

سال بیست و یکم، شماره ۲۲۲
بهمن ۱۴۰۴

بانک سامان
Saman Bank



صعود ۹ پله‌ای بانک سامان در رتبه‌بندی شرکت‌های برتر ایران

تجربهای متفاوت از بیمه



نصب اپلیکیشن



گروه مالی سامان

بانک سامان



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

پرداخت 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: ۰۲۱-۸۴۰۸۰-۰۲۱ نمابر: ۰۲۱-۸۸۲۱۹۱۴۰
www.sep.ir

بیمه سامان



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

کارگزاری بانک سامان



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

صرافی سامان



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

اعتبارسنجی حافظ سامان ایرانیان



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

خدماتی آفتاب تجارت سامان



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

تأمین سرمایه کاردان



تهران، خیابان نلسون ماندلا، خیابان ظفر غربی پلاک ۲۸۱ کد پستی ۱۹۶۱۶۳۴۷۷۹۵
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: ۰۲۱-۸۷۶۴۰۰ 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

راهکارهای مالی هوشمند سامان



تهران، خیابان شریعتی، بالاتر از سیدخندان، نبش کوچه اتوبانک، پلاک ۱۰۰۵، برج سامان، طبقه ۱۰
تلفن: ۰۲۱-۲۲۳۱۰۰۰۰
www.rahkar.team



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.
- پی‌نوشت 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

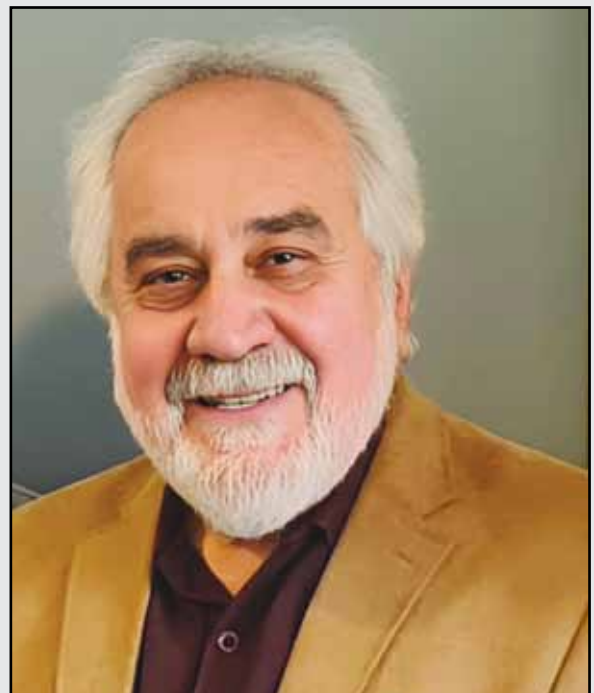
نشانی دفتر مجله سامان:

خیابان قائم مقام فراهانی، مقابل خیابان فجر، پلاک ۷۴

تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۴۸۸۷۹ فاکس: ۰۲۱-۸۸۸۳۷۴۸۳

- ۶ یادداشت سردبیر.....
- ۸ چگونه در زندگی پیچیده و چندوظیفه‌ای امروز فرو نریزیم؟.....
- ۱۰ بهره‌وری هوشمند در بانک: نقشه راهی برای تعالی سازمانی.....
- ۱۳ افراد فرصت طلب.....
- ۱۴ نقش حسابرسی داخلی بر راهبری شرکت‌ها.....
- ۱۶ تجربه دیجیتال مشتری (بخش اول).....
- ۲۰ گزارش عملکرد خیریه فراز نورشید.....
- ۲۲ معمای پاداش در سازمان.....
- ۲۴ اقتصاد جهانی پایه توسعه پایدار.....
- ۲۵ تغییر پارادایم اقتصادی.....
- ۲۶ تقدیر از رؤسای شعب برتر بانک سامان توسط بانک مرکزی.....
- ۲۸ صعود ۹ پله‌ای بانک سامان در رتبه بندی شرکت‌های برتر ایران.....
- ۲۸ تحقق ۱۰۰ درصدی اهداف تسهیلات تکلیفی بانک سامان.....
- ۲۹ بیمه سامان خسارت محموله آسیب دیده «چای احمد» را پرداخت کرد.....
- ۲۹ حمایت به موقع بیمه سامان: ۴۰۵ میلیارد ریال خسارت جبران شد.....
- ۳۲ نتایج نظرسنجی از اپلیکیشن اُیان در بازه شهریور تا آذرماه ۱۴۰۴.....
- ۳۳ گفتگو با همکاران شعبه مولوی.....
- ۳۸ SCCT کلید حل یکی از بزرگ‌ترین نفع‌های امنیتی تاریخ بانکداری آمریکا.....
- ۴۰ گوستاو کلیمت رایشتر بشناسیم (بخش اول).....
- ۴۳ هوش مصنوعی آینده کسب و کارها را رقم می‌زند.....
- ۴۴ استفاده از هوش مصنوعی در جهت بهبود تلفظ.....
- ۴۶ پرسش و پاسخ.....
- ۴۸ معرفی کتاب.....
- ۵۰ کافه تک.....
- ۵۲ حیات پرندگان تهران وابسته به جریان رودخانه‌ها است.....
- ۵۳ راه نجات مناطق خشک مرکزی ایران.....
- ۵۴ زیست بوم نحیف هوش مصنوعی ایران.....
- ۵۵ روابط عمومی به کجای می‌رود؟.....
- ۵۶ طراحی خانه‌هایی با مصرف انرژی کم.....
- ۵۸ ۹ گام مهم برای اقتصاد ایران.....
- ۵۹ اسامی برندگان وین کارت.....

مرگ آرام اقتصاد جهانی باهو چرخه سواری و پیاپی روی



ناصر بزرگمهر

nbozorgmehr@yahoo.com

به نام او که هر چه بخواد همان می شود

کارگران بسیاری بیکار خواهند شد. نمی دانم که واقعا این جملات کی و کجا و توسط چگونه شخصیتی بیان شده است، اما وقتی در دنیای مجازی می خوانم و در گوگل جستجو می کنم، می بینم این جملات با کمی تفاوت به قول مدیر این بانک رومانیایی وجود دارد و من هم دچار همان بهت و حیرتی می شوم که ممکن است بسیاری از شماها نیز با خواندن این جملات شده اید و یا بشوید.

اما شک نکنید که نگاه دنیای سرمایه داری و صاحبان زر و زور در جهان امروز نسبت به هر موضوعی همین گونه یا نزدیک به این تفکر است. آن ها معمولا هر فرضیه ای را با با فرضیه دیگری محک می زنند و اولین سوالی که مطرح می کنند این است، که چه سود و زبانی برای ما خواهد داشت؟

حضور گسترده صاحبان ثروت در کنار دولت ها و در بعضی از کشورهای پیشرفته امروز در غرب و شرق جهان و گاهی حتی با رای و یا بی رای، گرفتن محوریت دولت ها، برای حفظ منافع فردی و گروهی مرتبط با ثروت ها شکل می گیرد.

نمونه مشخص این صاحبان ثروت و قدرت را در مرکزیت دولت های بزرگ به خوبی شاهد هستیم و هیچ جای تردیدی در این حوزه باقی نمانده است.

تنها دولت ها نیستند که در اختیار ترامپ ها و پوتین ها قرار می گیرند، با کمی مطالعه تاریخ می بینیم که در کشور ابر قدرت آمریکای امروز، ده ها رئیس جمهور از خانواده تراست ها و صاحبان بزرگ صنایع، فرمان را در دست داشته اند. از دوران آمریکای ششلول بند جرج واشنگتن

می گویند گفته های مدیر کل بانک exim اقتصاددانان را به فکر فرو برد، زمانی که این جملات را بر زبان آورد : یک دوچرخه سوار برای اقتصاد کشور فاجعه بار است. زیرا او ماشین نمی خرد و برای خرید ماشین وام نمی گیرد و پولی برای بیمه پرداخت نمی کند و سوخت هم نمی خرد. او برای نگهداری و تعمیرات دوچرخه هم هزینه ای پرداخت نمی کند، و پولی صرف پارکینگ نمی کند و منجر به تصادفات شدید هم نمی شود. او به بزرگ راه های چند لاین نیاز ندارد، به باشگاه ورزشی و داروهای لاغری نیاز ندارد، زیرا چاق نمی شود. افراد سالم برای اقتصاد فایده ای نداشته و لازم نیستند زیرا آن ها پولی برای خرید دارو نخواهند پرداخت و همچنین به بیمارستان و دکتر نیاز ندارند.

دوچرخه سواران هیچ چیز به تولید خالص ملی نخواهند افزود. در نقطه مقابل هر رستوران مک دونالد و هر فست فودی، علاوه بر افرادی که بطور مستقیم در رستوران کار می کنند، حداقل صد شغل ایجاد می کنند، متخصص قلب، دندانپزشک و متخصص تغذیه نیاز می شود، مشتری ها چاق می شوند، ماشین می خواهند، پارکینگ و بیمه و سوخت و بزرگراه و باشگاه ورزشی و بیمارستان و دارو و صد چیز دیگر لازم می شود.

این مساله ای است که ارزش در نظر گرفته شدن دارد، پس خیلی هم روی دوچرخه سواری تبلیغ نکنید و بدانید که پیاده روی هم از آن بدتر است، زیرا افراد پیاده حتی همان دوچرخه را هم نمی خرند و همه این ها یعنی مرگ آرام اقتصاد و به ضرر دنیای سرمایه داری خواهد بود و

تنها راه مبارزه با مافیای قدرت، روشنایی است،
روشنایی، تاریکی را از بین می برد. روشنایی با نور
آگاهی و دانایی شکل می گیرد. باید خواند، باید
دید، باید تجربه کرد.

در کوچه و خیابان و در صف نان و تره بار به آن پردازیم و در تاکسی و مترو، به هم گره بخوریم و اقتصاد ایران و جهان را به چالش بکشانیم. تورم خانه ما، وضعیت ما و گرانی های آب و برق و گاز و نان و پنیر و گوشت و برنج هم بخش کوچکی از اقتصاد است و شاید این نزدیکترین و قابل لمس ترین دردی است که یک فرد گرسنه با شکم خود داشته و دارد.

اما بدون شک دوچرخه سواری، پیاده راه رفتن، زیر بار زور نرفتن، وابسته نبودن، برای اقتصاد بزرگ جهان، دوست داشتنی نخواهد بود و هر لحظه که مردمی پیدا شوند که بخواهند اتوموبیل نداشته باشند، صاحبان صنایع اتوموبیل سازی و هزار کارخانه کوچک و بزرگ قطعه ساز، و بیروس قطع پا را در جهان، تولید و کاری خواهند کرد که معلول وار برای حمل و نقل التماس کنیم.

خاطره کرونا و مافیای قدرتمند دارو در جهان را هنوز بر تن و جان مان داریم.

تنها راه مبارزه با مافیای قدرت، روشنایی است، روشنایی، تاریکی را از بین می برد. روشنایی با نور آگاهی و دانایی شکل می گیرد. باید خواند، باید دید، باید تجربه کرد.

مدیر عامل بانک اکسیم مساله را درست گفته است، ما باید راه حل مبارزه با این اندیشه را پیدا کنیم و بتوانیم پیاده برویم و دوچرخه سوار شویم و سالم بمانیم.

هزارسال قبل، آن شاعر ماندگار تاریخ جهان گفت: توانا بود هر که دانا بود.

تا صدسال بعد و مشهورترین آنها آبرام لینکلن و دورانی که به عمر ما نزدیکتر است، روزولت، آیزنهاور و خانواده کندی ها، فورد ها، ریگان ها، جانشین ها، نیکسون ها، کارتر ها، بوش ها و حالا هم صاحب هتل ها و کازینوها و ده ها چیز دیگر گفته و نگفته که رسماً برای جهان خط و نشان می کشد و رئیس جمهور می دزدد و کشورهای دیگر را به عنوان ایالت های ۵۱ و ۵۲ و ۵۳ و ... به آمریکا اضافه می کند و با تحقیر کشورهای کوچکتر و حتی اروپایی های به ظاهر پیشرفته و قدرتمند را در مقابل میز کار خود به صف می نشاند و دستور می دهد.

در رده های دیگر هم، سناتورهای این مجلس و آن مجلس و فرماندار این ایالت و شهردار آن شهر، همه از جایگاه ثروت، صاحب میز و مقام می شوند و کارگران و کارمندان و بیکاران جهان هم به آنها رای می دهند و هورا می کشند.

همه دعوای دیروز و امروز و فردای حاکمان جهان برای گسترش زمین و تصرف آب و خاک بیشتر و ذخایر ارزشمندتر زیر زمین بوده و هست. در روزگاری که قدرت بدنی و زور بازو تعیین کننده مرزهای کشورها بود گذشته است، دوران قدرت ایران هخامنشی و یونان قدیم و گلاادیاتورهای رم و وایکینگ های اسکاندیناوی و اسب های مغولی گذشته است.

امروز تکنولوژی های مدرن و صنایع پیشرفته شناخته شده و موارد بسیار زیاد معرفی نشده و ناشناس، جایگزین اسب و شمشیر و گرز شده است، به عبارت دیگر می توان گفت که مغز جای بازو را گرفته است. در چنین شرایطی، موضوع اقتصاد بسیار پیچیده تر از آنی می شود که ما



معماری ذهن؛

چگونه در زندگی پیچیده و چندوظیفه‌ای امروز فرو نریزیم؟

۲. معماری ذهن یعنی چه؟

معماری ذهن یعنی طراحی آگاهانه ساختار درونی زندگی، به گونه‌ای که همه علایق و مسئولیت‌ها حضور داشته باشند، اما همه فعال نباشند. در این حالت نیازی نیست ذهن مشغول یا متعهد به انجام چند وظیفه به طور هم‌زمان در چند جبهه باشد. یعنی همان‌طور که در معماری ساختمان، همه فضاها هم‌زمان استفاده نمی‌شوند؛ اما همه ضروری‌اند، در معماری ذهن نیز همه علایق ارزشمندند اما فقط برخی باید در یک بازه زمانی، «فعال» باشند.

۳. اصل لایه‌بندی ذهن

یکی از مهم‌ترین اصول معماری ذهن، تفکیک لایه‌هاست. به بیان دیگر یعنی تمام مواردی که در ذهن ایجاد مشغولیت و مشغله کرده‌اند در طبقه خاص خود قرار داده شوند و اولویت‌بندی شوند.

به‌طور کلی، می‌توان فعالیت‌های زندگی را در سه لایه اصلی دید:

لایه اول: بقا و آینده

این لایه شامل مواردی است که نبود آن‌ها اضطراب مزمن ایجاد می‌کند:

- امنیت شغلی
- مهارت‌های پایه موردنیاز آینده
- سواد مالی و تصمیم‌گیری اقتصادی

این‌ها الزاماً جذاب نیستند، اما ستون‌های ساختمان‌اند. پایه‌ای و حیاتی که بدون حضور آنها، یک ساختار ثابت و پابرجا باقی نمی‌ماند؛ بنابراین در وهله اول پرداختن به موارد مرتبط با بقا و آینده ضروری‌تر و مهم‌تر از مواردی مانند تفریح، هنر و... به نظر می‌رسد.

لایه دوم: هویت

این لایه پاسخ به یک سؤال اساسی است:

اگر این‌ها را از من بگیرند، هنوز خودم هستم؟

در واقع، فعالیت‌های هویتی معنا می‌سازند، احساس زنده‌بودن می‌دهند و نبودشان باعث فرسایش درونی می‌شود.

در نظر داشته باشید که توصیه می‌شود این لایه همیشه فعال بماند، حتی با زمان کم.

لایه سوم: تغذیه روح و تنوع

علایق، هنرها، مهارت‌های جانبی و کنجکاوی‌ها در این لایه قرار می‌گیرند. این‌ها نه زائدند و نه کم‌اهمیت؛ اما نوبتی‌اند، نه هم‌زمان.



رضا رحمانی |
رئیس اداره روابط عمومی

مقدمه

زندگی مدرن دیگر «کم‌وظیفه» نیست. انسان امروز هم‌زمان کار می‌کند، یاد می‌گیرد، تولید می‌کند، شبکه می‌سازد، مراقب خانواده است و در عین حال تلاش می‌کند معنا و هویت شخصی خود را حفظ کند. مسئله اصلی بسیاری از افراد نه کمبود انگیزه است و نه فقدان استعداد؛ بلکه آشفتگی ذهنی ناشی از تعدد خواسته‌ها و نقش‌هاست.

در چنین شرایطی، آنچه بیش از هر چیز اهمیت پیدا می‌کند، داشتن «معماری ذهن» است؛ ساختاری آگاهانه برای سازمان‌دهی توجه، انرژی و زمان.

۱. مسئله پنهان: ذهن بدون معماری

بیشتر افراد ذهن خود را شبیه یک فهرست وظایف می‌بینند: کارها، علایق، ایده‌ها و آرزوها همگی در یک سطح قرار می‌گیرند و دائماً با هم رقابت می‌کنند. نتیجه چیست؟

- احساس عقب‌ماندگی دائمی
- شروع‌های متعدد و پایان‌های اندک
- خستگی ذهنی حتی بدون کار فیزیکی سنگین
- احساس گناه از انجام‌ندادن بقیه کارها

مشکل اصلی این نیست که «کار زیاد است»، بلکه این است که ذهن هیچ لایه‌بندی و اولویت‌معماری‌شده‌ای ندارد. در نتیجه انسان امروز با یک ذهن شلوغ، پر مشغله، معلق و مضطرب مواجه است. این وضعیت بیشتر به فلج ذهنی منجر می‌شود تا شکوفایی و رشد فردی؛ بنابراین در چنین وضعیتی، معماری ذهن با هدف مرتب‌سازی مشغولیت‌های ذهنی اجتناب‌ناپذیر است.

این لایه ناظر بر نیاز انسان به تحریک معنادار، تجربه‌های نو و خوراک روانی غیر ابزاری است. اگر لایه‌های پیشین بیشتر به بقا، امنیت و نظم شناختی مربوط باشند، این لایه جایی است که ذهن برای زنده‌بودن واقعی به آن تکیه می‌زند. مواجهه با هنر، موسیقی، روایت، طبیعت، بازی، شوخ‌طبعی و حتی تغییر ریتم زندگی، همگی مصادیق تغذیه این لایه‌اند.

۴. قانون محوری: سه محور فعال

ذهن انسان ظرفیت محدودی برای «پیشرفت واقعی» دارد. تجربه و پژوهش‌های شناختی نشان می‌دهد که در هر بازه زمانی مشخص (مثلاً ۳ تا ۶ ماه) بیش از ۳ محور فعال، به جای رشد، فرسایش ایجاد می‌کند.

معماری ذهن به ما می‌آموزد:

- انتخاب کنیم، نه حذف،
- متوقف کنیم، نه دفن،
- فریز کنیم، نه فراموش.

۵. فریز هوشمند: راه حل احساس گناه

یکی از مهم‌ترین دستاوردهای معماری ذهن، حذف احساس گناه است. وقتی فعالیت «آگاهانه فریز» می‌شود، دیگر پروژه شکست‌خورده نیست؛ بلکه بخشی از نقشه کلان زندگی است که زمان فعال‌شدنش هنوز نرسیده است. این نگاه، انرژی روانی عظیمی آزاد می‌کند.

۶. زمان‌بندی بر اساس انرژی، نه ساعت

در معماری ذهن، زمان‌بندی صرفاً بر اساس تقویم نیست؛ بلکه بر اساس سطح انرژی ذهنی انجام می‌شود:

- زمان‌های کوتاه اما پیوسته برای هویت
 - بلاک‌های عمیق اما محدود برای پروژه‌های بزرگ
 - فعالیت‌های سبک برای زمان‌های کم‌انرژی
- این رویکرد به‌ویژه برای افراد شاغل، متأهل و پر مسئولیت حیاتی است.

۷. معماری ذهن در برابر کمال‌گرایی

ذهن بدون معماری، قربانی کمال‌گرایی می‌شود. به بیان دیگر این نشخوار ذهنی پیوسته، انسان را از مسیر اصلی حرکت و رشد منحرف می‌کند: "یا کامل انجام بده یا راه کن". معماری ذهن می‌گوید انجام ناقص اما پیوسته، از برنامه کامل اما خیالی ارزشمندتر است. در نتیجه در دنیای پیچیده امروز، موفق‌ترین انسان‌ها نه آن‌هایی هستند که بیشترین کار را انجام می‌دهند، بلکه کسانی‌اند که ذهن خود را معماری کرده‌اند. به طور خلاصه معماری ذهن یعنی:

- دانستن اینکه چه چیزی الان فعال است.
 - پذیرش اینکه همه چیز قرار نیست هم‌زمان رشد کند.
 - ساختن زندگی‌ای که هم قابل پیشرفت باشد و هم قابل زیستن.
- بر همین اساس، آرامش ذهن نه از کم‌شدن خواسته‌ها، بلکه از درست چیده شدن آن‌ها به دست می‌آید.

منابع پیشنهادی برای مطالعه بیشتر:

۱. محدودیت ظرفیت ذهن و توجه

Kahneman, D. (1973).
Attention and Effort.
Prentice-Hall.

مبنای علمی این ادعا که توجه و انرژی ذهنی منابع محدود هستند و نمی‌توان تعداد زیادی فعالیت شناختی عمیق را هم‌زمان پیش برد.

Miller, G. A. (1956).
The Magical Number Seven, Plus or Minus Two.
Psychological Review.

یکی از پایه‌های نظری در مورد محدودیت پردازش ذهن انسان که بعدها در

طراحی شناختی و بهره‌وری استفاده شد.

۲. چندوظیفگی (Multitasking) و فرسایش ذهنی

Rosen, C. (2008).
The Myth of Multitasking.
The New Atlantis.

نقد علمی و عملی مفهوم چندوظیفگی و اثرات منفی آن بر تمرکز و کیفیت خروجی.

Mark, G., Gudith, D., & Klocke, U. (2008).
The Cost of Interrupted Work.
CHI Conference Proceedings.

نشان می‌دهد وقفه‌های مکرر و تغییر مداوم تمرکز، استرس و خطای شناختی را افزایش می‌دهد.

۳. اصل «کار عمیق» و محدود بودن پروژه‌های فعال

Newport, C. (2016).
Deep Work: Rules for Focused Success in a Distracted World.
Grand Central Publishing.

پشتوانه مستقیم ایده «حداکثر چند محور فعال» و ضرورت تمرکز دوره‌ای بر تعداد محدود پروژه.

McKeown, G. (2014).
Essentialism: The Disciplined Pursuit of Less.
Crown Business.

چارچوب فکری حذف‌نکردن علایق، بلکه انتخاب آگاهانه اولویت‌ها در هر بازه زمانی.

۴. هویت، معنا و فرسایش روانی

Frankl, V. E. (1959).
Man's Search for Meaning.
Beacon Press.

مبنای نظری تمایز میان فعالیت‌های هویت‌ساز و فعالیت‌های صرفاً ابزاری.

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000).
Intrinsic and Extrinsic Motivations.
Contemporary Educational Psychology.

توضیح علمی تفاوت انگیزش درونی (هویتی) و بیرونی (ابزاری).

۵. زمان‌بندی بر اساس انرژی (نه صرفاً تقویم)

Schwartz, T., & Loehr, J. (2003).
The Power of Full Engagement.
Free Press.

ایده مدیریت انرژی به جای مدیریت زمان که در مقاله به آن اشاره شده.

Baumeister, R. F., et al. (1998).
Ego Depletion.
Journal of Personality and Social Psychology.

توضیح علمی خستگی تصمیم‌گیری و اهمیت کاهش بار شناختی.

۶. کمال‌گرایی و پیشرفت تدریجی

Dweck, C. S. (2006).
Mindset: The New Psychology of Success.
Random House.

پشتوانه دیدگاه پیشرفت پیوسته به جای کمال‌گرایی فلج‌کننده.

Clear, J. (2018).
Atomic Habits.
Avery.

مفهوم پیشرفت‌های کوچک، پیوسته و سیستم‌محور به جای اهداف حجیم و پراکنده.

BANKING

بهره‌وری هوشمند در بانک: نقشه راهی برای تعالی سازمانی

اکنون در آستانه فصل جدیدی قرار دارد؛ فصلی که در آن اندازه‌گیری و افزایش صرف «کارایی» دیگر کافی نیست.

ما نیازمند جهشی کیفی هستیم: جهش به‌سوی بهره‌وری هوشمند. این مفهوم، صرفاً استفاده از ابزارهای جدید نیست؛ این یک پارادایم مدیریتی جدید است که در آن فرایندها، داده‌ها، نیروی انسانی و تعامل با مشتری نه تنها به‌صورت مجزا بلکه به‌صورت یک اکوسیستم یکپارچه و هوشمند، برای خلق بیشترین ارزش با کمترین اصطکاک عمل می‌کنند. هدف این مقاله ترسیم یک نقشه راه اجرایی برای پیاده‌سازی این پارادایم در قلب عملیات بانک‌ها است. ما قرار است از یک سازمان «واکنش‌گرا» به یک سازمان «پیش‌بین و پیش‌برنده» تبدیل شویم. این سفر، نیازمند تعهد بی‌قیدوشرط از بالاترین سطح رهبری است؛ تعهد شما برای سرمایه‌گذاری در هوشمندی به‌عنوان اصلی‌ترین دارایی استراتژیک بانک.

۲ - مسئله امروز بانک‌ها: گرداب اتلاف و سکون

در جستجوی گلوگاه‌های ارزش‌آفرینی بانک‌ها در ایران فارغ از چالش‌های کلان اقتصادی با سه چالش بنیادین در حوزه عملیاتی دست‌وپنجه نرم می‌کنند که بهره‌وری سستی قادر به حل آن‌ها نیست:



ابراهیم زارع‌پور |
دکتری مدیریت بازرگانی دانشگاه تربیت مدرس |
مدرس آکادمی سامان |
Zarepour.TMU@gmail.com

۱ - مقدمه: آغاز یک دگرگونی مدیریتی

ما در نقطه‌ای تاریخی ایستاده‌ایم؛ جایی که سرعت تحولات تکنولوژیک، انتظارات مشتریان و فشارهای نظارتی دیگر «تغییر» را به یک انتخاب تبدیل نکرده‌اند؛ بلکه آن را به یک ضرورت حیاتی برای بقا و رشد تبدیل کرده‌اند. بانکداری با پیشینه درخشان خود در نوآوری و اعتماد مشتریان

۲.۱. افزایش اصطکاک داخلی

ساختارهای سنتی اغلب منجر به سیلوهای اطلاعاتی، تکرار وظایف و فرایندهای دستی طولانی شده‌اند. هر تأخیر در یک وام، هر خطای انسانی در تسویه حساب و هر بار جستجو برای یافتن یک سند، هزینه‌ای پنهان بر بهره‌وری تحمیل می‌کند. این «اصطکاک» نه تنها پول‌ساز نیست، بلکه انرژی سازمان را تخلیه می‌کند.

۲.۲. سرریز شدن داده‌ها و کمبود پیش

بانک حجم عظیمی از داده‌های تراکنشی را تولید می‌کند؛ اما آیا این داده‌ها به سرعت کافی به بخش‌های عملیاتی تبدیل می‌شوند؟ چالش امروز، کمبود داده نیست، بلکه ناتوانی در تبدیل داده‌های خام به پیش‌بینی‌های قابل‌اتکا در لحظه، برای تصمیم‌گیری‌های اعتباری، بازاریابی یا مدیریت ریسک است.

۲.۳. انتظارات متناقض مشتریان

مشتری امروز بانک خواهان سرعت آمازون، امنیت سازمان‌های مالی بزرگ و شخصی‌سازی مشاوران مالی قدیمی است. این انتظارات متناقض نیازمند سیستمی است که بتواند حجم عظیمی از تعاملات را به صورت یکپارچه و در عین حال منحصربه‌فرد مدیریت کند.

۳. تعریف بهره‌وری هوشمند

بهره‌وری هوشمند، رویکردی جامع است که در آن فناوری‌های پیشرفته هوش مصنوعی، یادگیری ماشینی، اتوماسیون رباتیک فرایندها و تحلیل پیشرفته برای بهینه‌سازی چرخه کامل ارزش به کار گرفته می‌شوند، نه فقط اتوماسیون وظایف تکراری.

بهره‌وری هوشمند، توانایی سازمان برای تبدیل ورودی‌های موجود (داده، زمان، سرمایه انسانی) به خروجی‌های ارزشمندتر، سریع‌تر و با انحراف کمتر از طریق سیستم‌های خودآموز و خودتنظیم‌گر است.

۳.۲. اجزای اصلی IP در بانک

بهره‌وری هوشمند در بانک، بر چهار ستون استوار است که در فصول بعدی تشریح می‌شوند:

۱. فرایند هوشمند: بازطراحی فرایندها با استفاده از اتوماسیون رباتیک فرایندها و هوش مصنوعی.
۲. داده‌محور: تبدیل زیرساخت داده به دارایی استراتژیک.
۳. سرمایه انسانی مجهز: تقویت توانمندی کارکنان با ابزارهای شناختی.
۴. تجربه مشتری بی‌اصطکاک: شخصی‌سازی در مقیاس بزرگ.

۴. فرایند هوشمند - شتاب‌دهنده عملیات

فرایند، شریان حیاتی هر بانک است. در محیط رقابتی امروز، اگر یک فرایند کلیدی (مانند افتتاح حساب یا اعطای تسهیلات) در بانک ۱۲ روز طول می‌کشد، اما رقیبی هوشمند آن را در ۴۸ ساعت انجام دهد، ما عملاً بخش بزرگی از بازار را از دست داده‌ایم.

۴.۱. گام اول: شناسایی گلوگاه‌های با تأثیر بالا

ما باید فرایندهایی را هدف قرار دهیم که دو ویژگی داشته باشند: تکرار بالا و تأثیر بالا بر تجربه مشتری.

مثال:

۱. اعتبارسنجی وام خرد: استفاده از اتوماسیون رباتیک فرایندها برای جمع‌آوری خودکار اسناد و استفاده از یادگیری ماشین برای امتیازدهی اولیه ریسک بر اساس داده‌های تراکنش‌های جاری مشتری در سامانه.
۲. پاسخ به استعلامات نظارتی: خودکارسازی استخراج داده‌ها و تهیه پیش‌نویس پاسخ‌ها برای تیم حقوقی و انطباق.

۴.۲. اجرای اتوماسیون چندلایه

بهره‌وری هوشمند نیازمند ترکیب سه سطح از اتوماسیون است: الف) اتوماسیون مبتنی بر قانون (اتوماسیون رباتیک فرایندها): برای کارهای تکراری و مبتنی بر قوانین ثابت مثلاً انتقال داده بین سیستم‌های قدیمی و پلتفرم‌های جدید.

ب) اتوماسیون مبتنی بر هوش: استفاده از NLP و OCR برای پردازش اسناد پیچیده (مانند قراردادهای ضمانت‌نامه یا استعلام املاک). این بخش نیاز به مدل‌های یادگیری ماشین دارد که بتوانند متون و فرم‌های ساختاریافته را درک کنند.

ج) فرایندهای خودتنظیم‌گر: فرایندهایی که پس از انجام، بر اساس بازخورد سیستم هوشمند، تنظیمات خود را برای اجرای بعدی بهبود می‌بخشند.

۵. داده‌های هوشمند - تبدیل زیرساخت به مزیت رقابتی

داده‌ها، سوخت قرن بیست و یکم هستند؛ اما اگر پالایش نشوند چیزی جز سوخت خام پرهزینه باقی نمی‌مانند. در بانک داده‌ها باید از نقش یک «مستندسازی تاریخی» به نقش یک «پیشران استراتژیک» ارتقا یابند.

۵.۱. حکمرانی داده در سطح هوشمندی

قبل از هر مدل‌سازی پیشرفته، زیرساخت باید آماده باشد. این یعنی:

۱. یکپارچگی داده‌ها: ایجاد یک انبار داده مدرن که تمامی منابع عملیات، مدیریت ارتباط با مشتری، موبایل بانک، شبکه‌های اجتماعی را یکپارچه سازد.

۲. کیفیت داده: پیاده‌سازی مکانیزم‌های خودکار برای تمیزکردن و اعتبارسنجی داده‌ها در لحظه ورود، نه پس از وقوع خطا.

۳. امنیت و انطباق پویا: استفاده از هوش مصنوعی برای نظارت بر الگوهای دسترسی و تشخیص ناهنجاری‌های امنیتی در لحظه.

۵.۲. هوشمندسازی تحلیل‌ها: حرکت به سوی پیش‌بینی

تمرکز باید از "تحلیل توصیفی" به سمت "تحلیل تجویزی" باشد.

● مدیریت ریسک اعتباری: به جای تکیه صرف بر امتیازدهی سنتی، مدل‌های یادگیری ماشین که الگوهای هزینه-کرد، تراکنش‌های مشکوک و حتی وضعیت بازار کسب‌وکار مشتری را در نظر می‌گیرند، می‌توانند ریسک اعطای تسهیلات را با دقتی قابل‌ملاحظه کاهش دهند.

● کشف تقلب پیشرفته: شناسایی الگوهای پیچیده تقلب که از دسترس سیستم‌های مبتنی بر قانون خارج هستند. این سیستم‌ها، تراکنش‌های عادی را می‌آموزند و هرگونه انحراف ظریف را علامت‌گذاری می‌کنند. یک قیف که لایه بالایی آن داده‌های خام متنوع است. با عبور از لایه‌های پاک‌سازی و یکپارچه‌سازی به موتور هوش مصنوعی می‌رسد که خروجی آن شامل «پیش‌بینی نرخ ریزش مشتری»، «امتیازدهی ریسک فوری» و «توصیه محصول» است.

۶. سرمایه انسانی مجهز - هوشمندسازی نیروی کار

بزرگ‌ترین مانع در مسیر بهره‌وری هوشمند، تصور اشتباهی است که هوش مصنوعی جایگزین انسان می‌شود. در بانک هوش مصنوعی باید ابزاری باشد که بزرگ‌ترین دارایی ما یعنی کارکنان را تقویت کند.

۶.۱. تحول نقش‌ها: از اجراکننده تا استراتژیست

با حذف کارهای روتین توسط اتوماسیون رباتیک فرایندها و هوش مصنوعی، زمان کارکنان آزاد می‌شود تا بر وظایفی تمرکز کنند که هوش انسانی در آن‌ها برتری دارد: قضاوت اخلاقی، همدلی، مذاکره و طراحی راهکارهای پیچیده.

مثال کاربردی: کارشناسان شعب: دیگر نیازی نیست ۹۰ درصد وقت آن‌ها صرف ورود اطلاعات شود. ابزارهای هوشمند، پیش‌نویس پرونده‌ها و خلاصه‌ای از پروفایل ریسک مشتری را آماده می‌کنند. کارشناس وقت خود را صرف مشاوره عمیق مالی و فروش راه‌حل‌های پیچیده می‌کند.

۶.۲. آموزش هوشمند و یادگیری سازمانی

برای حفظ حرکت روبه‌جلوی بهره‌وری هوشمند، آموزش کارکنان باید همگام با تکنولوژی پیش برود.

۱. مسیرهای یادگیری شخصی‌سازی شده: استفاده از داده‌های عملکرد کارکنان برای شناسایی شکاف‌های مهارتی و ارائه ماژول‌های آموزشی هدفمند.

۲. سیستم‌های دستیار مجازی: ابزارهای مبتنی بر هوش مصنوعی که به‌صورت لحظه‌ای، بهترین رویه عملیاتی یا پاسخ قانونی را به کارمندان که در حال مکالمه با مشتری هستند، نمایش می‌دهند.

۷. تجربه مشتری بی اصطکاک: ملاقات با مشتری در لحظه نیاز

در عصر دیجیتال، کیفیت تجربه مشتری مستقیماً به بهره‌وری عملیاتی وابسته است. تجربه هوشمند، یعنی ارائه درست‌ترین خدمات، از طریق درست‌ترین کانال در درست‌ترین زمان.

۷.۱. کانال‌های یکپارچه و تعامل مداوم

مشتری نباید احساس کند که در حال صحبت با یک بانک جدید است هر بار که از موبایل بانک به شعبه یا مرکز تماس مراجعه می‌کند.

● نقش هوش مصنوعی: حفظ حافظه تعاملات در تمام کانال‌ها. اگر مشتری در چت آنلاین نتوانست وام بگیرد، مرکز تماس باید فوراً دلیل و مراحل قبلی را بداند و ادامه دهد.

۷.۲. موتور توصیه‌گر محصول

این موتور قلب بهره‌وری هوشمند در بازاریابی و فروش است. الگوریتم: (نیاز مشتری + شرایط بازار + وضعیت مالی فعلی) توصیه محصول بهینه

مثال: فرض کنید یک مشتری صاحب کسب‌وکار کوچک، به‌تازگی تراکنش‌های مربوط به خرید تجهیزات سنگین را ثبت کرده است.

● رویکرد سنتی: ارسال تبلیغ عمومی برای تسهیلات کوتاه‌مدت.
 ● رویکرد بهره‌وری هوشمند: سیستم با تحلیل تراکنش‌ها و زمان‌بندی خرید، فوراً یک بسته اعتباری خرید تجهیزات (با نرخ بهره خاص) همراه با پیشنهاد مشاوره رایگان سرمایه‌گذاری برای سود حاصل از آن تجهیزات را از طریق اپلیکیشن یا تماس کارشناس منتخب به وی ارائه می‌دهد.

۷.۳. پیشگیری از ریزش مشتری

بهره‌وری هوشمند به ما اجازه می‌دهد تا قبل از آنکه مشتری ناراضی تصمیم به ترک بانک بگیرد مداخله کنیم. مدل‌های پیش‌بینی ریزش با تحلیل افت فعالیت، شکایات ثبت‌شده و مقایسه با رقبای فرضی، هشدارهای زودهنگام صادر می‌کنند تا تیم حفظ مشتریان فعال شود.

۸. تعهد رهبری: محرک اصلی تحول بهره‌وری

اجرای بهره‌وری هوشمند پروژه‌ای فناوری اطلاعات نیست؛ یک دگرگونی استراتژیک است که شکست آن ریسک بزرگی برای سازمان به همراه دارد. موفقیت این مسیر مستلزم مداخله و پشتیبانی مستقیم مدیرعامل در سه حوزه حیاتی است:

تصمیم ۱: سرمایه‌گذاری استراتژیک در قابلیت‌های اصلی هوشمند
 باید تصمیم بگیرید که کدام بخش‌های هوشمندسازی (مثل موتور اعتبارسنجی مبتنی بر یادگیری ماشین یا پلتفرم یکپارچه‌سازی داده) را

خریداری و کدام بخش‌ها را داخلی توسعه دهید. این یک تصمیم از جنس «آیا» نیست، بلکه یک از جنس تصمیم «چگونه» و «چقدر» است. اقدام لازم: تخصیص بودجه‌ای مشخص و غیرقابل نفوذ برای ساختن یک مرکز تعالی داده و هوش مصنوعی زیر نظر مستقیم شما یا معاونت ارشد استراتژی نه زیر مجموعه واحدهای عملیاتی سنتی.

تصمیم ۲: تعیین استانداردهای جدید عملکرد کارکنان

باید معیارهای جدیدی برای سنجش موفقیت معرفی شود که مبتنی بر خروجی هوشمند باشد نه ورودی زمان. اگر کارکنان با ابزارهای جدید مجهز شدند، باید انتظار افزایش کیفیت کار و سرعت را داشت.

اقدام لازم: بازنگری در ساختار اهداف و نتایج کلیدی به‌گونه‌ای که ضریب بهره‌وری هوشمند در آن لحاظ شود. برای مثال: "کاهش متوسط زمان رسیدگی به وام‌های بزرگ از X روز به Y روز با استفاده از سیستم هوشمند پیش‌تأیید".

تصمیم ۳: مدیریت فعالانه ریسک انطباق و اخلاق در هوش مصنوعی
 در حالی که بهره‌وری افزایش می‌یابد، ریسک‌های جدیدی در خصوص تبعیض الگوریتمی، حفظ حریم خصوصی و شفافیت تصمیم‌گیری‌های خودکار ایجاد می‌شود.

اقدام لازم: تشکیل یک کمیته اخلاق هوش مصنوعی در سطح هیئت‌مدیره (کمیته اجرایی) که موظف به ممیزی منظم مدل‌های یادگیری ماشینی برای اطمینان از عدالت و قابلیت تفسیر آن‌ها در تصمیم‌گیری‌های مالی حساس باشد. عدم رسیدگی به این موضوع، بزرگ‌ترین ریسک اعتباری و نظارتی آینده بانک خواهد بود.

۹. تمرکز بر اجرا: گام‌های عملیاتی برای سال‌های آتی

بهره‌وری هوشمند، مجموعه‌ای از پروژه‌های مجزا نیست؛ بلکه یک تحول تدریجی و مداوم است که باید در سه‌فاز مشخص اجرا شود:

فاز ۱: تثبیت و پایه‌گذاری (سال اول) - تمرکز بر کارایی

۱. راه‌اندازی مرکز هوش مصنوعی: جذب استعدادها و تعریف معماری داده نوین.

۲. پایلوت اتوماسیون رباتیک فرایندها: شناسایی و خودکارسازی ۱۰ فرایند تکراری با بیشترین حجم کار دستی (مثلاً در واحد خزانه یا تسویه).

۳. شفاف‌سازی نقشه سفر مشتری: شناسایی نقاط درد اصلی.

فاز ۲: هوشمندسازی و یکپارچگی (سال دوم) - تمرکز بر ارزش

۱. استقرار موتور پیش‌بینی ریسک: جایگزینی حداقل ۳۰٪ از معیارهای سنتی اعتبارسنجی با مدل‌های یادگیری ماشین.

۲. پروژه دستیار هوشمند: تجهیز کارکنان مرکز تماس و شعب به ابزارهای کمکی مبتنی بر دانش.

۳. شخصی‌سازی اولین تجربه: اجرای موتور توصیه‌گر برای ارائه پیشنهاد هدفمند به ۵۰٪ مشتریان فعال موبایل بانک.

فاز ۳: تسلط و تعالی (سال سوم به بعد) - تمرکز بر چابکی و آینده‌نگری

۱. فرایندهای خودکار و خودتنظیم‌گر: فرایندهای کلیدی، پرداخت تسهیلات) کاملاً خودکار و قابل تنظیم بر اساس تغییرات محیطی می‌شوند.

۲. بانک پیش‌بین: تبدیل شدن به سازمانی که ۹۰٪ تصمیمات تاکتیکی بر اساس تحلیل پیش‌بینی‌کننده گرفته می‌شود.

۳. سنجش مداوم IP: بهره‌وری هوشمند به یک معیار عملکردی نهاده‌شده تبدیل می‌شود.



افراد فرصت طلب

| علی محمد مصدق راد |

سیاست‌گذاری، افزایش فساد و ناکارآمدی در اجرای برنامه‌ها مشاهده می‌شود. در سطح اجتماعی، کاهش اعتماد عمومی به نهادها، گسترش بی‌عدالتی و تضعیف سرمایه اجتماعی از پیامدهای مهم است.

در بلندمدت، این مدیران با تصمیمات کوتاه‌مدت و غیرمسئولانه، موجب بحران‌های مالی، سیاسی و اخلاقی می‌شوند و حتی به فروپاشی سازمان‌ها یا تضعیف نظام‌های حکمرانی منجر می‌شوند.

مدیران شارلاتان در کوتاه‌مدت ممکن است موفق جلوه کنند، اما، دستاوردهای آنها پایدار نیست و در نهایت، به فروپاشی موقعیتشان منجر می‌شود. مدیران و افراد شارلاتان معمولاً در بلندمدت حذف می‌شوند؛ آنها در مسیر خود با کسانی مواجه می‌شوند که از آنها شارلاتان‌تر هستند یا به دلیل ریسک‌پذیری افراطی، شکست‌های بزرگ تجربه می‌کنند. از ویژگی‌های مثبت این افراد مثل جسارت، پیگیری و پشتکار می‌توان الهام گرفت، ولی، آنها را در مسیر درست و اخلاقی به کار برد. با استفاده از انرژی و جسارت مشابه، اما در چارچوب اخلاق و شواهد علمی، میتوان به موفقیت‌های پایدار و ارزشمند دست یافت.

برای اصلاح این پدیده، باید نظام‌های انتخاب و ارتقای مدیران بر اساس شایستگی، عملکرد واقعی و معیارهای اخلاقی بازطراحی شود. تقویت نظام‌های نظارتی و ارزیابی مستقل، ایجاد شفافیت در فرآیندهای تصمیم‌گیری و توسعه فرهنگ سازمانی مبتنی بر پاسخگویی و اخلاق حرفه‌ای ضروری است. آموزش و تربیت مدیران با تأکید بر ارزش‌های اخلاقی و مسئولیت اجتماعی، طراحی مشوق‌هایی برای رفتارهای درست و پایدار و ایجاد سازوکارهای مقابله با فساد و فرصت‌طلبی از دیگر اقدامات مهم است.

همچنین، باید نظام‌های انگیزشی به گونه‌ای اصلاح شوند که موفقیت‌های بلندمدت و پایدار بر دستاوردهای کوتاه‌مدت ترجیح داده شوند. بهره‌گیری از فناوری‌های نوین برای پایش عملکرد، تقویت رسانه‌های مستقل برای افشای رفتارهای غیر اخلاقی و توسعه همکاری‌های بین‌سازمانی برای مقابله با شبکه‌های غیرشفاف نیز از راهکارهای مؤثر محسوب می‌شوند. مطالعه کتاب «مارهای خوش خط و خال» Snakes in Suits Paul Babiak و رابرت هیر Robert Hare را به اساتید، دانشجویان، مدیران و پژوهشگران توصیه می‌کنم. این کتاب به‌طور علمی و مستند بررسی می‌کند که چگونه افراد فرصت‌طلب، فریبکار و فاقد اصول اخلاقی در محیط‌های کاری و مدیریتی به سرعت قدرت می‌گیرند و با بهره‌گیری از رفتارهای غیرشفاف و دستکاری روانی، جایگاه خود را تثبیت می‌کنند.

منبع: گاهنامه مدیر

«مدیران شارلاتان» با بهره‌گیری از رفتارهای فرصت‌طلبانه، فریبنده و غیر اخلاقی و استفاده از جذابیت ظاهری، بزرگ‌نمایی توانایی‌ها، بهره‌گیری از شبکه‌های غیررسمی و ایجاد فضای ترس و بی‌ثباتی، خود را قدرتمند نشان می‌دهند، در کوتاه‌مدت به موفقیت‌های ظاهری دست می‌یابند و در بلندمدت موجب آسیب‌های جدی به ساختار و فرهنگ سازمانی می‌شوند.

افراد شارلاتان به دلیل بی‌پروایی در پایمال کردن حقوق دیگران، جسارت افراطی و اعتماد به نفس سمی، اغلب سریع‌تر به اهداف خود می‌رسند. آنها با بزرگ‌نمایی دستاوردهای جزئی، پنهان‌سازی ناکامی‌ها، استفاده از چاپلوسی و تأثیرگذاری روانی بر دیگران، خود را قدرتمند جلوه می‌دهند و در نتیجه، در محیط‌های رقابتی به سرعت قدرت می‌گیرند.

ویژگی‌های بارز این مدیران شامل خودمحوری، فریبکاری، بزرگ‌نمایی توانایی‌ها، بی‌توجهی به اصول اخلاقی، استفاده ابزاری از دیگران، تمایل به کنترل مطلق، بی‌اعتمادی به همکاران، رفتارهای متناقض، بهره‌گیری از شبکه‌های غیررسمی، تظاهر به شایستگی، مقاومت در برابر نقد، بی‌توجهی به منافع جمعی، تمرکز بر منافع کوتاه‌مدت، استفاده از زبان مبهم و پیچیده برای پوشاندن ضعف‌ها، تمایل به ریسک‌های غیرمنطقی، ایجاد فضای ترس و بی‌ثباتی، بهره‌گیری از روابط سیاسی و غیرشفاف، بی‌اعتنایی به دانش تخصصی و توانایی در جلب توجه رسانه‌ها و افکار عمومی است.

این ویژگی‌ها در مجموع تصویری از مدیری ارائه می‌دهد که بیش از آنکه به توسعه پایدار سازمان بیندیشد، در پی تثبیت موقعیت شخصی خود است.

عوامل پیدایش و قدرت‌گیری این مدیران را می‌توان در ساختارهای ناکارآمد حکمرانی، ضعف نظام‌های نظارتی، فرهنگ سازمانی مبتنی بر روابط شخصی، نبود شفافیت در فرآیندهای انتخاب و ارتقاء مدیران، فشارهای سیاسی و اقتصادی، کمبود معیارهای ارزیابی مبتنی بر عملکرد واقعی، ضعف نظام آموزشی و تربیت مدیران، جذابیت موفقیت‌های سریع و کوتاه‌مدت، بی‌توجهی به اخلاق حرفه‌ای و پذیرش اجتماعی رفتارهای فرصت‌طلبانه جست‌وجو کرد. این شرایط زمینه را برای رشد و قدرت‌گیری مدیرانی فراهم می‌کند که با بهره‌گیری از خلأها و ضعف‌های نهادی، جایگاه خود را تثبیت می‌کنند.

این پدیده پیامدهای منفی به دنبال دارد. در سطح سازمانی، کاهش اعتماد کارکنان، افت بهره‌وری، افزایش تعارضات داخلی و تضعیف فرهنگ یادگیری و نوآوری رخ می‌دهد. در سطح نهادی، بی‌ثباتی در

نقش حسابرسی داخلی بر راهبری شرکت‌ها



آرش آذین‌فر

دکتری تخصصی حسابداری

مقدمه

عامل تقویت‌کننده مکانیزم‌های نظارتی تأکید دارند. در ایران نیز، طبق ابلاغیه سازمان بورس و اوراق بهادار به تاریخ ۹ اسفند ۱۳۹۱ تمامی ناشران پذیرفته شده در بورس تهران و فرابورس ملزم به ایجاد واحد حسابرسی داخلی شدند. در منشور فعالیت این واحدها مأموریت آنها ارائه خدمات اطمینان‌بخشی و مشاوره‌ای مستقل و بی‌طرفانه با هدف ایجاد ارزش افزوده و بهبود عملیات سازمان تعریف شده است. از جمله موضوعاتی که در سال‌های اخیر در شرکت‌های بزرگ و بازار سرمایه مورد توجه ویژه قرار گرفته، مسئله حاکمیت شرکتی است. این مفهوم بر اهمیت تفکیک مالکیت و مدیریت نظارت مؤثر بر تصمیمات مدیران و صیانت از حقوق ذی‌نفعان تأکید دارد و نقشی کلیدی در ارتقاء، شفافیت پاسخگویی و عملکرد مالی ایفا می‌کند به‌ویژه در شرکت‌های بورسی، وجود سازوکارهای حاکمیتی مناسب می‌تواند منجر به بهبود کیفیت حسابرسی داخلی و تقویت عملکرد مدیریتی شود.

حسابرسی داخلی

حسابرسی داخلی فرایندی مستقل، دقیق و منظم است که با هدف ارزیابی کارایی سیستم‌های کنترل داخلی، دارایی‌های سازمانی مدیریت ریسک و فرایندهای مالی به کار گرفته می‌شود. این فعالیت با تمرکز بر شفاف‌سازی وضعیت مالی، ارتقای کیفیت عملیات، و انطباق با قوانین و مقررات به شناسایی نقاط ضعف ساختاری کمک کرده و مسیر بهبود آنها را هموار می‌سازد. در تعریف جامع ساآویر در سال ۲۰۰۳، حسابرسی داخلی فراتر از حفاظت، دارایی‌ها به نقش مشاوره‌ای و ارزش‌آفرینی تبدیل شده است. این تعریف تأکید دارد بر:

۱. صحت و قابلیت اتکای اطلاعات مالی و عملیاتی
۲. شناسایی و کاهش ریسک‌های سازمان
۳. انطباق با مقررات بیرونی و سیاستهای داخلی

بر اساس چارچوب حاکمیت شرکتی انجمن حسابرسان داخلی، واحد حسابرسی داخلی اثربخش یکی از ارکان اصلی نظام حاکمیتی سازمان‌ها به شمار می‌رود و در کنار کمیته حسابرسی، مدیریت اجرایی و حسابرسان مستقل قرار می‌گیرد. در سال‌های اخیر، رسوایی‌های گسترده مالی و حسابداری منجر به افزایش توجه نهادهای نظارتی و سرمایه‌گذاران به نقش حسابرسی داخلی شده‌اند. پیشرفت‌هایی قابل توجه در زمینه عناصر ساختاری و نگرشی مرتبط با حرفه‌ای‌سازی حسابرسان داخلی حاصل شده، اما همچنان ابهاماتی در خصوص نحوه شکل‌گیری هویت حرفه‌ای متمایز برای این واحد و نقش ایدئال آن وجود دارد. جست‌وجوی حسابرسان داخلی برای دستیابی به جایگاه مناسب در ساختار سازمانی در سال‌های اخیر شدت یافته است. در همین راستا، بورس اوراق بهادار نیویورک از سال ۲۰۰۶ تمام شرکت‌های پذیرفته شده را ملزم به تشکیل واحد حسابرسی داخلی کرده است؛ الزامی که با هدف ارتقای دسترسی کمیته حسابرسی و سایر ذی‌نفعان به گزارش‌های مالی اطلاعات مرتبط با ریسک‌های سازمانی و کنترل‌های داخلی تدوین شده است. از این‌رو، حامیان حاکمیت شرکتی بر حرفه‌ای شدن حسابرسی داخلی به عنوان



۴. استفاده بهینه از منابع

۵. دستیابی مؤثر به اهداف سازمانی

طبق نظر دراگلاس و همکاران در سال ۲۰۱۵، حسابرسی داخلی به عنوان ابزاری برای ارتقای مدیریت ریسک کنترل و فرایندهای راهبری، نقش کلیدی در افزایش ارزش سهامداران ایفا می‌کند.

حاکمیت شرکتی

حاکمیت شرکتی مجموعه‌ای از سازوکارهای قانونی، ساختاری و عملیاتی است که بر مبنای آن شرکت هدایت، کنترل و نظارت می‌شود. این مفهوم شامل تنظیم روابط بین ارکان سازمان (سهامداران، هیئت‌مدیره، مدیرعامل و سایر ذی‌نفعان) بوده و با ایجاد شفافیت پاسخگویی و اعتماد عملکرد سازمان را بهبود می‌بخشد. دلایل اهمیت حاکمیت شرکتی شامل:

۱. افزایش اعتماد سرمایه گذاران،
 ۲. بهبود عملکرد و تصمیم گیریهای سازمانی،
 ۳. تضمین منافع سهامداران به ویژه سهامداران اقلیت،
 ۴. جلب اعتماد سایر ذی نفعان و نهادهای نظارتی.
- در ایران قوانین مربوط به حاکمیت شرکتی توسط سازمان بورس اوراق بهادار تدوین شده و رعایت آنها برای شرکت‌های بورسی الزامی است.

حرفه‌ای شدن حسابرسی داخلی

حرفه‌ای‌سازی حسابرسی داخلی به معنای ارتقای سطح دانش مهارت و استانداردهای عملکردی حسابرسان داخلی است. برای تحقق این هدف موارد زیر حائز اهمیت‌اند:

۱. تحصیلات تخصصی در رشته‌های مرتبط،
۲. تسلط بر استانداردهای بین‌المللی مانند COSO و IIA.

۳. مهارت‌های تحلیلی، درک عمیق از فرآیندها و ریسکها،

۴. آشنایی با قوانین و مقررات مالیاتی، حقوقی و اداری،

۵. عضویت در انجمنهای حرفه‌ای بین‌المللی مانند انجمن حسابرسان داخلی بین‌المللی (IIA)

۶. داشتن گواهینامه‌های معتبر مانند CIA و CISAY

طبق چارچوب IIA، حرفه‌ای شدن حسابرسی داخلی نه تنها اثربخشی سیستم‌های کنترلی را افزایش می‌دهد، بلکه ارزش آفرینی، مشاوره مدیریتی و پایداری مالی را نیز تقویت می‌کند.

رابطه بین حسابرسی داخلی و حاکمیت شرکتی

حسابرسی داخلی یکی از ارکان اصلی حاکمیت شرکتی محسوب می‌شود و نقش مهمی در پایش ارزیابی و بهبود فرایندهای راهبری و کنترل سازمان دارد. حرفه‌ای شدن این واحد، موجب افزایش دقت در گزارش‌های مالی، شفافیت در عملیات و اعتمادسازی در بازار سرمایه می‌شود. این تعامل دوسویه منجر به:

۱. افزایش کیفیت تصمیم‌گیری‌های مدیریتی.
۲. کاهش ریسکهای عملیاتی
۳. بهینه‌سازی منابع و فرآیندهای تجاری
۴. تقویت اعتماد سهامداران و نهادهای نظارتی

سخن آخر

حسابرسان داخلی و مدیران حسابرسی می‌توانند با افزایش ویژگی‌های حرفه‌ای در واحد حسابرسی، نقش مؤثرتری در سازوکار حاکمیت شرکتی ایفا کنند. ساختار مدیریتی شرکت‌ها می‌تواند نقش حسابرسی داخلی را در سطوح تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری پررنگ‌تر سازد.



تجربه دیجیتال مشتری (بخش اول)

۱. مفهوم جدید مراقبت از مشتری

(Bitcoin) که سیستمی است بر اساس فلسفه نبود هرگونه طرف مقابل ثالثی که بتواند هرگونه ارتباط یا خدمتی را برای کاربر ارائه دهد، ساخته شده است. تصویر کلی این است که بازیگران جدید در این اکوسیستم خدمات مالی لزوماً از نهادهای موجود مراقبت بهتری از مشتری ارائه نمی‌دهند، اما آن‌ها بر مفهوم جدید، پارادایم جدید، اولویت‌های جدید و گروه‌های جدید بر گروه‌های هدف جدید تمرکز می‌کنند. این مفهوم نو از مراقبت از مشتری به‌سوی یک دنیای عمدتاً دیجیتال، فرهنگ لغات ما را غنی‌تر و تکمیل‌تر می‌کند.

علاوه بر مفاهیم سنتی مراقبت از مشتری (Customer Care)، خدمات مشتری (Customer Service)، تجربه مشتری (Customer Experience) که اغلب به‌صورت "CX" خلاصه می‌شود، ارتباط با مشتری (Customer Relationship)، تمرکز بر مشتری (Customer Focus) و رضایتمندی مشتری (Customer Satisfaction)، اکنون عبارات تازه و نوظهوری مطرح شده‌اند مانند تجربه کاربر (UX-User Experience)، رابط کاربر (UI-User Interface)، سفر تجربه مشتری (Customer Experience Journey)، تجربه عاطفی (EX-Emotional)، روانشناسی مالی (Financial Psychology)، بانکداری همدلی (Emphatic Banking) و تعامل کاربر (User Interaction).

مفاهیم جدید مراقبت از مشتری در بانکداری به‌طور فزاینده‌ای حول محور نقش طرف‌های ثالث نیز دور می‌زند (مانند ارائه‌کنندگان رابط یا اینترفیس، فروشندگان نرم‌افزارهای سفید برجسب، تجمیع‌کنندگان خدمات و...). به‌عنوان دستورالعمل خدمات پرداخت Payments ۲ (۲ Services Directive PSD۲: مقرراتی هستند که به‌طرف‌های

جست‌وجو برای ارائه تجربه عالی دیجیتال مشتری در صنایع مختلف فعال است. اپراتورهای شبکه موبایلی مانند گیفگف (Giffgaff)، شرکت‌های فناوری مانند توئیتر، تجمیع‌کنندگان خدمات مسافرتی - کرایه مانند Booking.com، ارائه‌کنندگان خدمات مهمان‌پذیری مانند Airbnb و خدمات همسفری یا سفر اشتراکی مانند اوبر (Uber)، لیفت (Lyft) و گرَب (Grab) همگی مدل‌های جدیدی از مراقبت از مشتری ارائه می‌دهند. وجه تمایز عمده بین مراقبت از مشتری توسط بازیگران سنتی در مقابل تخریبگران رایانه‌ای سطح یا کیفیت مراقبت نیست، بلکه تمرکز اصلی تجربه دیجیتال مشتری است.

طبق تعریف اولیه از نوآوری تخریبگر - به‌نحوی که توسط بوئر و کریستنسن (Bower and Christinsen: ۱۹۹۵) در نشریه هاروارد بیزینس ریویو (Harvard Business Review) تشریح کردند - تازه‌واردان معمولاً سطح پایین‌تری از مراقبت از مشتری را ارائه می‌دهند تا بازیگران موجود، در حالی که آن‌ها طبق یک مدل کاملاً جدید کسب‌وکار فعالیت می‌کنند. شناسایی این سطح پایین‌تر مراقبت از مشتری آسان است، اگر هزینه پایین خطوط هوایی‌ای مانند ایزیجت (EasyJet) یا ویز ایر (Wizz Air) و آن‌ها را با شرکت‌های هواپیمایی پابرجا مانند بریتیش ایرویز (British Airways) یا سنگاپور ایرلاینز (Singapore Airlines) مقایسه کنیم. این تفاوت همچنین زمانی روشن است که ما تخریبگران را در زمینه خدمات مالی مقایسه کنیم مانند فاندینگسرکل (FundingCircle)، ترانسفروایز (TransferWise) یا پی‌پال (PayPal) با بانک‌های قدیمی موجود مانند HSBC، بارکلیز (Barclays) یا BNP Paribas. با نگاه به‌انتهای طیف عدم تعالی در مراقبت از مشتری توسط تخریبگران، نمونه‌هایی می‌یابیم مانند بیت‌کوین

۲. کارکنان نسل هزاره سوم: یک چالش و یک فرصت

ما در فصل‌های گذشته تصریح کردیم که مشارکت مثبت کارکنان برای مراقبت با کیفیت از مشتری یک پیش شرط لازم است. این به معنای این است که به منظور پایه‌ریزی برای یک مراقبت عالی درازمدت از مشتری ما باید نیازها، خواسته‌ها، ترجیحات و توانایی‌های کارکنان آینده را درک کنیم.

در برخی از صنایع، هزاره سوم‌ها (افرادی که در هزاره سوم وارد دوران بزرگسالی شدند) قبلاً حجم زیادی از نیروی کار را به خود اختصاص می‌دادند.

جدول ۳-۵. میانگین سنی کارکنان شرکت‌های برتر فناوری، سپتامبر ۲۰۱۷؛ گزینش ده شرکت مرتبط؛ واحد: سن به سال (Pelisson and Hartman: ۲۰۱۷)

کارفرما	میانگین سنی کارکنان
فیس‌بوک	۲۸
لینکدین	۲۹
سیلزفورس	۲۹
گوگل	۳۰
اپل	۳۱
آمازون	۳۱
مایکروسافت	۳۱
اینتل	۳۴

ما اینک به هفت چالش کلیدی در رابطه با مشارکت مثبت کارکنان هزاره سوم می‌پردازیم و شرح می‌دهیم که چگونه این مشکلات را می‌توان به بهترین وجه به فرصت تبدیل کرد.

< چالش - روحیه کارآفرینی (Entrepreneurial spirit)

کارکنان جوان اغلب در قرار گرفتن در ساختارهای هرمی شکل بزرگ، سلسله‌مراتبی، سنتی، اداری، کند و محافظه‌کار اکراه دارند. آن‌ها به دنبال این هستند که رئیس خود باشند یا در ساختارها و فرهنگ‌های کارآفرینی انعطاف‌پذیر افقی و چالاک کار کنند. ساعات کار ثابت و شرایط غیرمنعطف اشتغال نیز از نقاط ناراحت‌کننده برای این نسل به‌شمار می‌رود.

> فرصت - برنامه‌های کارآفرین درون‌سازمانی (Intrapreneur programmers)

کارکنانی که در داخل شرکت‌های بزرگ، پروژه‌های کارآفرینی انجام می‌دهند، «کارآفرینان درون‌سازمانی» نامیده می‌شوند. نخستین پروژه‌های کارآفرینی درون‌سازمانی به‌سال‌های آغازین گوگل برمی‌گردد و جی‌میل (Gmail)، که عموماً به‌عنوان محصولی مد نظر قرار می‌گیرد، از چنین برنامه‌ای پا به‌عرصه وجود گذاشت. بانک‌ها اینک به‌طور روزافزونی از برقراری چنین برنامه‌ها و جذب استعدادها جوان استقبال می‌کنند.

< چالش - تقاضا برای شفافیت بیشتر

هزاره سوم‌ها در یک دنیای متصل برخط رشد کرده‌اند، جایی که حریم خصوصی با شفافیت مبادله می‌شود. شبکه‌های رسانه‌های اجتماعی مرتب

ثالث مجوز می‌دهند تا رابط‌هایی بین بانک‌ها و مشتریانشان برقرار کنند) که در اتحادیه اروپایی به مرحله اجرا درمی‌آیند و مفهوم مشابه بانکداری باز (Open Banking) در انگلیس را گسترش می‌دهند، پرسش‌های داغی درباره مراقبت از مشتری مطرح می‌کنند از قبیل:

- از جنبه حقوقی مشتری متعلق به کیست؟ از لحاظ کسب‌وکار چطور؟
- مشتری به چه برندی دلبستگی دارد - بانک یا ارائه‌کننده رابط (اینترفیس)؟

- پیامد مفاهیمی چون بانکداری به‌عنوان یک پلتفرم (BaaP - Banking as a Platform) و تهیه زمینه‌ای برای ساخت پلتفرم (platformfication) برای مراقبت از مشتری و تجربه مشتری چیست؟

بانک‌ها و بانکداران با مشکل روزافزونی برای یافتن نقش بهینه مراقبت از مشتری در یک محیط در حال تغییر دیجیتال مواجه هستند. انتظارات مشتری و توانایی‌های شرکت‌ها اغلب با یکدیگر مطابقت ندارند. برخورد با این چالش واقعاً دشوار است. زیرا در برخی از مناطق جهان عموم مردم ادراک مثبتی نسبت به بانک‌ها ندارند. مطابق بررسی «رتبه‌بندی بخش‌های بازرگانی و صنعت» گالوپ (Gallop) - که در اوت سال ۲۰۱۶ در ایالات متحده انجام شد - نتایج زیر دید کلی جمعیت بزرگسال را درباره بخش‌های خاص کمی‌سازی می‌کند.

جدول ۲-۵. بررسی رتبه‌های بخش‌های صنعت و بازرگانی، اوت ۲۰۱۶، ایالات متحده، امتیاز خالص ادراک مثبت از +۱۰۰ تا -۱۰۰، این جدول حاوی گزینشی از بخش‌های مرتبط است (Gallop: ۲۰۱۷)

بخش بازرگانی	امتیاز خالص ادراک مثبت
صنعت رایانه	+۶۷
صنعت اینترنت	+۴۱
صنعت خودروسازی	+۳۸
صنعت گردشگری	+۳۳
صنعت خرده‌فروشی	+۳۲
تعلیم و تربیت	+۲۸
صنعت مخابرات (تلفن)	+۲۰
بانکداری	+۱۳
بهداشت و درمان	-۷
دولت مرکزی (فدرال)	-۲۳

در این فصل، ما به مفهوم جدید مراقبت از مشتری از سه دیدگاه مهم نگاه می‌کنیم:

- ۱- چگونه کارکنان جوان هزاره سوم بانک‌ها می‌توانند به بهترین وجهی به تجربه مثبت و رضایتمندی مشتری کمک کنند؟
- ۲- چگونه رهبری - مدیریت ارشد یک بانک - می‌تواند فرهنگ مراقبت با کیفیت از مشتری را توانمندسازی، تشویق و تقویت کند؟
- ۳- چگونه در یک محیط «اول دیجیتال» مفهوم «اعتماد» در حال تغییر و تحول است؟

در حال ارائه بینش‌های عمیق درباره زندگی روزمره دیگران هستند. کارکنان هزاره سومی این سطح شفافیت را از شرکت‌ها ضروری می‌دانند. با وجود این، شرکت‌های سنتی بزرگ در کلیه صنایع، اغلب از یک فرهنگ تا اندازه‌ای مبهم برخوردارند و اغلب دارای جریان‌های اطلاعات به هم تنیده و بسته هستند.

> فرصت - اعلان عمومی مزایا و نقاط قوت، به همان اندازه، معایب و نقاط ضعف

هزاره سومی‌ها با ظهور بحران سال ۲۰۰۸ رشد کردند. آن‌ها از ایام سختی عبور کرده‌اند و یاد گرفتند - بهتر از والدینشان (نسل انفجار جمعیت) - که سازش کنند. هزاره سومی‌ها از یادگیری از نقاط ضعف یک سازمان استقبال می‌کنند و هنوز آن را امری پذیرفته شده تلقی می‌کنند - سازش منصفانه - که به استخدام این سازمان‌ها درآیند. آن‌ها از پذیرش غافلگیری ناگهانی در رابطه با کشف یکباره عدم شفافیت گذشته شرکت اکراه دارند. معایب مربوط به کارفرما یا مقام خاص به صورت فعالانه به صورت برخط در اختیار آنان قرار می‌گیرد. وبسایت‌هایی مانند گلسدور (Glassdoor) برای تقویت شفافیت شرکت‌ها برای کارکنان هزاره سومی به عنوان ابزارهای بسیار کارآمد عمل می‌کنند و از طریق چنین کانال‌های اختصاصی و بهینه، اطلاعات در هر حال در دسترس عموم قرار می‌گیرد. بهتر است این اطلاعات از طریق یک کانال ارتباطی باز و در عین حال کنترل شده در اختیار قرار گیرد. هزاره سومی‌ها به هر حال به خارج از شرکت مراجعه می‌کنند و بنابراین بهتر است بدانند که صدای آن‌ها در داخل سازمان مهم است و شنیده می‌شود و فعالانه درباره وضعیت اشتغال و فرهنگ شرکتی اطلاعات واقعی در اختیار آن‌ها قرار می‌گیرد. کارکنان هزاره سومی مایلند از طرف کارفرمایان خود شنیده شوند. این همان کاری است که بانک ICICI هند در سال‌های اخیر انجام داد. بررسی آن‌ها از نیازهای کارکنان هزاره سومی به یک غافلگیری مثبت انجامید: چیز اصلی که کارکنان جوان به دنبالش بودند یک سیستم مدیریت ارتباط با مشتری (Customer Relationship Management - CRM) بهتر، تصویری قابل پیش‌بینی‌تر، رنگارنگ‌تر و هوشمندانه‌تر بود.

< چالش - تنش میان نسلی

شرکت‌های سنتی بزرگ به طور گسترده‌ای درباره تنش میان نسلی بین کارکنان جوان هزاره سوم و همکاران نسل انفجار خود گزارش می‌دهند. تنش‌ها معمولاً ناشی از سرعت ناکافی و عدم دیجیتال شدن فرآیندها از یک سو و عدم درک از روش‌های استفاده از فناوری‌های جدید در کار، از سوی دیگر است.

> فرصت - آموزش متقابل

برخی از شرکت‌ها برنامه‌های آموزش متقابل را تدوین و اجرا کردند که کارکنان باتجربه نسل انفجار اطلاعات صنعت و شرکت را به هزاره سومی‌ها می‌آموزند و کارکنان جوان به همکاران نسل انفجار خود آموزش می‌دهند که چگونه به بهترین وجهی از امکانات جدید دیجیتال در کار استفاده کنند. این همگرایی کارکنان جوان‌تر و قدیمی‌تر اغلب به کارایی قابل توجهی در آموزش طرفین دست یافت که از این راه تنش میان نسلی را به بهره‌وری بالاتر تبدیل کرد - که اگر به خوبی پیاده شود فرصت‌هایی را برای خلق ارزش واقعی شرکت ایجاد می‌کند.

< چالش - فقدان توجه خطی

هزاره سومی‌ها اغلب از ایفای وظایف و کارهای یکنواخت و خطی

احساس خستگی و بی‌حوصلگی می‌کنند. این‌ها وظایفی هستند که همکاران نسل انفجارشان بهترین عملکرد را در آن‌ها داشتند: کار متمرکز، عمیق و باکیفیت که تنها در غیاب فشار غیرمنتظره برای انجام دادن چندکار همزمان و حواس‌پرتی‌های اجباری امکان‌پذیر است. این‌ها برعکس ترجیحات اکثر هزاره سومی‌هاست. طبق وبسایت بالانس (The Balance) - وبسایت اختصاصی در توانمندسازی مالی کارکنان جوان - «کارکنان هزاره سوم در مقیاسی که هرگز در گذشته وجود نداشت، چندکاره هستند. انجام دادن چند کار در آن واحد حواس آن‌ها را پرت نمی‌کند. با تلفن صحبت کردن و در حالی که با ایمیل مشغولند و به چند پیام اینستاگرام هم پاسخ می‌دهند - بله! این شیوه زندگی است». (Heathfield, ۲۰۱۷) ایفای وظایف یکنواخت، تکراری و خطی، هزاره سومی‌ها را به پرسیدن این پرسش و می‌دارد که: چرا این کارها خودکار نیستند؟ ماشین‌ها، الگوریتم‌ها، نرم‌افزارها باید این کارها را به جای ما انجام دهند.

> فرصت - بهره‌برداری از توانایی‌های برتر دستگاه‌های چندمنظوره

هزاره سومی‌ها کارکنان چندکاناله هستند. این، یک فرصت طبیعی در اختیار می‌گذارد: وظایف چندکاناله، موازی، پویا، غیرخطی و سریع مانند چیزی برخط در حالی که با همکاری در فیس‌تایم (FaceTime) صحبت می‌کند و از طریق تلفن با مرکز تماس در ارتباط است، روی یک حساب چت شرکت در مورد اطلاعاتی که در این فرآیند به دست آمده در حال نوشتن است و آن را به یک ایمیل رسمی‌تر برای مدیریت سازمان تبدیل می‌کند. این چیزی است که ممکن است برای یک کارمند قدیمی‌تر نسل انفجار ساعت‌ها طول بکشد (اگر آن‌ها اصلاً می‌توانستند از این کانال‌ها استفاده کنند) و می‌تواند دردسر جدید ایجاد کند. اما در عین حال این یک روال کاری عادی برای هزاره سومی‌ها محسوب می‌شود.

< چالش - برندهای کارفرمایان جذاب‌تر از بانک‌ها

غول‌های فناوری، شرکت‌های نوپای فین‌تک و بانک‌های چالشگر معمولاً تصویر ذهنی بهتری از کارفرمایان به ذهن کارکنان هزاره سومی متبادر می‌سازند تا بانک‌های آجر و سنگی موجود. این امر خود را در نبود جذابیتی نشان می‌دهد که واقعاً به سختی می‌شود بر آن‌ها غلبه کرد.

> فرصت - به عنوان یک بانک، همکاری با برندهایی که هزاره سومی‌ها به عنوان مشتری ترجیح می‌دهند

به طوری که (PWC: PriceWaterhouseCooper)، دومین شرکت بزرگ حسابرسی مالی دنیا با دفتر مرکزی در لندن، در گزارش سال ۲۰۱۱ خود تحت عنوان «هزاره سومی‌ها در کار - در حال تغییر شکل محیط کار هستند» اعلام کرد، هزاره سومی‌ها به برندهای کارفرمایانی جذب می‌شوند که آن‌ها را به عنوان مصرف‌کننده تجلیل می‌کنند. (PWC: ۲۰۱۱, p. ۴) بهترین روالی که در میان بانک‌ها در حال ظهور است، همکاری با برندهایی است که هزاره سومی‌ها به عنوان مصرف‌کننده برای آن‌ها احترام قائل‌اند و آن‌ها را ترجیح می‌دهند. این همکاری، برندسازی مشترک و بازاریابی مشترک می‌تواند به بهترین نحو به شکل پروژه‌های کسب و کار و نیز اقدامات شرکتی متقابل مسئولیت اجتماعی درآید.

< چالش - هزاره سومی‌ها به دنبال بازخورد، شناسایی و ارضای آنی هستند

چرخه‌های بازخورد کارفرمای سنتی جلسات بازخورد فصلی یا سالانه برای نسل جوان دیگر کافی نیست. آن‌ها در پی نوعی بازخورد فوری کمی،

شناسایی و ارزیابی هستند که بازی‌های رایانه‌ای به آن‌ها می‌دهد.

> فرصت - راه‌اندازی برنامه‌های پاداش کارکنان شبه‌بازی رایانه‌ای

کارکنان جوان دائماً برای محک‌زنی خود در یک موقعیت رقابتی آماده هستند. (به این دلیل است که آن‌ها این کار را در تمام مراحل رشدشان انجام می‌دهند، روی رایانه‌های شخصی و گوشی‌های همراهشان). این یک فرصت طبیعی برای کارفرمایان باهوش فراهم می‌سازد تا برنامه‌های کمی، سطح‌بندی‌شده، منوط به عبور از یک مرحله مهم، یکنواخت، رقابتی باز برای پاداش کارکنان راه‌اندازی کنند. تجدیدنظرهای سالانه، ابزارهای تاریخ‌گذاشته‌اند. ارضای آنی، بازی‌وارسازی (gamification) و رقابت، ابزارهای آینده هستند. این ابزارها به‌ویژه، برای افراد بسیار موفق با انگیزش دائمی مناسبند. از دیدگاه هزاره سوم، شفافیت دستاوردها و جایگاه‌ها از ویژگی‌های کلیدی به‌شمار می‌روند.

< چالش - محیط کاری جهانی شده

شرکت‌های بزرگ اغلب به‌غول‌های فرامرزی تبدیل می‌شوند و تعداد زیادی از کارکنان دائماً در حال سفر دور دنیا هستند. این سبک زندگی قبلاً برای شمار زیادی از نسل انفجاری‌ها آزاردهنده و غیرقابل قبول بود.

> فرصت - بهره‌برداری از مزایای چرخه عمر هزاره سوم

هزاره سوم با ابزارهای اتصال راحت‌تر (از پیام‌رسانی آنی تا چت ویدیویی) و سبک زندگی‌شان نسبت به نسل گذشته به‌طرز قابل ملاحظه بیشتر مستقل از مکان شده است. بسیاری از آن‌ها از املاک و مستغلات و سایر دارایی‌های وابسته به مکان (مانند خودرو) بی‌بهره‌اند. این، زمینه را برای ایجاد فرصت‌های شغلی در شرکت‌های بزرگ در فراسوی مرزها مهیا می‌کند. همچنین، هزاره سوم با سازگاری با شرایط محلی خارج از منطقه امن خود سریع‌تر هستند.

علاوه بر این هفت چالش و فرصت مذکور، شایان ذکر است که هزاره سوم با نوعاً و به‌طور طبیعی یادگیری عمری استقبال می‌کنند و آن‌ها فعالانه در پی کسب علم و دانش بیشتر هستند. این، فرصت‌هایی را برای کارکنان شرکت‌ها فراهم می‌کند اما این موضوع زمانی که امکانات آموزشی و فرصت‌های تحصیلی در داخل و خارج مقایسه شوند، سطح استانداردها را بالا می‌برد.

۳. رهبری در تجربه دیجیتال مشتری

نقش رهبری در دستیابی به تعالی در تجربه دیجیتال مشتری پیچیده و چالش‌برانگیز است.

ما در اینجا ۱۴ هدف و وظیفه‌ای را فهرست می‌کنیم که رهبران بانکداری خرد می‌توانند با توجه به آن‌ها انجام دهند تا سودآوری پایدار بیشتری از طریق رضایتمندی دیجیتال‌محور مشتری کسب شود:

- ۱- بسیج رهبران ارشد (هیأت‌مدیره و مدیرعامل) برای ترویج تعالی دیجیتال.
- ۲- حمایت و پرورش یک فرهنگ نوآوری هنگامی که نوبت به راه‌حل‌های دیجیتال رو در روی مشتری می‌رسد.
- ۳- تقویت فرهنگ «آزمون و خطا» هنگامی که ایده‌های نوآوری در یک محیط ایمن آزمایش می‌شود.
- ۴- اتخاذ روش‌هایی برای راهبردی کردن آشنایی مشتری.

۵- مدیریت عدم‌انطباق سنی برحسب غول‌های فناوری که پیشنهادها ارزش جذابی برای مشتریان هزاره سوم دارند که در آن‌ها کارکنان پرشمار خود (مثل مدیران) هزاره

سوم هستند، برخلاف شرکت‌های موجود قدیمی - برای مثال، بانک‌ها که سعی می‌کنند به مشتریان هزاره سوم خدمت کنند که در تشکیلات آن‌ها مدیریت‌هایی از گروه سنی نسل انفجار هستند.

۶- در نظر گرفتن ایجاد نقش‌ها، پست‌ها و واحدهایی که مربوط به تجربه مشتری اختصاصی جدید هستند: رئیس تجربه مشتری، مدیر تجربه مشتری، مدیر تجربه کاربر، رئیس طراحی، رئیس تفکر طراحی، اداره طراحی و غیره.

۷- در نظر گرفتن ایجاد نقش‌ها در زیرمجموعه وظیفه یا واحد تجربه دیجیتال مشتری: کارشناسان رابط (اینترفیس) کاربر، کارشناسان بهینه‌سازی نرخ تبدیل (Conversion Rate Optimisation- CRO)، کارشناسان بهینه‌سازی موتور جست‌وجوگر (Search Engine Optimisation- SEO)، کارشناسان معماری اطلاعات، کارشناسان فن چاپ، کارشناسان طراحی تعامل، استراتژیست‌های محتوای دیجیتال، کارشناسان استفاده‌پذیری و غیره.

۸- حفظ و نگهداری و مدیریت توازن دقیق و ظریف بین «محصول‌محور»، «فناوری‌محور» و «مشتری‌محور». مشتری‌محور و متمرکز بودن نمی‌تواند به‌ترک تعالی در محصولات و فناوری‌ها بینجامد. تأکید بر سه تمرکز (محصول، فناوری و مشتری) می‌تواند به‌طور سازنده‌ای همزیستی وجود داشته باشد - اگر به‌طور حرفه‌ای مدیریت شود.

۹- تفکر دقیق راجع به اینکه چگونه سیلوهای وظیفه‌ای عمودی غیرمنعطف می‌تواند باعث ایجاد انگیزه در باز شدن و همکاری شود تا سفرهای تجربه دیجیتال مشتری میان وظیفه‌ای را باعث شود.

۱۰- نشان دادن رهبری از طریق همگرایی دیجیتال - ادغام صنایع مختلف و تبدیل آن‌ها به یک «صنعت برتر» فناوری اطلاعات غالب - و گوش کردن به نیازهای مشتری هنگام تعریف شایستگی‌های اصلی شرکت.

۱۱- مدیریت حذف تدریجی، مستمر و برنامه‌ریزی شده اصطکاک‌ها از مراقبت مشتری. نمونه‌هایی از تنش‌ها و اصطکاک‌های نوعی در تجربه دیجیتال مشتری، فرم‌ها و فرآیندهای کاغذمحور هستند. اسناد کاغذی باید جای خود را به فرم‌ها و فرآیندهای دیجیتال دهند به‌نحوی که علاوه بر اینکه مشتریان از تجربه دیجیتال بهتری بهره می‌برند، خود شرکت نیز باید از جمع‌آوری، ذخیره‌سازی، دسترسی و تجزیه و تحلیل اسناد مستقیماً منتفع شود.

۱۲- تعریف شفافیت معتبر از اینکه چگونه شاخص‌های کلیدی عملکرد تجربه مشتری (Customer Experience Key Performance Indicators- CX KPIs) بازده سرمایه‌گذاری تجربه مشتری (Customer Experience Return on Investment- CX ROI) را ایجاد می‌کند.

۱۳- مدیریت آگاهانه شکاف انتظارات دیجیتال (Digital Expectation Gap- DEG)، تشریح شده در بخش ۳ (مدیریت برند).

۱۴- حصول اطمینان از اینکه یک راه‌حل برنامه‌ریزی شده در محل وجود دارد که به‌طور مستمر کارکنان با استعداد را با رضایتمندی بالقوه عالی مشتری از کلیه گروه‌های جمعیتی جذب می‌کند (شامل هزاره سوم‌ها).

منبع:

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



موسسه خیریه
فراز نورشید

گزارش عملکرد خیریه فراز نورشید

گسترش دامنه پوشش و افزایش تعداد مددجویان بهره‌مند فراهم خواهد شد.

حمایت بانک سامان از خیریه فراز نورشید از سال ۱۴۰۱ آغاز گردید و تا به امروز در موارد زیر کمک رسان این خیریه بوده است.

بانک سامان در سال ۱۴۰۱، ۱۰۰ بسته معیشتی شامل اقلام ضروری زندگی و با صرف بودجه ۱,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال جهت کمک به خانواده‌های نیازمند مشارکت داشت.

بانک سامان طی سال‌های ۱۴۰۲ و ۱۴۰۳ با کمک نقدی جهت تعمیرات ساختمانی و هبه اقلام به شرح یکدستگاه MSI، یکدستگاه اسکران ایویشن ۲۲۰، یکدستگاه پرینتر، گوشی تلفن، ۷ دستگاه اسپیکر و مبلمان اداری جهت تجهیز خیریه، با مبلغ ۲,۸۸۱,۴۸۰,۰۰۰ ریال به یاری هموطنان خود شتافت.

همچنین در سال ۱۴۰۴ با تأمین ۴۰ بسته معیشتی جمعاً به ارزش ۱,۷۹۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال در تأمین بسته‌های حمایتی شامل مواد غذایی و نیازمندی‌های اساسی نیازمندان مشارکت کرد.

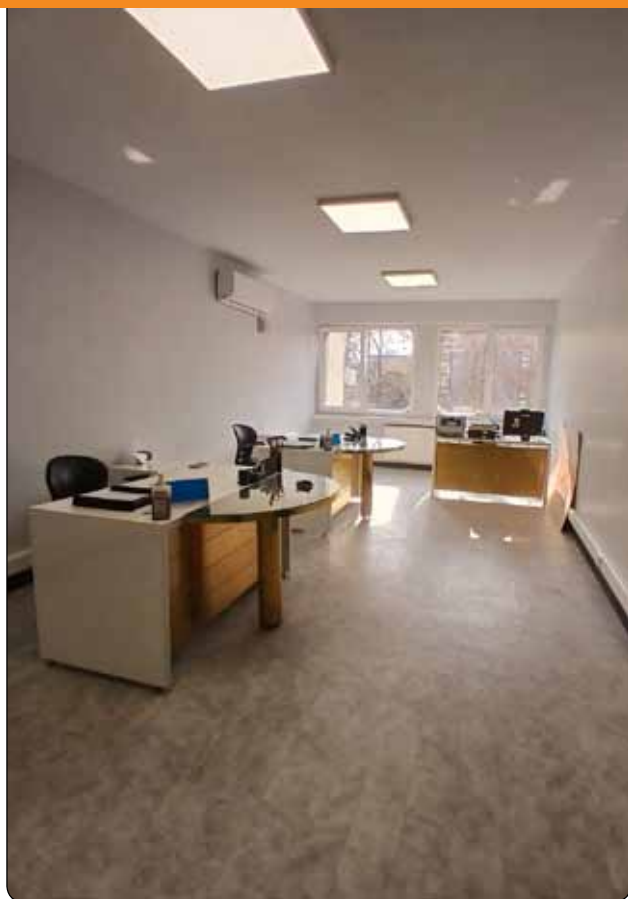
شما هم می‌توانید از طریق شماره حساب زیر همراه خانواده نورشید شوید.

۸۶۷-۸۱۰-۴۲۴۲۳۷۴-۱

خیریه فراز نورشید با هدف حمایت از کودکان محروم، سرپرستان خانوار و خانواده‌های نیازمند، خدمات متنوعی ارائه داده است. فعالیت‌های اصلی شامل حمایت تحصیلی کودکان، کمک‌های مالی برای درمان و معیشت، ارائه بسته‌های کالایی ویژه مناسبت‌ها مانند عید نوروز، ماه رمضان و یلدا است.

با حمایت بانک سامان به‌عنوان اسپانسر، این خیریه توانسته است حدود یک‌صد خانواده شامل نزدیک به ۴۰۰ نفر مددجو را تحت پوشش قرار دهد. از این تعداد، تعدادی از مددجویان با کمک‌های ارائه شده توانسته‌اند به سطح خودکفایی برسند و پرونده‌هایشان ترخیص شود، درحالی‌که سایر پرونده‌ها همچنان تحت حمایت هستند.

شناسایی و پذیرش مددجویان جدید نیز با همکاری بانک سامان انجام می‌شود، به‌طوری‌که این حمایت‌ها امکان ارتقای کیفیت زندگی، دسترسی به تحصیل و رفع نیازهای فوری خانواده‌ها را فراهم می‌کند. کمک‌ها شامل حمایت‌های نقدی، پوشاک، مواد غذایی و خدمات درمانی بوده و به‌ویژه در مناسبت‌های خاص به‌صورت هدفمند توزیع شده‌اند. فعالیت‌های فراز نورشید تا کنون نشان‌دهنده نقش مؤثر خیریه و اهمیت همکاری با اسپانسرها در تضمین پایداری حمایت‌ها و ارتقای رفاه خانواده‌های نیازمند است و تأکید دارد که با ادامه این همکاری، امکان





معمای پاداشی در سازمان

از منظر تاریخی، پاداش و مشوق ریشه در نگاه اقتصادی و کلاسیک به رفتار انسان دارد. در این دیدگاه، انسان موجودی عقلانی فرض می‌شود که رفتار خود را بر اساس محاسبه سود و زیان تنظیم می‌کند. این منطق که در مدیریت علمی تیلور و نظریه‌های اولیه اقتصاد دیده می‌شود، بر این باور استوار است که اگر در برابر تلاش و عملکرد بهتر، پاداش مالی بیشتری پرداخت شود، افراد انگیزه خواهند داشت بهره‌وری خود را افزایش دهند. به همین دلیل، نظام‌های دستمزد مبتنی بر قطعه‌کاری **pay rate**، کمسیون فروش و پاداش‌های مبتنی بر خروجی، به‌ویژه در سازمان‌های صنعتی اولیه، بسیار رایج بودند. پژوهش‌ها نشان می‌دهد

در سازمان‌های امروزی، پاداش و مشوق‌ها یکی از پرکاربردترین و در عین حال حساس‌ترین ابزارهای مدیریت منابع انسانی به شمار می‌آیند. تقریباً هیچ سازمانی را نمی‌توان یافت که به شکلی مستقیم یا غیرمستقیم از انواع پاداش‌های مالی و غیرمالی برای هدایت رفتار کارکنان استفاده نکند. با این حال، تجربه عملی و یافته‌های پژوهشی نشان می‌دهد که صرف «پرداخت پاداش» تضمینی برای افزایش انگیزش، بهبود عملکرد یا موفقیت سازمانی نیست. آنچه تفاوت ایجاد می‌کند، منطق طراحی، نحوه اجرا، شفافیت، عدالت ادراک‌شده و هم‌راستایی پاداش با اهداف و ارزش‌های سازمان است.

این رویکرد در کارهای ساده و تکراری می‌تواند در کوتاه‌مدت اثربخش باشد، اما در کارهای پیچیده، دانشی و خلاقانه اغلب پیامدهای منفی به همراه دارد؛ از جمله افت کیفیت، تقلب در گزارش عملکرد، کاهش همکاری و تمرکز افراطی بر اهداف کوتاه‌مدت.

با گسترش روان‌شناسی سازمانی، نگاه به پاداش و انگیزش پیچیده‌تر شد. نظریه نیازهای مازلو نشان داد که انسان‌ها تنها با پول انگیزه نمی‌گیرند. پس از تأمین نیازهای اولیه، نیازهایی مانند تعلق، احترام و خودشکوفایی نقش پررنگ‌تری در رفتار افراد ایفا می‌کنند. بر اساس این دیدگاه، افزایش مداوم پاداش مالی، به‌ویژه برای کارکنانی که نیازهای پایه‌ای آن‌ها برآورده شده است، لزوماً به افزایش انگیزش یا تعهد منجر نمی‌شود. بسیاری از پژوهش‌ها تأیید کرده‌اند که در چنین شرایطی، عوامل غیرمالی مانند فرصت رشد، معنا در کار و احساس ارزشمندی اهمیت بیشتری پیدا می‌کنند.

نظریه دو عاملی هرزبرگ نیز تمایز مهمی میان عوامل بهداشتی و عوامل انگیزشی ایجاد می‌کند. در این چارچوب، حقوق و پاداش مالی در دسته عوامل بهداشتی قرار می‌گیرند؛ یعنی نبود آن‌ها باعث نارضایتی شدید می‌شود، اما وجود یا افزایش آن‌ها الزاماً انگیزش پایدار ایجاد نمی‌کند. عوامل انگیزشی واقعی شامل پیشرفت، مسئولیت، قدردانی و خود ماهیت کار هستند. یافته‌های تجربی متعددی نشان داده‌اند سازمان‌هایی که صرفاً بر افزایش پاداش مالی تکیه می‌کنند، در بلندمدت با افت انگیزش و بی‌تفاوتی کارکنان مواجه می‌شوند.

نظریه انتظار نیز نقش مهمی در درک اثربخشی پاداش دارد. طبق این نظریه، افراد زمانی انگیزه پیدا می‌کنند که سه شرط هم‌زمان برقرار باشد: باور داشته باشند تلاش آن‌ها به عملکرد بهتر منجر می‌شود، عملکرد بهتر به پاداش مشخص و قابل اعتماد ختم می‌شود و آن پاداش برایشان ارزشمند است. بررسی‌های میدانی نشان می‌دهد بسیاری از نظام‌های پاداش در سازمان‌ها نه به دلیل کم بودن مبلغ، بلکه به دلیل ابهام، بی‌اعتمادی یا قطع ارتباط میان تلاش، ارزیابی و پاداش شکست می‌خورند. وقتی کارکنان نمی‌دانند دقیقاً چه رفتاری پاداش می‌گیرد یا احساس می‌کنند تصمیم‌ها سلیقه‌ای است، حتی سخاوتمندانه‌ترین پاداش‌ها نیز اثر انگیزشی خود را از دست می‌دهند.

از منظر عدالت سازمانی، نظریه عدالت آدامز نشان می‌دهد افراد پاداش خود را نه به صورت مطلق، بلکه در مقایسه با دیگران ارزیابی می‌کنند. یافته‌های پژوهشی متعدد تأیید می‌کند که احساس بی‌عدالتی یکی از مهم‌ترین عوامل کاهش انگیزش، تعهد و حتی افزایش ترک خدمت است. جالب آنکه در بسیاری از مطالعات، نارضایتی کارکنان نه از کم بودن پاداش، بلکه از نابرابری ادراک‌شده و نبود شفافیت در توزیع آن ناشی می‌شود. سازمان‌هایی که معیارهای پرداخت را شفاف و قابل توضیح می‌کنند، حتی در صورت وجود اختلاف درآمد، پذیرش و رضایت بیشتری ایجاد می‌کنند.

در دهه‌های اخیر، نظریه خودتعیین‌گری نگاه تازه‌ای به پاداش و انگیزش ارائه کرده است. بر اساس این نظریه، انسان‌ها سه نیاز روان‌شناختی بنیادین دارند: خودمختاری، شایستگی و ارتباط. پژوهش‌ها نشان می‌دهد پاداش‌هایی که این نیازها را تضعیف می‌کنند، می‌توانند انگیزش درونی را کاهش دهند. برای مثال، اگر پاداش به‌گونه‌ای طراحی شود که فرد احساس کنترل شدن یا ابزار شدن داشته باشد، حتی پاداش‌های بزرگ مالی نیز ممکن است اثر معکوس بگذارند.

با وجود این پیچیدگی‌ها، پاداش و مشوق در مجموع می‌تواند اثر مثبت قابل توجهی بر عملکرد داشته باشد. یکی از جامع‌ترین مرورهای فراتحلیلی که صدها مطالعه را بررسی کرده، نشان می‌دهد برنامه‌های پاداش به‌طور متوسط باعث افزایش حدود ۲۰ تا ۲۵ درصدی عملکرد می‌شوند. نکته مهم این است که مشوق‌های تیمی در بسیاری از موارد اثربخش‌تر از مشوق‌های صرفاً فردی بوده‌اند، زیرا همکاری، یادگیری و هم‌افزایی را تقویت می‌کنند. همچنین، برنامه‌های پاداشی که در بازه‌های زمانی بلندمدت اجرا شده‌اند، اثرات قوی‌تر و پایدارتر نسبت به برنامه‌های کوتاه‌مدت داشته‌اند.

یافته‌های مطالعات میدانی و نظرسنجی‌ها نشان می‌دهد که پاداش‌ها علاوه بر عملکرد، بر مشارکت شغلی و ماندگاری کارکنان نیز تأثیر مثبت دارند. سازمان‌هایی که از ترکیب متوازن پاداش‌های مالی و غیرمالی استفاده می‌کنند، سطح بالاتری از تعهد، اشتیاق به کار و وفاداری کارکنان را تجربه می‌کنند. در مقابل، نظام‌هایی که صرفاً بر پرداخت نقدی تمرکز دارند، اغلب با کاهش انگیزش درونی و افزایش رفتارهای فرصت‌طلبانه مواجه می‌شوند.

پاداش‌های درونی مانند قدردانی، فرصت یادگیری، مشارکت در تصمیم‌گیری و مسیر شغلی روشن، تأثیر معناداری بر انگیزش و عملکرد دارند. برای مثال، پژوهش‌های انجام شده در بنگاه‌های کوچک و متوسط نشان داده است که پاداش‌های غیرمالی می‌توانند حتی بیش از پاداش‌های مالی بر انگیزش کارکنان اثر بگذارند، به‌ویژه زمانی که منابع مالی سازمان محدود است.

تجربه سازمان‌های موفق جهانی این یافته‌ها را تأیید می‌کند. گوگل در کنار پرداخت‌های رقابتی، به‌طور جدی بر پاداش‌های غیرمالی مانند آزادی عمل، فرصت یادگیری، معنا در کار و فرهنگ قدردانی تمرکز دارد. بسیاری از کارکنان این شرکت گزارش کرده‌اند که آنچه آن‌ها را در سازمان نگه می‌دارد، صرفاً حقوق بالا نیست، بلکه احساس رشد، اثرگذاری و دیده‌شدن است. در چنین سازمان‌هایی، پاداش مالی بیشتر نقش حمایتی دارد تا کنترل‌گر.

تویوتا نمونه دیگری از استفاده هوشمندانه از مشوق‌ها است. در این شرکت، پاداش به نتایج کوتاه‌مدت فردی محدود نمی‌شود، بلکه به بهبود مستمر، کار تیمی و یادگیری سازمانی گره خورده است. کارکنان تشویق می‌شوند مشکلات را گزارش دهند و در حل آن‌ها مشارکت کنند، حتی اگر این کار در کوتاه‌مدت باعث کاهش بهره‌وری شود. پاداش در اینجا ابزاری برای تقویت فرهنگ کیفیت و یادگیری است، نه صرفاً افزایش عددی تولید.

در مجموع، شواهد نظری و پژوهشی نشان می‌دهد پاداش و مشوق نه ابزار معجزه است و نه ذاتاً مضر. اثربخشی آن به نحوه طراحی، اجرا و معنایی که در ذهن کارکنان ایجاد می‌کند وابسته است. پاداش‌های موفق معمولاً شفاف، منصفانه، هم‌راستا با اهداف سازمان، تقویت‌کننده رفتارهای بلندمدت مطلوب و مکمل انگیزش درونی هستند. مدیرانی که پاداش را صرفاً ابزار کنترل می‌دانند، اغلب با پیامدهای ناخواسته مواجه می‌شوند، اما آن‌هایی که آن را بخشی از یک سیستم جامع انگیزش، یادگیری و معنا در کار می‌بینند، شانس بیشتری برای ساختن سازمان‌های پایدار، باانگیزه و موفق خواهند داشت.

منبع: گاهنامه مدیر



اقتصاد جهانی بر پایه توسعه پایدار



| پریسا حاجی محمدی |
| دکتری کسب و کار حرفه ای DBA |

فناوری اطلاعات و ارتباطات حدود ۶ تا ۱۲ درصد از مصرف جهانی برق را تشکیل می دهند. تجارت و توسعه سازمان ملل متحد خواستار تنظیم و اجرای استراتژی های پایدار و عادلانه برای کاهش تأثیرات زیست محیطی رو به رشد اقتصاد دیجیتال است. کشورهای در حال توسعه تأثیرات زیست محیطی اقتصاد دیجیتال را به دوش می کشند اما مزایای نسبتاً کمی از دیجیتالی شدن مواد معدنی کلیدی دریافت می کنند. کشورهای در حال توسعه به طور نامتناسبی از تأثیر تغییرات آب و هوایی رنج می برند. با این حال، آنها در بهره بردن از مزایای اقتصاد دیجیتال جهانی ناکام هستند. این نابرابری باید معکوس شود.

دیجیتالی شدن یک استقبال و یک محرک ضروری برای رشد اقتصاد جهانی است. با این حال، باید فراگیر و پایدار باشد، زیرا دیجیتالی شدن سریع نگرانی های زیست محیطی را تشدید می کند.

ظهور فناوری هایی جدید تری مانند هوش مصنوعی و استخراج ارزهای دیجیتال مصرف انرژی را به میزان قابل توجهی افزایش داده است. به عنوان مثال، مصرف انرژی استخراج بیت کوین بین سال های ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۳، ۳۴ برابر افزایش یافت و به حدود ۱۲۱ تراوات ساعت رسید.

در سال ۲۰۲۰، انتشارات اقتصاد دیجیتال ۱،۵ تا ۳،۲ درصد از انتشار گازهای گلخانه ای جهانی را شامل شد. با توجه به اثرات زیست محیطی اقتصاد دیجیتال، ما باید سیاست های زیست محیطی و دیجیتال را یکپارچه کنیم.

امروزه کشورهای در حال توسعه تولیدکنندگان کلیدی مواد معدنی حیاتی ضروری برای اقتصاد دیجیتال هستند، آنها کلید رشد اقتصاد دیجیتال را که شاهد آن هستیم، در دست دارند. می توانیم دیدگاه مثبتی بر اساس فرصت ها داشته باشیم، زیرا به اقتصاد دیجیتال برای تسریع و رشد نیاز داریم.

افزایش ۵۰۰ درصدی تقاضا برای مواد معدنی حیاتی برای دیجیتالی شدن تا سال ۲۰۵۰ پیش بینی می شود که ناشی از وسایل الکترونیکی مصرفی، باتری های خودروهای الکتریکی و ذخیره انرژی تجدیدپذیر است.

همچنین با توجه به اهمیت روزافزون خودروهای برقی، تقاضا برای باتری های خودروهای برقی به سرعت در حال افزایش است. اگرچه تعداد این باتری ها که به پایان عمر خود می رسند در حال حاضر ناچیز است، اما مطالعات برای تعیین کمیت جریان و موجودی آنها به تدریج اهمیت پیدا خواهد کرد، زیرا پتانسیل بالایی برای استفاده مجدد دارند و حاوی برخی مواد ارزشمند اقتصادی هستند. پیش بینی تعداد باتری هایی که قرار است سالانه تا ۲۰۵۰ استفاده شوند، مهم است.

توسعه پایدار رویکردی است که هدف آن رفع نیازهای نسل حاضر و حفظ منابع برای نسل های آینده است. برای تغییرات جهانی با تمرکز بر تولید و کنترل مصرف مسئولانه مردم برای حفظ کره زمین به نیرویی توانمند نیازمند است. گزارش اقتصاد دیجیتال ۲۰۲۴ تأثیرات زیست محیطی رو به رشد اقتصاد دیجیتال در حال گسترش جهان را تحلیل می کند. این گزارش خواستار اقدام جسورانه از سوی سیاست گذاران، رهبران صنعت و مصرف کنندگان است. این گزارش مفصل نشان می دهد که در حالی که دیجیتالی شدن باعث رشد اقتصاد جهانی می شود و فرصت های منحصر به فردی را برای کشورهای در حال توسعه ارائه می دهد، پیامدهای زیست محیطی آن پر مخاطره می شود. کشورهای در حال توسعه به دلیل شکاف های موجود دیجیتال و توسعه به طور نابرابر هم از نظر اقتصادی و هم از نظر زیست محیطی تحت تأثیر قرار می گیرند، اما آنها این پتانسیل را دارند که از این تغییر دیجیتال برای تقویت توسعه در کشور خود استفاده کنند. تقویت همکاری بین کشورها باعث می شود از دسترسی عادلانه به فناوری ها و منابع دیجیتال اطمینان حاصل گردد و حال که ناگزیر جهان پیرامون با سرعتی شگفت انگیز بسمت دیجیتالی شدن پیش می رود، نباید مدیریت منابع و انرژی و تحلیل اقتصاد جهانی نیز از این حیث دور بماند.

گزارش اقتصاد دیجیتال ۲۰۲۴ بر نیاز فوری به استراتژی های پایدار و فراگیر از دیدگاه زیست محیطی تأکید می کند. فناوری های دیجیتال و زیرساخت ها به شدت به مواد اولیه و منابع انرژی بستگی دارد و همراه با نیازهای رو به رشد آب و انرژی، تلفات فزاینده ای را بر روی کره زمین وارد می کند. برای مثال، تولید و استفاده از دستگاه های دیجیتال، مراکز داده و شبکه های



تغییر پارادایم اقتصادی



| علی جوانمردی |
| مؤسس گروه فنی مهندسی ایتوک |

دوم، نیاز به گذار به یک مدل اقتصادی پایدار مبتنی بر رفاه عمومی. سوم، تغییر به سمت یک الگوی پایدار.

تغییر پارادایم اقتصادی: به سوی یک مدل کسب و کار پایدار اتخاذ اصول اقتصاد چرخشی و احیاکننده و پذیرش مسئولیت زیست محیطی، از ویژگی‌های بارز شرکت‌هایی است که به توسعه پایدارتر کمک می‌کنند. امروزه، بشریت با چالش بزرگی روبرو است زیرا تغییرات اقلیمی و تخریب محیط زیست بر کل سیاره تأثیر می‌گذارد. ظهور روزافزون بیماری‌های همه‌گیر قابل انتقال توسط میکروارگانیسم‌ها دقیقاً از عدم تعادل زیست محیطی ناشی از توسعه اقتصادی ناپایدار ناشی می‌شود. ترافیک، انبوه‌سازی شهرها، تهاجم به محیط‌هایی که عوامل عفونی در آن زندگی هست یا خود تغییرات اقلیمی، گسترش عوامل عفونی را تسهیل می‌کند.

پاسخ به این بحران زیست محیطی باید جهانی باشد، که به معنای تعهد شرکت‌ها برای تبدیل شدن به بخشی از راه‌حل و نه بخشی از مشکل خواهد بود. عدم حساسیت بسیاری از شرکت‌ها و دولت‌ها و وسواس در کسب سود، منجر به هزینه‌های اجتماعی و زیست محیطی بسیار بالایی شده است.

در واقع، شواهد زیادی از عدم تعادل طبیعی ایجاد شده توسط انسان‌ها با این مدل پیشرفت و پیامدهای منفی آن بر کل جامعه تأثیر می‌گذارد. با توجه به نابرابری فزاینده و مشکلات زیست محیطی، تغییر به سمت یک مدل اقتصادی عادلانه‌تر، اخلاقی‌تر و پایدارتر ضروری به نظر می‌رسد، همانطور که بسیاری از اقتصاددانان، فیلسوفان و جامعه‌شناسان خواستار آن بوده‌اند. مدلی از توسعه که به حفاظت از منافع اجتماعی و زیست محیطی توجه دارد و نه تنها به سودآوری و رشد اقتصادی. علاوه بر این، سیستم فعلی تولید و مصرف، چه از نظر اجتماعی و چه از نظر زیست محیطی، به وضوح ناپایدار است. این مدل نامتعادل مبتنی بر کاهش هزینه‌ها از طریق جابجایی زنجیره‌های تولید و ارائه خدمات به کشورهای در حال توسعه است. همچنین باید توجه داشت که مدل اقتصادی بازار آزاد، توسعه‌ی اقتصادی بی‌سابقه‌ای را امکان‌پذیر کرده، امید به زندگی را به میزان قابل توجهی افزایش داده و منجر به سطح بسیار بالایی از رفاه مادی، هرچند با توزیع نامتوازن، شده است. با این حال، این بهبود نیز به قیمت ایجاد کسری‌های عظیم با کره زمین، به ویژه با کشورهای در حال توسعه که از نظر مواد اولیه غنی هستند، حاصل شده است، مدلی جدید مبتنی بر هوشیاری و انصراف داوطلبانه از هزینه‌های اضافی ضروری است. از این رو، کاهش ظرفیت خرید ما را مجبور می‌کند که چیزهای کمتری داشته باشیم و خریدهای خود را به سمت محصولات بادوام‌تر هدایت کنیم. در موارد دیگر، برای کسانی که خوش‌شانس‌تر هستند، می‌توان تغییر به سمت الگوهای مصرف پایدارتر را در نتیجه کار مشاهده کرد.

تغییر پارادایم اقتصادی یک بررسی اجمالی در سراسر جهان توسعه یافته، جدایی مداوم و رو به رشدی بین عملکرد اقتصادهای مختلف جهان و تجربیات زیسته بسیاری از شهروندان است. اقتصادها رشد کرده‌اند، اما در بسیاری از کشورها تعداد زیادی از خانواده‌ها در این رشد سهیم نبوده‌اند، بلکه رکود درآمد و کاهش امنیت اقتصادی را تجربه کرده‌اند. به همین ترتیب، بهره‌وری افزایش یافته است، اما بیشتر سودها به جای کارگران، به صاحبان سرمایه رسیده است.

در عین حال، در تعدادی از کشورها، تحرک اجتماعی و همچنین برابری بین نسلی کاهش یافته است، نسل بعدی احتمالاً اولین نسل در دوران مدرن خواهد بود که درآمد کمتری نسبت به والدین خود خواهد داشت. این جدایی به افزایش سیاست‌های پوپولیستی کمک کرده و سوالات عمیقی را در مورد اینکه آیا مدل فعلی سرمایه‌داری می‌تواند به وعده‌های خود به شهروندانش عمل کند؟

با نگاهی به آینده، اختلالات ناشی از تغییرات تکنولوژیکی و تهدید وجودی تغییرات اقلیمی، سوالات عمیق‌تری را در مورد اینکه آیا سرمایه‌داری می‌تواند به شکل فعلی خود زنده بماند یا اینکه به شکل جدیدی از سازمان اجتماعی اقتصادی نیاز است، را مطرح می‌کند. طرح تغییر پارادایم اقتصادی با تلفیق آثار موجود در مجموعه تحقیقاتی آکسفورد، انجام تحقیقات اصیل و تعامل با شبکه‌ای جهانی از محققان و متخصصان، در حال بررسی این سوالات است. این طرح با رویکردی میان‌رشته‌ای، ایده‌هایی را از نظریه سیستم‌های پیچیده، علوم رفتاری، نظریه‌های تکامل فرهنگی، جامعه‌شناسی، علوم سیاسی، تاریخ، فلسفه و بسیاری از زمینه‌های دیگر استخراج می‌کند. خروجی‌های این پروژه شامل انتشارات، کارگاه‌ها، ارائه‌های کنفرانس، مطالب آموزشی و کتاب‌های علمی و عمومی است.

زمین در حال حاضر با دورانی از بحران زیست محیطی و تغییرات اقلیمی روبرو است. این امر مستلزم پاسخی سریع و مؤثر است تا حداقل پیامدهای منفی مرتبط با عدم تعادل‌های زیست محیطی کاهش یابد یا از بین برود. در این کار، ابتدا توضیحی در مورد چالش‌های زیست محیطی که با آن مواجه هستیم و رابطه آن با مدل اقتصادی فعلی ارائه می‌دهم.



شانزدهمین گردهمایی رؤسای مو



شانزدهمین گردهمایی رؤسای

تقدیر از رؤسای شعب برتر بانک سامان توسط بانک مرکزی

جنت آباد، مسعود تقی زاده رئیس شعبه گلسار رشت و امیر گیلانی فر رئیس شعبه بلوار دریا نقراتی بودند که در این مراسم مورد تقدیر بانک مرکزی قرار گرفتند. گردهمایی رؤسای شعب موفق نظام بانکی هر سال با هدف ایجاد بستر و فرصت مناسب برای تعامل و انتقال تجربه ها و دستاوردهای رؤسای موفق شعب و دیگر مدیران شبکه بانکی کشور و همچنین قدردانی و تکریم رؤسای موفق شعب بانک ها و مؤسسات اعتباری کشور برگزار می شود. این رویداد همچنین فرصت مناسبی فراهم می آورد تا آخرین تغییرات و تحولات در حوزه بانکداری در سطح شعب، مطرح و دیدگاه های صاحب نظران و مدیران ارشد نظام بانکی کشور در این خصوص به مخاطبین ارائه شود.

در شانزدهمین گردهمایی رؤسای شعب موفق بانک های کشور، از رؤسای برتر شعب موفق بانک سامان تقدیر شد.

به گزارش سامان رسانه، در شانزدهمین گردهمایی رؤسای شعب موفق شعب بانک های کشور که هر ساله توسط مؤسسه عالی آموزش بانکداری ایران برگزار می شود، از رؤسای برتر و موفق بانک سامان قدردانی شد. براین اساس، علیرضا رشیدی رئیس شعبه آرژانتین، روح الله سیاوشی رئیس شعبه امین حضور، نیما رسولی رئیس شعبه شهرک اکباتان، حمید نودست رئیس شعبه ونک، امین بیگلری رئیس شعبه بازار، وحید میرزاخانی رئیس شعبه بازار کفاش ها، ملیحه تبریزیان رئیس شعبه کوثر کرمان، حمزه تفتیان رئیس شعبه





صعود ۹ پله‌ای بانک سامان در رتبه‌بندی شرکت‌های برتر ایران

دست‌آورد، نشان‌دهنده بهبود عملکرد بانک در شاخص‌های کلیدی ارزیابی و ارتقای موقعیت رقابتی آن در نظام بانکی کشور است. رتبه‌بندی IMI-100 هر ساله توسط سازمان مدیریت صنعتی و با هدف شناسایی و مقایسه شرکت‌های بزرگ و اثرگذار اقتصاد ایران انجام می‌شود. در این ارزیابی، معیارهایی همچون میزان فروش و درآمد، سودآوری، رشد، بهره‌وری و نقش‌آفرینی در اقتصاد ملی مورد سنجش قرار می‌گیرد. کسب رتبه ۳۴ و رشد ۹ پله‌ای بانک سامان در این فهرست، در کنار دریافت عنوان شرکت پیشرو، بیانگر تداوم مسیر توسعه، تمرکز بر بهبود شاخص‌های عملکردی و تقویت جایگاه این بانک در میان بنگاه‌های بزرگ اقتصادی کشور است.

بانک سامان در تازه‌ترین رتبه‌بندی شرکت‌های برتر ایران (IMI-100) که توسط سازمان مدیریت صنعتی منتشر شده، با کسب رتبه ۳۴ و ثبت رشد ۹ پله‌ای نسبت به سال گذشته، جایگاه خود را در میان شرکت‌های پیشرو اقتصاد ایران تثبیت کرد.

به گزارش سامان رسانه، بر اساس تازه‌ترین نتایج رتبه‌بندی IMI-100 که توسط سازمان مدیریت صنعتی کشور انجام شده، بانک سامان توانست در میان ۱۰۰ شرکت برتر کشور، رتبه ۳۴ را به دست آورد و هم‌زمان عنوان «شرکت پیشرو» را نیز از آن خود کند. بر این اساس، عنوان شرکت پیشرو به شرکت‌هایی اختصاص پیدا کرده که توانسته‌اند رشد چشمگیری نسبت به سال قبل در این رتبه‌بندی کسب کنند. این

تحقق ۱۰۰ درصدی اهداف تسهیلات تکلیفی بانک سامان

تسهیلات ازدواج، فرزندآوری و ودیعه مسکن توانسته رکورد خوبی را از خود به جای بگذارد. عملکرد بانک سامان در حوزه پرداخت تسهیلات تکلیفی مربوط به ازدواج، فرزندآوری و ودیعه مسکن در حالی است که این بانک به عنوان یک بانک پیشرو خدمات مختلفی را در حوزه تامین نیازهای اساسی کشور شامل غذا، دارو و تجهیزات پزشکی ارائه می‌کند.

بانک سامان موفق شد بیش از ۱۰۰ درصد اهداف تعیین شده برای پرداخت تسهیلات تکلیفی را تا دی ماه محقق کند. به گزارش سامان رسانه، بر اساس تازه‌ترین گزارش منتشر شده توسط بانک سامان، این بانک تا نیمه دی ماه ۱۴۰۴ موفق شد تا بیش از ۱۰۰ درصد اهداف تعیین شده برای تسهیلات تکلیفی را محقق کند. بر این اساس، بانک سامان در بخش مربوط به پرداخت

بیمه سامان خسارت محموله آسیب دیده «چای احمد» را پرداخت کرد

در ادامه روند رسیدگی سریع به خسارت‌های حادثه بندر شهید رجایی، شرکت بیمه سامان این بار خسارت شرکت «چای احمد» را به طور کامل پرداخت کرد؛ اقدامی که جلوه‌ای دیگر از رویکرد حمایتی این شرکت در پشتیبانی از فعالان اقتصادی است.

به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، این شرکت به عنوان یکی از بیمه‌گران اصلی فعالان اقتصادی مستقر بندر شهید رجایی، به محض تکمیل پرونده‌های خسارتی و طی مراحل قانونی، روند پرداخت خسارت به زیان‌دیدگان خود را آغاز کرد و تاکنون میلیاردها ریال به حساب بیمه‌گذاران زیان‌دیده واریز کرده است.

در تازه‌ترین اقدام، شرکت بیمه سامان خسارت شرکت «چای احمد» را که محموله کالای آن در پی انفجار بندر شهید رجایی دچار آسیب شده بود، به مبلغ ۱۷۲ میلیارد ریالی و پس از انجام ارزیابی‌های دقیق کارشناسی، تکمیل مستندات پرونده و طی مراحل قانونی، در چارچوب ضوابط بیمه‌ای پرداخت و تسویه کرد. بیمه سامان همواره تأکید کرده است که تسریع در پرداخت خسارت، نقش مهمی در جلوگیری از توقف یا اختلال در فعالیت بنگاه‌های اقتصادی دارد. بر همین اساس، این شرکت تلاش کرده با تسهیل فرایند بررسی پرونده‌ها، جمع‌آوری مستندات و تسریع در ارزیابی‌ها، زمان پرداخت خسارت را به حداقل برساند. پرداخت خسارت به «چای احمد» تنها بخشی از تعهدات اجرایی شده بیمه سامان در پرونده‌های مرتبط با این حادثه است و روند رسیدگی به سایر پرونده‌ها نیز با جدیت ادامه دارد. این اقدامات نشان‌دهنده تمرکز بیمه سامان بر سه اصل سرعت، دقت و کیفیت در رسیدگی به خسارت‌ها و پایبندی به مسئولیت حرفه‌ای در قبال بیمه‌گذاران است؛ رویکردی که به تقویت اعتماد مشتریان و پایداری فعالیت‌های اقتصادی در شرایط بحرانی کمک می‌کند.



حمایت به موقع بیمه سامان: ۴۰۵ میلیارد ریال خسارت جبران شد

شرکت بیمه سامان در ادامه رسیدگی‌های سریع و دقیق به پرونده‌های خسارتی ناشی از حادثه بندر شهید رجایی، مبلغ ۴۰۵ میلیارد ریال خسارت شرکت «پلی پروپیلین الوند» را که در این حادثه مهیب دچار زیان شده بود، به این تولیدکننده مواد پتروشیمی پرداخت کرد.

این پرداخت پس از طی مراحل قانونی و ارزیابی دقیق خسارت انجام شد و نمونه‌ای از تعهد شرکت بیمه سامان به پشتیبانی به موقع و مسئولانه از مشتریان خود است. شرکت بیمه سامان پیش از این، در خصوص حادثه بندر شهید رجایی، خسارت ۱۳۷۰ میلیارد ریالی شرکت «خودروسازان بم (کرمان موتور)» و خسارت ۱۸۲۵ میلیارد ریالی شرکت «سامان سپهر سولان» را نیز به طور کامل پرداخت کرده است. علاوه بر این، شرکت بیمه سامان ۱۴ پرونده خسارت زیر ۱۰ میلیارد تومان مربوط به این حادثه را با سرعت و دقت رسیدگی کرده و جبران زیان مشتریان خود را تضمین کرده است. این روند نشان‌دهنده تأکید ویژه شرکت بیمه سامان بر سرعت، دقت و کیفیت رسیدگی به خسارت‌ها و رضایت مشتریان است. ناگفته نماند که شرکت بیمه سامان در حال حاضر نیز با صدور ۲۰۲ میلیارد تومان حق بیمه در رشته بیمه باربری، رتبه چهارم بیشترین حق بیمه صادره در این رشته را از آن خود کرده است.

بندر شهید رجایی با سهم بیش از ۸۱ درصد در عملیات کانتینری و ۵۶ درصد در صادرات کشور، نقش حیاتی در تجارت ایران ایفا می‌کند. بی‌تردید صنعت بیمه کشور، با ارائه پوشش‌های مالی سریع و دقیق، نقش کلیدی در کاهش زیان‌های ناشی از حوادث بزرگ و تضمین ادامه فعالیت‌های اقتصادی کشور دارد. تجربه بیمه سامان در حادثه بندر شهید رجایی نمونه‌ای روشن از حمایت به موقع، مسئولیت‌پذیری و مشتری‌مداری در شرایط بحرانی است و نشان می‌دهد که صنعت بیمه می‌تواند ستون مهمی در مدیریت ریسک‌های ملی و اقتصادی باشد.



سپاس رفتار حرفه‌ای

دی‌ماه 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

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 همکاری که حسن خلق و پیگیری مؤثری داشته‌اند، در آذر و

ردیف	نام و نام خانوادگی	محل خدمت	
۱	سعید درویشی	شعبه مقدس اردبیلی	
۲	مرتضی شنبابی	اداره سامان ارتباط	
۳	مهسا اجلاالی احمدآباد	شعبه شهریار	
۴	علی اکبر رشیدیان فرد	سرپرستی ناحیه ۱۶	
۵	روح اله زارع	شعبه قصر الدشت شیراز	

زمان باقی مانده: ۰۹:۵۱

پایه

پایه

۲,۰۲۱,۴۰۰ ریال

تاریخ و دو هزار و یکصد و بیست و چهار تومان

شماره کارت

۶۲۱۹

شماره شناسایی دوم (CVV2)

تاریخ انقضا

**

کد امنیتی

31831

پیش شماره

رمز دوم / یویا

دریافت رمز یویا

افزایش سقف تراکنش خرید
و پرداخت قبض اینترنتی با

"رمز دوم ثابت کارت"

از ۱۰۰ هزار تومان به

۵۰۰ هزار تومان

Oyan

نتایج نظر سنجی از اپلیکیشن آیان در بازه شهریور تا آذرماه ۱۴۰۴

| تولید محتوا: اداره فناوری های نوین یادگیری آکادمی سامان |



بعد از گذشت سه ماه از آشنایی با آیان و استفاده از این اپلیکیشن در سطح بانک، در انتهای آذرماه آکادمی سامان یک نظر سنجی جامع - به همراه سؤالات متعددی از قابلیت های مختلف این اپلیکیشن - طراحی و برگزار کرد.

تحلیل نتایج نشان داد در سه ماهه اول رونمایی، استقبال چشمگیری در نصب و کاربرد از این اپ شده است. ۵۵ درصد از شرکت کنندگان در این نظر سنجی اظهار کردند به دلیل کاربردی بودن و قابلیت گیمیفیکیشن محتوای آیان، استفاده از اپلیکیشن مذکور را به دیگر همکاران قطعاً توصیه خواهند کرد.

به زودی این نتایج در پلتفرم های اطلاع رسانی آکادمی با جزئیات منتشر خواهد شد.

آکادمی سامان بسیار امیدوارتر از قبل برای ادامه هر چه قدرتمندتر این مسیر، برنامه ریزی خواهد کرد.

ما منتظر شنیدن نظرات ارزشمندتان برای بهبود و توسعه این اپلیکیشن هستیم. (داخلی ۳۳۷۸ و ۳۳۷۶)



برای نصب اپلیکیشن اسکن کنید.
لینک مستقیم: oyan.SamanAcademy.ir

بانک سامان
Saman Bank



گفتگو با همکاران شعبه مولوی

شعبه مولوی، بخشی تپنده بانک سامان در قلب بازار تهرانی

گفتگو: جعفر تکبیری



علی اکبر عینی - رئیس شعبه

۱۴۰۴ مسئولیت اداره شعبه مولوی به من واگذار شد؛ شعبه‌ای که به دلیل تنوع بالای صنوف، ویژگی متمایزی نسبت به شعب قبلی دارد.

وی با تشریح موقعیت و ظرفیت‌های شعبه مولوی گفت: این شعبه در خیابان خیام، میدان محمدیه، خیابان مولوی شرقی واقع شده و با صنوف متنوعی از جمله دخانیات، آجیل و خشکبار، مواد شوینده و بهداشتی، پوشاک، پارچه، پرده، لوازم خانگی و آشپزخانه در ارتباط است.

عینی افزود: شعبه مولوی دارای دو مرکز خدمات تخصصی شامل مرکز خدمات سیگارفروشان و مرکز خدمات پرنسا در منطقه شوش است که به مشتریان با پتانسیل بالا در حوزه‌های دخانیات و لوازم خانگی خدمات ارائه می‌دهند. این شعبه به‌عنوان شعبه ریالی، طیف کاملی از خدمات سپرده‌ای، تسهیلاتی، ضمانت‌نامه، تمکن مالی و بازاریابی دستگاه‌های کارت‌خوان را ارائه می‌کند.

وی با اشاره به آمار مشتریان شعبه اظهار کرد: شعبه مولوی بیش از ۲۰ هزار مشتری فعال دارد که شامل ۱۹۵۰۰ مشتری خرد، ۳۸۳ مشتری ویژه، ۷ مشتری خاص و ۱۰۲ مشتری در بخش SME است و این خدمات توسط ۱۷ نفر نیروی متخصص ارائه می‌شود.

رئیس شعبه مولوی بانک سامان در خصوص مدل مدیریت و برنامه‌ریزی شعبه گفت: هدایت شعبه بر پایه ابلاغ اهداف سالانه، بازاریابی هدفمند و حفظ و توسعه مشتریان انجام می‌شود و با تقسیم اهداف متناسب با توانمندی همکاران و پایش مستمر هفتگی و ماهانه، موفق به عبور از شاخص ۱۰۰ درصد اهداف شده‌ایم.

شعبه مولوی بانک سامان، تنها یک واحد بانکی در میانه یکی از شلوغ‌ترین بافت‌های تجاری تهران نیست؛ این شعبه، نقطه تلاقی نظم بانکی با ضرب‌آهنگ بازار است. جایی که تنوع صنوف، حجم بالای مراجعات، تفاوت گویش‌ها و نیازهای متنوع مشتریان، بانکداری را از یک فرایند اداری به یک مهارت زنده و روزمره تبدیل کرده است. در شعبه مولوی، تجربه، انعطاف، همدلی تیمی و مدیریت هدفمند کنار هم قرار گرفته‌اند تا در دل شلوغی، اعتماد ساخته شود، خدمت به‌موقع ارائه گردد و بانک سامان حضوری مؤثر و متمایز در قلب بازار حفظ کند.

علی اکبر عینی، رئیس شعبه مولوی بانک سامان، با اشاره به سابقه فعالیت خود در شبکه بانکی گفت: از سال ۱۳۸۵ به مجموعه بانک سامان پیوسته‌ام و طی ۱۹ سال فعالیت، تجربه کار در بخش‌های مختلف شعب را به دست آورده‌ام که این موضوع نقش مهمی در درک جامع من از عملیات بانکی داشته است.

وی افزود: فعالیت حرفه‌ای من از شعبه بازار آغاز شد و پس از آن در شعب جمهوری و سی تیر به‌عنوان معاون شعبه مشغول به کار شدم. نقطه عطف مسیر شغلی‌ام در سال ۱۳۹۶ با انتصاب به‌عنوان رئیس شعبه ملت اکباتان رقم خورد؛ شعبه‌ای با حجم عملیات بالا و کلر سنگین که مدیریت آن بدون همدلی و تلاش تیمی ممکن نبود.

رئیس شعبه مولوی بانک سامان ادامه داد: در ادامه این مسیر، به شعب منبیره و سپس نازی‌آباد منتقل شدم و در هر یک از این شعب، تجربه کار با صنوف متفاوت و چالش‌های خاص آن مناطق را کسب کردم. نهایتاً از اردیبهشت‌ماه



بهنام قلی پور



حمید طالبی



علیرضا تورانیان

پیوسته‌ام. امروز این احساس به رضایت شغلی عمیق‌تر و تعهد جدی‌تر نسبت به اهداف سازمانی تبدیل شده است.

این کارمند بانک سامان درباره چالش‌ها و جذابیت‌های فعالیت روزانه در شعبه گفت: مدیریت هم‌زمان مراجعات حضوری، پاسخ‌گویی دقیق و سریع به درخواست‌ها و حفظ کیفیت خدمات در شرایط پرتراфик از چالش‌های روزمره شعبه محسوب می‌شود، اما همین شرایط فرصتی ارزشمند برای ارتقای مهارت‌های تصمیم‌گیری، مدیریت زمان و تعامل مؤثر با مشتریان فراهم می‌کند.

قلی‌پور در خصوص تعامل با همکاران و مدیریت شعبه اظهار کرد: ارتباط من با همکاران بر پایه احترام متقابل، همکاری سازنده و هم‌افزایی شکل گرفته است. در تعامل با رئیس شعبه نیز رابطه‌ای حرفه‌ای، شفاف و مبتنی بر اعتماد حاکم است که نقش مهمی در انسجام تیمی و تحقق اهداف شعبه دارد.

وی با اشاره به استراتژی سامان ۱۴۰۴ افزود: هدف اصلی من در این مسیر، ارتقای مستمر کیفیت خدمات، افزایش رضایت و وفاداری مشتریان و مشارکت فعال در تحقق اهداف کلان بانک است. در این راستا تلاش می‌کنم با به‌روزرسانی دانش تخصصی و بهبود عملکرد فردی، سهم مؤثری در توسعه پایدار سازمان داشته باشم.

این کارمند بانک سامان درباره نحوه تعامل با مشتریان گفت: رویکرد من در ارتباط با مشتریان مبتنی بر تکریم ارباب‌رجوع، شفافیت در ارائه اطلاعات و پاسخ‌گویی مسئولانه است. معتمد ایجاد اعتماد و اطمینان در مشتریان، سرمایه‌ای ماندگار برای بانک محسوب می‌شود.

وی در پایان با اشاره به تجربه‌های ماندگار خود در شعبه تصریح کرد: شیرین‌ترین خاطرات کاری من به لحظاتی بازمی‌گردد که با راهنمایی صحیح و پیگیری مستمر، توانسته‌ام مشکل مشتریان را برطرف کرده و رضایت واقعی آنان را جلب کنم.

قلی‌پور همچنین از همکاری مؤثر محسن سمنانی از شرکت پرداخت الکترونیک سامان (سپ) قدردانی کرد و گفت: پشتیبانی‌های حرفه‌ای ایشان در تسهیل امور باجه و بهبود فرایندهای اجرایی، نقش قابل توجهی در ارتقای کیفیت خدمات و افزایش رضایت مشتریان داشته است.

وی افزود: فضای کاری شعبه بر پایه انصاف، همدلی و نشاط شکل گرفته و همین موضوع، با وجود فشار کاری بالا، منجر به افزایش انگیزه کارکنان و رضایت مشتریان شده است؛ به‌گونه‌ای که بسیاری از مشتریان فعلی، بانک سامان را به سایر کسبه منطقه معرفی می‌کنند.

عینی درباره رویکرد شعبه در تعامل با مشتریان گفت: ارتباط با مشتریان بر پایه شناخت، احترام، شناسایی نیازها و ارائه راهکار متناسب با همان نیاز تنظیم شده است.

وی در خصوص پروژه سامان ۱۴۰۴ اظهار کرد: این پروژه یکی از موفق‌ترین برنامه‌های تحول بانک بود که به‌خوبی در سطح شعبه اجرا شد و همکاران شعبه در مسیر تحقق اهداف آن نهایت تلاش خود را به کار گرفتند.

رئیس شعبه مولوی بانک سامان در پایان با اشاره به توسعه ابزارهای الکترونیکی گفت: جایگزینی ابزارهای دیجیتال به‌جای روش‌های سنتی رضایت بالایی مشتریان را به همراه داشته و استقبال از اپلیکیشن موبایل بسیار مطلوب بوده است. همچنین در حوزه بیمه، به‌ویژه بیمه خانه امن، عملکرد شعبه در نیمه دوم سال به طور کامل محقق شد.

وی در پایان از تلاش کارکنان شعبه و حمایت مدیران بانک سامان قدردانی کرد و برای مجموعه بانک آرزوی موفقیت‌های بیشتر داشت.

فرصتی ارزشمند برای ارتقای مهارت‌های تصمیم‌گیری

بهنام قلی‌پور هاوستان، از کارکنان بانک سامان، با اشاره به سوابق تحصیلی و حرفه‌ای خود گفت: ۳۰ ساله و دارای مدرک کارشناسی حسابداری هستم و فعالیت حرفه‌ای خود را از سنین جوانی با هدف کسب تجربه عملی در حوزه خدمات مالی و بانکی آغاز کرده‌ام. پیش از ورود به شبکه بانکی، در حوزه‌های مرتبط با خدمات مشتریان فعالیت داشته‌ام که این تجربیات نقش مؤثری در شکل‌گیری نگرش حرفه‌ای و مهارت‌های ارتباطی من ایفا کرده است.

وی در تشریح تجربه روزهای نخست حضور خود در بانک سامان افزود: آغاز به کار در بانک سامان با حس تعلق، انگیزه و مسئولیت‌پذیری همراه بود. فضای حرفه‌ای، نظم سازمانی و رویکرد مشتری‌محور بانک باعث شد از همان ابتدا احساس کنم به مجموعه‌ای پویا و هدفمند

جذابیت و زیبایی کار در شعبه در همین پویایی و شلوغی نهفته است

علیرضا تورانیان، از کارکنان بانک سامان، با اشاره به سوابق تحصیلی و حرفه‌ای خود گفت: ۲۸ ساله و فارغ‌التحصیل مقطع کارشناسی رشته حسابداری هستم و حدود دو سال و نیم است که به مجموعه بانک سامان پیوسته‌ام. پیش از ورود به این مجموعه، به مدت سه سال در حوزه توسعه کسب‌وکار با شرکت تیپاکس اکسپرس پارس همکاری داشته‌ام که این تجربه نقش مؤثری در آشنایی من با فضای خدماتی و تعامل با مشتریان داشته است.

وی با اشاره به نخستین تجربه حضور خود در فرایند جذب بانک سامان افزود: روزی که برای مصاحبه وارد ساختمان بانک شدم، هم‌زمان احساس خوشحالی و استرس شدیدی داشتم؛ استرس از این بابت که آیا می‌توانم از عهده مسئولیت‌ها برآیم یا خیر، و خوشحالی از این‌که فرصت بزرگی پیش رویم قرار گرفته است. خوشبختانه این مرحله با موفقیت طی شد و امروز احساس بسیار مثبتی نسبت به شغلی که انجام می‌دهم دارم.

این کارمند بانک سامان درباره شرایط کاری در شعبه مولوی اظهار کرد: شعبه مولوی به شلوغی و حجم بالای مراجعات مشهور است و تعامل روزانه با تعداد زیادی از ارباب‌رجوع با شخصیت‌ها و انتظارات متفاوت، کار ساده‌ای نیست. باین‌حال، به اعتقاد من جذابیت و زیبایی کار در شعبه نیز دقیقاً در همین پویایی و شلوغی نهفته است.

تورانیان در خصوص فضای کاری شعبه گفت: محیط شعبه بسیار صمیمی و مبتنی بر حمایت متقابل است و همکاران مانند اعضای یک خانواده در کنار یکدیگر فعالیت می‌کنند. این فضا بدون تردید حاصل مدیریت صحیح و رویکرد حرفه‌ای مسئولان شعبه است.

وی با اشاره به استراتژی سامان ۱۴۰۴ افزود: شخصاً از اهداف و برنامه‌های سامان ۱۴۰۴ رضایت بالایی دارم و همواره تلاش کرده‌ام سهم هرچند کوچکی در تحقق این اهداف داشته باشم. داشتن برنامه و هدف، چه در زندگی شخصی و چه در محیط کار، حس رضایت و انگیزه بیشتری ایجاد می‌کند.

این کارمند بانک سامان درباره نحوه تعامل با مشتریان تصریح کرد: باتوجه به قرارگرفتن شعبه در فضای بازار، نوع گویش و شیوه ارتباط تا حد زیادی به شخصیت و شرایط مشتریان بستگی دارد. گاهی لازم است برای انتقال بهتر مفاهیم، ادبیات ساده‌تر و متناسب با فضای بازار به کار گرفته شود که این موضوع نیازمند مهارت و انعطاف‌پذیری بالاست.

وی در ادامه با اشاره به تجربه شخصی خود از کار در بانک سامان گفت: هر روز حضور من در بانک برایم ارزشمند و شیرین است، چرا که این مسیر شغلی را از روی علاقه و انتخاب آگاهانه طی کرده‌ام و نه از سر اجبار. به همین دلیل حتی اتفاقات سخت و چالش‌برانگیز نیز برایم بخشی از یک تجربه معنادار محسوب می‌شود.

تورانیان در پایان ابراز امیدواری کرد: امیدوارم همکارانی که به‌تازگی به مجموعه بانک سامان پیوسته‌اند، در آینده از امنیت شغلی بیشتری برخوردار شوند، چرا که استخدام رسمی، احساس آرامش و ثبات بیشتری برای ادامه مسیر حرفه‌ای ایجاد می‌کند.

وی در پایان از مدیریت بانک سامان بابت فراهم‌سازی بستر رشد حرفه‌ای، اعتماد به سرمایه انسانی و توجه به ارتقای کیفیت خدمات تشکر کرد و ابراز امیدواری کرد این مسیر روبه‌رشد با قدرت ادامه یابد.

سرمایه اصلی بانک، نیروی انسانی متعهد است

حمید طالبی، از کارکنان بانک سامان، با اشاره به سوابق تحصیلی و مسیر حرفه‌ای خود گفت: ۲۷ ساله و دارای مدرک کارشناسی مدیریت بازرگانی هستم و باتوجه به علاقه‌مندی به حوزه خدمات مالی و بانکی، فعالیت حرفه‌ای خود را در این مسیر آغاز کرده‌ام. در طول دوران کاری‌ام تلاش کرده‌ام باتکیه بر دقت، مسئولیت‌پذیری و یادگیری سریع، عملکردی قابل‌اتکا در انجام وظایف محوله داشته باشم.

وی در تشریح تجربه روزهای نخست استخدام در بانک سامان افزود: در ابتدای ورود، فضای حرفه‌ای و ساختارمند بانک سامان برایم جدی و تا حدی چالش‌برانگیز بود، اما با گذشت زمان و افزایش تجربه، این فضا به محیطی قابل‌اعتماد و روبه‌رشد تبدیل شد. امروز بانک سامان را سازمانی می‌دانم که زمینه پیشرفت و یادگیری مستمر را برای کارکنان خود فراهم می‌کند.

این کارمند بانک سامان درباره چالش‌ها و جذابیت‌های فعالیت روزانه در شعبه اظهار کرد: مهم‌ترین چالش کار روزانه، حفظ دقت در کنار سرعت عمل و پاسخ‌گویی صحیح به مشتریان در شرایط شلوغ شعبه است. در مقابل، تنوع مراجعات، حل مسائل واقعی مشتریان و نقش داشتن در حفظ اعتبار بانک نزد ارباب‌رجوع، از جذابیت‌های اصلی این فعالیت به شمار می‌رود.

طالبی در خصوص تعامل با همکاران و مدیریت شعبه گفت: رویکرد من در تعامل با همکاران، مبتنی بر همکاری، احترام متقابل و انتقال تجربه است. ارتباط با رئیس شعبه نیز بر پایه اعتماد، پاسخ‌گویی و اجرای دقیق دستورالعمل‌ها شکل گرفته و همواره تلاش می‌کنم در چارچوب اهداف تعیین‌شده حرکت کنم.

وی با اشاره به اهداف خود در راستای تحقق استراتژی سامان ۱۴۰۴ افزود: تمرکز اصلی من بر ارتقای کیفیت خدمت‌رسانی و افزایش رضایت مشتریان است. در این مسیر، به‌روز نگه‌داشتن دانش بانکی، دقت در اجرای فرایندها و همراهی با سیاست‌های تحول دیجیتال و رویکردهای نوین بانک را در اولویت قرار داده‌ام.

این کارمند بانک سامان درباره نحوه تعامل با مشتریان تصریح کرد: معتقدم هر مشتری نماینده اعتبار بانک است؛ به همین دلیل با صبوری، دقت و شفافیت با مشتریان برخورد می‌کنم و تلاش دارم ضمن رعایت ضوابط، بهترین تجربه ممکن را برای آنان رقم بزنم.

وی در پایان با اشاره به یکی از خاطرات ماندگار خود از دوران حضور در شعبه گفت: یکی از خاطرات ارزشمند من زمانی رقم خورد که با پیگیری مستمر و هماهنگی بین واحدها، توانستم نگرانی یک مشتری مضطرب را برطرف کرده و اعتماد او به بانک را بازگردانم؛ بازخورد مثبت آن لحظه برایم بسیار ارزشمند بود.

طالبی در پایان تأکید کرد: اعتقاد دارم سرمایه اصلی بانک، نیروی انسانی متعهد آن است و امیدوارم با تلاش بیشتر، یادگیری مستمر و تعهد کاری، بتوانم نقش مؤثرتری در موفقیت شعبه و بانک سامان ایفا کنم.

تعمیرات تخصصی برندهای مطرح پوز



شرکت تندر نور

+98(21) - 77444464

WWW.THUNDER-LIGHT.COM





SCCT کلید حل یکی از بزرگ‌ترین نفوذهای امنیتی تاریخ بانکداری آمریکا

در اینجا نقش روابط عمومی تنظیم مجدد رابطه ذی‌نفعان با سازمان و حفظ وجهه و اعتبار آن است که موضوع اصلی مقوله مهم ارتباطات بحران است. برای اینکه بهتر بتوانیم موضوع بحران در سازمان و نقش ارتباطات بحران در حل آن را بیان کنیم، بهتر است سراغ یک نمونه عینی برویم، اتفاقی که سال ۲۰۱۴ در یکی از بزرگ‌ترین بانک‌های آمریکا یعنی JPMorgan Chase رخ داد.

بزرگ‌ترین و جدی‌ترین نفوذ امنیتی تاریخ بانکداری آمریکا

اوایل سال ۲۰۱۴ میلادی، مدیران امنیت شبکه بانک JPMorgan Chase متوجه یک نشست بزرگ اطلاعات شدند. اطلاعات بانکی ۷۶ میلیون خانوار آمریکایی و ۷ میلیون کسب و کار، (در جمع بیش از ۸۳ میلیون حساب) هک شده بود. هکرها توانسته بودند با سرقت اعتبارنامه ورودی یک کارمند، به یکی از سرورهای بانک که از قضا دارای سیستم امنیتی دو مرحله‌ای نبود، نفوذ کنند. پس از آن ۹۰ سرور بانک در دسترس هکرها قرار گرفت و در حدود ۲ ماه، آنها به اطلاعات مهم صاحبان حساب‌ها از جمله نام، ایمیل، آدرس پستی و شماره تلفن دسترسی پیدا کردند. هدف از این هک سرقت پول نبود. بلکه هکرها تصمیم گرفتند سهام شرکت‌های کوچک و کم‌اهمیت را با قیمت پایین خریداری و با ارسال ایمیل‌های تبلیغاتی جعلی، مردم را به خرید سهام آن شرکت‌ها دعوت کنند. در نهایت با فروش سهام کم ارزش به قیمت بالا و خروج از آن، سهام شرکت سقوط می‌کرد. در سال ۲۰۱۵، چهار نفر از هکرها شناسایی و تحت پیگرد قانونی قرار گرفتند.

اعلام عمومی یک نفوذ بزرگ

پس از آنکه مشخص شد اطلاعات مشتریان بانک JPMorgan Chase هک شده است، این بانک تصمیم گرفت در مواجهه با بحران، در کنار اقدامات امنیتی چون همکاری با FBI و افزایش سنگین بودجه امنیت شبکه و اتخاذ رویکردهای سخت‌گیرانه در دسترسی به اطلاعات و داده‌های بانکی، یک اطلاع‌رسانی عمومی نیز داشته باشد. روشی که بانک در پیش گرفت را می‌توان نمونه‌ای موفق در زمینه ارتباطات بحران دانست که هنوز در محافل



| محمدصادق عابدینی |
| مدیر رسانه سامانتل |

بحران، کلمه‌ای ترسناک است که شاید هر روز بارها و بارها آن را از رسانه‌ها بشنویم. ترکیباتی از جمله بحران اقتصادی، بحران امنیتی و بحران اجتماعی، نشانه‌ای از وضعیتی به شدت نامطلوب است که باید حل شود. اتفاقی که ممکن است در هر سازمان و شرکتی نیز رخ دهد. شاید یکی از بدترین این بحران‌ها هک یا بحران امنیت سایبری در یک بانک و سرقت اطلاعات و دارایی مشتریان باشد. در کنار همه روش‌هایی که مدیران ارشد یک سازمان می‌توانند برای حل بحران پیش آمده پیشنهاد دهند، بخشی از سازمان نیز وظیفه دارد تا میدان‌دار حفظ اعتبار و وجهه سازمان باشد و آن بخش جایی نیست جز روابط عمومی! در روابط عمومی مدرن که از قرن بیستم متولد شده است، ارتباطات بحران (Crisis Communication) یکی از بخش‌های مهم و حیاتی است.

بحران چیست؟

بحران چیزی فراتر از «مشکل» است، زیرا سازمان‌ها هر روز با انواع مشکلات کوچک و بزرگ سروکار دارند و برای حل آنها دستورالعمل‌های تدوین شده و روش‌های پیش‌بینی شده‌ای دارند. اما بحران، یک اتفاق غیرمنتظره است. به عبارت بهتر "بحران، درک یک رویداد غیرقابل پیش‌بینی است که انتظارات مهم ذی‌نفعان را تهدید می‌کند و می‌تواند به‌طور جدی بر عملکرد سازمان تأثیر بگذارد و نتایج منفی ایجاد کند"

راہبرد پاسخگویی Rebuild Strategy

وقتی سازمان مقصر است، باید چه راہبردی در پیش گرفت؟ مسئولیت پذیری، بہترین راہ برای بازگشت اعتماد است، بہ قول معروف «النجات فی الصدق» (راست گویی باعث نجات است). برای بازگشت اعتماد و اعتبار شرکت یا سازمان وقتی سازمان مقصر است، باید پاسخگو بود، بہ تقصیر خود اعتراف کرد. خسارت‌ها را جبران نمود و گام‌های عملی برای اصلاح برداشت.

راہبرد تقویتی Bolstering strategies

راہبرد تقویتی می‌گوید بہ افکار عمومی سوابق مثبت سازمان یا شرکت را یادآوری کنید، بر ارزش‌های اخلاقی خود تأکید کنید (مانند توجہ بہ مسئولیت‌های اجتماعی) و از حمایت افکار عمومی نسبت خود قدردانی نمایید. این روش را می‌توان در انواع بحران‌ها بہ کار برد، اما بیشترین استفاده آن در زمانی است کہ سازمان مقصر اصلی بحران است.

الگوی SCCT و ماجرای بانک JPMorgan Chase

اگرچه بانک JPMorgan Chase هیچ‌گاه اعلام نکرد کہ در حل بحران بزرگ ہک حساب‌های بانکی از چہ الگویی استفادہ کردہ است، اما تطابق رفتار بانک با الگوی SCCT را می‌توان بہ وضوح دید.

طبق الگوهای بالا می‌شود گفت کہ بانک درگیر یک بحران تصادفی بودہ است. بانک برای حل بحران با اطلاع‌رسانی عمومی ہک حساب‌ها و نفوذ صورت گرفتہ، ضمن عذرخواہی رسمی، تأکید کرد کہ هیچ ضرر مالی (جابه‌جایی پول از حساب مشتریان) رخ ندادہ است. در گام بعدی بانک ہشدارهای ایمنی در خصوص کلاہبردار از طریق فیشینگ بہ مشتریان ارائہ داد. ہم‌زمان نرم‌افزارهای امنیتی بانک را ارتقا بخشید و بودجہ امنیتی سایبری بانک را بہ میزان دو برابر افزایش داد و تعداد بیشتری از متخصصان امنیت سایبری استخدام کرد تا میزان آسیب‌پذیری خود را کاهش دہد. البتہ باوجود این اقدامات، سهام بانک در روز اعلام موضوع ہک با افت اندکی روبرو شد، اما بہ طور کلی اعتماد مشتریان و سهام‌داران تا حد زیادی حفظ شد و اعتبار این بانک بزرگ زیر سؤال نرفت.

نقدی بر SCCT

باوجود اینکہ الگوی SCCT الگوی موفقی برای حل بسیاری از بحران‌ها بودہ است و بہ عنوان یک الگوی کلاسیک شناختہ می‌شود، اما در سال‌های اخیر نقدہایی بہ آن وارد شدہ است. این نظریہ مانند اغلب نظریہ‌های دیگر بی‌عیب و نقص نیست. منتقدان SCCT می‌گویند این الگو بر قابل پیش‌بینی بودن واکنش‌های مردم در مواجهہ با بحران‌ها بسیار تأکید دارد؛ درحالی کہ عملاً این گونه نیست و واکنش‌ها بہ دلیل مہایت پیچیدہ اجتماعی، اغلب غیرقابل پیش‌بینی ہستند. پویایی محدود SCCT، این مدل تنها چندگونہ بحران و واکنش نسبت بہ آن را ارائہ می‌دہد. درحالی کہ بحران‌ها بہ دلیل مہایت پیچیدہ خود از یک مدل خاص پیروی نمی‌کنند و SCCT پویایی لازم برای پاسخگویی بہ آن‌ها را ندارد. وابستگی بیش از حد SCCT بہ دادہ‌ها و اطلاعات در زمانی کہ هنوز اطلاعات کاملی برای پاسخگویی وجود ندارد نیز یکی از محدودیت‌های دیگر این مدل است. در نہایت SCCT بیشتر بہ عنوان یک روش ارتباطی برای حل یک مشکل ارتباطی است و برای حل ریشہ‌ای بحران‌ها محدود است.

با وجود ہمہ نقدہایی کہ بہ SCCT وارد شدہ، این مدل بہ عنوان پایہ‌گذار ارتباطات بحران در جہان هنوز از اعتبار خوبی برخوردار است و با ارائہ الگوهای مؤثر توانستہ بحران‌های زیادی مانند ماجرای ہک بانک JPMorgan Chase را حل کند. کومیز از سال ۲۰۱۶، اصلاحاتی در مدل خود انجام و بر روی فرہنگ عمومی و همچنین نقش فزاینده شبکہ‌های اجتماعی تأکید کردہ است و در پایان باید گفت هنوز مدل جایگزینی کہ بتواند SCCT را بازنشستہ کند ارائہ نشدہ است.

علمی حوزہ ارتباطات بحران بہ آن اشارہ و استناد می‌شود. می‌شود گفت الگویی کہ این بانک در پیش گرفت بر مبنای SCCT بودہ است.

SCCT چیست؟

نظریہ وضعیتی ارتباطات بحران «Situational crisis communication theory» کہ بہ اختصار SCCT نامیدہ می‌شود، یک مدل ارتباطی است کہ از سوی «تیموتی کومیز» در سال ۲۰۰۷ ارائہ و توسعہ پیدا کردہ است. این مدل بہ سازمان‌ها کمک می‌کند تا بر اساس مہایت، علت و مسئولیت درک شدہ از بحران‌ها، مؤثرترین راہ برای پاسخگویی را تعیین کنند. در این نظریہ، استراتژی ارتباطی بر مبنای پاسخگویی و بہبود اعتماد تدوین می‌شود.

SCCT در عمل یک چارچوب آکادمیک است کہ با شناخت و دستہ‌بندی منشأ بحران‌ها، پاسخگویی بہ آن‌ها را در قالب ایجاد شفافیت و ہمدلی با ذی‌نفعان، بہ منظور حل بحران پیگیری می‌کند. این روش را می‌توان یکی از مؤثرترین راہ‌های حل بحران در حوزہ روابط عمومی دانست.

سازمان در بحران چقدر مؤثر و مقصر است؟

میزان نقش و تقصیر سازمان در ایجاد بحران چقدر است؟ اولین سؤالی کہ در مدل SCCT پرسیدہ می‌شود و پاسخ درست بہ آن یعنی کشف راہ حل بحران. در این مدل سہ حالت برای نقش سازمان در ایجاد بحران تعریف شدہ است.

الف: سازمان خودش قربانی است Victim Cluster

وقتی سازمان کمترین مسئولیتی در ایجاد بحران دارد، بہ عنوان قربانی بحران شناختہ می‌شود. برای مثال، وقتی بلایای طبیعی رخ می‌دہد، یا یک شایعہ و دروغ بر علیہ سازمان منتشر می‌شود، عملاً سازمان قربانی است. SCCT می‌گوید در این حالت باید راہبرد ایجاد ہمدلی، اطلاع‌رسانی و حمایت از ذی‌نفعان در پیش گرفتہ شود.

ب: یک بحران تصادفی رخ دادہ است Accidental Cluster

حادثہ یا تصادف یک رخداد پیش‌بینی نشدہ است، اما برخلاف بلایای طبیعی، این بار سازمان نسبت بہ رخداد آن مسئولیت دارد. اما این مسئولیت کم و محدود است. برای مثال در یک کارخانہ، اتصالی سیم‌های برق باعث آسیب بہ دستگاه‌ها و توقف موقتی خط تولید می‌شود. در اینجا اتفاق غیر عمدی است، خطاها معمولاً فنی و ناخواستہ است یا بر اساس غفلت نیروی انسانی رخ می‌دہد. در وقوع بحران تصادفی توصیه می‌شود تا روابط عمومی، توضیح دہد، شفاف‌سازی کند و نشان دہد کہ سازمان کنترل اوضاع را بہ دست گرفتہ و اقدامات اصلاحی را انجام دادہ است.

ج: سازمان کاملاً مقصر است Preventable Cluster

اگر یک بحران قابل پیش‌گیری و پیش‌بینی باشد، اما این اتفاق رخ ندهد! سازمان بہ طور کامل مقصر است. برای مثال: یک شرکت تولیدکنندہ خودرو، عامدانہ از قطعات معیوب استفادہ کند و آن قطعات باعث ایجاد تصادف رانندگی شود. در اینجا SCCT توصیه می‌کند تا سازمان ضمن پذیرش کامل مسئولیت، عذرخواہی کند و نسبت بہ جبران خسارت پیش‌آمدہ اقدام نماید.

چہار راہبرد SCCT

در مواقع بروز بحران‌ها چہار نوع واکنش از سوی SCCT پیشنهاد می‌شود.

راہبرد انکار Deny strategies

توصیہ می‌شود صرفاً در زمانی کہ سازمان قربانی است از راہبرد انکار استفادہ شود. در این روش سازمان تقصیر خود را بہ طور کامل انکار می‌کند، اطلاعات نادرست را تکذیب می‌کند و با «انتقال تقصیر»، دیگری را مقصر وقوع بحران معرفی کردہ و در نہایت بہ مقصر یا مقصران حملہ می‌کند.

راہبرد توجیہ Diminish strategies

در بحران تصادفی، پیشنهاد می‌شود، سازمان با توجیہ اتفاق رخ دادہ، کاهش شدت بحران را در پیش بگیرد و با ارائہ شواہد فنی درباره اتفاقی کہ رخ دادہ شفاف‌سازی کند.

گوستا کلیمت (Gustav Klimt) یکی از نقاشان بزرگ اتریشی و یکی از برجسته ترین و مهم ترین هنرمندان سبک آرت نو وین بود. او در سال ۱۸۶۲ در ۱۴ ژانویه به دنیا آمد و در سال ۱۹۱۸ در ۶ فوریه درگذشت. نقاشی ها و آثار برتر او مانند، نقاشی های دیوارنماها، انگاره ها و دیگر شاهکارهای او در وین، در نگارخانه انجمن جدایی، نمایش داده می شد. اغلب موضوعات این نقاشی فیگوراتیوهای کامل از افراد بودند.

اگر بخواهیم از جزئیات زندگی این هنرمند بگوییم، او در یک شهر کوچک در نزدیکی وین در کشور اتریش به دنیا آمد. گوستاو دومین فرزند خانواده بود و دارای چهار خواهر و دو برادر بود. پسرهای خانواده استعدادهای هنری زیادی در زمینه، نقاشی و موسیقی داشتند. وی در سال ۱۸۷۶ بورسیه دانشکده هنر وین را دریافت کرد و توانست تا سال ۱۸۸۳ در رشته نقاشی و معماری در این دانشگاه مشغول به تحصیل شود. تابلوهای کلیمت مورد توجه همه سلاقی است و می توان از آن ها ارائه رنگ و هنر در هر مکانی استفاده کرد.



شاهکاری از کلیمت

نام اثر: بانو

کلیمت یک طراح ماهر و زیر دست بود که حدود سه هزار طراحی در طول زندگی خود انجام داد و تمامی آن ها نشان دهنده دستان پر قدرت و قوه تخیل فوق العاده او بود. او قلمی بسیار چابک در طراحی پیکرها و حالت های مختلف انسان داشت.



گوستاو کلیمت را بیشتر بشناسیم (بخش اول)



مهرنوش خالدی |
کارشناس امور دفتری

حول کلیمت شکل گرفت. در همان سال، او سفارشی برای نقاشی سقف سالن غذاخوری خانه یک خانواده اشرفی را پذیرفت که اتمامش پنج سال به طول انجامید. اما بسیار خبر ساز شد. سال بعد، نقاشی «مرگ و زندگی» او جایزه اول یک نمایشگاه بین‌المللی در رم را از آن خود کرد. کلیمت این جایزه را جزو یکی از بزرگ‌ترین دستاوردهای خود می‌دانست.



شاهکاری از کلیمت
نام اثر: مرگ و زندگی

گرایش نقاشی‌های کلیمت

برخی معتقد هستند که هنر او را با درک محیط سیاسی و همچنین رویدادهای فرهنگی وین در زمان امپراتوری اتریش در هم آمیخته بود. و با سنت‌های هنرمندانه قدیم نیز سازگار بود. او زمانی که در وین زندگی می‌کرد هر روز به کافه‌ای محل زندگی‌اش می‌رفت، صبحانه را آنجا می‌خورد و روزنامه‌اش می‌خواند و قبل از اینکه به محل کارش برود برای چندی از دوستانش کارت پستال می‌نوشت.

نقاشی‌های کلیمت هم به سمت مذهب گرایش داشت و هم اسطوره‌شناسی و هم هنر یونان را در بر می‌گرفت. او از کتاب، تولد تراژدی توسط نیچه، الهام می‌گرفت و این تئوری از هنر را در دهه ۱۸۹۰ در دو نقاشی توانست به تصویر بکشد. بسیاری از آثار کلیمت توسط نازی‌ها نابود شد، این آثار آغاز تحول عظیمی در هنر قرن بیستم بود.

معروف‌ترین اثر گوستاو کلیمت

یکی از شاهکارهای او در سال ۱۹۰۷ به نام بوسه در موزه وین اتریش؛ موزه آپربلوردر نگهداری می‌شود. او این اثر هنری را در دوران طلایی خود کشید، کلیمت در اثر بوسه، عبارت تمثیلی «عشق در قلب وجود انسان» را به زیبایی به تصویر کشید. این نقاشی هم مانند بسیاری از آثار دیگرش، تم عاشقانه دارد و صحنه‌ای آرامش‌بخش را به تصویر می‌کشد. در پس زمینه این اثر هنری ورقه‌های طلا و نقره به کار رفته است که ارزش آن را بیشتر می‌کند. برخلاف تابلوی بوسه که برای فروش نیست، دیگر آثار این هنرمند با قیمت‌هایی بالا خرید و فروش می‌شوند.

او فردی درون‌گرا بود و در مورد زندگی شخصی و یا کارش اغلب کم صحبت بود او اغلب اینگونه می‌گفت "من اطمینان دارم که به عنوان یک شخص، چیز جذابی برای دانستن در مورد من وجود ندارد. من فقط یک نقاش هستم و هر روز صبح تا شب نقاشی می‌کنم".

کلیمت هنرمندی بود که با اشتیاق فراوان پیشه خود را دنبال کرد. و در این راه تأثیرات زیادی بر روی هنرمندان و هنر دوستان گذاشت.

در سال ۱۸۹۱ برادر کلیمت با زنی ازدواج کرد و این اولین ملاقات، آغاز یک دوستی طولانی و جالب بود و رفاقتی را شکل داد که تأثیر معناداری روی مسیر کارهای بعدی کلیمت داشت؛ اما عمیق‌ترین تأثیر روی هنر کلیمت، یک تراژدی شخصی بود که در سال بعد برای او اتفاق افتاد. او پدر و برادرش را در یک حادثه از دست داد. کلیمت که عمیقاً به خاطر این ضایعه متأثر شده بود، شروع به پس زدن مظاهر ناتورالیستی آموزش‌هایش کرد تا به سبکی شخصی‌تر برسد. این سبک جدید بر پایه سمبولیسم استوار بود و تأثیرات وسیعی از زمینه‌های مختلف را به نمایش می‌گذاشت. با درگذشت برادرش و مسیری که خود گوستاو کلیمت پیش گرفته بود، علی‌رغم سفارش‌هایی که داشت با سختی‌های زیادی مواجه شد. در سال ۱۸۹۷، کلیمت که جستجوی خود برای به دست آوردن آزادی شخصی هنری و سبکی معنادارتر را ادامه می‌داد، به همراه گروهی از هنرمندان همسو، عضویت خود در "انجمن هنرمندان وین" را که تا به آن روز حفظ کرده بود، را لغو کرد. و ارگانی جدید به نام «انفصال وین» را تأسیس کرد. آن‌ها اگر چه هنر کلاسیک آکادمیک را رد می‌کردند اما روی سبک خاصی تمرکز نداشتند و به جای آن برای حمایت از هنرمندان غیر سنتی جوان تلاش می‌کردند و هنر بین‌المللی را به وین آوردند و کار اعضا گروه را به نمایش می‌گذاشتند. کلیمت به عنوان اولین رئیس گروه انتخابی، اولین نمایشگاه خود را در سال بعد برگزار کرد. این نمایشگاه مورد توجه مخاطبان بسیاری قرار گرفت و محبوبیت او دو صد چندان گردید.



شاید هیچ چیزی به اندازه این جمله کلیمت نتواند سال‌های آخر او را توصیف کند: "من هرگز از خود پرتره‌ای نکشیدم. من به خودم به عنوان موضوع نقاشی کمتر از سوژه هام علاقه دارم". در واقع هم بیشتر کارهای او اسکیزس‌ها و نقاشی‌هایی از فرم اندام‌های زنان و مردان بود. در سال ۱۹۰۵، گروه انفصال وین به دو دسته تقسیم گردید. که یکی از آن‌ها



شاهکاری از کلیمت
نام اثر: پرتره باشکوه آدل بلوخ باوئر دوم



شاهکاری از کلیمت
نام اثر: دختر گریان



شاهکاری از کلیمت
نام اثر: بوسه

از معروف‌ترین کارهای این دوره او می‌توانیم علاوه بر "بوسه" به «جودیت» (۱۹۰۱)، «دانائنه» (۱۹۰۷) هم اشاره کنیم. و برجسته‌ترین کار این زمان کلیمت «پرتره آدل بلوخ باوئر» است که در سال ۱۹۰۳ توسط شوهر صنعتگر و ثروتمند "آدل" سفارش داده شد. این اثر تا زمان حمله نازی‌ها در جنگ جهانی دوم در تملک این خانواده بود ولی در نهایت در گالری دولتی اتریش به نمایش در آمد. ماندگاری این تابلو در گالری دولتی نیز دوام داشت تا زمانی که یکی از وارثان برای مالکیت آن از دولت شکایت کرد. در سال ۲۰۰۶ او در دادگاه پیروز شد و نقاشی را در روئن همان سال به قیمت ۱۳۵ میلیون دلار در یک حراجی فروخت.



شاهکاری از کلیمت
نام اثر: پرتره باشکوه آدل بلوخ باوئر



هوش مصنوعی آینده کسب و کارها را رقم می زند

| علی جوانمردی تحلیلگر اقتصادی |

هوش مصنوعی فناوری است که می تواند هوش انسانی را برای حل مشکلات، تصمیم گیری و تولید ایده، تقلید کند.

سیستم های هوش مصنوعی با پردازش حجم عظیمی از داده های آموزشی و شناسایی الگوها یاد می گیرند و آموزش می بینند.

این فرآیند یادگیری به مدل های مختلف این گونه ربات ها اجازه می دهد تا به شیوه ای انسان مانند به درخواست های کاربر واکنش نشان دهند. به عنوان مثال، پردازش متون نمونه به چت بات های هوش مصنوعی اجازه می دهد تا مکالمات طبیعی با مشتریان داشته باشند.

در همین حال، ابزارهای تشخیص تصویر با یادگیری از مثال ها یاد می گیرند که موضوعات تصویر را به طور دقیق شناسایی کنند.

رایج ترین انواع هوش مصنوعی عبارتند از:

یادگیری ماشین: برنامه های یادگیری ماشین از الگوریتم هایی برای تجزیه و تحلیل داده های آموزشی و یادگیری از الگوها و همبستگی ها استفاده می کنند و آنها را قادر به انجام وظایف خاص می کنند. یک مدل با تجربه بهبود می یابد، بنابراین با یادگیری از داده های گذشته، دقت افزایش می یابد.

یادگیری عمیق: شبکه های یادگیری عمیق دارای شبکه های عصبی مصنوعی پیچیده ای هستند، شبیه به مغز انسان.

این شبکه ها می توانند الگوهای پیچیده را تشخیص دهند و پاسخ های روشنگرانه ای ارائه دهند. بنابراین، می توانند وظایفی را که معمولاً به هوش انسانی نیاز دارند، مانند خواندن تصاویر پزشکی یا شناسایی تهدیدات بالقوه در تصاویر ماهواره ای، انجام دهند.

پردازش زبان طبیعی: پردازش زبان طبیعی (NLP) نوعی یادگیری ماشینی است که به برنامه های کامپیوتری اجازه می دهد، زبان انسان را درک و استفاده کنند.

برنامه های NLP با حجم عظیمی از داده های زبان طبیعی آموزش می بینند تا بتوانند به روشی شبیه به انسان ارتباط برقرار کنند.

در حالی که بسیاری از ما هوش مصنوعی را با Chat GPT مرتبط می دانیم، فناوری های هوش مصنوعی در حال حاضر در بسیاری از ابزارهای روزمره تعبیه شده اند.

از بررسی زمان رفت و آمد خود در یک پلتفرم نقشه برداری وب مانند Google Maps گرفته تا تکمیل دستور زبان خود با نرم افزار ویرایش متن، احتمالاً شما در حال حاضر از هوش مصنوعی در زندگی روزمره خود استفاده می کنید.

چگونه هوش مصنوعی آینده کار را شکل می دهد؟

تقاضا برای مهارت های هوش مصنوعی در سال های اخیر به شدت افزایش یافته است و احتمالاً با پذیرش راه حل های هوش مصنوعی توسط مشاغل بیشتر و بیشتر، این روند ادامه خواهد یافت.

تعداد کارفرمایانی که به دنبال کارمندانی با سواد هوش مصنوعی هستند، بین سال های ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۰ ۵ برابر شده است و مهارت های هوش مصنوعی در طیف وسیعی از صنایع ضروری می شوند و آنها را به یک دارایی ارزشمند برای پیشرفت شغلی و حفظ رقابت در بازار کار به سرعت در حال تحول تبدیل می کند.

مشاغل مرتبط با هوش مصنوعی معمولاً ۲۱ درصد بیشتر از نقش های غیر هوش مصنوعی در همان شرکت حقوق دریافت می کنند.

مهارت های مربوط به هوش مصنوعی به ویژه در صورتی مفید است که قصد دارید در بخش های اطلاعات، خدمات حرفه ای، اداری یا مالی کار کنید.

بکارگیری هوش مصنوعی مزایای بالقوه متعددی را ارائه می دهد. این فناوری به خودکارسازی فرآیندهای تکراری مانند ورود داده ها برای بهبود بهره وری عملیاتی کمک می کند. هوش مصنوعی همچنین می تواند مجموعه داده های بزرگ را به سرعت پردازش و تجزیه و تحلیل کند و آن را قادر می سازد تا الگوها را شناسایی کرده و پیش بینی های منطقی برای کمک به تصمیم گیری قوی انجام دهد. برای برخی از مشاغل، استفاده از ابزارهایی مانند ربات های تماس و چت بات ها به ساده سازی تعاملات مشتری برای افزایش تعامل و رضایت کمک می کند.

کسب و کارهای متعددی از هوش مصنوعی برای بهبود تجربیات مشتری و افزایش رشد استفاده کرده اند. به عنوان مثال، جی.پی.مورگان و چیس پلتفرم OmniAI برنده جایزه را برای ارائه بینش های مالی دقیق توسعه داده اند. این مدل می تواند تجزیه و تحلیل های عمیق و جامعی از مجموعه داده های گسترده انجام دهد، هزینه های عملیاتی را کاهش دهد و توسعه سریع تر راه حل را ممکن سازد.



سامان جمشیدی
مدرس زبان انگلیسی
آکادمی سامان

استفاده از هوش مصنوعی در جهت بهبود تلفظ

عملکرد زبان آموز، الگوهای خطای او را شناسایی کرده و تمرین‌هایی متناسب با نیازهای فردی ارائه دهند. برای مثال، اگر زبان آموز در تلفظ صداهای خاصی مانند /θ/ یا /t/ مشکل داشته باشد، سیستم تمرین‌های هدفمندی برای همان صداها طراحی می‌کند. این رویکرد باعث صرفه‌جویی در زمان و افزایش بازدهی یادگیری می‌شود.

بازخورد فوری و کاهش اضطراب

تمرین تلفظ برای بسیاری از زبان آموزان با اضطراب همراه است، به ویژه زمانی که مجبور به صحبت کردن در جمع یا مقابل معلم هستند. هوش مصنوعی این مشکل را تا حد زیادی کاهش می‌دهد، زیرا زبان آموز می‌تواند بدون ترس از قضاوت شدن، بارها و بارها تمرین کند. دریافت بازخورد فوری نیز نقش مهمی در اصلاح سریع خطاها دارد و از تثبیت تلفظ نادرست جلوگیری می‌کند.

یادگیری مستقل و دسترسی آسان

ابزارهای مبتنی بر هوش مصنوعی امکان یادگیری مستقل را فراهم می‌کنند. زبان آموزان می‌توانند در هر زمان و مکانی، تنها با یک تلفن همراه یا رایانه، تلفظ خود را تمرین کنند. این ویژگی به خصوص برای افرادی که به کلاس‌های حضوری یا معلم خصوصی دسترسی ندارند بسیار ارزشمند

هوش مصنوعی با استفاده از فناوری‌هایی مانند پردازش زبان طبیعی (NLP)، تشخیص گفتار (Speech Recognition) و یادگیری ماشین (Machine Learning) می‌تواند گفتار زبان آموز را تحلیل کرده و آن را با تلفظ استاندارد مقایسه کند. این فناوری‌ها قادرند خطاهای تلفظی را در سطح صداها، تکیه (Stress)، آهنگ جمله (Intonation) و ریتم گفتار شناسایی کنند. برخلاف روش‌های سنتی که معمولاً به نظر معلم یا تقلید صرف از فایل صوتی متکی هستند، ابزارهای مبتنی بر AI بازخوردی دقیق، فوری و عینی ارائه می‌دهند.

ابزارهای مبتنی بر هوش مصنوعی برای بهبود تلفظ امروزه اپلیکیشن‌ها و پلتفرم‌های متعددی از هوش مصنوعی برای آموزش تلفظ استفاده می‌کنند. برنامه‌هایی مانند Elsa Speak، Google Pronunciation، Speechling و برخی قابلیت‌های پیشرفته در Duolingo به زبان آموز اجازه می‌دهند تلفظ خود را ضبط کرده و بلافاصله تحلیل آن را دریافت کنند. این ابزارها معمولاً با نمایش نمره تلفظ، مشخص کردن بخش‌های اشتباه کلمه و ارائه الگوی صحیح، فرایند یادگیری را شفاف‌تر می‌کنند.

تمرین شخصی‌سازی شده با AI

یکی از مهم‌ترین مزایای هوش مصنوعی در یادگیری تلفظ، امکان شخصی‌سازی تمرین‌ها است. سیستم‌های هوشمند می‌توانند با تحلیل

لقمه‌های یادگیری
این قسمت: خرید

How much is this?

قیمت این چنده؟

Do you have this in a different size?

اینو سایز دیگه‌ای هم دارید؟

Do you have this in another color?

این رنگ دیگه‌ای هم داره؟

I'm just looking, thanks.

فقط دارم نگاه می‌کنم، ممنون.

Can I try this on?

می‌تونم اینو امتحان کنم؟

Is this on sale?

این تخفیف خورده؟

It's too expensive.

خیلی گرونه.

I'll take it.

برش می‌دارم / می‌خرمش.

Can I pay by card?

می‌تونم با کارت پرداخت کنم؟

Do you accept cash?

پول نقد قبول می‌کنید؟

Is there a discount?

تخفیف داره؟

Can you lower the price?

می‌شه قیمتشو کمتر کنید؟

I'm looking for something cheaper.

دنبال چیز ارزون‌تر هستم.

What's your return policy?

شرایط پس دادن کالا چگونه؟

Can I get a receipt?

می‌تونم فاکتور / رسید بگیرم؟



است. علاوه بر این، بسیاری از این ابزارها از لهجه‌ها و گویش‌های مختلف پشتیبانی می‌کنند و زبان‌آموز را با تنوع تلفظ در زبان مقصد آشنا می‌سازند.

محدودیت‌ها و چالش‌ها

با وجود مزایای فراوان، استفاده از هوش مصنوعی در بهبود تلفظ بدون محدودیت نیست. برخی سیستم‌ها ممکن است تفاوت‌های ظریف لهجه‌ای را به درستی تشخیص ندهند یا تلفظ‌های قابل قبول اما غیراستاندارد را اشتباه تلقی کنند. همچنین، هوش مصنوعی هنوز نمی‌تواند به‌طور کامل جایگزین تعامل انسانی و بازخورد فرهنگی و ارتباطی معلم شود. بنابراین، بهترین نتیجه زمانی حاصل می‌شود که AI به عنوان مکمل روش‌های سنتی آموزش مورد استفاده قرار گیرد.

نتیجه‌گیری

هوش مصنوعی تحول بزرگی در یادگیری تلفظ ایجاد کرده و فرصت‌های جدیدی را پیش روی زبان‌آموزان قرار داده است. با ارائه بازخورد دقیق، تمرین‌های شخصی‌سازی شده و امکان یادگیری مستقل، این فناوری می‌تواند فرایند بهبود تلفظ را سریع‌تر و مؤثرتر کند. هرچند هوش مصنوعی به تنهایی کافی نیست، اما در کنار آموزش انسانی و تمرین مستمر، می‌تواند نقش بسیار مهمی در دستیابی به تلفظی روان و نزدیک به گویشوران بومی ایفا کند.



پرسش و پاسخ

اگر دآوری و ویرایش: نیلوفر فیاض |

مثل روال گذشته، قراره هر ماه با طرح به 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 کدوم از همکاران بانک سامان، به صورت روان تر جریان پیدا کنه و به دست همه خوانندگان نشریه سامان برسه.

پرسش این ماه:

به نظر شما تاب آوری بیشتر یک مهارت است یا یک ویژگی شخصیتی؟

● مجید عسگری

کارشناس ارشد مرکز تماس وصول مطالبات، مدیریت پیگیری مطالبات

مثل همه مهارت ها، تاب آوری نیز ذاتا در انسانها (کم یا زیاد) وجود دارد. و کاملاً بصورت اکتسابی و افزایش مهارتی قابل بهبود هست. بدینصورت که کاملاً قابل آموزش و تمرین می باشد و منجر به افزایش مهارت خواهد شد.

● الهام شکری

کارشناس فروش غیر حضوری، مدیریت جذب و فروش

تاب آوری هم یک مهارت است و هم می تواند به عنوان یک ویژگی شخصیتی در نظر گرفته شود. * به عنوان یک مهارت: * تاب آوری را می توان آموخت و پرورش داد. مهارتهایی مانند حل مسئله، تنظیم هیجانات، داشتن دیدگاه مثبت، و ایجاد شبکه های حمایتی، همگی به افزایش تاب آوری کمک می کنند. این مهارت ها با تمرین و تلاش قابل توسعه هستند. * به عنوان یک ویژگی شخصیتی: * برخی افراد به طور طبیعی ممکن است چارچوب شخصیتی داشته باشند که آن ها را نسبت به دیگران تاب آورتر کند. این ویژگی ها ممکن است شامل خوش بینی، انعطاف پذیری، و احساس عاملیت (یعنی باور به توانایی کنترل زندگی خود) باشد؛ بنابراین، درحالی که ممکن است برخی افراد به طور طبیعی تاب آورتر باشند، همه می توانند با یادگیری و تمرین، تاب آوری خود را افزایش دهند.

● حامد دورقی نژاد

بانکدار فروش، شعبه اروند

به نظر من تاب آوری ترکیبی از ویژگی شخصیتی و مهارت است، در وجود

همه به اندازه های مختلف تحمل و تاب آوری وجود دارد. اما برای بهره مندی از مزایای تاب آوری و گذر از شرایط دشوار، آموزش و تمرین لازم است. افراد با آموزش تاب آوری می توانند در مواجهه با شکست، دست از تلاش مجدد نکشند و تسلیم نشدن را فرا بگیرند، همچنین این افراد دارای شخصیتی جهت حل مسئله، خوش بین، انعطاف پذیر و... می باشند.

● محمد جعفرپور

کارشناس ارشد بررسی مطالبات در معرض ریسک، مدیریت پیگیری مطالبات

به نظر من تاب آوری بیشتر به مهارت های و ویژگی ذاتی! البته و همیشه هم تیپ شخصیتی روی تمام ویژگی های ما تأثیر داره اما تعیین کننده نهایی نخواهد بود. تحقیقات روان شناسی نشون می ده آدم ها می تونن با تمرین، تجربه و یادگیری، تاب آوری شون رو تقویت کنن. چیزهایی مثل خود آگاهی، انعطاف ذهنی و مدیریت استرس، قابل یادگرفتن هستن. برای همین می شه گفت تاب آوری بیشتر ساخته می شه تا این که فقط آن را داشته باشیم.

● مجتبی شجری

بانکدار فروش تخصصی، شعبه همدان

تاب آوری و هر آنچه در زیر مجموعه spiritual intelligence یا هوش معنوی قرار می گیرد قابلیت یادگیری دارد و ماهیتاً اکتسابی است. تنها بعدی از وجود انسان که ذاتی است هوش ذهنی است که از پدر و مادر به ارث می رسد و ثابت است و نظام خلقت ابعاد دیگری در وجود انسان به نهادینه گذاشته است که با پرورش آن از راه یادگیری و تمرین عدالت برقرار شود. این نظریه با کشف منطقه خدا در وجود انسان تحولات عمیق در علم روان شناسی ایجاد کرد که دقیقاً مرتبط با تصمیم گیری در فضای ابهام می باشد. کتاب های مانند ندای درون و مفاهیمی مانند شهود زاییده همین تفکر است.

موفق باشید

● سارا رمضی

بانکدار فروش، شعبه تهرانسر

به نظر من تاب‌آوری بیشتر شبیه به مهارت‌ها تا به ویژگی ذاتی شخصیت. درسته بعضی آدم‌ها ذاتاً راحت‌تر با سختی‌ها کنار میان، اما اصل ماجرا اینه که تاب‌آوری باتجربه، تمرین و یادگیری قوی‌تر می‌شه. یعنی چیزی نیست که فقط داشته باشی یا نداشته باشی؛ می‌تونی بسازیش و رشدش بدی

● رویا قهری صارمی

معاون شعبه، شعبه شهرک اکباتان

تاب‌آوری بیش از آنکه یک ویژگی ثابت شخصیتی باشد، یک مهارت قابل پرورش است که باتجربه، آموزش و تمرین، تقویت می‌شود. البته تفاوت‌های فردی و ویژگی‌های شخصیتی می‌توانند بر نقطه شروع افراد اثر بگذارند.

● بهزاد شریفی

بانکدار عملیات، شعبه مرزداران

هم یک ویژگی شخصیتی هست و هم مهارتی آموختنی پرورش این مهارت نیاز به تجربه ناراحتی، سختی و درد داره و بعد عبور از این موارد هست در واقع تعامل فردی و محیط هست و از طریق آموزش و یادگیری و تجربه حاصل میشه - تاب‌آوری واقعی ریشه در خانه دارد و از خانه آغاز می‌شود - تاب‌آوری توانایی ادامه‌دادن است و برگشت‌پذیری ندارد

● علی توسن

بانکدار فروش، شعبه بازار کفاشها

به نظر من تاب‌آوری فقط یک مهارت فردی نیست و به‌شدت به شرایط محیطی و اجتماعی یک جامعه هم گره خورده. وقتی یک جامعه با بی‌ثباتی اقتصادی، فشار معیشتی، نااطمینانی نسبت به آینده و استرس‌های مزمن روبه‌روست، انتظار تاب‌آوری بالا از افراد بدون فراهم بودن زیرساخت‌های حمایتی، عملاً منصفانه نیست. در چنین شرایطی، افراد بیشتر انرژی‌شان صرف «دوام‌آوردن» می‌شه تا رشد کردن. برعکس، در جوامعی که عدالت نسبی، حمایت اجتماعی، امید به آینده و شفافیت در تصمیم‌گیری‌ها وجود داره، تاب‌آوری به‌طور طبیعی تقویت می‌شه و حتی تبدیل به یک رفتار جمعی می‌شه نه فقط تلاش فردی. بنابراین تاب‌آوری حاصل تعامل فرد، سازمان و جامعه‌ست، نه فقط ویژگی شخصیتی، نه صرفاً مهارت فردی، بلکه نتیجه شرایطی که آدم‌ها توش زندگی و کار می‌کنند.

● آرینا نوبری

کارشناس پاسخگویی به مراجع قانونی، مدیریت حقوقی

تاب‌آوری هم ویژگی شخصیتی است و هم مهارت اکتسابی. بخشی از تاب‌آوری به عوامل زیستی و صفات شخصیتی مثل ثبات هیجانی و خوش‌بینی مربوط است. بخش مهم‌تر آن شامل مهارت‌های قابل آموزش مانند تنظیم هیجان، حل مسئله و بازسازی شناختی است. تاب‌آوری یک سازه پویاست که تحت تأثیر ژنتیک، محیط و یادگیری در طول زمان تغییر می‌کند

● مریم بیدی

رئیس شعبه، شعبه دولت

به نظر من تاب‌آوری هم مهارت‌ها، هم تا حدی ویژگی شخصیتی - ولی بخش مهارت‌اش خیلی پررنگ‌تره به نظر من تاب‌آوری بیشتر یک مهارت قابل یادگیریه تا یک ویژگی ثابت شخصیتی، چون تاب‌آوری از چیزهایی ساخته می‌شه که می‌تونن تمرین بشن: مثل تنظیم هیجان‌ها، حل مسئله و... که همه این‌ها با آموزش، تجربه و تمرین بهتر می‌شن. بعضی ویژگی‌های شخصیتی (مثل خوش‌بینی، انعطاف‌پذیری شناختی یا برون‌گرایی) می‌تونن شروع مسیر رو آسون‌تر کنن، ولی تعیین‌کننده نهایی نیستند. آدم‌های درون‌گرا یا حساس

هم می‌تونن بسیار تاب‌آور باشند.

● محمد شاهماری نمین

مسئول دفتر، مدیریت حراست

به نظر ترکیبی از هر دوهست؛ چون بعضی از افراد ذاتاً خوش‌بین هستند یا ذاتاً استرس ندارد به همین دلیل در مقابل سختی‌ها مقاوم‌تر هستند از طرفی به مهارت هم محسوب میشه چون میتونیم تفکر انعطاف‌پذیر یا قدرت حل مسئله یا همسو کردن نیازها با شرایط (رهبری موقعیتی) رو یاد بگیریم.

● زهرا پروینی قریق

کارشناس پاسخگویی به مراجع قانونی، مدیریت حقوقی

به نظر من تاب‌آوری نه تنها یک ویژگی شخصیتی و ذاتی است؛ بلکه یک مهارت نیز محسوب می‌شود که می‌توان آن را آموخت و تقویت کرد. این مهارت به افراد کمک می‌کند تا در مواجهه با چالش‌ها و بحران‌ها، به‌جای تسلیم‌شدن، به بازسازی خود پرداخته و در برابر بحران، به‌عنوان یک سکوی پرتابی برای رشد عمیق‌تر شخصیتی خود استفاده کنیم.

● امیرعلی همتی

کارمند عیب‌یاب خودپرداز، اداره نقود و اوراق بهادار

تاب‌آوری به کم تو شخصیت آدم هست، ولی بیشترش یادگرفتنی هست. یعنی بعضی‌ها ذاتاً جون‌سخت‌ترن، اما واقعیت اینه که زندگی زمین‌خوردن و تجربه، آدم رو تاب‌آور می‌کنه؛ نه صرفاً تیپ شخصیتی.

● داریوش جهانگیرمقدم

بانکدار فروش تخصصی، شعبه حافظ اصفهان

نگاه به تاب‌آوری به‌عنوان یک ویژگی شخصیتی و صفت ذاتی، خطایی است که به‌جای توانمندسازی، با سلب مسئولیت از فرد، او را به قربانی منفعل شرایط تبدیل می‌کند و ناتوانی او را توجیه می‌کند. تاب‌آوری، یک توانمندی و تخصص کاملاً اکتسابی، آگاهانه و یک مهارت سطح بالا است که از ترکیب الگوهای فکری دقیق، رفتارهای تمرین‌شده و تصمیم‌های سنجیده‌شده در زمان مواجهه با چالش‌ها به دست می‌آید. ما تاب‌آوری «داریم» چون آن را ساخته‌ایم، پروانده‌ایم و به آن متعهد مانده‌ایم نه چون صرفاً با آن متولد شده‌ایم. تاب‌آوری، مهارت واکنش نیست، مهارت ایستادن، بازتعریف موقعیت و انتخاب آگاهانه مسیر است.

● علیرضا مقدسی

بانکدار فروش تخصصی، شعبه بازار

به نظر من تاب‌آوری بیشتر یک مهارت ولی به شخصیت افراد هم بستگی دارد. تاب‌آوری میشه اینطوری ازش نام برد که چطور با شرایط فشار، شکست، تغییر کنار بیایم. اینها را میشه یاد گرفت و تمرین کرد تا تقویت شود. مثل حل مسئله و تنظیم هیجان...

● مرتضی افشار

کارشناس ارشد بررسی مطالبات در معرض ریسک، مدیریت پیگیری مطالبات
به نظر من تاب‌آوری امری اکتسابی بوده و تمرین‌های ذهنی مختلفی، برای تقویت آن می‌توان انجام داد. به نظر منظم بودن ذهن به افزایش تاب‌آوری کمک شایانی می‌نماید. دوری از هیجانات و تکیه بر عقلانیت از مهم‌ترین ویژگی‌های شخصی است که این توانایی را در خود نهادینه کرده است.

● زینب پرویزی

کارشناس پشتیبانی عملیات بانکی، مدیریت پشتیبانی فروش

به نظر من تاب‌آوری هم ویژگی شخصیه هم مهارت اکتسابی؛ بعضی‌ها باهانش به دنیا میان، ولی همه می‌تونن تقویتش کنن. یعنی بتونی انعطاف و بازسازی بعد از هر مشکلی داشته باشی، نه تحمل بی‌پایان

Empty Your Cup: Why We Have Low Self-Esteem and How Mindfulness Can Help

نویسنده: یونگ کانگ چان

مترجم: نجمه سالاری

درجه محبوبیت در سایت گود ریدز ۳.۷ از ۵



مهرناز تباری |
کارشناس مدیریت روابط عمومی
و صدای مشتریان |



تحسین کرده‌اند. برخی منتقدان تأکید کرده‌اند که امتیاز اصلی کتاب در این است که ذهن‌آگاهی را نه به عنوان یک مفهوم انتزاعی، بلکه به صورت یک مسیر عملی و قابل تمرین ارائه می‌دهد. کاربران نیز در بازخوردهای خود اشاره کرده‌اند که کتاب، به جای ایجاد تغییرات هیجانی کوتاه‌مدت، به شکل تدریجی باعث افزایش خودآگاهی، آرامش ذهن و بهبود رابطه‌ی فرد با خود می‌شود.

از نگاه کافه کتاب، یکی از نقاط قوت مهم این اثر، تأثیر غیرمستقیم آن بر تقویت عزت‌نفس است. تمرین‌های کتاب به خواننده می‌آموزند

درباره کتاب

کتاب فنجان ذهنت را خالی کن تجربه‌ای شبیه به شرکت در یک فرایند مشاوره هفت جلسه‌ای ساختارمند را برای خواننده رقم می‌زند. هر بخش از کتاب، مانند یک جلسه مستقل اما پیوسته، به خواننده کمک می‌کند تا به تدریج با الگوهای ذهنی خود آشنا شود، واکنش‌های درونی‌اش را بشناسد و مهارت مواجهه آگاهانه با افکار را تمرین کند.

منتقدان حوزه‌ی روان‌شناسی و توسعه‌ی فردی، این کتاب را به دلیل پشتوانه‌ی علمی معتبر و پرهیز از ساده‌سازی افراطی مفاهیم ذهن‌آگاهی

که ارزش شخصی خود را وابسته به افکار گذرا، اشتباهات روزمره یا فشارهای محیط کاری نکند. نتیجه این فرایند، کاهش خود سرزنشی، افزایش پذیرش فردی و شکل‌گیری نوعی اعتماد درونی پایدار است؛ همان اثری که معمولاً پس از چند جلسه مشاوره حرفه‌ای انتظار می‌رود. در مجموع، این کتاب نه وعده تغییرات ناگهانی می‌دهد و نه نسخه‌های ساده‌انگارانه ارائه می‌کند؛ بلکه مسیری آرام، تدریجی و قابل‌اتکا برای بهبود کیفیت ذهن و افزایش ثبات روانی پیشنهاد می‌دهد — مسیری که به‌ویژه برای مخاطبان شاغل در محیط‌های کاری پرفشار، کاربردی و قابل‌تأمل است.

این کتاب مناسب چه کسانی است؟

- کارمندانی که در طول روز با حجم بالایی تصمیم‌گیری، تمرکز و مسئولیت مالی سروکار دارند
- افرادی که دچار خستگی ذهنی، استرس مزمن یا نشخوار فکری بعد از ساعات کاری می‌شوند
- مدیران و کارشناسانی که به دنبال افزایش تمرکز، آرامش ذهن و کیفیت حضور در لحظه هستند
- کسانی که به مباحث توسعه فردی علاقه دارند، اما از کتاب‌های شعاری و اغراق‌آمیز فاصله می‌گیرند

چکیده از کتاب

کتاب فنجان ذهنت را خالی کن بر این اصل بنا شده که فشار روانی، استرس و فرسودگی ذهنی بیش از آنکه حاصل شرایط بیرونی باشند، نتیجه شیوه مواجهه ذهن ما با افکار است. ذهنی که مدام در حال تحلیل، قضاوت و پیش‌بینی است، به تدریج از لحظه حال فاصله می‌گیرد و همین فاصله، منشأ خستگی و آشفتگی ذهنی می‌شود. نویسندگان کتاب، به جای توصیه به مثبت‌اندیشی یا کنترل سخت‌گیرانه افکار، رویکرد ذهن‌آگاهی را پیشنهاد می‌کنند؛ رویکردی که بر مشاهده آگاهانه تجربه‌های ذهنی تمرکز دارد. در همین چارچوب، مسیر عملی کتاب در قالب هفت مرحله خالی کردن فنجان ذهن ارائه می‌شود:

۱. آگاه شدن از وضعیت ذهن
۲. تشخیص الگوهای فکری خودکار
۳. شناخت افکاری که به صورت ناخودآگاه و تکرارشونده ظاهر می‌شوند، بدون آنکه واقعی یا الزاماً درست باشند.
۴. مکث و توقف آگاهانه
۵. ایجاد یک فاصله کوتاه بین فکر و واکنش؛ توقفی ساده اما تعیین‌کننده.
۶. مشاهده افکار بدون قضاوت
۷. دیدن فکرها همان‌طور که هستند، نه خوب و نه بد؛ فقط به عنوان رویدادهای ذهنی.
۸. پذیرش تجربه ذهنی
۹. قبول آنچه در ذهن و بدن رخ می‌دهد، بدون مقاومت یا تلاش برای تغییر فوری.
۱۰. رهاکردن درگیری با فکرها
۱۱. کنار گذاشتن میل به تحلیل بیش از حد، جنگ ذهنی یا غرق شدن در

افکار.

۷. بازگشت آگاهانه به لحظه حال

تمرکز دوباره بر نفس، بدن یا فعالیت جاری و حضور کامل در اکنون. تمرین‌های کتاب کوتاه، تدریجی و کاملاً کاربردی‌اند و به گونه‌ای طراحی شده‌اند که بتوان آن‌ها را در دل یک روز کاری شلوغ — از جمله محیط‌های مالی و بانکی — به کار گرفت. پیام نهایی کتاب روشن است: آرامش ذهنی نتیجه حذف فکرها نیست؛ حاصل تغییر رابطه ما با آن‌هاست.

درباره نویسنده

Yong Kang Chan نویسنده و مدرس حوزه ذهن‌آگاهی است که تمرکز اصلی فعالیت‌هایش بر موضوع عزت‌نفس، خودآگاهی و کاهش خود انتقادی در زندگی مدرن قرار دارد. او بیش از آنکه از مسیر آکادمیک صرف وارد شود، از تجربه زیسته، آموزش عملی و کار با مخاطبان عمومی بهره می‌گیرد؛ همین موضوع باعث شده آثارش برای طیف گسترده‌ای از خوانندگان — به‌ویژه افراد شاغل در محیط‌های کاری پرفشار — قابل‌فهم و قابل‌استفاده باشد.

کتاب Empty Your Cup: Why We Have Low Self-E – teen and How Mindfulness Can Help ادبی یا روان‌شناسی رسمی بین‌المللی نشده، اما جایگاه خود را از مسیر دیگری به دست آورده است:

استقبال پایدار مخاطبان، امتیاز قابل قبول در Goodreads و بازخورد مثبت خوانندگان حرفه‌ای و غیر حرفه‌ای. منتقدان و مراجع معرفی کتاب، این اثر را در دسته کتاب‌هایی قرار می‌دهند که:

- به جای نظریه پردازی سنگین، بر کاربرد عملی ذهن‌آگاهی تمرکز دارند
- عزت‌نفس را نه به عنوان یک ویژگی ذاتی، بلکه به عنوان مهارتی قابل تمرین معرفی می‌کنند
- از ادبیات اغراق‌آمیز رایج در کتاب‌های خودیاری فاصله می‌گیرند
- بسیاری از بررسی‌ها نشان می‌دهند که این کتاب بیش از آنکه بر الهام‌های کوتاه مدت تکیه داشته باشد، به تدریج نگرش خواننده را شکل می‌دهد؛ رویکردی که معمولاً در کتاب‌های ماندگار این حوزه دیده می‌شود، نه در آثار پرفروش زودگذر.

منبع انگلیسی

<https://www.goodreads.com/en/book/show/35231515-empty-your-cup>

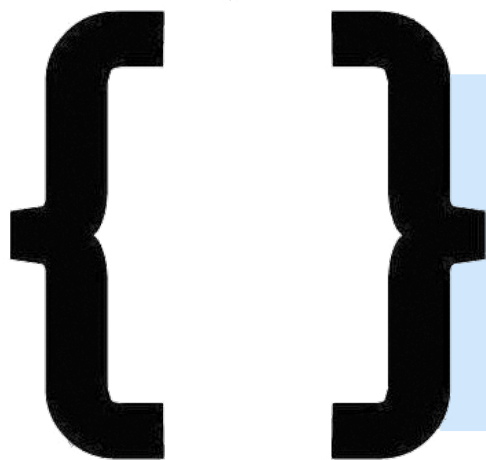


منبع فارسی

bookcofe.ir



کافه تک



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

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

| مهرناز تباری |

| کارشناس مدیریت روابط عمومی و صدای مشتریان |

مخاطبان کافه تک — چه کاربران حرفه‌ای و چه افرادی که به دنبال راه‌حل‌های سریع و کم‌دردسر هستند — می‌توانند این فهرست را به عنوان یک مرجع دم‌دستی در نظر بگیرند؛ مجموعه‌ای که کمک می‌کند امور مالی، خرید و فروش، یادگیری، سرگرمی و خدمات شهری با کمترین اصطکاک دیجیتال و بدون پیچیدگی‌های غیرضروری انجام شود. هدف این انتخاب‌ها، تسهیل تجربه دیجیتال و نزدیک‌تر کردن فناوری به نیازهای واقعی کاربران است.

جعبه‌ابزار آنلاین؛ دسترسی سریع به خدماتی که واقعاً به کار می‌آیند

در این بخش از «کافه تک»، تلاش کرده‌ایم مجموعه‌ای از سرویس‌ها و ابزارهای دیجیتال را کنار هم قرار دهیم که در زندگی روزمره بیشترین کاربرد را دارند و مسیر دسترسی به آن‌ها کوتاه، شفاف و قابل اتکا است. این جعبه‌ابزار آنلاین با نگاه عملیاتی انتخاب شده؛ نه صرفاً بر اساس محبوبیت، بلکه بر مبنای کارایی واقعی، سادگی استفاده و سرعت دسترسی.

نام سرویس	کاربرد	لینک مستقیم	لینک QR Code
دیوار	خرید و فروش کالاهای نو و دست‌دوم، پیدا کردن خدمات محلی (تعمیرکار، مشاور، آموزش، ملک) و حتی راه‌اندازی یک فروشگاه کوچک داخل پیج برای معرفی محصول، قیمت‌گذاری و فروش مستقیم. مناسب وقتی که می‌خواهی سریع و بی‌دردسر با مخاطب محلی ارتباط بگیری و بدون سایت فروشگاهی، با اینترنت ضعیف هم معاملات راه بیفتد.	divar.ir	
موبایل‌ت	امکان پرداخت اقساط و مدیریت تسهیلات، درخواست و مدیریت دسته‌چک، ثبت درخواست آنلاین دستگاه کارت‌خوان، پرداخت قبوض و خرید شارژ و بسته اینترنت را به صورت یکپارچه فراهم می‌کند و با کاهش نیاز به مراجعه حضوری، انجام امور بانکی روزمره را سریع، امن و ساده می‌سازد.	www.sb24.ir/ mobillet	
شیپور	ثبت و جست‌وجوی آگهی‌های محلی با تمرکز روی معاملات ساده و سریع	sheypoor.com	

نام سرویس	کاربرد	لینک مستقیم	لینک QR Code
۷۲۴	یک سوپراپلیکیشن خدمات مالی و عمومی است که علاوه بر کارت به کارت، پرداخت قبوض، خرید شارژ و بسته اینترنت، امکان استعلام و پرداخت خلافی و عوارض خودرو، خدمات مرتبط با دستگاه‌های کارت‌خوان، اعتبارسنجی و ثبت درخواست وام و پیگیری برخی خدمات قضایی را به صورت یکپارچه و غیر حضوری فراهم می‌کند.	724.ir/download	
طاقچه	کتاب و مجله دیجیتال، مطالعه کتاب و مجله الکترونیکی با امکان دانلود و استفاده آفلاین. ایدئال برای زمانی که اینترنت قطع می‌شود؛ ولی مطالعه نباید متوقف شود.	taaghche.com	
فیدیبو	کتاب الکترونیکی و صوتی، خرید و مطالعه کتاب‌های الکترونیکی و صوتی، به‌ویژه کتاب‌های جدید و تخصصی. مناسب دانشجویان و کسانی که کتاب صوتی را در رفت و آمد ترجیح می‌دهند.	fidibo.com	
فرادرس	آموزش آنلاین مهارت‌های تخصصی مثل برنامه‌نویسی، مهندسی، مالی و دانشگاهی. مزیت اصلی: امکان دانلود آموزش‌ها و یادگیری بدون نیاز به اینترنت دائم.	faradars.org	
فیلیمو	تماشای آنلاین و دانلود قانونی فیلم و سریال ایرانی و خارجی. گزینه‌ای قابل اتکا برای سرگرمی در شرایطی که دسترسی به پلتفرم‌های خارجی سخت است.	filimo.com	
نماوا	پلتفرم پخش فیلم و سریال با تمرکز بر محتوای اختصاصی. مناسب خانواده‌ها و کاربرانی که دنبال تجربه ساده و پایدار هستند.	namava.ir	
شنوتو	پادکست فارسی، دسترسی به پادکست‌های فارسی با امکان دانلود کامل. برای استفاده در مسیر، زمان قطعی اینترنت یا شنیدن محتوا بدون مصرف مداوم دیتا.	shenoto.com	
بلد	نقشه و مسیریابی، مسیریابی شهری، نمایش ترافیک و اطلاعات محلی با مصرف اینترنت کم. مناسب استفاده روزمره در شهرهای بزرگ و مسیرهای پرتردد.	balad.ir	
نشان	نقشه و مسیر، نقشه و مسیریابی با تمرکز بر جزئیات محلی و آدرس‌دهی دقیق. برای راننده‌ها و کاربرانی که دنبال مسیرهای بهینه‌تر هستند، گزینه قابل اعتماد.	neshan.org	



حیات پرندگان تهران وابسته به جریان رودخانه‌ها است

| سجاد زارعیان راهنمای پرندنگری و تسهیلگر کودک و طبیعت |

کشور ایران از تنوع زیستی بالایی در حوزه پرندگان برخوردار است؛ به‌طوری‌که بیش از ۵۸۰ گونه پرند در آن به‌ثبت رسیده است. لازم به ذکر است که بخش اعظم این پرندگان، یعنی بیش از دوسوم مجموع گونه‌ها، پرندهای مهاجر محسوب می‌شوند. همچنین تعداد قابل‌توجهی از این پرندگان، چه بومی و چه مهاجر، وابسته به زیستگاه‌های آبی هستند. این زیستگاه‌ها شامل طیف وسیعی از منابع آبی مانند رودخانه‌ها، دریاها، تالاب‌ها و سایر پهنه‌های آبی حیاتی هستند که پرندگان در طول سال از آنها برای بقا و گذراندن چرخه زندگی خود استفاده می‌کنند.

اگر بخواهیم به‌صورت مشخص به این موضوع بپردازیم که کم‌آبی چه تأثیرات مخربی بر جمعیت پرندگان بومی و مهاجر خواهد گذاشت، می‌توانیم بحث را با بررسی شرایط کلانشهر تهران آغاز کنیم. در محدوده شهر تهران، ما دارای زیستگاه‌های آبی مختلفی از جمله رودخانه‌ها هستیم که نقش حیاتی در اکوسیستم شهری ایفا می‌کنند. به‌عنوان یک مثال ملموس، می‌توان به اکوپارک در رود دره فرحزاد اشاره کرد که یک زیستگاه آبی ارزشمند برای پرندهای آبی‌زی به‌شمار می‌رود. علاوه بر این، سایر رودخانه‌هایی که از شمال تهران سرچشمه می‌گیرند و به داخل شهر جریان پیدا می‌کنند، برای این پرندگان بسیار مهم هستند. در این رودخانه‌ها، ما شاهد حضور پرندهای بومی مختلفی هستیم که زندگی‌شان به وجود آب وابسته است. برای مثال می‌توان به پرندگانی همچون زیرآبروک، دم‌جنبانک‌های ابلق و خاکستری و همچنین پرند زبانی ماهی‌خورک اشاره کرد. این پرندگان، تمامی نیازهای حیاتی خود اعم از تغذیه، زیستگاه و آشیانه‌سازی را در کنار این رودخانه‌ها تأمین می‌کنند و حیات‌شان کاملاً وابسته به این زیستگاه‌های آبی است.

برای تفصیل بیشتر درباره اکوپارک رود دره فرحزاد، باید گفت؛ این مکان میزبان پرندگانی است که زیستگاه رودخانه‌ای را ترجیح می‌دهند. در این پارک، دم‌جنبانک خاکستری حضور فعالی دارد که در کنار رودخانه، از حشرات و شاپرک‌هایی که در مجاورت آب زندگی می‌کنند، تغذیه می‌کند و غذای اصلی خود را مستقیماً از اکوسیستم رودخانه به‌دست می‌آورد. این دم‌جنبانک خاکستری به‌عنوان نماد جانوری اکوپارک فرحزاد شناخته می‌شود. در سطح شهر تهران، کانال‌های آب و رودخانه‌ها، زیستگاه‌های اصلی انواع دم‌جنبانک‌ها محسوب می‌شوند و این گونه را می‌توان در نقاط مختلف شهر مشاهده کرد. واضح است که تشدید کم‌آبی در این منابع، می‌تواند زندگی

این پرندگان را به‌طور جدی تهدید کرده و منجر به کاهش قابل‌توجه جمعیت پرندهای بومی تهران شود.

اکنون که در فصل مهاجرت پرندگان قرار داریم، باید به گونه‌های مهاجر نیز توجه کنیم. یکی از مهم‌ترین پرندهای مهاجری که با جمعیت انبوهی وارد ایران می‌شود، کاکایی‌ها هستند. این پرندگان از عرض‌های جغرافیایی شمالی، مانند سیبری و روسیه به‌سمت عرض‌های جنوبی ایران حرکت می‌کنند. شهر تهران نیز میزبان این کاکایی‌ها است؛ آنها در کانال‌های آب مختلف، زیستگاه‌های آبی پراکنده و دریاچه چیتگر مشاهده می‌شوند و منابع غذایی خود را در این مکان‌ها پیدا می‌کنند. اگرچه ماهی‌ها غذای مورد علاقه و مطلوب کاکایی‌ها هستند، اما آنها دارای رژیم غذایی گسترده‌ای هستند و از سایر مواد غذایی نیز تغذیه می‌کنند.

دریاچه چیتگر را می‌توان مهم‌ترین زیستگاه آبی در سطح شهر تهران دانست که در فصل سرما میزبان تعداد زیادی از پرندهای مهاجر است. از جمله گونه‌های مهمی که در این زیستگاه مشاهده می‌شوند، می‌توان به انواع کاکایی‌ها، باکلان‌ها، انواع مرغابی‌ها، اردک سرسبز و اردک ماهی‌خوار اشاره کرد. خوشبختانه، در حال حاضر استان تهران هنوز تالاب‌هایی دارد که به‌طور کامل خشک نشده‌اند و همچنان میزبان پرندگان متنوعی هستند. برای نمونه، تالاب عشق‌آباد وجود دارد که هرچند عمدتاً برای کاربرد ماهیگیری استفاده می‌شود، اما در فصل سرما به‌عنوان یک پناهگاه، میزبان پرندگان متنوع زیادی است.

کم‌آبی به‌طور مستقیم زندگی و زیستگاه تعداد بسیار زیادی از پرندگانی که حیات‌شان وابسته به آب است را به‌خطر می‌اندازد. بنابراین، حفاظت از این زیستگاه‌ها یک ضرورت حیاتی محسوب می‌شود؛ نه تنها برای بقا و حفظ تنوع پرندگان، بلکه همچنین برای انسان‌هایی که در مجاورت این منابع آبی زندگی می‌کنند. در شمال تهران، بسیاری از مردم در حاشیه رودخانه‌ها سکونت دارند و همین زیستگاه‌های آبی، مکان زندگی و پناهگاه انواع پرندگان بومی و مهاجر هستند.

علاوه بر این، این زیستگاه‌های آبی برای سایر پرندگانی که در مجاورت رودخانه و در مناطق کوهستانی زندگی می‌کنند نیز، دارای اهمیت ثانویه هستند. در واقع، پرندگان کوهستانی برای مصرف آب و آب‌خوری به این رودخانه‌ها پناه می‌آورند و از بین رفتن این منابع آبی، زندگی آنها را نیز به‌طور غیرمستقیم به‌خطر می‌اندازد.



راه نجات مناطق خشک مرکزی ایران

| خسرو رفیعی کارشناس حوزه آب |

بحران آب هر روز بیشتر از روز قبل می‌شود و کشور را دچار مشکلات بیشتری می‌کند. هشدارهای کارشناسان نیز تا امروز مانع از اقدامات افزایش دهنده دامنه این بحران نشده است.

با وجود تمام هشدارها، دریاچه ارومیه را خشک کردیم، سال‌هاست که دیگر زایشی در زاینده رود وجود ندارد و روز به روز در وضع وخیم‌تری قرار می‌گیرد. شاهد فرونشست فاجعه بار در استان اصفهان، فارس، تهران و دیگر مناطق کشور هستیم و با استفاده بی‌رویه و بدون برنامه از منابع زیرزمین، کمر همت به از بین بردن این مناطق بسته‌ایم و ذخیره آبی این دشت عظیم را نابود کرده‌ایم.

در چند ساله اخیر زمین با افزایش گازهای گلخانه‌ای، تشدید روند گرمایش کره زمین و تغییرات اقلیمی، با خشکسالی پیاپی مواجه شده و با وجود آگاهی از موقعیت ایجاد شده خود را به خواب زده و موضوع را به فراموشی سپرده‌ایم.

از سویی افزایش میانگین دما، کاهش متوسط بارندگی و کاهش منابع آب را در پی داشته و از سوی دیگر، منابع مشترک آب‌های سطحی به دلیل عدم رعایت حقایق‌های ایران از طرف کشورهای همسایه با مشکلات جدی مواجه است.

دریای مازندران، رودخانه‌های بزرگ کرخه و کارون، رودخانه ارس، رودخانه اترک و رودخانه هیرمند تحت تاثیر شرایط یاد شده قرار گرفته و با کم آبی و بی‌آبی مواجه شده‌اند.

پیش‌آمد شرایط موجود از دهه‌ها قبل قابل پیش‌بینی بود و کارشناسان و متخصصان بارها نسبت به ضرورت مدیریت آب هشدارهای لازم را داده بودند. همایش‌ها و سمینارهای بسیاری نیز با محوریت مدیریت منابع آب، پایداری حفظ محیط‌زیست، کاهش مصرف آب در بخش‌های مختلف کشاورزی، صنعت و شرب برگزار شده و نظرات متعددی از سوی کارشناسان این حوزه عنوان شده که البته هیچ کدام دستاورد قابل توجهی نداشته‌اند.

شرایط امروز آبی ایران درحالی رخ داده که کشور ما از نظر موقعیت استراتژیک و اقلیمی یکی از کشورهای بی‌نظیر در کره زمین است؛ با وسعتی برابر یک میلیون ۶۴۸ هزار کیلومتر مربع از شمال تا جنوب از شرق تا غرب با دارا بودن آب و هوای متغیر، اقلیم‌های متفاوت، فرصت‌های ارزشمندی را برای بخش‌های کشاورزی و صنعت ایجاد کرده است. از سوی دیگر با توجه به وسعت جغرافیایی و تنوع اقلیمی، ایران دارای مناطق خشکی مانند کویر لوط و کویر نمک هم هست.

علاوه بر موارد یاد شده، توان منابع آبی کشور پاسخگوی توسعه شهری متناسب با رشد جمعیت شهرهای واقع در اقلیم خشک و نیمه خشک نیست. تهران، اصفهان، شیراز، یزد و کرمان و زاهدان از جمله شهرهای حساس به آب هستند. در جهان هم شهرهایی مانند قاهره، پکن، مکزیکو سیتی و لس آنجلس و کالیفرنیا از جمله شهرهای حساس به آب به شمار می‌روند و اعمال سیاست‌های مقابله با کم آبی در این شهرها مختص ایران نیست.

شهرهای حساس به آب در ایران به سه دسته تقسیم می‌شوند شهرهایی مانند تهران، اصفهان، مشهد که به دلیل رشد بی‌رویه جمعیت با فاجعه بی‌آبی روبه‌رو شده‌اند.

شهرهای کویری مانند یزد، زاهدان و کرمان نیز به طور کلی با کمبود منابع آب سطحی و زیرزمینی از دیرباز روبه‌رو بوده‌اند. و سوم شهرهایی که در معرض تغییرات اقلیمی و آلودگی منابع آب هستند مانند اهواز، ارومیه و تبریز.

بحران و فاجعه کمبود آب در این سه دسته بسیار سنگین است و بر اساس تعاریف جهانی شهرهای واقع در مناطق خشک در صورتی که دارای جمعیت بالاتر از ظرفیت منابع آبی باشند، در دسته شهرهای حساس به آب قرار می‌گیرند. نکته قابل تأمل آنکه در این شهرها با وجود تمام هشدارها و نبود ظرفیت کافی برای ایجاد صنایع، هم توسعه صنعتی با عدم مدیریت صحیح زخ داده و هم توسعه کشاورزی به بیراهه رفته؛ از سوی دیگر رشد جمعیت بدون توجه به موقعیت سرزمین و محیط‌زیست، فاجعه کمبود آب را دوچندان کرده است.

هرچند که علیرغم نظرات دیگر متخصصان، نگارنده بر این باور است که اگر بخش کشاورزی کشور به خوبی دیده شود و به فناوری‌های روز مجهز و از آن به خوبی استفاده و کشاورزان را برای بهبود کشاورزی آموزش دهیم در این بخش دارای موقعیت کم‌نظیری هستیم. حتی می‌توان علاوه بر تامین

نیاز داخلی به ارزآوری از محل صادرات نیز رسید.

تحقق این هدفگذاری نیازمند بهره از فناوری‌های جدید و اجرای برنامه‌هایی مانند باز چرخانی آب، استفاده از آب خاکستری و ایجاد تصفیه‌خانه‌های فاضلاب و فرهنگ‌سازی برای اصلاح الگوی مصرف است که مدیریت بخش آب از آن غفلت کرده و راه‌های پیشنهادی را اجرا نکرده است.

اگر آب به حد وفور از دریای عمان به مرکز کشور منتقل شود، کشاورزی شهرهای حساس به آب نجات پیدا می‌کند، اشتغال دوچندان می‌شود، منابع زیرزمینی جان می‌گیرد، صنایع رشد کرده، کارخانه‌ها فعال و سطح بیکاری به طور چشمگیری از بین می‌رود و استقلال کشور با مشکل بیشتری روبه‌رو نخواهد شد.

همچنین استان‌هایی مانند کرمان، اصفهان و یزد به این آب نیاز دارند و تهران و استان البرز نیز می‌توانند با توجه به تمام محدودیت‌ها از این آب بهره‌مند شود. این درحالی است که اجرای پروژه انتقال آب از دریای مازندران قابل تأیید نیست. این طرح انتقال گناهی نابخشودنی است و شهرهای شمالی کشور را هم به شهرهای حساس به آب اضافه می‌کند.

برای تحقق اهداف یاد شده رسانه‌ها، آموزش و پرورش، وزارت فرهنگ، وزارت علوم و همه بخش‌ها به ویژه صدا و سیما باید بخش بزرگی از برنامه‌های خود را به آموزش استفاده صحیح از آب اختصاص دهند.

جان کلام آنکه بر تعداد شهرهای حساس به آب روز به روز افزوده می‌شود. باید با برنامه‌ریزی صحیح کمر همت برای نجات این شهرها ببندیم و با برنامه‌ریزی دقیق مانع از افزایش تعداد این شهرها شویم. اگر به فکر ایران هستیم باید برای نجات شهرهای حساس به آب عجله کنیم.



زیست‌بوم نحیف هوش مصنوعی ایران

| حمیدرضا قدمان کارشناس اقتصاد دیجیتال |

سکوی ملی و اپراتور هوش مصنوعی، امروز به یکی از اصلی‌ترین محورهای برنامه‌ریزی دولت در صنعت هوش مصنوعی کشور تبدیل شده است. با این حال، بررسی مواضع و اسناد منتشرشده از سوی سیاست‌گذاران و متولیان امر نشان می‌دهد که هنوز تعریف دقیق، منسجم و مورداجماعی از مفهوم «سکوی هوش مصنوعی» یا «اپراتور هوش مصنوعی» ارائه نشده است. در بسیاری از موارد، تعاریف مطرح‌شده نه تنها شفاف نیستند، بلکه گاه به‌طور آشکار با یکدیگر در تعارض هستند.

این ابهام مفهومی تا حد زیادی ناشی از آن است که بخش قابل توجهی از تصمیم‌گیران فعلی، به‌تازگی وارد این حوزه شده‌اند و آشنایی عمیقی با زیست‌بوم واقعی هوش مصنوعی ایران ندارند. در چنین شرایطی، طبیعی است که خود سیاست‌گذار نیز در درک مسئله و صورت‌بندی راه‌حل دچار عدم قطعیت باشد؛ اما تداوم این وضعیت در سطح حکمرانی، می‌تواند به تصمیمات پرهزینه و کم‌اثر منجر شود.

در تعاریف ارائه‌شده، گاه سکوی اپراتور هوش مصنوعی به‌عنوان زیرساخت پردازشی، گاه به‌عنوان بستر آموزش مدل، گاه ارائه‌دهنده سرویس‌های پایه، گاه لایه‌های کاربردی هوش مصنوعی و حتی در مواردی به‌عنوان زیرساختی تنظیم‌گر، نیاز به دریافت مجوز و ارائه‌دهنده خدمات به عموم مردم معرفی می‌شود. در کنار این موارد، حل مسائل حق نشر و حتی جبران بخشی از کسری بودجه دولت نیز به این مفهوم الصاق شده است. این تنوع و پراکندگی انتظارات نشان می‌دهد که سکوی هوش مصنوعی عملاً به محلی برای تجمع مسائل حل‌نشده و وظایف انباشته سیاست‌گذار تبدیل شده است.

به‌نظر می‌رسد هر سیاست‌گذار، متناسب با دغدغه‌ها و مسئولیت‌های نهادی خود، تلاش دارد بخشی از مشکلات موجود در کشور و زیست‌بوم هوش مصنوعی را ذیل عنوان سکوی ملی یا اپراتور هوش مصنوعی حل و فصل کند؛ وضعیتی که یادآور تمثیل معروف مولوی است که هرکس از ظن خود به موضوع می‌نگرد. با این حال، با گرفتن مفاهیم مشترک در تعاریف متولیان امر و مقایسه ضمنی با نمونه‌های جهانی نشان می‌دهد که این سکوی اپراتور، به یک پلتفرم فنی زیرساختی در لایه پردازش، آموزش مدل و ارائه برخی سرویس‌های پایه یا مدل‌های زبانی بزرگ محدود می‌شود، نه فراتر از آن با فرض چنین تعریفی، پرسش کلیدی این است که آیا اولویت دادن به ایجاد یک پلتفرم زیرساختی هوش مصنوعی، در شرایط فعلی کشور، از ضروریات توسعه هوش مصنوعی ایران به‌شمار می‌رود یا خیر؟ و مهم‌تر آنکه، آیا چنین محصولی توان پایداری اقتصادی دارد یا سرنوشتی مشابه برخی پروژه‌های پیشین دولتی، مانند جویسگر یا سیستم عامل ملی، در انتظار آن است؟

تجربه نشان داده است که یکی از عوامل اصلی موفقیت یا شکست هر طرح فناورانه، وجود بازار واقعی و جریان درآمدی پایدار متناسب با آن محصول است. محرک اصلی هر فناوری و محصول جدید، بازار است و در صورتی که میان محصول و نیاز بازار تناسبی برقرار نشود و گردش مالی پایدار شکل

نگیرد، شکست آن اجتناب‌ناپذیر خواهد بود. محرک بالقوه سکوی اپراتور هوش مصنوعی، زیست‌بوم هوش مصنوعی ایران است؛ زیست‌بومی متشکل از شرکت‌های هوش مصنوعی، شرکت‌های نرم‌افزاری، دانشگاه‌ها، دولت و صنعت. اما واقعیت این زیست‌بوم، چالش‌های جدی را پیش‌روی چنین پلتفرمی قرار می‌دهد. شرکت‌های فعال در حوزه هوش مصنوعی و نرم‌افزار، به‌همراه دانشگاه‌ها، عموماً از نظر مالی بنگاه‌هایی کوچک و کم‌چته هستند و وابستگی بالایی به تقاضای حاکمیت و صنعت دارند. بسیاری از این شرکت‌ها نیز مدعی‌اند که سرویس‌های هوش مصنوعی موردنیاز خود را به‌صورت داخلی پیاده‌سازی می‌کنند. دانشگاه‌ها نیز عمدتاً تولیدکننده علم هستند و نه فناوری و عملاً انتظار ارائه فناوری‌های عملیاتی و تجاری از دل فرایندهای پژوهشی دانشگاهی، با واقعیت‌های موجود همخوانی ندارد.

در سوی دیگر، هنوز در دیجیتالی‌سازی خدمات پایه و استقرار کامل دولت الکترونیک با چالش‌های اساسی مواجهیم. عدم تحقق حکمرانی داده‌ای بالغ، به‌روشنی نشان می‌دهد که ظرفیت کنونی برای بهره‌برداری گسترده از محصولات هوش مصنوعی، نیازمند توسعه جدی است و فاصله معناداری با استفاده موثر از سکوها و پلتفرم‌های پیچیده دارد. بخش صنعت نیز بیش از هر چیز به دنبال محصولات کاربردی هوش مصنوعی است که منجر به افزایش بهره‌وری شود. در این مسیر، حتی پیش از چالش‌های فناورانه، مسئله اصلی، ضعف فرهنگ سازمانی و آمادگی نهادی برای پذیرش و بهره‌برداری از هوش مصنوعی است، بنابراین انتظار بهره‌وری در لایه‌های زیرساختی و پلتفرمی، در شرایط فعلی، چندان واقع‌بینانه نیست. بر این اساس، سکوی اپراتور هوش مصنوعی نه برای شرکت‌های توسعه‌دهنده نرم‌افزار ارزش اقتصادی مشخصی ایجاد می‌کند، نه برای صنعت و نه برای دولت. محصولی که متناسب با نیاز واقعی بازار طراحی نشود، محکوم به شکست است و با کاهش یا قطع حمایت‌های دولتی، به‌سرعت از چرخه حیات خارج خواهد شد. افزون بر این، تلاش برای حل مسائل حق نشر، صدور مجوز و تامین درآمد دولت از مسیر اپراتور هوش مصنوعی، خود به یکی از آسیب‌های جدی زیست‌بوم تبدیل خواهد شد. در شرایطی که فعالان این حوزه هم‌اکنون با بروکراسی‌های فرساینده، جرایم نامتعارف مالیاتی، هزینه‌های سنگین بیمه، تورم مزمن و محدودیت‌های ناشی از تحریم‌ها مواجهند، افزودن لایه‌های جدید مجوزدهی و تنظیم‌گری، تنها به کندتر شدن مسیر توسعه هوش مصنوعی در کشور منجر خواهد شد. بررسی تفصیلی این انحراف راهبردی، مجال مستقلاً می‌طلبد. راه‌حل واقعی سیاست‌گذار، نه در طراحی‌های نمایشی و پروژه‌های پرمطراق، بلکه در رجوع واقعی، مستمر و نظام‌مند به خبرگان و فعالان اصیل این حوزه نهفته است؛ فعالانی که بیش از یک دهه در مسیر توسعه زیست‌بوم هوش مصنوعی کشور فعالیت کرده و برنامه‌ای قابل دفاع و مبتنی بر تجربه عملی از خود برجای گذاشته‌اند. بدون بهره‌گیری از این سرمایه دانشی و تجربی، هر سیاستی، هرچند پرهزینه، از واقعیت بازار و زیست‌بوم فاصله خواهد گرفت.

روابط عمومی به کجا می‌رود؟

| خسرو رفیعی رئیس انجمن روابط عمومی ایران |

این روزها اعتمادسازی در جامعه ما بسیار مشکل شده و نیاز به آن هر روز پررنگ‌تر می‌شود. سال ۱۳۵۹ به دلیل عدم شناخت کارکرد روابط عمومی، این رشته بسیار مهم را از تحصیلات دانشگاهی حذف کردند و آن را به‌دست فراموشی سپرده و با دیگر رشته‌ها ادغام کردند. اما نام روابط عمومی در سازمان‌ها استفاده می‌شد و وظایف دیگری برعهده آن قرار داده بودند. به‌طور کلی تا قبل از تشکیل روابط عمومی در شرکت نفت، کلمه‌ای به‌عنوان روابط عمومی در فرهنگ لغت ما نبود و در همین ۵۰ سال گذشته (public relations) را به روابط عمومی ترجمه کردند و قبل از آن در کشور ما روابط عمومی به مفهوم امروز وجود نداشت. این مهم در ابتدا مورد توجه مدیران ارشد ما قرار نگرفته بود، زیرا در سازمان‌ها

به‌نوعی واحدهای خدماتی و پشتیبانی و تشریفاتی داشتیم که برخی از اینها فعالیت‌هایی را برعهده آنها قرار داده بودند و در کنار آن، افرادی هم به نام میرزابنویس یا قلم‌چی یا وقایع‌نگار، فعالیت‌های انتشاراتی سازمان را برعهده داشتند. به‌طور معمول فعالیت در سازمان‌های ما انحصاری و نوعی دیکتاتوری بر هر سازمان و گروهی حاکم بود و کمتر مسئولی اجازه می‌داد، مورد پرسش واقع شود یا پاسخگوی مخاطبان داخلی و بیرونی خود باشد. فراش‌باشی‌ها همچنان مدیریت حاکم و رعیت را، بر سازمان‌های نوین نیز جاری کرده بودند و نظام فئودالی فقط چهره خود را به عناوین وارده بسنده کرده بود. کم‌کم نظام صنعتی و صنعتگرایی و شروع رقابت و ایجاد سازمان‌های بزرگ در زیر یک سقف و علاقه برخی از بزرگان به فرهنگ غربی و تب زودهنگام استقبال از نظام‌های غربی مانند هر واردات دیگری، روابط عمومی را نیز شامل شد. همان‌گونه که هنوز فرهنگ بسیاری از مسائل اجتماعی را یاد نگرفته‌ایم و هنوز اندر خم یک کوچه بودیم و نحوه هماهنگی با ابزار جدید را نمی‌دانیم، اما از آن استفاده می‌کنیم. از کشاورزی مدرن، باوجود بحران آب اطلاعی نداریم و از فناوری‌های جدید در بحث آب و کشاورزی و صنعت بی‌خبر هستیم، اما از آنها بهره‌مند شده‌ایم و کارکرد آن را نمی‌دانیم، علم روابط عمومی هم وارد شده و باید بتوانیم آن را با فرهنگ خود سازگار کنیم. هرچند ما ایرانی‌ها از دیرباز روابط عمومی را به‌عنوان مردم‌داری در فرهنگ خود و در اشعار خود در کلمات شاعران و بزرگان قدیمی از هزاران سال پیش استفاده کرده‌ایم، اما روابط عمومی به‌معنای امروزی کمتر درک شده و به آن پرداخته نشده است.

این موضوع در کشورهای پیشرفته جهان کاملاً رشد کرده و جایگاه روابط عمومی در کنار فعالیت‌های مدیریتی تعریف و مرز بین مدیریت و روابط عمومی کاملاً شناخته شده است. امروز در کشور ما، کاربرد روابط عمومی در ابعاد گوناگون اجتماعی، صنعتی و جایگاه خاص خود را پیدا کرده و پاسخگویی و درک متقابل برای نظام رقابتی تعریف شده است، اما باوجود آشنایی کامل با روابط عمومی، چاپ ده‌ها کتاب، آشنایی با فناوری‌های نوین روز، هوش مصنوعی و تعریف علم روابط عمومی در برگزاری همایش‌های



مختلف، هنوز جامعه ما با روابط عمومی بیگانه است. آنچه مهم است اینکه ما هنوز در بدو بکارگیری نیروی متخصص و کارکنان خود اصل روابط عمومی را مورد پرسش قرار نمی‌دهیم و کارکنان ما در بدو ورود به سازمان، از روابط عمومی شناختی ندارند. در صورتی که اگر از همان ابتدا هر کس بداند باید در مقابل فعالیت‌هایی که می‌کند، به جامعه مخاطب خود پاسخگو باشد، می‌توان جایگاه روابط عمومی را واضح‌تر و روشن‌تر مورد تجزیه و تحلیل قرار داد. در گذشته، توجه مدیران به نوع کار و به کارگر یا کارمند بود، اما امروز نمی‌توانیم به‌راحتی کار را تعریف کنیم و بدون شناخت اجتماعی، مسئولی را که بر آن می‌گماریم، مشغول کار می‌کنیم. عمل متقابل گروهی و فرآیند مدیریت رهبری در سازمان در رضایت شغلی کارکنان، از عواملی است که به‌صورت مستمر باید مورد بررسی قرار گیرد و در این رابطه برنامه‌های متنوعی برای آموزش انگیزه کارکنان در رضایت شغلی پیش‌بینی شده باشد. روابط عمومی در هر سازمان موجب می‌شود، علاقه و توجه مردم به سازمان بیشتر شده و فلسفه مدیریت و ساختار سازمانی و اثربخشی آن در سازمان در آینه نگاه مردم قرار گیرد. موقعیت کنونی روابط عمومی به صورتی است که فرقی بین سازمان پاسخگو با سازمانی که برای دیدگاه مردم اهمیتی قائل نیست، وجود ندارد و در رفتار متقابل، مورد توجه قرار نمی‌گیرد و شرایط زمانی و مکانی روابط عمومی‌ها در دید مردم یکسان است. اگر ما نتوانیم با ایجاد ارتباط بین مردم و سازمان، پیوستگی ایجاد کنیم، دچار نوعی بیماری روحی می‌شویم و سلامت جامعه در خطر قرار می‌گیرد. به‌طور کلی انسان اجتماعی است، روابط عمومی قبل از اینکه برای تثبیت جایگاه سازمان کوشش کند، باید جایگاه خود را به‌درستی تبیین کرده و از ایجاد هرگونه سوء تفاهم برای مخاطبان جلوگیری کند و جایگاهی مناسب که صداقت و درستی در رئوس سرفصل‌های کاری آن تعریف شده، در ذهن مخاطبان جاری سازد. در آن صورت است که یک روابط عمومی موفق می‌تواند برای سازمان خود کارکرد مناسب داشته باشد و خوشنامی تجاری سازمان خود را به‌عنوان هدف اصلی به‌وجود آورد.

روابط عمومی عامل حفظ ارتباط مشترک، تفاهم، توافق بین سازمان و مخاطبان است و این کارکرد راهگشای مشکلات و معضلات سازمان است و به مدیران سازمان در حفظ آگاهی و اطلاعات و پاسخ‌دهی به مردم کمک می‌کند و این فرصت را برای مدیران به‌وجود می‌آورد تا بتوانند با آگاهی کامل با مخاطبان خود روبه‌رو شوند.

هنر روابط عمومی به‌دست آوردن اعتماد مردم و استفاده اصولی از این اعتماد است و نقش کارکرد روابط عمومی از همین نقطه آغاز می‌شود. آنچه امروز شاهد آن هستیم اشتباهات جبران‌ناپذیری است که بر اثر پنهان‌کاری از مردم و عدم شفاف‌سازی به بار آمده است. هوا، آب، برق، اقتصاد، کشاورزی، صنعت و هر آنچه با آن روبه‌رو هستیم، نشان از بی‌توجهی به مردم است. امروز مردم آگاه‌تر شده‌اند. ما اگر نتوانیم به روابط عمومی اهمیت داده و روابط عمومی را بهتر بشناسیم، نمی‌توانیم باور و اعتماد مردم را نیز به‌دست آوریم.



طراحی خانه‌هایی با مصرف انرژی کم

از هراسم می‌کارشناس ارشد معماری

این روزها کمتر خانواده‌ای پیدا می‌شود که از قبض گاز و برق شکایت نداشته باشد. آلودگی هوا بحران‌های انرژی هزینه‌های تولید و مصرف بی‌رویه هر روز سرو صدایی جدید دارد. شاید این بحران‌ها نتیجه سال‌ها بی‌تدبیری باشد و فراموشی ریشه‌های ایرانی و اندیشه که در گذشته وجود داشت و با توهم مدرن شدن تیشه به ریشه زدیم، در حالی که ارگ توهم را کنار می‌گذاشتیم و به کمک تکنولوژی و دانش و تجربه‌ای که در شهرسازی و معماری ایرانی وجود داشت، می‌توانستیم خانه و شهرهای بهتری داشته باشیم و هر روز بحرانی جدید ظهور نمی‌کرد. در این یادداشت قصد دارم درباره خانه‌های پسیو بنویسم؛ رویکردی که از آلمان شروع شد و در حال رشد و همه‌گیری است و وقتی درباره آن می‌خوانیم و تحقیق می‌کنیم، با صد افسوس می‌بینیم چگونه این دانش به‌روز در دنیا ریشه‌ای قوی و عمیق در تفکر ایرانی داشته و سال‌ها امکان زیست سالم در خانه و شهر را برای مردم ایران به ارمغان داشته است. شاید امروزه با کمی تدبیر قدم‌های جدی و اساسی برداشته شود البته با تکیه بر گذشته اصیل‌مان و دانش به‌روز دنیا، شهرها و زیست انسانی در ایران را نجات دهیم.

در همین زمان که در ایران دغدغه گرم کردن ساختمان‌ها و خانه‌ها در زمستان را داریم و در تابستان خنک کردن آنها و آلودگی‌هایی که مصرف انرژی در ساختمان‌ها ایجاد می‌کند، در بسیاری از کشورهای دنیا نوعی الگوی جدید ساخت‌وساز رشد کرده است؛ الگویی که می‌گوید: به جای آنکه اول خانه‌ای پر از اتلاف انرژی بسازیم و بعد با بخاری و کولر این اتلاف انرژی را جبران کنیم، از همان ابتدا خانه را طوری طراحی کنیم که تقریباً خودش را گرم و خنک نگه دارد. این الگو همان خانه پسیو (Passive House) است.

خانه پسیو دقیقاً یعنی چه؟

خانه پسیو یک «سبک لوکس» یا مد روز نیست، بلکه یک استاندارد دقیق برای طراحی و ساخت ساختمان است.

هدفش ساده است؛ کاهش مصرف انرژی تا حد ممکن و تأمین آسایش حرارتی و هوای سالم برای ساکنان

برای رسیدن به این هدف، به جای تکیه بر سیستم‌های بزرگ گرمایش و سرمایش، روی خود ساختمان کار می‌شود. یعنی؛

- دیوار، سقف و کف با عایق مناسب پوشانده می‌شود.
- همه درزها و شکاف‌ها به‌طور حرفه‌ای گرفته می‌شود تا هوا بی‌دلیل خارج و وارد نشود.

- پنجره‌ها معمولاً سه‌جلداره و بسیار کم‌اتلاف هستند.

● یک سیستم ساده تهویه با بازیابی حرارت، هوای تازه را وارد و همزمان گرمای هوای داخل را پس می‌گیرد.

● جهت‌گیری ساختمان و سایه‌بان‌ها طوری طراحی می‌شوند که زمستان از گرمای خورشید استفاده شود و تابستان جلوی داغ شدن بیش از حد گرفته شود.

نتیجه این است که خانه پسیو در زمستان با انرژی بسیار کم گرم می‌ماند، در تابستان کمتر نیاز به کولر دارد و هوای داخل همیشه تازه و مطبوع است.

چرا جهان به سمت خانه‌های پسیو رفته است؟

ایده خانه پسیو از اواخر دهه ۱۹۸۰ در آلمان شکل گرفت و امروز هزاران ساختمان در اروپا، آمریکا و آسیا با این استاندارد ساخته شده‌اند؛ از ویلاها و آپارتمان‌ها گرفته تا مدارس، بیمارستان‌ها و ساختمان‌های اداری.

دلایل این استقبال روشن است؛

- کاهش شدید مصرف گاز و برق
- قبض‌های سبک در کل عمر ساختمان
- کاهش آلودگی و انتشار گازهای گلخانه‌ای
- افزایش ارزش ملک، چون خریداران به هزینه بهره‌برداری و راحتی زندگی در طولانی‌مدت توجه می‌کنند

نکته جالب این است که تجربه کشورهای مختلف نشان داده، اگر از ابتدا درست طراحی شود، هزینه ساخت یک خانه پسیو لزومی ندارد خیلی بیشتر از ساختمان معمولی باشد، چون سیستم‌های گرمایش و سرمایش کوچک‌تر، ساده‌تر و ارزان‌تر می‌شوند. در آینده بیشتر درباره رویکرد اقتصادی این سبک خواهم نوشت.

ایران؛ جایی که می‌تواند از برنده‌های بزرگ خانه پسیو باشد

ایران با تنوع آب‌وهوایی گسترده، یکی از مناسب‌ترین کشورها برای استفاده از اصول خانه پسیو است. با داشتن

● زمستان‌های سرد و طولانی در شهرهایی مثل تبریز، اردبیل، همدان و اقلیم کردستان

● تابستان‌های بسیار گرم در اهواز، بندرعباس، بوشهر و زاهدان

● و در کنار اینها، سنت ارزشمند معماری اقلیمی ایرانی: حیاط مرکزی، بادگیر، دیوارهای ضخیم و ایوان‌های سایه‌دار در واقع بسیاری از ساختمان‌های قدیمی ایران، با همان منطق «پسیو» ساخته شده‌اند؛ یعنی استفاده هوشمندانه از اقلیم، قبل از اختراع شوفاژ و کولر. گاهی

شاید مدرن شدن بلای جان ما شد و ما یکبارہ همه اندیشه گذشتگان را به فراموشی سپردیم.

خانه پسیو می‌تواند ادامه‌ای مدرن و علمی برای همین تجربه‌های نو باشد، فقط با ابزارهای امروزی، محاسبات دقیق، استانداردهای روشن و مصالح جدید.

از کجا می‌توان شروع کرد؟

برای حرکت به سمت خانه‌های پسیو لازم نیست همه چیز یکبارہ ۱۰۰ درصد تغییر کند.

چند قدم عملی و قابل اجرا می‌تواند آغاز راه باشد:

۱. الزام عایق‌کاری مناسب برای دیوار، سقف و کف در مقررات ساخت‌وسازهای جدید
۲. بهبود کیفیت پنجره‌ها و اجرای درست آنها، به‌ویژه جلوگیری از درز و پل حرارتی

۳. توجه جدی به جهت‌گیری ساختمان در طرح‌های جدید؛ برای مثال تمرکز فضاهای روزمره در سمت جنوب و کنترل تابش تند شرق و غرب

۴. استفاده آزمایشی از سیستم تهویه با بازیابی حرارت در پروژه‌های شاخص مثل مدارس، بیمارستان‌ها و مجتمع‌های مسکونی نمونه

۵. آموزش معماران، مهندسان و مجریان ایرانی با استفاده از تجربه‌های موفق جهانی در زمینه پسیو هاوس

۶. آموزش کودکان در مدارس تا فرهنگ مصرف انرژی و حفظ محیط‌زیست در نسل‌های بعدی زنده شود و شروع فرهنگ‌سازی.

۷. ساخت برنامه‌های فرهنگی و آموزشی برای تغییر دیدگاه جامعه نسبت به ساختمان‌سازی و اهمیت آن در کاهش مصرف انرژی و آلودگی شهرها و سلامت جامعه.

هر پروژه پایلوت موفق، می‌تواند نگاه کارفرماها، مردم و حتی قانون‌گذار را تغییر دهد و نشان دهد که این ایده فقط یک «مد غربی» نیست، بلکه پاسخی جدی به بحران انرژی و کیفیت زندگی در ایران است.

خانه پسیو؛ شاید سوژه پایان‌نامه امروز و سبک زندگی فردا باشد

شاید هنوز تعداد خانه‌های پسیو در ایران به انگشتان یک دست هم نرسد، اما این ماجرا می‌تواند از همین امروز در دفتر یک معمار، در طرح یک توسعه‌گر شهری یا حتی از پشت میز یک دانشجوی معماری شروع یا از نگرش یک شهردار خوش فکر آغاز شود.

خانه پسیو فقط یک عنوان فنی نیست

تصویری است از خانه‌ای که:

- کمتر انرژی مصرف می‌کند
 - کمتر آلودگی تولید می‌کند
 - و در عین حال، آرامش و راحتی بیشتری برای ساکنانش می‌آورد.
- اگر قرار است در سال‌های آینده درباره شکل شهرها و خانه‌های ایرانی تصمیم بگیریم، شاید وقت آن رسیده باشد که خانه پسیو را هم به عنوان یک گزینه جدی روی میز بگذاریم؛ گزینه‌ای که مخصوص گذشتگان ما بود و با توهم مدرن شدن، به فراموشی سپرده شد.

از بادگیر تا پسیو هاوس؛ ریشه‌های ایرانی یک ایده جهانی

در یادداشت شماره قبل درباره یک سبک از ساخت و ساز جدید در دنیا نوشتیم. پسیو هاوس؛ آیا این تفکر و سبک برای ما ایرانی‌ها جدید است؟ آیا ریشه‌ای در معماری و شهرسازی گذشته ایران دارد؟ واقعیت این است

که در گذشته خانه‌ها همسان با اقلیم بودند و اصل پایداری در آنها رعایت می‌شد. در ادامه مقاله می‌خواهم بیشتر تشابه پسیو هاوس و ریشه ایرانی را توضیح دهم.

خانه پسیو و معماری سنتی ایران؛ یک ایده مدرن با ریشه‌های قدیمی

جالب است که وقتی درباره Passive House صحبت می‌کنیم، خیلی از اصول آن برای معمار ایرانی آشناست.

بسیاری از شهرهای تاریخی ایران مثل یزد، کاشان و اصفهان، قرن‌ها پیش با نوعی «تفکر پسیو» ساخته شده‌اند؛

خانه‌هایی که بدون گاز و برق امروزی، در تابستان خنک و در زمستان قابل تحمل بوده‌اند.

برخی از مهم‌ترین عناصر معماری سنتی ایران که با اصول خانه پسیو همخوانی دارند:

● حیاط مرکزی

حیاط داخلی با درخت و حوض، مثل یک ریه برای خانه عمل می‌کرد. دیوارهای اطراف حیاط، باد و آفتاب شدید را کنترل می‌کردند و فضای نیمه سایه و نیمه خنکی می‌ساختند.

این ایده امروز در Passive House به صورت «طراحی پوسته و حیاط‌سازی اقلیمی» ادامه پیدا می‌کند.

● بادگیرها (Windcatchers)

بادگیرهای یزد و شهرهای کویری، هوای خنک را از ارتفاع وارد خانه و هوای گرم را خارج می‌کردند؛

چیزی شبیه تهویه طبیعی پیشرفته.

در خانه پسیو، از تهویه مکانیکی با بازیابی حرارت (MVHR) استفاده می‌شود، اما هدف هر دو یکی است: هوای تازه، بدون اتلاف شدید انرژی.

● دیوارهای ضخیم و جرم حرارتی بالا

دیوارهای خشتی و آجری ضخیم، در طول روز گرما را در خود ذخیره می‌کردند و شب آن را آرام آرام پس می‌دادند.

این همان مفهوم thermal mass است که امروز در طراحی کم مصرف دوباره کشف شده؛

کنترل نوسان دما با کمک خود مصالح ساختمان.

● ایوان و سایه بان‌ها

ایوان‌ها و رواق‌های سایه دار، جلوی تابش مستقیم آفتاب را می‌گرفتند و در عین حال نور و دید را حفظ می‌کردند.

در زبان امروز، این همان solar shading هوشمند است که در استاندارد Passive House برای کنترل گرمای تابستانی توصیه می‌شود.

● جهت‌گیری هوشمند ساختمان

در بسیاری از خانه‌های سنتی، فضاهای اصلی رو به سمت مطلوب آفتاب (برای مثال حیاط‌های روبه جنوب در شهرهای سردتر) قرار می‌گرفتند و فضاهای کم استفاده در جهت‌های نامطلوب گذاشته می‌شدند.

همین منطق در خانه پسیو به صورت دقیق تری با نرم افزار و محاسبه gain و loss خورشیدی انجام می‌شود.

به این ترتیب، می‌شود گفت خانه پسیو در واقع یک «فناوری خارجی» کاملاً غریبه نیست؛ بیشتر شبیه بازخوانی علمی و به روز همان دانشی است که

معماران ایرانی در گذشته، با تجربه و آزمون و خطا به آن رسیده بودند.

تفاوت اصلی در این است که امروز می‌توانیم با محاسبات دقیق، استانداردهای مشخص و مصالح جدید، این تجربه‌های ارزشمند را در مقیاس بزرگ تر و با

کیفیت یکنواخت تری تکرار کنیم.

۹ گام مهم برای اقتصاد ایران

حسن خوشپور مدیرکل اسبق سازمان برنامه

دوره‌ای که عبارت «ثبات اقتصادی» تنها یک شعار در سخنرانی‌ها و بیانیه‌ها بود گذشته است.

دولت منتخب مردم مکلف است همه ابزارهای اداری، فرهنگی، اجتماعی، حقوقی، سیاست خارجی و حتی نظامی خود را برای ایجاد ثبات و امیدواری و فراهم شدن امکان برنامه‌ریزی فعالان اقتصادی بخش خصوصی واقعی به کار گیرد.

۶) کشور در بخش‌های اساسی و زیربنایی (نیرو، نفت، گاز، حمل و نقل، مسکن و ارتباطات)، صنعت، کشاورزی، آب، محیط‌زیست و... نیازمند توسعه و سرمایه‌گذاری است. بدون ورود سرمایه خارجی، توسعه این بخش‌ها امکان‌پذیر نیست. فراهم کردن انگیزه برای سرمایه‌گذاران خارجی و داخلی و طراحی ابزارهای مدرن و بهنگام جلب سرمایه وظیفه دولت است.

۷) تورم و عدم ثبات اقتصادی و حاکمیت فضای ناامیدی در جامعه و میان کارگزاران اقتصادی (بخش خصوصی واقعی) بسیار متاثر از کسری بودجه دولت است و کسری بودجه هم ناشی از ناکارآمدی در بخش هزینه‌های دولت است. بازنگری در ردیف‌های هزینه‌ای بودجه و حذف ردیف‌هایی که بدون هیچ فایده‌ای فقط هزینه جذب می‌کنند و از همه مهم‌تر اصلاح نظام اعطای یارانه، باید در اولویت اقدامات اصلاحی دولت باشد. نظام فعلی اعطای پیدا و پنهان یارانه نه هدفمند است و نه کارآمد، و نیازمند بازنگری اساسی است.

اعطای یارانه به صورت پول‌پاشی و ارزیابی و بدون هدفی میان‌مدت (تا زمان تحقق نتایج اصلاحات لازم) اشتباه است و نه فقر را می‌زداید و نه رضایت و ثبات می‌آفریند. دولت باید برای تدقیق یارانه‌های پیدا و پنهان، تفکیک موضوعات و محصولات مشمول یارانه و گروه‌های هدف و شفافیت هزینه‌هایی که کشور متحمل می‌شود و طراحی روش‌های مناسب اعطای یارانه، برنامه‌ریزی و اقدام کند.

۸) نیروی انسانی یکی از عوامل موثر در توابع تولید است. در سال‌های اخیر مهاجرت نیروی انسانی باکیفیت از داخل کشور به خارج شتاب بسیار زیادی گرفته است.

می‌توان با برخی اقدامات اصلاحی هم از ادامه مهاجرت جلوگیری کرد و هم روند گذشته را معکوس کرد. کشور به متخصصان در رشته‌های مختلف علوم و فنی و پزشکی نیازمند است. متقابلاً ساماندهی و اصلاح وضعیت مهاجران غیرقانونی‌ای که خصوصاً طی سال‌های گذشته به کشور وارد شده‌اند در ایجاد آرامش و امنیت شهروندان لازم و ضروری است.

۹) وفاداری و لحاظ نرخ تمام‌شده تولید و عرضه محصولاتی که بنا به شرایطی لازم است توسط دولت قیمت‌گذاری شوند، اقدامی در جهت اصلاح ساختاری و بهبود نظام عرضه و تقاضا و بازار آن محصولات است. به‌طور طبیعی اگر نرخ عرضه هر محصول به صورتی غیرواقعی و با اهداف اجتماعی و حمایتی کمتر از نرخ تمام‌شده یا ارزش‌های واقعی و موثر آن محصول باشد، شکل‌گیری مابه‌التفاوت‌های نرخ واقعی از قیمت‌های دستوری، هزینه‌هایی در جهت استهلاک بیشتر و مصرف‌داری‌های سرمایه‌ای جامعه ایجاد می‌کند. سال‌هاست که تفکیک اهداف غیراقتصادی و اجتماعی دولت از اهداف اقتصادی دولت در مفاد قانون و دستورالعمل‌ها در دستور کار قرار گرفته و به اقدام موثری نینجامیده است.

بدون تردید برای کشور و جامعه با تجربیاتی که در روزهای اخیر به‌دست آورده، دوره‌ای جدید آغاز شده است و لازم است با توجه به شرایط جدید اقدامات دولت برنامه‌ریزی شود.

نیروی انسانی یکی از عوامل موثر در توابع تولید است. در سال‌های اخیر مهاجرت نیروی انسانی باکیفیت از داخل کشور به خارج شتاب بسیار زیادی گرفته. می‌توان با اقدامات اصلاحی از ادامه مهاجرت جلوگیری کرد.

سال ۱۴۰۴ هم بسیار مهم و هم یک نقطه عطف سرنوشت‌ساز است. این سال زمان تحقق آرمان‌های چشم‌اندازی است که برای یک دوره بیست‌ساله برنامه‌ریزی شده بود و با توجه به آنچه طی روزهای قبل روی داد، نقطه‌عطفی برای بازنگری در راهبردهای حکمرانی اداری و اقتصادی است.

تبلور امید برای رسیدن به سال ۱۴۰۴ در مفاد سیاست‌ها و برنامه‌هایی بود که در سند چشم‌انداز، ایران را به برترین کشور منطقه تبدیل می‌کرد و آنچه در این روزها رخ داد، اتخاذ تصمیماتی شجاعانه و تعیین‌کننده را در نظام مدیریت و اقتصاد ضروری کرده است. سال ۱۴۰۴، سال سرمایه‌گذاری برای تولید نام‌گذاری شده و از سوی دیگر برنامه میان‌مدتی در آن در حال اجراست که فاقد برنامه بالادست راهبردی و بلندمدت است.

تاکنون دولت‌های مستقر در ایران در ایجاد ثبات مورد نیاز به عنوان بستر مناسب برای سرمایه‌گذاری و تولید و توسعه موفق نبوده‌اند، گاه در اقتصاد دخالت‌های ناروا و ضدتوسعه‌ای صورت گرفته است، به بخش‌های واقعی و مولد و کارآفرین خصوصی اجازه عرض اندام در فعالیت‌های کاسب‌کارانه داده نشده است، قیمت‌ها دستوری تعیین شده‌اند، جریان سرمایه‌گذاری خارجی مناسب به کشور برقرار نشده است و بسیاری اقدامات اشتباه دیگر که منجر به کمبود انرژی و مصرف اسراف‌گونه و ناکارآمد سوخت و کالاهای اساسی و آب و خاک و... شده است.

اما از حالا به بعد وظیفه دولت سنگین‌تر، پیچیده‌تر و نیازمند منطقی‌تر شدن است. فرصت، اندک و دوره فعالیت با ناکارایی به پایان رسیده است. بنابراین، (۱) دولت باید نقش اصلی خود در بسترسازی، نظارت راهبردی، مقررات‌گذاری صرف و از همه مهم‌تر با پرهیز از دخالت‌های اشتباه و غیرضرور در فعالیت‌های اداری و اقتصادی، بازیابی و بازسازی کند.

(۲) تجربه روزهای اخیر و خطری که برای ایران پدید آمد و درایت و فرهنگ غنی‌ای که نخبگان ایرانی از خود نشان دادند، عبرت‌آموز است. حتی مخالفان وضع موجود هنگامی که تمامیت و استقلال کشور را در خطر دیدند، به حمایت از کشور پرداختند. بنابراین چرا از این به بعد دولت و نظام حکمرانی اقتصادی به بخش خصوصی واقعی کارآفرین و مولد که می‌تواند توسعه کشور را تسهیل، هزینه‌ها را پهنه و فعالیت‌های اقتصادی را کارآمد کند، اطمینان نکند؟

(۳) لازم است دولت در تنظیم و اجرا و ایفای سیاست‌های کلان اقتصادی و برنامه‌ریزی منحصر به فرد باشد و دیگر ساختارهای حقوقی در کشور به وظایف اصلی خود بپردازند.

(۴) بخش‌های شبه‌دولتی که تنها به لحاظ تعریف حقوقی، غیردولتی به حساب می‌آیند اما واقعا مانند دولت مدیریت می‌شوند و از مزایا و امتیازات (رانت‌جویانه) ارتباط با مراکز قدرت و دولت بهره‌مند هستند، تجربه قابل‌قبولی در اداره فعالیت‌های کاسب‌کارانه و مولد اقتصادی در سطوح خرد و کلان نداشته‌اند و بهتر است رقیب قدرتمند دولت و بخش خصوصی واقعی نباشند و فعالیت‌های اقتصادی خود را به کارآفرینان حقیقی و حقوقی خصوصی واقعی واگذار کنند.

(۵) از گذشته تاکنون و خصوصاً از هم‌اکنون به بعد، ثبات اقتصادی مانند اکسیژنی است که حیات کارگزاران و فعالان اقتصادی وابسته به آن است.



اسامی برندگان وین کارت

برندگان جایزه صد میلیون تومانی

ردیف	نام و نام خانوادگی	نام شعبه	ردیف	نام و نام خانوادگی	نام شعبه
۱	مجید داری	اقدسیه	۱۱	امیرفرالدین فراهانی	لاله زار
۲	رضا کریمی مستوفی	سعادت آباد	۱۲	سیدمجتبی مصطفوی	بلوار دریا
۳	حمیدرضا اسماعیل پور	میدان ونک	۱۳	شیدا مرادی خوشی نانی	شهریار
۴	مریم سنونی	میدان آرژانتین	۱۴	اسماعیل عبدی	مشهد
۵	سید محمود حیدری	میدان آرژانتین	۱۵	افسانه جانی	سجاد مشهد
۶	مهتاب بیوسد	فرودگاه امام خمینی	۱۶	امید طاهری	گلزار رشت
۷	حسین حبیبی	میدان تجریش	۱۷	محمد رضا جهانگیران	بابل
۸	میلاذ پرویزی	تهرانسر	۱۸	محسن فتاحی	زاینده رود
۹	عرفان منعم	بهشتی - قائم مقام	۱۹	طاہر مددی امامزاده	ارومیه
۱۰	سید رامین الطباطبائی دیزجی	لاله زار	۲۰	علیرضا حمزه‌لو	زنجان

برندگان جایزه ده میلیون تومانی

ردیف	نام و نام خانوادگی	نام شعبه	ردیف	نام و نام خانوادگی	نام شعبه
۱	پوران دخت خدابخش	مرکزی	۵۱	مهسا کریم پوریزدی	خیابان ولیعصر پارک ساعی
۲	هادی دهقان وکیل آبادی	اصفهان	۵۲	سوگل نجف حساری	فلکه اول تهرانپارس
۳	سیاوش گودرزی	باغ فردوس	۵۳	محسن رضائی	بازار کفاشها
۴	عباس کربلانی	بازار	۵۴	سمیه معینی	الهیه
۵	سیدفرهود کاظمی	صادقیه	۵۵	ابراهیم عبداللهی	شهرک راه آهن
۶	مهرزاد جان نثاران	اقدسیه	۵۶	علی یوسفی	میدان نبوت
۷	سینا ذاکری	اقدسیه	۵۷	محسن معصوم	میدان نبوت
۸	نسترن رضائی اقدم	میرداماد	۵۸	ابوالفضل لشنی زند	میدان نبوت
۹	فاطمه صادقیان	دکتر فاطمی	۵۹	سماء فیض آبادی	میدان نبوت
۱۰	نژاد فلاحی مقیمی	سعادت آباد	۶۰	مهگل باقری منش	میدان نبوت
۱۱	آزاده پهلوانها	سعادت آباد	۶۱	صفیه جلیلووند	میدان نبوت
۱۲	زینب فعال شهرپور	جنت آباد	۶۲	بهار بردبار	دلاوران
۱۳	عارف حبیبی	جنت آباد	۶۳	مهرداد مهردادی	بلوار فردوس
۱۴	سیدمحمدرضا فاطمی	خیابان دولت	۶۴	رضا عابدینی تغلیسی	بلوار فردوس
۱۵	علی فلک‌رو	میدان ونک	۶۵	مدینه قلی‌پور دمیرچی‌لو	فرودگاه امام خمینی
۱۶	مهدی نعمتی حیاتی	میدان ونک	۶۶	مهدی اربابیان	فرودگاه امام خمینی
۱۷	صالح رضائی‌پور	میدان ونک	۶۷	سولماز رضائی	فرودگاه امام خمینی
۱۸	مهنوش باب‌السلام	میدان ونک	۶۸	داود اولادحاجی میرکوهی	فرودگاه امام خمینی
۱۹	رحیم لطفی	میدان ونک	۶۹	مرضیه احمدی	میدان تجریش
۲۰	سیامک حاجی	ایران زمین	۷۰	مجید شیرافکن	میدان تجریش
۲۱	صادق باستان	ایران زمین	۷۱	محمد خاک‌پور	نازی آباد
۲۲	علیرضا نیکوئی	یافت آباد	۷۲	علی صفری آق قلعه	نازی آباد
۲۳	امیرحسین داودخانی	یافت آباد	۷۳	علی کدخدائی الیادرائی	امین حضور
۲۴	فاطمه مسگری زنجان	یافت آباد	۷۴	حسین شکری خیارک	مولوی
۲۵	محمدحسین خوش نامی	یافت آباد	۷۵	شایان کتج کاو	مولوی
۲۶	ناهید حق‌پرست	یافت آباد	۷۶	مریم کمال	تهرانسر
۲۷	زهرا قدرت‌نیا	یافت آباد	۷۷	مهرشاد محمد	تهرانسر
۲۸	خاطره نظری	شهرری	۷۸	تامدار حقیقی محمدآبادی	آصف
۲۹	الهام عمید	جام جم	۷۹	خدیجه ابگینه چی	میدان حسین آباد
۳۰	مجید پیریائی	پیروزی	۸۰	هما عهدی	اختیاریه «تعطیل شده»
۳۱	سیدمحمدحسین حسینی	پیروزی	۸۱	ساجده پایزدان بروجنی	مقدس اردبیلی
۳۲	علی بهمنی	پیروزی	۸۲	فاطمه جعفری روحی	مقدس اردبیلی
۳۳	فتح‌اله شمسائی زفرقندی	پیروزی	۸۳	میلاد رضایت	دفتر بانکداری اختصاصی زعفرانیه
۳۴	محمدباقر امینی	پیروزی	۸۴	حسین عادل‌زاده	دفتر بانکداری اختصاصی زعفرانیه
۳۵	زینت بصائری	پیروزی	۸۵	محمدمهدی مجیدیان	خیابان جمهوری
۳۶	مهدی قدیانی	ولنجک	۸۶	علیرضا مولائی	بهشتی-قائم مقام
۳۷	فاطمه نیلی	ولنجک	۸۷	لیلا سیاح	قلهک
۳۸	مریم مشایخ‌نیا	خیابان آذریایجان	۸۸	پویا یشوعای قصاب	ستارخان
۳۹	معین ابراهیمی زاد عمران	شهرک اکباتان	۸۹	سیامک ترازباده رودسری	ستارخان
۴۰	علی اسمعیلی	شهرک اکباتان	۹۰	برونا نایل دانیل‌نیا	ستارخان
۴۱	حبیب رضا شعبانپور سرخه	میدان آرژانتین	۹۱	محمدتقی قنبری قاطمی	لاله زار
۴۲	شهرام جاویدی	ملاصدرا	۹۲	حسان زین‌العابدینی رفیع	میدان هفت تیر
۴۳	فرهاد فرهادی	ملاصدرا	۹۳	روح‌الله آذربیزین	میدان هفت تیر
۴۴	فاطمه مسعودی	خیابان سید جمال الدین اسدآبادی	۹۴	امیرحسین عرب بدوئی	نیلوران
۴۵	معصومه پوررمضان	میدان قزوین	۹۵	میترا معماری	خیابان آقابزرگی-الهیه
۴۶	فاطمه امیرعسکری لمر	میدان قزوین	۹۶	حسین ظلی	بزرگراه فتح
۴۷	سحر دربانی	خیابان دکتر بهشتی	۹۷	شایان ابراهیمی	بزرگراه فتح
۴۸	پیمان سرداری اصل	خیابان کارگر شمالی	۹۸	سعید سلیمانی سوادکوهی	بزرگراه فتح
۴۹	مهدیس قاسم‌پور	خیابان کارگر شمالی	۹۹	علیرضا عباسی کمال‌آباد	بزرگراه فتح
۵۰	مهناز افشار	فلکه سوم تهرانپارس	۱۰۰	مهرداد خوش نظرات لیلی	شهر قدس

ردیف	نام و نام خانوادگی	نام شعبه	ردیف	نام و نام خانوادگی	نام شعبه
۱۰۱	لیلا عزیزی	شهر قدس	۱۵۱	کریم حسینی	مشهد
۱۰۲	مهدی اخلاقی	بلوار دریا	۱۵۲	جمال امیدوارطهرانی	مدرس مشهد
۱۰۳	آرمان کاظمی تازه کند	بلوار دریا	۱۵۳	سیدمحسن ایرانی	مدرس مشهد
۱۰۴	ریحانه کریمی	جهانشهر کرج	۱۵۴	حسن احمدی	سجاد مشهد
۱۰۵	سارا مکانی	جهانشهر کرج	۱۵۵	حسینعلی قلعه بیگی کلات	قرنی مشهد
۱۰۶	امیررضا مینائی فرد	جهانشهر کرج	۱۵۶	فاطمه محمدی	بلوارهاشمیه -مشهد
۱۰۷	حمیدرضا شریفیان مزرعه ملاتی	جهانشهر کرج	۱۵۷	ناصر نعیمی امینی	بلوارهاشمیه -مشهد
۱۰۸	احمد ساکی	میدان توحید کرج	۱۵۸	علیرضا ریش سفیدان	نیشابور
۱۰۹	زهره مهین شاکلی	میدان توحید کرج	۱۵۹	آرش عباسی	نیشابور
۱۱۰	سعید حمیدی عباییگلو	میدان توحید کرج	۱۶۰	عباسعلی رضائی	نیشابور
۱۱۱	طاهره مهری	میدان توحید کرج	۱۶۱	مهدی عباسی	بجنورد
۱۱۲	سیدمحمد مصطفوی	شهریار	۱۶۲	نسترن رضائی	گلزار رشت
۱۱۳	همتعلی میرزائی	شهریار	۱۶۳	ژیلا نجفی ذوالپیرانی	گلزار رشت
۱۱۴	بهروز کونانی	شهریار	۱۶۴	محمود پسندیده سقالکساری	گلزار رشت
۱۱۵	پوریا سلیمی هیزجی	شهریار	۱۶۵	سجاد رجبزاده اسرمی	ساری
۱۱۶	محمدرضا عابدی	شهریار	۱۶۶	مسعود نجف پور	ساری
۱۱۷	کبری ربیعی	شهریار	۱۶۷	هرمز گیویان	بابل
۱۱۸	ایرج کریمیان	شهریار	۱۶۸	رحمان خیری خلیل	بابل
۱۱۹	نسترن رشوندآوئی	شهریار	۱۶۹	میترا فتحی بalf	بابل
۱۲۰	زهره پرنیاجامپران	شهریار	۱۷۰	مصطفی نصیری	آمل
۱۲۱	علیرضا افتخاری	شهریار	۱۷۱	بهمن حاج قربانی	گرگان
۱۲۲	مرتضی بابائی بادافشانی	شهریار	۱۷۲	مهران رجبزادی	گرگان
۱۲۳	سیدمصطفی موسوی	مهرشهر کرج	۱۷۳	محمد درزی	گرگان
۱۲۴	محمدرضا زرگر فرنگی ساز	مرکزی	۱۷۴	آوا مقصودلو	گرگان
۱۲۵	حسن ساکت	مرکزی	۱۷۵	الله رجیب پور	کرمان
۱۲۶	ندا عشاقی	مرکزی	۱۷۶	ساره زندوکیلی	کرمان
۱۲۷	ربابه همتی لاطران	مرکزی	۱۷۷	رضا محمدی نژاد	میدان کوثر کرمان
۱۲۸	علی اسماعیلی علمدارمحللی	مرکزی	۱۷۸	احمدرضا کریمی	هشت بهشت
۱۲۹	علی قربانی اصل	مرکزی	۱۷۹	آرمان مباشریان	هشت بهشت
۱۳۰	نرگس کریمی	مرکزی	۱۸۰	بهنام مرادی	خانه اصفهان
۱۳۱	مجتبی قرانی نفتی	مرکزی	۱۸۱	تقی محمدشریفی	خانه اصفهان
۱۳۲	مهدی حیدری هروستانی	مرکزی	۱۸۲	محمدعلی میرجلیلی	بلوار جمهوری اسلامی یزد
۱۳۳	موسی مسافر	مرکزی	۱۸۳	سیمین قاصدی خواجه	تبریز
۱۳۴	محمد قاسمی	قم	۱۸۴	ناهید جوادی سفلی	تبریز
۱۳۵	محمد صادقی	قم	۱۸۵	طاهره شیخعلی زاده	تبریز
۱۳۶	محمدرضا کشت کار	قصردشت	۱۸۶	طلا پرنیون	ولیعصر تبریز
۱۳۷	نوید فاصله جهرمی	معالی آباد شیراز	۱۸۷	داود اسدزاده	بازار تبریز
۱۳۸	قاسم صالحی طیللو	معالی آباد شیراز	۱۸۸	کریم شجاعی	خیابان سرداران ارومیه
۱۳۹	فاطمه گل دریابور	بندر عباس	۱۸۹	قهرمان کریمپور	خیابان سرداران ارومیه
۱۴۰	سمیرا رسمی	زاهدان	۱۹۰	مریم طنابی	خیابان سرداران ارومیه
۱۴۱	پرینا کریمی	زاهدان	۱۹۱	مانی بابادی نوروزی	اهواز
۱۴۲	میثم میر	زاهدان	۱۹۲	منوچهر احمدزاده	اهواز
۱۴۳	احسان پنجه کوبی	زاهدان	۱۹۳	مصطفی قائمی	کیش
۱۴۴	حسین هلیله	بوشهر	۱۹۴	الناز بختیاری	کیش
۱۴۵	محسن زارغ پور	قزوین	۱۹۵	دایانا عمومحمدی قمی	کیش
۱۴۶	علی آشوری	قزوین	۱۹۶	پروین حاج حسینی دریای	کیش
۱۴۷	ولی فعله کری	همدان	۱۹۷	کرامت غفارنژاد	قشم
۱۴۸	علی خزائی فر	همدان	۱۹۸	حسن یزدانی چراتی	قشم
۱۴۹	مریم مرادیور	ایلام	۱۹۹	سلما فرنیانزاده	قشم
۱۵۰	علی اصغر خوش گفتارماهر	مشهد	۲۰۰	آمنه منصوری قشعی	قشم

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه /باجه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمایر	نام مسئول شعب/باجه‌ها
۱	آفریقا	۸۰۱	تهران، بزرگراه آفریقا، نرسیده به چهارراه جهان کودک، پلاک ۳۱	۸۸۷۴۵۵۷-۶۱	۸۸۷۳۷۷۳	نیما کیانی
۲	مرکزی	۸۰۲	تهران، خیابان انقلاب، بین چهارراه کالج و چهارراه ولیعصر، پلاک ۸۰۳	۶۶۹۵۹۳۳-۶۶۹۵۹۰۵۰	۶۶۹۷۱۰۶۱	شاهرخ نیری
۳	اصفهان	۸۰۳	اصفهان، خیابان فردوسی، نبش خیابان منوچهری، ساختمان امیر، پلاک ۱۳	۰۳۱-۳۲۲۳۰۴۳۴-۷	۰۳۱-۳۲۲۳۰۴۳۴	جمشید باقری
۴	باغ فردوس	۸۰۴	تهران، خیابان ولیعصر، نرسیده به میدان تجریش، روبروی باغ فردوس، پلاک ۲۹۴۴	۲۳۷۴۰۷۷۵	۲۳۷۴۰۷۱۵	تیمور طاهری
۵	پاسداران	۸۰۵	تهران، خیابان پاسداران، مقابل بوستان ششم، جنب برج سفید، پلاک ۲۵۰	۲۲۵۹۵۶۵۸	۲۲۵۹۷۵۴۰	مهدی عبدلی وشته
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	۴۴۳۵۴۵۱۸-۲۰	۴۴۳۵۴۵۱۷	شادمان غفوری
۸	اقدسیه	۸۰۸	تهران، خیابان اقدسیه (موحد دانش)، نبش کوچه نسیم، پلاک ۶۳	۲۲۸۲۳۰۵۶-۲۲۸۲۳۲۴۹	۲۲۸۲۳۲۴۵	حیدررسانی فر
۹	میرداماد	۸۰۹	تهران، خیابان میرداماد، نرسیده به میدان مادر، پلاک ۱۴۸	۲۲۹۳۴۴۵۱-۴	۲۲۹۳۴۴۶۳	مهدی عامری
۱۰	دکتر فاطمی	۸۱۰	تهران، خیابان دکتر فاطمی، روبه‌روی خیابان کاج، نبش کوچه ششم (شیخ‌لو)، 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 جنت‌آباد جنوبی، پایین‌تر از میدان چهار باغ، نبش خیابان لاله غربی، ساختمان سمرقند، پلاک ۴۷	۴۴۴۹۵۴۰۱-۱۲	۴۴۴۹۵۴۲۸	حمزه تقیان
۱۳	خیابان دولت	۸۱۳	تهران، خیابان دولت، نرسیده به چهارراه پاسداران، پلاک ۱۸	۲۲۷۶۴۸۲-۷	۲۲۷۸۱۰۶۹	مریم یدینی
۱۴	میدان وتک	۸۱۴	تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از میدان وتک، نبش خیابان برادران شرقی، پلاک ۲۴۷۷	۸۸۲۰۵۴۵۵-۹	۸۸۲۰۵۴۴۸	حمید نودست
۱۵	ایران زمین	۸۱۵	تهران، شهرک غرب، خیابان ایران زمین، مجتمع ایران زمین، پلاک ۱۳ و ۱۴	۸۸۵۷۷۶۰۵-۱۰	۸۸۵۷۱۲۱۵	فرشته قانع
۱۶	اریکه ایرانیان	۸۱۶	تهران، بلوار فرحزادی، نبش ارغوان غربی، مجتمع اریکه ایرانیان، پلاک ۱	۲۲۳۵۹۲۷۵-۷۸	۲۲۳۵۳۵۱۶	آزاده روشن
۱۷	یافت آباد	۸۱۷	تهران، بزرگراه آیت اله سعیدی، یافت‌آباد شرقی، بازار میل ایران، پلاک ۲۰۵ و ۲۰۲	۶۶۲۱۱۰۱۴-۱۷	۶۶۲۳۷۱۱۰	-
۱۸	شهری	۸۱۸	شهری، میدان شهری، خیابان ۲۴ متری زکریای رازی (بیات)، پلاک ۲۵۷	۵۵۹۷۰۷۳۲-۵۵۹۷۰۷۳۸	۵۵۹۷۰۷۳۰	افشین فرج زاده
۱۹	ظفر	۸۱۹	خیابان ظفر، بعد از خیابان کازرون شمالی، پلاک ۱۲۸	۲۶۶۴۵۹۸۶-۲۶۶۴۵۷۱۵	۲۶۷۰۵۳۲۷	بهنام پویانفر
۲۰	آفریقای شمالی	۸۲۰	تهران، خیابان تلون 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 عطائی فر
۲۲	پیروزی	۸۲۲	تهران، خیابان پیروزی، نبش خیابان عادل	۳۳۲۲۲۱۴۷-۳۳۲۲۳۰۷۸	۳۳۲۲۲۱۴۳	فرخ فرجی
۲۳	ولنجک	۸۲۳	تهران، خیابان ولنجک، خیابان چهاردهم، پلاک ۷	۲۲۴۲۱۲۲۷-۳۱	۲۲۱۷۲۵۹۰	امیرعلی جدیدی
۲۴	خیابان آذربایجان	۸۲۴	تهران، خیابان آزادی، نبش خیابان آذربایجان، پلاک ۱۰۴۶	۶۶۰۷۸۸۴۶-۶۶۰۷۸۸۴-۶	۶۶۰۷۸۸۰	محمود لک
۲۵	شهرک اکباتان	۸۲۵	شهرک اکباتان، فاز یک، خیابان نفیسی، روبروی مخابرات، پلاک ۵۹	۴۷۰۰۵۰۴۱-۴۷۰۰۵۰۸۳	۴۴۶۹۵۴۳	نیما رسولی
۲۶	میدان آرژانتین	۸۲۶	تهران، میدان آرژانتین، اول خیابان بیقی، پلاک ۲۱	۸۸۵۱۶۶۴۰-۸۸۵۱۷۴۱۸	۸۸۵۱۷۳۸۱	علیرضا رشیدی
۲۷	خیابان ملت اکباتان	۸۲۷	تهران، خیابان سعدی جنوبی، خیابان اکباتان، پلاک ۹۳	۳۳۹۹۸۰۰۵-۷ و ۱۲	۳۳۹۹۸۰۰۹	حسام حاجی حیدری
۲۸	قیطریه	۸۲۸	تهران، بلوار ۳۵ متری قیطریه، روبروی پارک قیطریه، پلاک ۸۵	۲۲۳۴۴۲۷-۸	۲۲۳۴۴۵۸	احسان کیانی
۲۹	ملاصدرا	۸۲۹	تهران، خیابان ملاصدرا، بعد از خیابان شیراز، پلاک ۱۳۲	۸۸۶۳۵۱۷-۸۸۶۳۷۴۴۸	۸۸۶۳۶۳۱	فاطمه حیاتی
۳۰	خیابان سید جمال الدین اسد آبادی	۸۳۰	تهران، خیابان سید جمال‌الدین اسد‌آبادی، نبش شمالی خیابان ۴۹، پلاک ۴۳۳	۸۸۶۱۷۹۳۵-۸۸۶۱۰۲۹۶	۸۸۶۲۸۳۷	بهنام عسگری علویچه
۳۱	میدان قزوین	۸۳۱	تهران، خیابان کارگر جنوبی، ضلع شمال شرقی میدان قزوین، پلاک ۱۸	۵۵۴۸۱۱۷۲-۴-۸	۵۵۴۸۱۱۷۹	مسلم مرتضوی‌فر
۳۲	خیابان دکتر بهشتی	۸۳۲	تهران، خیابان شهید دکتر بهشتی، بعد از چهارراه سه‌رودی، پلاک ۱۳۸	۸۸۵۱۲۶۰۳-۸	۸۸۷۴۶۶۹۹	سید محمد میرحسینی نیری
۳۳	فلکه سوم تهرانپارس	۸۳۴	تهران، خیابان آیت اله خوشوقت، بالاتر از فلکه سوم تهرانپارس، نبش خیابان ۲۱۴ شرقی، پلاک ۱۳۰	۷۷۳۷۰۱۸۶	۷۷۳۷۰۴۴۱	ارسلان بی‌آزار
۳۴	خیابان ولیعصر - پارک ساعی	۸۳۵	تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از خیابان شهید دکتر بهشتی، نبش کوچه کوزه گر، پلاک ۲۱۳۳	۸۸۵۵۹۶۶۵-۸۸۷۰۹۴۸۱-۲	۸۸۵۵۹۶۶۶	رضا جلالی
۳۵	فلکه اول تهرانپارس	۸۳۶	تهران، فلکه اول تهرانپارس، ابتدای خیابان آیت اله خوشوقت، نبش خیابان ۱۴۸ غربی، پلاک ۳۳	۷۷۷۳۳۳۵۰-۵۴	۷۷۷۳۳۳۵۵	سلیمان بیات
۳۶	بازار کاشا	۸۳۷	تهران، بازار بزرگ تهران، سیزه میدان، بازار کاشا، نبش بازار کاشا، پلاک ۶۴	۵۵۱۵۱۸۲-۴-۵	۵۵۸۰۸۵۰۹	وحید میرزاحانی
۳۷	الهیه	۸۳۸	تهران، خیابان ولیعصر، خیابان شهید فیاضی، بعد از خیابان کوهیار، پلاک ۶۹	۲۱۲۰۰۹۶۲-۶۳	-	مژگان طرّف نژاد
۳۸	منیریه	۸۳۹	تهران، خیابان ولیعصر، میدان منیریه، خیابان منیریه، نبش بن بست ناظمی، پلاک ۵۳	۶۶۴۹۱۰۷۵-۸۵-۸۷	۶۶۴۹۱۰۷۳	رامتین سلیمانی
۳۹	شهرک راه آهن	۸۴۰	تهران، اتوبان همت غرب، شهرک گلستان، بلوار امیر کبیر، نرسیده به چهارراه کله‌ها، پلاک ۵۳	۴۴۷۳۸۹۵۹-۴۴۷۳۸۹۶۹	۴۴۷۳۷۸۸۸	محسن باقری نیا
۴۰	میدان نیوت	۸۴۱	تهران، بزرگراه رسالت، خیابان آیت، ضلع جنوب غربی میدان نیوت، پلاک ۵۶۰	۹-۷۷۹۴۰۴۲۸	۷۷۹۴۰۴۱۸	علی اکبر فتحی زاده

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه/باجه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمایر	نام مسئول شعب/باجه‌ها
۴۱	دلاوران	۸۴۲	تهران، میدان رسالت، خیابان هنگام، بلوار دلاوران، بین چهارراه آزادگان و تکاوران، پلاک ۳۷۵	۷۷۲۱۳۸۴۸-۷۷۱۸۹۳۹۱	۷۷۲۱۳۷۷۷	زهرآ کرانی پور
۴۲	بلوار فردوس	۸۴۵	تهران، بزرگراه شهید ستاری، بلوار فردوس شرقی، پلاک ۴۳۴	۴۴۰۰۳۸۵-۶	۴۴۰۰۳۸۲۶	راحله خیر خواه
۴۳	فرودگاه امام خمینی	۸۴۶	تهران، کیلومتر ۳۰ اتوبان تهران - قم، فرودگاه بین‌المللی امام خمینی، سالت ورودی	۵۵۲۷۸۴۰-۹	۵۵۲۷۸۴۱۰	مصطفی کریمی
۴۴	میدان تجریش	۸۴۷	تهران، میدان تجریش، خیابان شهرداری، پلاک ۸۱	۳۶۸۵۸۷۰۶-۳۶۸۵۸۷۰۳	۳۶۸۵۸۳۱۶	رضا جلیل زاده
۴۵	نازی آباد	۸۴۸	تهران، نازی‌آباد، خیابان مدائن، پلاک ۱۱۶ و ۱۱۸	۵۵۳۳۱۰۰۴-۷	۵۵۳۵۶۰۵۱	محمد رضا البرزی
۴۶	سرو	۸۴۹	تهران، سعادت‌آباد، بلوار سرو غربی، نبش شمال شرقی میدان سرو، پلاک ۷۷	۲۲۰۹۴۳۵۶	-	حسن رنجبر قلیچی
۴۷	امین حضور	۸۵۳	تهران، میدان بهارستان، خیابان مصطفی خمینی، خیابان امیرکبیر شرقی، نبش کوچه جاویدی، پلاک ۱۴۰	۳۳۴۴۳۷۱۱-۳۳۴۴۳۷۰۴	۳۳۱۳۸۳۱۴	روح اله سیاوشی
۴۸	مولوی	۸۵۴	تهران، خیابان مولوی شرقی، نبش کوچه شهید علی اکبر قاسمی، پلاک ۵۱۸	۵۵۱۵۷۳۷۶-۵۵۱۵۶۱۰۹	۵۵۱۵۴۷۲۹	علی اکبر عینی
۴۹	خیابان لوازانی	۸۵۵	تهران، کامرانیه، خیابان لوازانی غربی، نبش دوراهی آریا، پلاک ۳	۲۲۸۱۶۶۹۲-۳-۵	۲۲۸۱۶۶۸۹	حمید زرهونه
۵۰	تهرانسر	۸۵۶	تهران، تهرانسر، بلوار اصلی، نبش خیابان ۱۴	۴۴۵۸۷۵۹۶-۴۴۵۸۷۵۸۶	۴۴۵۱۷۶۶۲	مجید صادقی دستک
۵۱	آصف	۸۵۸	تهران، زعفرانیه، بلوار یزدادی، نبش غربی خیابان ماکونی‌پور، پلاک ۱۹	۲۲۸۰۳۲۲۷-۲۲۸۰۳۲۳۰	۲۲۸۰۲۹۰۱	علیرضا رحیمی خو
۵۲	میدان حسین آباد	۸۵۹	تهران، چهارراه پاسداران، میدان حسین‌آباد، ساختمان مهدی، پلاک ۱۲۰	۲۲۹۶۰۰۱۳-۲۲۹۵۹۹۷۹	۲۲۹۵۹۹۰۹	محمود احسنی
۵۳	مقدس اردبیلی	۸۶۱	تهران، خیابان مقدس اردبیلی، نبش خیابان فرخ، پلاک ۱	۳۶۸۰۲۴۵۳-۳۶۸۰۲۴۰۹	۳۶۸۰۲۴۶۱	میرحسین آقاجانی
۵۴	خیابان ولیعصر - زرتشت	۸۶۲	تهران، بالاتر از میدان ولیعصر، نرسیده به خیابان زرتشت، نبش کوچه ناصر، پلاک ۱۷۷۷	۸۸۸۰۵۷۵۳-۸۸۹۰۶۱۷۸	۸۸۸۰۷۵۹۲	مونا رضایی
۵۵	خیابان دزاشیب - سه راه عمار	۸۶۳	تهران، میدان قدس، انتهای خیابان شهید کبیری (دزاشیب)، سه‌راه عمار، پلاک ۱۵۸	۲۲۷۵۳۹۱۴-۱۸	۲۲۷۵۳۹۱۳	-
۵۶	خیابان جمهوری	۸۶۵	تهران، خیابان جمهوری، بین خیابان ولی‌عصر و شیخ‌هادی، پلاک ۸۵۲	۶۶۹۷۱۳۹۴-۶۶۹۷۱۳۹۲	۶۶۹۵۹۳۸	عباس دانش‌نیا
۵۷	یهشی-قائم مقام	۸۶۶	خیابان شهید یهشی، بعد از بزرگراه مدرس، پلاک ۲۷۵	۸۸۵۳۶۲۸۹-۸۶۱۲۲۱۶۰	-	رضا محمدقاسمی
۵۸	برج سامان	۸۶۷	خیابان شریعتی، بالاتر از پل سیدخندان، نرسیده به بزرگراه همت نبش کوچه اتوبانک، پلاک ۱۰۰۵، برج سامان، طبقه اول	۰۲۱-۲۲۳۳۰۰۰۰ داخلي ۳۹۸۴ ۳۹۸۰	۰۲۱-۲۲۳۳۰۰۰۰ داخلي ۳۹۸۹	فاطمه حاجی بابایی
۵۹	قلهک	۸۶۸	خیابان دکتر شریعتی، بالاتر از دوراهی قلهک، پلاک ۱۴۲۵	۲۲۶۰۱۵۲۷-۲۲۶۰۳۶۱۳	۲۲۶۰۹۷۰۳	هومن رسولی
۶۰	ستارخان	۸۶۹	تهران، محله توحید، خیابان کوثر سوم، خیابان ستارخان، پلاک ۸۰	۶۶۴۳۵۲۳۹-۶۶۹۲۸۱۶۲	۶۶۵۷۴۶۷۵	بهوش قاسمی
۶۱	پونک	۸۷۰	تهران، بزرگراه اشرافی اصفهانی، بالاتر از میدان پونک، نبش کوچه ۱۹، پلاک ۱	۴۴۴۶۲۵۱۰	۴۴۴۶۲۸۱۵	مهدی طلایی
۶۲	مژده	۸۷۱	تهران، خیابان نیاوران، خیابان شهید مقدسی (مژده)، خیابان میری، پلاک ۴	۲۲۷۱۶۵۱۶-۲۲۷۱۶۳۵۱	۲۲۷۱۶۲۹۳	احمد عهدی
۶۳	لاله زار	۸۷۲	تهران، خیابان لاله‌زارنو، نرسیده به خیابان منوچهری، پلاک ۴۶۱	۳۶۸۷۰۴۵۸-۳۶۸۷۰۳۱۷	۲۲۵۳۰۱۴۶	داریوش خداداد
۶۴	میدان هفت تیر	۸۷۳	میدان هفت‌تیر، بالاتر از مسجد الجواد، پلاک ۲۷۵	۸۸۸۱۵۲۳۰-۸۸۸۱۵۸۹۰	۸۸۸۴۶۱۹۰	امیر ضیاء
۶۵	نیاوران	۸۷۴	تهران، نیاوران، خیابان شهید باهنر، روبروی پارک باهنر، پلاک ۱۴۸	۲۶۱۱۷۱۹۲-۹۳	۲۶۱۱۷۱۹۵	واله سعیدی
۶۶	بلوار ۲۴ متری سعادت آباد	۸۷۵	تهران، سعادت‌آباد، میدان فرهنگ، بلوار ۲۴ متری، نبش کوچه چهارم غربی، پلاک ۱۸	۲۲۳۷۸۵۶۶-۷	۲۲۳۵۷۶۰۵	بناترین بابایی
۶۷	خیابان آقازرگی - الهیه	۸۷۶	تهران، الهیه، انتهای خیابان شهید آقازرگی، نبش خیابان حسن اکبری، پلاک ۸۸	۲۲۳۹۱۰۷۱ ۲۲۳۹۹۷۱۶ ۲۲۳۹۹۷۴۱ ۲۲۳۹۸۷۵۷	۲۲۳۹۴۳۱۳	مهدی سلطانی
۶۸	بزرگراه فتح	۸۷۷	تهران، بزرگراه فتح، جاده قدیم کرج، بعد از شیر پاستوریزه، مجتمع تجاری تهران، پلاک ۲۳۸	۶۶۸۱۵۹۶۹-۶۶۸۱۵۹۶۸	۶۶۸۱۶۰۰۸	عباس آهنگری کیوی
۶۹	شهر قدس	۸۷۸	شهر قدس، بلوار ۴۵ متری انقلاب، روبروی پارک آزادگان، پلاک ۳۶۸	۴۶۸۳۲۲۳۰-۴۶۸۳۲۲۳۸	۴۶۸۳۲۲۴۱	جبار رضایی دره نیجه
۷۰	بلوار مرزداران	۸۸۱	تهران، شهرک زاندارمری، بلوار مرزداران، بین اینار و دانش، پلاک ۱۳۶	۴۴۳۱۱۰۴۰-۴۴۳۱۲۶۲۹	۴۴۳۱۱۸۴۱	منصوره رضایان مقدم
۷۱	بلوار کشاورز	۸۸۲	تهران، بلوار کشاورز، بین خیابان وصال شیرازی و نادر، پلاک ۱۷۸	۸۸۹۸۳۱۵۴-۶	۸۸۹۸۳۱۵۷	روح اله صفری
۷۲	بلوار دریا	۸۸۳	تهران، خیابان سعادت‌آباد، بلوار دریا، نبش خیابان رامشه، پلاک ۵۰	۸۸۵۷۸۱۷۱-۸۸۰۷۱۲۰۲	۸۸۳۶۶۷۶۹	امیر گیلانی فر
۷۳	گیشا	۸۸۴	تهران، کوی نصر (گیشا)، نبش خیابان نوزدهم، پلاک ۲۶۲	۸۸۴۵۷۸۴-۵	۸۸۴۵۷۸۷	محمدرضا پیشگاه هادیان
۷۴	جهانشهر کرج	۹۰۱	کرج، میدان سپاه، اول بلوار جمهوری، نبش نیلوفر، پلاک ۱	۰۲۶-۳۴۴۶۱۱۱۵-۱۷۲۰	۳۴۴۸۱۴۴۵-۰۲۶	مهدی تک دهقان
۷۵	میدان توحید کرج	۹۰۲	کرج، خیابان شاه عباسی، بین میدان توحید و میدان قدس، برج سامان، طبقه همکف	۰۲۶-۳۲۲۰۶۴۷۱-۴	۰۲۶-۳۲۲۰۵۴۸۲۲	مرتضی باغستانی
۷۶	شهریار	۹۰۴	شهریار، خیابان ولیعصر، ضلع شرقی میدان امام خمینی (نبش خیابان محسنی)	۶۵۲۶۹۰۲۱-۲۳-۲۶	۶۵۲۶۸۹۶۲	جواد علی بخشی
۷۷	مهرشهر کرج	۹۰۵	کرج، مهرشهر، بلوار شهرداری، فاز دو، نبش خیابان ۲۰۸، پلاک ۵۴۳	۰۲۶-۳۴۴۱۷۹۰۷	۰۲۶-۳۴۴۱۷۹۰۸	غلامعلی کریمی ایبازنی
۷۸	قم	۹۰۰۱	قم، بلوار امین، نبش کوچه ۴۱	۰۲۵-۳۲۹۴۰۶۰۲ ۰۲۵-۳۲۹۳۳۱۱۳	۰۲۵-۳۲۹۱۶۶۱۶	اکبر مردانی
۷۹	فلکه جهاد - قم	۹۰۰۲	قم، فلکه جهاد، خیابان ۱۹ دی، پلاک ۵۵۵ و ۵۵۷	۰۲۵-۳۷۷۰۸۸۴۰-۲	۰۲۵-۳۷۷۰۵۹۴۹	حامد سرخوش
۸۰	شیراز	۹۱۰۱	شیراز، خیابان زند، حدفاصل خیابان‌های فلسطین و هفت‌تیر (۲۰ متری سینما سعدی)، ساختمان پاسارگاد، پلاک ۳۹۶	۰۷۱-۳۲۳۱۹۵۲۲-۵-۶-۷	۰۷۱-۳۲۳۱۹۵۱۳	روح الله پورملاتکه

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه/پایه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمایر	نام مسئول شعب/پایه‌ها
۸۱	قصر دشت	۹۱۰۳	شیراز، خیابان قصر دشت، سه‌راه خلد برین، پلاک ۷۵	۰۷۱-۳۶۲۷۹۱۸۰ ۰۷۱-۳۶۲۷۹۲۲۶	۰۷۱-۳۶۲۷۹۱۲۱۶	عبدالکریم ستوده
۸۲	معالی آباد شیراز	۹۱۰۴	شیراز، معالی آباد، بلوار شریعتی، نبش کوچه ۳۷	۰۷۱-۳۶۳۴۱۳۹۷	۰۷۱-۳۶۳۴۱۴۰۶	مهدی ملاشعید
۸۳	پاسداران شیراز	۹۱۰۵	شیراز، بلوار پاسداران، حد فاصل خیابان میث و تقاطع شهید مطهری، ساختمان سامان	۰۷۱-۳۸۳۳۸۱۱-۳	۰۷۱-۳۸۳۳۷۰۸۰	اصغر یاری
۸۴	بندرعباس	۹۱۲۱	بندرعباس، بلوار امام خمینی، سه‌راه دلتا، برج نیلوفر، طبقه همکف	۰۷۶-۳۲۲۳۵۳۰۲-۳	۰۷۶-۳۲۲۳۵۳۰۳۰	-
۸۵	زاهدان	۹۱۳۱	زاهدان-خیابان امیرالمومنین مابین امیرالمومنین ۲۷ و ۲۹	۰۵۴-۳۲۳۸۲۷۹	-	حمیده شه بخش
۸۶	یوشهر	۹۱۴۱	یوشهر، میدان امام خمینی، ابتدای خیابان فرودگاه، پلاک ۳۷	۰۷۷-۳۳۵۶۲۳۱۹-۲۴	۰۷۷-۳۳۵۶۲۳۲۵	مجید گزی
۸۷	قزوین	۹۲۰۱	قزوین، خیابان خیام شمالی، پلاک ۵۶۰	۰۲۸-۳۳۳۵۷۳۰-۶	۰۲۸-۳۳۳۵۸۰۹۵	محمد جهانگیری پاشاکی
۸۸	همدان	۹۲۲۱	همدان، خیابان جهان‌نما، روپروی خیابان آزاد همدانی، نبش کوچه سوداگر، پلاک ۱۵۳	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۹۰-۲	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۸۹	امیر فولادی
۸۹	کرمانشاه	۹۲۴۱	کرمانشاه، میدان فردوسی، جنب بیمارستان معتضدی، پلاک ۱۲	۰۸۳-۳۷۷۵۹۵۹۱-۶۱	۰۸۳-۳۷۷۵۹۹۷۱	مهرداد مرادی
۹۰	ایلام	۹۲۶۱	ایلام، خیابان طالقانی، روپروی فرمانداری، پلاک ۳۵۱	۰۸۴-۳۳۳۳۱۷۳	۰۸۴-۳۳۳۳۱۵۲	سجاد کلهر کاظمی
۹۱	سنندج	۹۲۷۱	سنندج، چهارراه فلسطین، بلوار سید قطب، پلاک ۳	۰۸۷-۳۳۲۴۵۴۳۲-۳	۰۸۷-۳۳۲۴۵۴۲۶	حسین عبدیان
۹۲	خرم آباد	۹۲۸۱	خرم آباد، خیابان علوی، نرسیده به میدان امام، پلاک ۴۲۲	۰۶۶-۳۳۳۳۵۵۹۰-۲	۰۶۶-۳۳۳۳۵۵۹۱	یژن ابراهیمیان
۹۳	مشهد	۹۳۰۱	مشهد، بلوار احمد آباد، ۳۰ متری اول احمد آباد (خیابان رضا)، نبش کوچه رضای دوم	۰۵۱-۳۸۴۴۳۲۰۳	۰۵۱-۳۸۴۴۳۹۱۴	محمد ممقانی
۹۴	مدرس مشهد	۹۳۰۲	مشهد، بلوار مدرس، نبش مدرس ۵، پلاک ۳۷	۰۵۱-۳۲۲۸۳۸۰۰-۵	۰۵۱-۳۲۲۴۱۰۴۶	سارا زارعی
۹۵	سجاد مشهد	۹۳۰۳	مشهد، بلوار سجاد، نبش سجاد ۸ (خیابان لاله جنوبی)	۰۵۱-۳۷۶۴۸۲۰۸-۹	۰۵۱-۳۷۶۷۴۰۴۶	الله سازگار
۹۶	قرنی (مشهد)	۹۳۰۴	مشهد، بلوار قرنی، مابین چهارراه ابوطالب و قرنی، پلاک ۲۸	۰۵۱-۳۷۱۲۵۸۰۲-۸	۰۵۱-۳۷۱۲۵۸۰۹	مجید امیری دولتی
۹۷	بلوار هاشمیه (مشهد)	۹۳۰۵	بلوار شهید صارمی، حدفاصل بلوار کوثر و هاشمیه، بین شهید صارمی ۲۴ و ۲۶، پلاک ۱۵۸	۰۵۱-۳۸۸۴۳۳۶۷ ۰۵۱-۳۸۸۴۵۸۱۱	-	امیر رضا زره داران
۹۸	نیشابور	۹۳۱۶	نیشابور، خیابان امام خمینی (ره)، بین امام خمینی ۲۲ و ۲۴، پلاک ۱۳۸۸	۰۵۱-۳۳۴۹۴۱۳۰۱۵	۰۵۱-۳۳۴۹۴۱۶	-
۹۹	بجنورد	۹۳۲۱	بجنورد، تقاطع بلوار امام خمینی (ره) و میرزا رضا کرمانی	۰۵۸-۳۳۲۴۴۳۲۰	۰۵۸-۳۳۲۴۷۳۴۸	یاسر محمودخانی
۱۰۰	گلشهر رشت	۹۴۰۱	رشت، ابتدای بلوار گلشهر، ضلع شرقی میدان باستانی شاعر	۰۱۳-۳۲۱۱۴۷۱۰-۱۲	۰۱۳-۳۲۱۱۴۷۱۳	مسعود تقی زاده
۱۰۱	ساری	۹۴۰۲	ساری، خیابان فرهنگ، بعد از سه‌راه قارن، به طرف میدان شهدا	۰۱۱-۳۳۳۵۹۷۲۰-۵	۰۱۱-۳۳۳۵۹۷۱۱	ابوذر اساسه
۱۰۲	بابل	۹۴۲۱	بابل، میدان ولایت، ابتدای خیابان مدرس، روپروی شهرداری	۰۱۱-۳۲۱۹۷۱۴۰-۴۱	۰۱۱-۳۲۱۹۷۱۴۸	سید عبدالمجید طاهری
۱۰۳	آمل	۹۴۳۱	آمل، خیابان امام خمینی (ره)، حد فاصل آفتاب ۱۸ و ۲۰	۰۱۱-۴۴۲۹۶۴۲۱-۲۷	۰۱۱-۴۴۲۹۶۴۳۵	-
۱۰۴	گرگان	۹۴۴۱	گرگان، خیابان ولیعصر (عج)، بین عدالت ۸ و ۱۰	۰۱۷-۳۲۳۶۹۰۰۲-۵	۰۱۷-۳۲۳۶۹۰۱۶	سمیه نظریان
۱۰۵	سمنان	۹۴۵۱	سمنان، میدان مشاهیر، ابتدای بلوار قدس جنب بانک صادرات	۰۲۳-۳۳۳۶۳۱۸-۱۹-۲۲	-	حمید صوفی آبادی
۱۰۶	کرمان	۹۵۰۱	کرمان، خیابان سپهبد قرنی، نرسیده به میدان سپهبد قرنی، نبش کوچه قرنی ۸	۰۳۴-۳۲۳۳۳۸۶-۷	۰۳۴-۳۲۳۳۷۹۶۰	حسین شیعیه سیمکی
۱۰۷	میدان کوثر (کرمان)	۹۵۰۲	کرمان، میدان کوثر، ابتدای بلوار آزادگان	۰۳۴-۳۴۴۷۶۶۱	۰۳۴-۳۴۴۷۶۶۲	ملیحه تبریزیان
۱۰۸	رفسنجان	۹۵۱۱	رفسنجان، ابتدای خیابان مطهری، بعد از پل فجر، ساختمان محمد عسگری	۰۳۴-۳۴۳۲۱۰۳-۵	۰۳۴-۳۴۳۲۱۰۲	-
۱۰۹	زاینده رود	۹۵۲۱	اصفهان، خیابان توحید میانی، نبش کوچه شهید تقی آبادی، پلاک ۵	۰۳۱-۳۶۲۸۲۵۷۴	۰۳۱-۳۶۲۸۲۵۰۹	احسان جمشیدیان
۱۱۰	چهارباغ بالا	۹۵۲۲	اصفهان، میدان آزادی، خیابان چهارباغ بالا، نبش کوچه بهار آزادی، پلاک ۱۶۹	۰۳۱-۳۱۳۳۷۴۴۲-۳	۰۳۱-۳۶۲۸۲۰۷۹	مجید سیف الدینی
۱۱۱	هشت بهشت اصفهان	۹۵۲۳	اصفهان، خیابان زرگهر، خیابان هشت بهشت شرقی، پلاک ۵۴۶	۰۲۱-۳۳۳۸۷۸۰-۸۱ ۰۲۱-۳۳۳۸۸۱	-	سمیرا سبزه زار
۱۱۲	خانه اصفهان	۹۵۲۴	اصفهان، شهرک خانه اصفهان، خیابان گلستانه، پلاک ۶۰	۰۲۱-۳۴۳۷۲۲۷۱	۰۲۱-۳۴۴۱۳۶۸۸	علیرضا مستاجران
۱۱۹	سیتی سنتر اصفهان	۹۵۲۵	اصفهان، بزرگراه شهید وحید دستجردی، مقابل ورودی جنوبی شهرنیا، مجتمع سیتی سنتر اصفهان، طبقه همکف	۰۳۱-۳۶۵۱۶۸۴۱-۲	۰۳۱-۳۶۵۱۶۸۴۳	روزبه سلیمی
۱۲۰	یزد	۹۵۴۱	یزد، خیابان امام خمینی (ره)، نبش کوچه شهید صدوقی، پلاک ۲۷۴	۰۳۵-۳۶۲۲۱۶۹۱-۲	۰۳۵-۳۶۲۲۹۵۲۵	محمدحسین مداح‌زاده
۱۲۱	بلوار جمهوری اسلامی یزد	۹۵۴۲	یزد، بلوار جمهوری اسلامی نبش کوچه محمود آباد، رو به روی برج آسمان	۰۳۵۳۳۰۲۱۴۰-۴۹	-	محمد رضا زارع
۱۲۲	اراک	۹۵۶۱	اراک، خیابان شهید رجایی، پلاک ۸۸۲۷	۰۸۶-۳۲۲۱۴۴۰۴-۵	۰۸۶-۳۲۲۲۵۹۵۷	محمد فرح بخش
۱۲۳	تبریز	۹۶۰۱	تبریز، خیابان امام، بالاتر از چهارراه شهید بهشتی، نبش کوی فرهنگ، پلاک ۵۲۱	۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۰۰-۲۰	۰۴۱-۳۳۳۷۵۱۶۰	ابراهیم پایداره
۱۲۴	ولیعصر تبریز	۹۶۰۲	تبریز، خیابان ولیعصر (عج)، حدفاصل فلکه بازار و ایرادک، پلاک ۱۶	۰۴۱-۳۳۳۲۲۴۰۹	۰۴۱-۳۳۳۰۱۱۵۵	محمدعلی رضائی اقدم
۱۲۵	۱۷ شهریور تبریز	۹۶۰۳	تبریز، خیابان ۱۷ شهریور جدید، بلوار شهید قاضی طباطبائی، پلاک ۸۳	۰۴۱۳۵۵۶۰۹۴۱ ۰۴۱۳۵۵۷۳۱۷۲	۰۴۱-۳۵۵۷۳۱۷۳	اروج میرزائی
۱۲۶	استاد شهریار تبریز	۹۶۰۴	تبریز، ابتدای جاده اتل گلی، نبش کوی الهی پرست، پلاک ۳	۰۴۱-۳۳۲۹۳۳۶۲	۰۴۱-۳۳۲۹۳۳۶۰	علیرضا محمودی
۱۲۷	بازار تبریز	۹۶۰۵	تبریز، خیابان جمهوری اسلامی، ابتدای خیابان دارانی (شهید مدنی)، پلاک ۱۴۲۷	۰۴۱-۳۵۲۴۴۰۴۹	۰۴۱-۳۵۲۴۴۶۲۳	احمد رنجبری
۱۲۸	ارومیه	۹۶۲۱	ارومیه، خیابان کاشانی، روپروی مرکز بهداشت، پلاک ۱۵۶	۰۴۴-۳۲۲۴۴۳۱۱	۰۴۴-۳۲۲۴۰۳۹۲	شها امامی
۱۲۹	خیابان سرداران ارومیه	۹۶۲۲	ارومیه، خیابان سرداران، جنب کوچه شهید صفوی (کوچه تلفنخانه سابق)، پلاک ۱۶۹	۰۴۴-۳۲۲۵۰۵۲۳-۲۴	۰۴۴-۳۲۲۷۸۴۶	مسعود نامی فر
۱۳۰	اردبیل	۹۶۴۱	اردبیل، خیابان شیخ صفی، پلاک ۱۶۰	۰۴۵-۳۳۳۵۲۶۰۱-۵	۰۴۵-۳۳۳۵۲۵۰۱	ناصر هوشیاری
۱۳۱	زنجان	۹۶۸۱	زنجان، میدان آزادی، ابتدای خیابان امام، ساختمان ممتاز	۰۲۴-۳۳۳۲۰۶۵۴-۵	۰۲۴-۳۳۳۲۷۷۳۳	حمید رضا ففوری
۱۳۲	اهواز	۹۷۰۱	اهواز، خیابان شهید چمران (کیانپارس)، حد فاصل خیابانهای ۳ و ۴ شرقی، پلاک ۳۰۵	۰۶۱-۳۳۹۲۰۵۲۴۰۶	۰۶۱-۳۳۹۲۰۷۴۵۰	حسنت سپندار
۱۳۳	کیش	۹۸۰۱	کیش، خیابان فردوسی، مرکز تجاری کیش، طبقه همکف	۰۷۶-۴۴۴۵۴۹۰۰-۹۵	۰۷۶-۴۴۴۵۴۲۵۹	محمد سلگی
۱۳۴	قشم	۹۸۲۱	قشم، بلوار ولیعصر (امام قلی خان)، روپروی مجتمع تجاری خلیج فارس، ساختمان گلدریس	۰۷۶-۳۵۲۴۶۶۴۰-۴۱	۰۷۶-۳۵۲۴۶۶۴۰۳۵۰	عباس اطهری
۱۳۴	اروند	۹۸۵۱	آبادان، بلوار شهید منتظری (شاپور سابق)، نبش خیابان امیر کبیر (امیری)	۰۶۱-۵۳۲۲۶۷۴۰-۵	۰۶۱-۵۳۲۲۶۷۳۱	حمید گنجیزیان

شعب بانک سامان پاسخگوی همیشگی شما

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

سرپرستی‌ها

ردیف	عنوان سرپرستی	نام سرپرست	نشانی	شماره تلفن
۱	سرپرستی ناحیه ۱	اله میرزایی	تهران، میدان تجریش، خیابان شهرداری، پلاک ۸۱، طبقه سوم	۲۶۸۵۹۲۰۶-۲۶۸۵۹۱۱۵-۲۶۸۵۹۱۱۸
۲	سرپرستی ناحیه ۲	متین اقبال زاده		
۳	سرپرستی ناحیه ۳	علی حمیدیا	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	بهاره علیاری		۷۷۹۱۷۱۳۱
۵	سرپرستی ناحیه ۵	بابک برومند		۷۷۹۱۰۱۱۲
۶	سرپرستی ناحیه ۶	مهدی باقی	خیابان سید جمال الدین اسدآبادی، نیش کوچه چهل و نهم، پلاک ۴۳۳، نیم طبقه شعبه سیدجمال الدین اسدآبادی - کد پستی: ۱۴۳۴۹۳۵۷۳	۸۸۶۱۶۴۸۵-۸۸۶۲۹۰۶۷-۸۸۰۴۲۳۱۴
۷	سرپرستی ناحیه ۷	مریم طرفی نژاد		۸۸۰۳۳۱۴۳-۸۸۰۶۲۸۸۳
۸	سرپرستی ناحیه ۸	مجتبی قنبرزاده	بزرگراه همت غرب، شهرک گلستان، بلوار امیر کبیر، نرسیده به چهارراه گلها، پلاک ۵۳، طبقه فوقانی شعبه شهرک راه آهن - کد پستی: ۱۴۹۴۷۱۴۴۴۱	۴۴۷۹۱۱۱-۴۴۷۹۸۷۸۹
۹	سرپرستی ناحیه ۹	مهدی احمدی		۴۴۷۹۷۹۸۰-۴۴۷۹۸۷۴۷
۱۰	سرپرستی ناحیه ۱۰		برج سامان، طبقه ۱۵، مدیریت جذب و فروش	
۱۱	سرپرستی شعب استان‌های شمال	محمود ملکی	ساری خیابان فرهنگ بعد از سه راه قارن به طرف میدان شهدا	۰۱۱-۳۳۲۵۹۷۸۱-۳۳۲۵۹۷۸۶-۳۳۲۵۹۷۸۴
۱۲	سرپرستی شعب استان‌های شمال غرب	غلامرضا نیکمهد	تبریز خیابان امام بالاتر از چهارراه شهید بهشتی نیش کوی فرهنگ پلاک ۵۲۱	۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۴۰-۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۳۸
۱۳	سرپرستی شعب استان‌های شرق و شمال شرق	مهدی توننده جانی	مشهد، بلوار سجاد، نیش سجاد ۸، ط اول	۱۱۲-۱۱۴-داخلی ۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۴۴۰۵
۱۴	سرپرستی شعب استانهای مرکز	مجاهدی	اصفهان خیابان توحید میانی نیش کوچه شهید تقی آبادی پلاک ۵	۰۳۱۳-۶۲۸۲۱۱۲-۰۳۱۳-۶۲۸۲۱۱۰
۱۵	سرپرستی ناحیه ۱۵		برج سامان، طبقه ۱۵، مدیریت جذب و فروش	
۱۶	سرپرستی شعب استان‌های جنوب و جنوب غرب	مهرزاد نظری	شیراز-بلوار پاسداران (زرهی)، حدفاصل خیابان بعثت و تقاطع مطهری، ساختمان سامان، طبقه اول کد پستی: ۷۱۸۵۷۷۳۳۹۵	۰۷۱-۳۸۴۴۶۶۷۲-۰۷۱-۳۸۴۴۶۶۷۰-۷۲
۱۷	سرپرستی استانهای جنوب شرق		کرمان، خیابان سپهبد قرنی، نرسیده به میدان سپهبد قرنی، نیش کوچه قرنی ۸	۰۳۴۴-۲۲۳۸۷۹۴

دفاتر بانکداری اختصاصی

نام دفتر	نام مسئول دفتر	کد دفتر	نشانی	شماره تماس
سرپرستی دفاتر بانکداری اختصاصی	محمد حسین افضلی	-	تهران-خیابان شریعتی-بالاتر از سیدخندان-نیش کوچه اتوبانک- پلاک ۱۰۰۵-برج سامان- طبقه ۱۵ (۳۹۱۱)	۰۲۱-۲۲۳۳۰۰۰۰
دفتر بانکداری اختصاصی زعفرانیه	احسان مهدی پور	۸۶۴	تهران-زعفرانیه-خیابان یکتا- ابتدای خیابان طاهری-پلاک ۳	۰۲۱-۲۲۷۱۶۵۳۸
دفتر بانکداری اختصاصی تبریز	نادر جهانگیرزاده سوره	۸۶۴۱	تبریز-خیابان ولیعصر- فلکه ایرداک- اول خیابان سعدی- برج بین - طبقه ۸	۰۴۱-۳۳۳۱۶۲۲۰
دفتر بانکداری اختصاصی مشهد	حمید طوسی	۸۶۴۲	مشهد- بلوار سجاد- نیش سجاد هشتم- ساختمان بانک سامان- طبقه هفتم	۰۵۱-۳۷۶۸۱۷۱۶
دفتر بانکداری اختصاصی قم	امیر محمد هاشمی	۸۶۴۳	قم-بلوار امین-نیش کوچه ۴۱ ساختمان بانک سامان-طبقه دوم	۰۲۵-۳۲۴۰۰۴۴۱
دفتر بانکداری اختصاصی اصفهان	صابر ملبوس باف	۸۶۴۴	اصفهان-خ توحید جنوبی- بعد از چهار راه پلیس - ساختمان ژبوار- طبقه پنج - واحد ۵۰۱	۰۳۱-۳۱۳۲۲۴۴۷

دفاتر بانکداری شرکتی بانک سامان

نام دفتر	نشانی	تلفن	نمایر	نام رئیس
دفتر بانکداری شرکتی شهر مشهد	مشهد، بلوار سجاد، بین چهارراه بزرگمهر و بهار، نیش خ لاله، ساختمان بانک سامان، طبقه دوم	۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۳۹ و ۴۱	۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۴۰	نقیسه سلماسی
دفتر بانکداری شرکتی واحد اصفهان	اصفهان، خیابان توحید جنوبی، قبل از چهارراه پلیس، ساختمان ژبوار، طبقه سوم، واحد ۳۰۳	۰۳۱۳-۳۱۳۱۳۱۰ و ۰۳۱۳-۳۱۳۱۳۲۵	۰۳۱۳-۳۱۳۱۳۱۶	زهرا ایلخانی
دفتر بانکداری شرکتی تهران	تهران، خیابان شریعتی، نیش کوچه اتو بانک، پلاک ۱۰۰۵، برج سامان	۰۲۱-۲۲۳۳۰۰۰۰ و ۳۵۶۶ داخلی	-----	محبوبه کوشافر

جایزه‌های گل یا پوچ (زمستان)

۳ کد هدیه ۱۰ میلیون تومنی، ۳ کد هدیه ۵ میلیون تومنی
و کدهای هدیه ۱۰۰ هزار تومنی خرید از دیجی کالا
۳ عدد مودم سامانتل



بانک سامان
مشتري گرامی، چک شماره ۴۲۱۰۱۶ به
مبلغ ۱.۲۸۰.۰۰۰.۰۰۰ ریال به علت کسری /
فقدان موجودی برگشت شد.
در صورت تأمین وجه چک تا پایان ساعت ۱۴
شماره چک برگشتی را ارسال فرمایید.

۴۲۱۰۱۶

رفع برگشت شد.

ریال ۱۲۸۰۰۰۰۰۰۰۰۰
پایه حواله کرد پروازید
(مبلغ پدو) ریال
۱۲۸۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰

کارسازی این چک منوط به ثبت حضور، دریافت و انتقال آن در سامانه میاد و اس

برگشت خورد، پیام بده.



وین کارت
Win Card

5678
P: 07/08

iPhone

اسامی ۲۲۰ برنده قرعه کشی پاییز وین کارت
۲۰ جایزه یک میلیارد ریالی و ۲۰۰ جایزه صد میلیون ریالی