی پور، پلاک ۱۹	۳۶۸۰۲۳۲۷-۳۶۸۰۲۳۳۰	۳۶۸۰۲۹۰۱	محمد سلگی
۵۶	میدان حسین آباد	۸۵۹	تهران، چهارراه پاسداران، میدان حسین آباد، ساختمان مهدی، پلاک ۱۲۰	۲۲۹۶۰۰۱۳-۲۲۹۵۹۹۷۹	۲۲۹۵۹۹۰۹	محمود احسنی
۵۷	مقدس اردبیلی	۸۶۱	تهران، خیابان مقدس اردبیلی، نبش خیابان فرخ، پلاک ۱	۳۶۸۰۲۴۵۳-۳۶۸۰۲۴۰۹	۳۶۸۰۲۴۶۱	وحید میرزاخانی
۵۸	خیابان ولیعصر - زرتشت	۸۶۲	تهران، بالاتر از میدان ولیعصر، نرسیده به خیابان زرتشت، نبش کوچه ناصر، پلاک ۱۷۷۷	۸۸۸۰۵۷۵۳-۸۸۹۰۶۱۷۸	۸۸۸۰۷۵۹۲	مونا رضایی
۵۹	خیابان دزاشیب - سه راه عمار	۸۶۳	تهران، میدان قدس، انتهای خیابان شهید کبیری (دزاشیب)، سه راه عمار، پلاک ۱۵۸	۲۲۷۵۳۹۱۴-۱۸	۲۲۷۵۳۹۱۳	احسان کیانی
۶۰	خیابان جمهوری	۸۶۵	تهران، خیابان جمهوری، بین خیابان ولی عصر و شیخ هادی، پلاک ۸۵۲	۶۶۹۷۶۳۹۴-۶۶۹۷۶۳۹۲	۶۶۹۷۶۳۸	حسن رنجبر قلیچی
۶۱	یهی- قائم مقام	۸۶۶	خیابان شهید بهشتی، بعد از بزرگراه مدرس، پلاک ۲۷۵	۸۸۵۳۶۲۸۹-۸۶۱۲۲۱۶۰	---	رضا محمدقاسمی
۶۲	دهکده المپیک	۸۶۷	تهران، بلوار دهکده المپیک، خیابان شهید مهدی یعقوبی، پلاک ۲	---	---	فاطمه حاجی بابائی
۶۳	قلهک	۸۶۸	خیابان دکتر شریعتی، بالاتر از دوراهی قلهک، پلاک ۱۴۲۵	۲۲۶۰۱۵۳۷-۲۲۶۰۳۶۱۳	۲۲۶۰۹۷۰۳	هومن رسولی
۶۴	ستارخان	۸۶۹	تهران، محله توحید، خیابان کوثر سوم، خیابان ستارخان، پلاک ۸۰	۶۶۴۵۳۲۴۱-۶۶۶۲۸۱۶۲	۶۶۵۷۶۷۵	بهوش قاسمی
۶۵	پونک	۸۷۰	تهران، بزرگراه اشرفی اصفهانی، بالاتر از میدان پونک، نبش کوچه ۱۹، پلاک ۱	۴۴۴۶۲۵۱۰	۴۴۴۶۲۸۱۵	سازا فوقی
۶۶	مژده	۸۷۱	تهران، خیابان نیاوران، خیابان شهید مقدسی (مژده)، خیابان میری، پلاک ۴	۲۲۷۱۶۵۱۶-۲۲۷۱۶۳۵۱	۲۲۷۱۶۲۹۳	احمد عهدی
۶۷	لاله زار	۸۷۲	خیابان لاله زارنو، نرسیده به خیابان منوچهری پلاک ۴۷۱	۳۶۸۷۰۴۵۸-۳۶۸۷۰۳۱۷	۲۲۵۳۰۱۴۶	داریوش خداداد
۶۸	میدان هفت تیر	۸۷۳	میدان هفت تیر، بالاتر از مسجد الجواد، پلاک ۲۷۵	۸۸۸۱۵۳۶۰-۸۸۸۱۵۸۹۰	۸۸۸۴۶۱۹۰	امیر ضیاء
۶۹	نیاوران	۸۷۴	تهران، نیاوران، خیابان شهید باهنر، رویروی پارک باهنر، پلاک ۱۴۸	۳۶۱۱۷۱۹۲-۹۳	۳۶۱۱۷۱۹۵	واله سعیدی
۷۰	بلوار ۲۴ متری سعادت آباد	۸۷۵	تهران، سعادت آباد، میدان فرهنگ، بلوار ۲۴ متری، نبش کوچه چهارم غربی، پلاک ۱۸	۲۲۳۷۸۸۵۶-۷	۲۲۳۵۷۶۰۵	بناترین بابائی
۷۱	خیابان آقازریگی - الهیه	۸۷۶	تهران، خیابان الهیه، خیابان شهید آقازریگی، نبش خیابان استانبول، پلاک ۳۷	۲۲۶۹۶۵۵۱-۲	۲۲۶۹۶۵۳	زهره انوار
۷۲	بزرگراه فتح	۸۷۷	تهران، بزرگراه فتح، جاده قدیم کرج، بعد از شیر پاسداری، مجتمع تجاری تهران، پلاک ۲۳۸	۶۶۸۱۵۶۶۹-۶۶۸۱۵۷۹۸	۶۶۸۱۶۰۰۸	مهدی تک دهقان
۷۳	شهر قدس	۸۷۸	شهر قدس، بلوار ۴۵ متری انقلاب، رویروی پارک آزادگان، پلاک ۳۸	۴۶۸۳۲۲۳۰-۴۶۸۳۲۲۳۸	۴۶۸۳۲۲۴۱	مرتضی باغستانی
۷۴	دروس	۸۷۹	تهران، خیابان شریعتی، منطقه دروس، بلوار شهرزاد، خیابان شیدایی، کوچه اسپند، پلاک ۲	۲۶۶۴۰۳۲۰-۲۶۶۴۰۳۲۴	۲۶۶۴۰۳۰۸	کژال آیت النبی
۷۵	بلوار مرزداران	۸۸۱	تهران، شهرک ژاندارمری، بلوار مرزداران، بین ایتار و دانش، پلاک ۱۳۶	۴۴۲۱۱۰۴۰-۴۴۲۱۱۳۶۹	۴۴۲۱۱۸۴۱	متصوره رضاییان مقدم
۷۶	بلوار کشاورز	۸۸۲	تهران، بلوار کشاورز، بین خیابان وصال شیرازی و نادری، پلاک ۱۷۸	۸۸۹۸۳۱۵۴-۶	۸۸۹۸۳۱۵۷	فرخ فرجی
۷۷	بلوار دریا	۸۸۳	تهران، خیابان سعادت آباد، بلوار دریا، نبش خیابان رامشه، پلاک ۵۰	۸۸۵۷۸۱۷۱-۸۸۰۷۱۲۰۲	۸۸۳۶۶۷۹	محمود لک
۷۸	گیشا	۸۸۴	تهران، کوی نصر (گیشا)، نبش خیابان نوزدهم، پلاک ۲۶۲	۸۸۴۸۵۷۸۴-۵	۸۸۴۸۵۷۸۷	ابوالقاسم نصیری
۷۹	جهان شهر کرج	۹۰۱	کرج، میدان سپاه، اول بلوار جمهوری، نبش لیلوفر، پلاک ۱	۰۲۶-۳۴۴۶۱۱۵-۱۷،۲۰	۳۴۴۸۱۴۴۵-۰۲۶	رضا حاجی پور
۸۰	میدان توحید کرج	۹۰۲	کرج، خیابان شاه عباسی، بین میدان توحید و میدان قدس، برج سامان، طبقه همکف	۰۲۶-۳۴۲۰۶۴۷۱-۴	۰۲۶-۳۴۲۵۸۶۲	جبار رضائی دره نیجه
۸۱	شهریار	۹۰۴	شهریار، خیابان ولیعصر، ضلع شرقی میدان امام خمینی (نبش خیابان محسنی)	۶۵۲۶۹۰۲۱-۲۳-۳۶	۶۵۳۸۹۶۲	جواد علی بخشی
۸۲	مهرشهر کرج	۹۰۵	کرج، مهرشهر، بلوار شهرداری، فاز دو، نبش خیابان ۲۰۸، پلاک ۵۴۳	۰۲۶-۳۳۴۱۷۹۰۷	۰۲۶-۳۳۴۱۷۹۰۸	غلامعلی کریمی ایبازنی
۸۳	قم	۹۰۰۱	قم، بلوار امین، نبش کوچه ۴۱	۰۲۵-۳۲۹۴۰۶۰۲	۰۲۵-۳۲۹۱۶۶۱۶	مهدی مجاهدی
۸۴	فلکه جهاد - قم	۹۰۰۲	قم، فلکه جهاد، خیابان ۱۹ دی، پلاک ۵۵۵ و ۵۵۷	۰۲۵-۳۷۷۰۸۸۴۰-۲	۰۲۵-۳۷۷۰۵۹۴۹	اکبر مردانی
۸۵	شیراز	۹۱۰۱	شیراز، خیابان زند، حذفاصل خیابان های فلسطین و هفت تیر (۲۰ متری سینما سیدی)، ساختمان پاسارگاد، پلاک ۲۹۶	۰۷۱-۳۳۳۱۹۵۲۲-۵-۶-۷	۰۷۱-۳۳۳۱۹۵۱۳	مهرزاد نظری

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه/پایه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمایر	نام مسئول شعب/پایه‌ها
۸۶	قصردشت	۹۱۰۳	شیراز، خیابان قصردشت، سده خلد برین، پلاک ۷۵	۰۷۱-۳۶۳۷۹۱۸۰	۰۷۱-۳۶۳۷۹۱۲۱۶	---
۸۷	معالی آباد شیراز	۹۱۰۴	شیراز، معالی آباد، بلوار شریعی، نبش کوچه ۲۷	۰۷۱-۳۶۳۷۹۱۲۱۶	۰۷۱-۳۶۳۷۹۱۲۱۶	روح الله پورملاکه
۸۸	پاسداران شیراز	۹۱۰۵	شیراز، بلوار پاسداران، حد فاصل خیابان مبعث و تقاطع شهید مطهری، ساختمان سامان	۰۷۱-۳۶۳۷۹۱۲۱۶	۰۷۱-۳۶۳۷۹۱۲۱۶	مهدی ملاشعیر
۸۹	بندربعاب	۹۱۲۱	بندربعاب، بلوار امام خمینی، سده دگشا، برج نیلوفر، طبقه همکف	۰۷۱-۳۶۳۷۹۱۲۱۶	۰۷۱-۳۶۳۷۹۱۲۱۶	علیرضا ساردونی
۹۰	زاهدان	۹۱۳۱	زاهدان-خیابان امیرالمومنین مابین امیرالمومنین ۲۷ و ۲۹	۰۵۴-۳۳۲۳۸۲۷۹	---	حمیده شه بخش
۹۱	بوشهر	۹۱۴۱	بوشهر، میدان امام خمینی، ابتدای خیابان فرودگاه، پلاک ۳۷	۰۷۷-۳۳۵۹۳۲۱۹-۲۴	۰۷۷-۳۳۵۹۳۲۱۹	غلامرضا فرشیدفر
۹۲	قزوین	۹۲۰۱	قزوین، خیابان خیام شمالی، پلاک ۵۶۰	۰۲۸-۳۳۵۷۳۰۰-۶	۰۲۸-۳۳۵۷۳۰۰-۶	محمد جهانگیری پاشاکی
۹۳	همدان	۹۲۲۱	همدان، خیابان جهان نما، روپرو خیابان آزاد، برج شهباز، طبقه همکف، پلاک ۱۵۳	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۸۹-۲	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۸۹	محسن سعیدی
۹۴	کرمانشاه	۹۲۴۱	کرمانشاه، میدان فردوسی، جنب بیمارستان معتضدی، پلاک ۱۲	۰۸۳-۳۷۲۵۹۹۵۹-۶۱	۰۸۳-۳۷۲۵۹۹۵۹	مهرداد مرادی
۹۵	ایلام	۹۲۶۱	ایلام، خیابان طالقانی، روپرو فرمانداری، پلاک ۳۵۱	۰۸۴-۳۳۳۳۱۷۳	۰۸۴-۳۳۳۳۱۷۳	سجاد کلهر کاظمی
۹۶	سنندج	۹۲۷۱	سنندج، چهارراه فلسطین، بلوار سید قلب، پلاک ۳	۰۸۷-۳۳۴۵۵۴۳۲-۳	۰۸۷-۳۳۴۵۵۴۳۲	حسین عبدیان
۹۷	خرم آباد	۹۲۸۱	خرم آباد، خیابان علوی، نرسیده به میدان امام، پلاک ۴۲۲	۰۶۶-۳۳۳۳۵۵۹۱-۲	۰۶۶-۳۳۳۳۵۵۹۱	بیژن ابراهیمیان
۹۸	مشهد	۹۳۰۱	مشهد، بلوار احمد آباد، ۳۰ متری اول احمد آباد (خیابان رضا)، نبش کوچه رضای دوم	۰۵۱-۳۸۴۴۳۹۱۴	۰۵۱-۳۸۴۴۳۹۱۴	ناصر مختاری فارمد
۹۹	مدرس مشهد	۹۳۰۲	مشهد، بلوار مدرس، نبش مدرس ۵، پلاک ۳۷	۰۵۱-۳۲۲۸۳۸۰۰-۵	۰۵۱-۳۲۲۸۳۸۰۰-۵	سارا زارعی
۱۰۰	سجاد مشهد	۹۳۰۳	مشهد، بلوار سجاد، نبش سجاد ۸ (خیابان لاله جنوبی)	۰۵۱-۳۷۱۶۴۸۰۸-۹	۰۵۱-۳۷۱۶۴۸۰۸-۹	الله سازگار
۱۰۱	قرنی (مشهد)	۹۳۰۴	مشهد، بلوار قرنی، مابین چهارراه ابوطالب و قرنی، پلاک ۲۸	۰۵۱-۳۷۱۶۴۸۰۸-۹	۰۵۱-۳۷۱۶۴۸۰۸-۹	مجید امیری دولتی
۱۰۲	بلوارهاشمیه (مشهد)	۹۳۰۵	مشهد، بلوارهاشمیه، بین هاشمیه ۱۶ و ۱۸، پلاک ۱۱	۰۵۱-۳۸۸۴۱۵۲۹	۰۵۱-۳۸۸۴۱۵۲۹	محمد مقانی
۱۰۳	نیشابور	۹۳۱۶	نیشابور، خیابان امام خمینی(ره)، بین امام خمینی ۲۲ و ۲۴، پلاک ۱۳۸۸	۰۵۱-۴۳۴۹۴۱۳-۱۵	۰۵۱-۴۳۴۹۴۱۳	علی ابراهیمیان
۱۰۴	بجنورد	۹۳۲۱	بجنورد، تقاطع بلوار امام خمینی(ره) و میرزا رضا کرمانی	۰۵۸-۳۲۲۴۳۲۰	۰۵۸-۳۲۲۴۳۲۰	یاسر محمودخانی
۱۰۵	گلزار رشت	۹۴۰۱	رشت، ابتدای بلوار گلزار، ضلع شرقی میدان باستانی شاعر	۰۱۳-۳۳۱۴۷۱۳	۰۱۳-۳۳۱۴۷۱۳	سید بابک دولتی میله سرا
۱۰۶	ساری	۹۴۰۲	ساری، خیابان فرهنگ، بعد از سواره قارن، به طرف میدان شهدا	۰۱۱-۳۳۲۵۹۷۱۳-۵	۰۱۱-۳۳۲۵۹۷۱۳	سید عبدالحمید طاهری
۱۰۷	بابل	۹۴۲۱	بابل، میدان ولایت، ابتدای خیابان مدرس، روپرو شهرداری	۰۱۱-۳۳۱۹۷۱۴۰-۴۱	۰۱۱-۳۳۱۹۷۱۴۰	ابودر اساسه
۱۰۸	آمل	۹۴۳۱	آمل، خیابان امام خمینی(ره)، حد فاصل آفتاب ۱۸ و ۲۰	۰۱۱-۴۴۹۶۴۲۱-۲۷	۰۱۱-۴۴۹۶۴۲۱	اسفندیار حیدری
۱۰۹	گرگان	۹۴۴۱	گرگان، خیابان ولیعصر (عج)، بین عدالت ۸ و ۱۰	۰۱۷-۳۳۳۶۹۰۰۲-۵	۰۱۷-۳۳۳۶۹۰۰۲-۵	سمیه نظریان
۱۱۰	سمنان	۹۴۵۱	سمنان، میدان مشاهیر، ابتدای بلوار قدس جنب بانک صادرات	۰۲۳-۳۳۳۶۳۱۸۱-۱۹-۲۲	---	---
۱۱۱	کرمان	۹۵۰۱	کرمان، خیابان سپهبد قرنی، نرسیده به میدان سپهبد قرنی، نبش کوچه قرنی ۸	۰۳۴-۳۲۲۳۳۸۶-۷	۰۳۴-۳۲۲۳۳۸۶	رضا قاضی زاده بهزادی
۱۱۲	میدان کوثر (کرمان)	۹۵۰۲	کرمان، میدان کوثر، ابتدای بلوار آزادگان	۰۳۴-۳۲۴۷۶۷۱۱	۰۳۴-۳۲۴۷۶۷۱۱	مالک قادری
۱۱۳	رفسنجان	۹۵۱۱	رفسنجان، ابتدای خیابان مطهری، بعد از پل فجر، ساختمان محمد عسگری	۰۳۴-۳۴۳۲۱۰۳-۵	۰۳۴-۳۴۳۲۱۰۳	علی اکبر ابوطالبی باقرآباد
۱۱۴	زاینده رود	۹۵۲۱	اصفهان، خیابان توحید میانی، نبش کوچه شهید تقی آبادی، پلاک ۵	۰۳۱-۳۶۲۸۲۵۷۴	۰۳۱-۳۶۲۸۲۵۷۴	احسان جمشیدیان
۱۱۵	چهارباغ بالا	۹۵۲۲	اصفهان، میدان آزادی، خیابان چهارباغ بالا، نبش کوچه بهار آزادی، پلاک ۱۶۹	۰۳۱-۳۱۳۷۴۴۲-۳	۰۳۱-۳۱۳۷۴۴۲	مجید سیف الدینی
۱۱۶	خیابان حافظ اصفهان	۹۵۲۳	اصفهان، میدان امام (نقش جهان)، ابتدای خیابان حافظ، پلاک ۳۳	۰۳۱-۳۲۲۰۹۴۷۷-۹	۰۳۱-۳۲۲۰۹۴۷۷	سمیرا سبزه زار
۱۱۷	خانه اصفهان	۹۵۲۴	اصفهان، شهرک خانه اصفهان، خیابان گلستانه، پلاک ۶۰	۰۳۱-۳۴۳۷۲۷۱	۰۳۱-۳۴۴۱۳۶۸۸	علیرضا مستاجران
۱۱۸	سیتی ستر اصفهان	۹۵۲۵	اصفهان، بزرگراه شهید وحید دستجردی، مقابل ورودی جنوبی سیاهان شهر، مجتمع سیتی ستر اصفهان، طبقه همکف	۰۳۱-۳۶۵۱۶۸۴۱-۲	۰۳۱-۳۶۵۱۶۸۴۱	روزبه سلیمی
۱۱۹	یزد	۹۵۴۱	یزد، خیابان امام خمینی(ره)، نبش کوچه شهید صدوقی، پلاک ۲۷۴	۰۳۵-۳۶۲۲۱۶۹۱-۲	۰۳۵-۳۶۲۲۱۶۹۱	محمدحسین مداحزاده
۱۲۰	بلوار جمهوری اسلامی یزد	۹۵۴۲	یزد، بلوار جمهوری اسلامی نبش کوچه محمود آباد، رو به روی برج آسمان	۰۳۵۳۰۳۰۲۱۴۰-۴۹	---	محمدحسین مداحزاده
۱۲۱	اراک	۹۵۶۱	اراک، خیابان شهید رجایی، پلاک ۸۸۲۷	۰۸۶-۳۲۲۱۴۴۰۴-۵	۰۸۶-۳۲۲۱۴۴۰۴	ظاهر کریمی
۱۲۲	تبریز	۹۶۰۱	تبریز، خیابان امام، بالاتر از چهارراه شهید بهشتی، نبش کوی فرهنگ، پلاک ۵۲۱	۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۰۰-۲۰	۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۰۰	محمدحسین مریخی آذری
۱۲۳	ولیعصر تبریز	۹۶۰۲	تبریز، خیابان ولیعصر(عج)، حدفاصل فلکه بازار و ایرادک، پلاک ۱۶	۰۴۱-۳۳۳۲۴۰۹	۰۴۱-۳۳۳۲۴۰۹	علیرضا محمودی
۱۲۴	۱۷شهریور تبریز	۹۶۰۳	تبریز، ابتدای خیابان ۱۷ شهریور جدید، جنب ساختمان آبان، پلاک ۱۴	۰۴۱-۳۵۵۷۳۶۷۰-۲	۰۴۱-۳۵۵۷۳۶۷۰	اروج میرزایی
۱۲۵	استاد شهریار تبریز	۹۶۰۴	تبریز، ابتدای جاده اتل گلی، نبش کوی الهی پرست، پلاک ۳	۰۴۱-۳۳۲۹۳۶۲	۰۴۱-۳۳۲۹۳۶۲	محمدعلی رضائی اقدم
۱۲۶	بازار تبریز	۹۶۰۵	تبریز، خیابان جمهوری اسلامی، ابتدای خیابان دارانی (شهید مدنی)، پلاک ۱۴۲۷	۰۴۱-۳۵۴۴۰۴۹	۰۴۱-۳۵۴۴۰۴۹	---
۱۲۷	ارومیه	۹۶۲۱	ارومیه، خیابان کاشانی، روپرو مرکز بهداشت، پلاک ۱۵۶	۰۴۴-۳۲۲۴۴۳۱۱	۰۴۴-۳۲۲۴۰۳۹۲	شهاب امامی
۱۲۸	خیابان سرداران ارومیه	۹۶۲۲	ارومیه، خیابان سرداران، جنب کوچه شهید صفوی (کوچه تلفنخانه سابق)، پلاک ۱۶۹	۰۴۴-۳۲۲۵۰۵۲۳-۲۴	۰۴۴-۳۲۲۵۷۸۴۶	مسعود نامی فر
۱۲۹	اردبیل	۹۶۴۱	اردبیل، خیابان شیخ صفی، پلاک ۱۶۰	۰۴۵-۳۳۲۵۳۶۰۱-۵	۰۴۵-۳۳۲۵۳۶۰۱	ناصر هوشیاری
۱۳۰	زنجان	۹۶۸۱	زنجان، میدان آزادی، ابتدای خیابان امام، ساختمان ممتاز	۰۲۴-۳۳۲۰۶۵۴،۵	۰۲۴-۳۳۲۰۶۵۴	حمید رضا ففوری
۱۳۱	اهواز	۹۷۰۱	اهواز، خیابان شهید چمران (کیانپارس)، حد فاصل خیابانهای ۳ و ۴ شرقی، پلاک ۲۰۵	۰۶۱-۳۳۲۰۵۲۴،۶	۰۶۱-۳۳۲۰۵۲۴	حسین سیندار
۱۳۲	کیش	۹۸۰۱	کیش، خیابان فردوسی، مرکز تجاری کیش، طبقه همکف	۰۷۶-۴۴۴۵۲۴۹-۹۵	۰۷۶-۴۴۴۵۲۴۹	پیمان خیاظمی
۱۳۳	قشم	۹۸۲۱	قشم، بلوار ولیعصر (امام قلی خان)، روپرو مجتمع تجاری خلیج فارس، ساختمان گلدریس	۰۷۶-۳۵۴۲۶۴۰-۴۱	۰۷۶-۳۵۴۲۶۴۰	عباس امیری
۱۳۴	اروند	۹۸۵۱	آبادان، بلوار شهید منتظری (شاپور سابق)، نبش خیابان امیر کبیر (امیری)	۰۶۱-۵۳۲۲۷۷۴-۵	۰۶۱-۵۳۲۲۷۷۴	حمید چنگیزیان

شعب بانک سامان پاسنگوی همیشگی شما

ساعت کاری شعب		
شعب	شنبه تا چهارشنبه	پنج شنبه
شعبهٔ فرودگاه امام خمینی (ره) و واحد CIP	۲۴ ساعته	
سایر شعب	۷:۳۰ تا ۱۴:۳۰	۷:۳۰ تا ۱۲:۳۰
شعبه کیش	۸ تا ۱۴:۳۰	۸ تا ۱۲:۳۰
شعبه قشم	۸ تا ۱۴	۸:۳۰ تا ۱۲

سرپرستی‌ها				
ردیف	عنوان سرپرستی	نام سرپرست	نشانی	شماره تلفن
۱	سرپرستی ناحیه ۱	الهه 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	۷۷۹۱۲۱۵۴-۷۷۹۱۰۱۱۹-۷۷۹۱۵۰۰۹
۴	سرپرستی ناحیه ۴	پهارة علیاری		۷۷۹۱۷۱۳۱
۵	سرپرستی ناحیه ۵	حسین یوسفی پور		۷۷۹۱۰۱۱۲
۶	سرپرستی ناحیه ۶	مهدی عامری	خیابان سید جمال الدین اسدآبادی، نبش کوچه چهل و نهم، پلاک ۴۳۳، نیم طبقه شعبه سیدجمال الدین اسدآبادی - کد پستی: ۱۴۴۴۹۳۳۵۷۳	۸۸۶۱۶۴۸۵-۸۸۶۲۹۰۶۷-۸۸۰۴۲۳۱۴
۷	سرپرستی ناحیه ۷	مریم طرفی نژاد		۸۸۰۳۳۱۴۴-۸۸۰۶۲۸۸۳
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		۴۴۷۳۷۹۸۰-۴۴۷۶۸۷۸۷
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 نبش کوی فرهنگ پلاک ۵۲۱	۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۴۰-۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۳۸
۱۳	سرپرستی شعب استان‌های شرق و شمال شرق	مهدی توزنده جانی	مشهد، بلوار سجاد، نبش سجاد ۸، ط اول	۱۱۲-۱۱۴-داخلی ۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۴۴۰۵
۱۴	سرپرستی شعب استانهای مرکز	مجاهدی	اصفهان خیابان توحید میانی نبش 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	علیرضا پاک‌نژاد	شیراز، بلوار پاسداران (زهری)، حدفاصل خیابان بعثت و تقاطع مطهری، ساختمان سامان، طبقه اول	۰۷۱-۳۸۴۴۴۶۷۰
۱۷	سرپرستی شعب استان‌های جنوب شرق	احمد شریعتمداری	کرمان، خیابان سپهبد قزق، نرسیده به میدان سپهبد قزق، نبش 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-نبش 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	۰۲۱-۲۲۱۶۵۳۸
دفتر بانکداری اختصاصی تبریز	نادر جهانگیرزاده سوره	۸۶۴۱	تبریز-خیابان ولیعصر- فلکه ایرداک- اول خیابان سعدی- برج مبین - طبقه ۸	۰۴۱-۳۳۳۱۶۲۲۰
دفتر بانکداری اختصاصی مشهد	حمید طوسی	۸۶۴۲	مشهد- بلوار سجاد- نبش سجاد هشتم- ساختمان بانک سامان- طبقه هفتم	۰۵۱-۳۷۶۸۱۷۱۶
دفتر بانکداری اختصاصی قم	امیر محمد هاشمی	۸۶۴۳	قم-بلوار امین-نبش 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 زیوار- طبقه پنج - واحد ۵۰۱	۰۳۱-۳۱۲۲۴۴۷

دفاتر بانکداری شرکتی بانک سامان

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

با موبایلت دریافت کن!

دریافت رمز اول کارت با اپلیکیشن موبایلت



موبایل بانک سامان
www.mobillet.ir

موبایلت



۴۵٪ تسهیلات بانکی ۵ ساله

مجتمع مسکونی آپال
برج های الماس و پریان (آماده تحویل)

گنج اصفهان

امکانات و ویژگی ها



مشخصات مجتمع مسکونی آپال (برج های میانی)

مساحت زمین	مساحت زیر بنا	تعداد طبقات	تعداد بلوک	تعداد واحدها	تعداد خوابها	مساحت واحدها
۴۴,۲۰۰ متر مربع	۳۸,۰۳۲ متر مربع	۱۷	۲	۲۲۰	۴,۳۰۲	۱۹۹-۱۲۲ متر مربع

۲۵۸ پارکینگ	۲۳٪ فضای	۳ آسانسور نفربر	۱ آسانسور حمل بار	۲ آیه نمازخانه	۲ آیه نمازخانه
-------------	----------	-----------------	-------------------	----------------	----------------

ارتباط با ما

دفتر فروش مجتمع مسکونی آپال

اصفهان، کوی شهید کشوری (شهرک آبشار)،
خیابان گلستان ۱، مجتمع مسکونی آپال

☎ ۰۹۹۹ ۹۹ ۸۶ ۳۰۳ ۰۳۱ - ۴۴ ۴۴۴ ۷۰۰
🌐 www.OPALRESIDENCE.ir ۰۳۱ - ۴۴ ۴۴۴ ۸۰۰
📧 info@OPALRESIDENCE.ir ۰۳۱ - ۴۴ ۴۴۴ ۹۰۰



دفتر مرکزی شرکت توسعه و عمران بهناد بنا

تهران، خیابان شریعتی، بالاتر از خواجه عبدالله انصاری،
نیش کوچه اتوبانک، پلاک ۱۰۰۵، برج سامان،
طبقه ششم، کدپستی: ۱۶۱ ۱۷ ۳۴ ۶۱۱

☎ ۰۲۱ - ۲۲ ۳۱ ۰۰۰۰ ۰۲۱ - ۲۲ ۳۱ ۰۰۰۰
🌐 www.BEHNADBANA.ir ۰۲۱ - ۲۲ ۳۱ ۰۰۰۰
📧 info@BEHNADBANA.ir ۰۲۱ - ۲۲ ۳۱ ۰۰۰۰

تداوم رشد صعودی پرداخت الکترونیک سامان در عرصه بین الملل

سپ، برترین شرکت پرداخت در خاورمیانه

ایستادن در جایگاه دوازدهم جهان

در بررسی عملکرد ۲۰۲۲ «نیلسون ریپورت»



برای پرداختن به زندگی...

www.sep.ir



پرداخت الکترونیک سامان گیتس