

سپان

سال دهم، شماره ۹۰
آذر ۱۳۹۳

بانک سامان
Saman Bank

بانک سامان
Saman Bank



شعبه همیشه بیدار
سامان

#شادهستیم

لبخند بزن، جایزه بگیر!

هر ماه ۱۰ میلیون ریال
جایزه نقدی



این فعالیت
فقط برای مشتریان
بانک سامان است

 Lenzor  /samanbank

باشما هستیم

مرکز سامان ارتباط: ۰۲۱-۲۲۲۲
www.sbs24.com

مسابقه عکاسی #شادهستیم
مشاهده نتایج فرجه‌گشی در وب سایت بانک سامان



گروه مالی سامان

بیمه سامان

تهران - خیابان خالد اسلامبولی (وزراء) - ساختمان شماره ۱۲۳
تلفن: ۸۹۴۳-۰۲۱ نمابر: ۸۸۷۰۰۲۰۴
www.si24.ir



شرکت کارگزاری بانک سامان

تهران - خیابان آفریقا - پایین تر از چهارراه جهان کودک - نبش کوچه ۲۵ - پلاک ۲۹ - طبقه همکف
تلفن: ۸۸۷۷۴۶۶۹-۷۱ نمابر: ۸۸۷۷۴۶۸۹
www.samanbourse.com



شرکت پرداخت الکترونیک سامان کیش

تهران - خیابان ولیعصر - بالاتر از میدان ونک - انتهای خیابان خدای - پلاک ۱۰۴
تلفن: ۸۴۳۴۵۰۰۰ مرکز ارتباط با مشتریان: ۸۴۰۸۰ نمابر: ۸۸۲۱۹۱۴۰
www.sep.ir



شرکت ماهواره ای سامان

تهران - خیابان فلسطین جنوبی - بین خیابان بزرگمهر و انقلاب - کوی پرستو - پلاک ۳ - واحد یک
تلفن: ۶۴۰۰۰۰۰۰ نمابر: ۶۴۰۰۰۱۰۳
www.samansat.com



شرکت اعتبار سنجی حافظ سامان ایرانیان

تهران - خیابان ملاصدرا - خیابان شیراز جنوبی - کوچه بهار دوم - پلاک ۷ - طبقه اول
تلفن: ۸۸۰۵۵۸۰۰-۶ نمابر: ۸۸۰۵۵۷۹۹
www.etebarsanjisaman.com



صرافی سامان

شعبه مرکزی: تهران - خیابان خالد اسلامبولی (وزرا) - خیابان هفتم - پلاک ۱۱
تلفن: ۸۸۷۰۵۸۰۳ و ۸۸۷۰۹۲۱۰ نمابر: ۸۸۷۰۹۲۱۰
شعبه کرج: کرج - بین میدان قدس و میدان توحید - برج سامان - طبقه اول
تلفن: ۰۲۶۱-۲۲۰۶۳۵۸ و ۰۲۶۱-۲۲۰۶۳۶۱ نمابر: ۰۲۶۱-۲۲۰۶۳۶۱
شعبه اقدسیه: تهران - خیابان پاسداران - نبش نارنجستان دوازدهم
تلفن: ۲۲۸۲۰۳۰۲
www.samanexchange.com



شرکت خدماتی آفتاب تجارت سامان

تهران - خیابان شهید آیت - ضلع جنوب غربی میدان نبوت - پلاک ۵۶۰ - طبقه دوم بانک سامان (شعبه میدان نبوت)
کدپستی: ۱۶۴۸۸۸۷۳۱۱ تلفن: ۷۷۹۱۷۱۳۱-۷۷۹۱۰۱۱۹ نمابر: ۷۷۹۱۷۰۰۳
www.aftabts.com



شرکت پردازشگران سامان

تهران - خیابان کریمخان زند - خیابان سنایی - خیابان سیزدهم - پلاک ۳۴
تلفن: ۸۸۸۳۸۰۰۰ نمابر: ۸۸۸۳۷۹۷۰
www.samanpr.net



شرکت تأمین سرمایه کاردان

بلوار آفریقا - بالاتر از اسفندیار - کوچه رحیمی - پلاک ۴ - واحد ۲۰۳ کدپستی: ۱۹۶۷۹۱۶۹۷۳
تلفن: ۲۶۲۰۲۲۰۹ نمابر: ۲۶۲۰۲۲۴۷
سایت: Kardan.ir



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

با سالن همراه باشید





ماهنامه آموزشی خبری بانک سامان

اقتصادی-اجتماعی-فرهنگی

سال دهم، شماره ۹۰، آذر ۱۳۹۳

سلمان

همگام با سامانیان همسو با سامان

عکس: محمد حقیقت طلب
گزارش: محمد علی عرفی نژاد
ویراستار: نرگس حاجیلو
حروفچین: مجید رحیمی
ناظر چاپ: بیژن بهادری

صاحب امتیاز: بانک سامان
مدیر مسئول: فرشته ضرابیه
سر دبیر: ناصر بزرگمهر
مدیر هماهنگی: لی لی کیوان
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 گردد.
- 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 گردد.
- مقالات کوتاه و حداکثر برای ۴ صفحه نشریه تهیه شود.
- عکس و طرح مناسب همراه مقاله ارسال شود.
- عکس نویسنده یا مترجم همراه مقاله باشد.
- پی نوشت و هر گونه توضیح در مورد منابع در انتها قرار گیرد.
- کلماتی که مخفف نوشته می‌شود، یک بار کامل ذکر گردد.
- تیترو سوتیترهای مناسب توسط نویسنده مشخص گردد.
- مطالب چاپ شده الزاما نظر رسمی مجله نیست.
- حتی الامکان از کلمات خارجی استفاده نشود و معادل فارسی به کار رود.
- نوشتن اعداد بصورت عدد ریاضی صورت گیرد.
- در نوشتن کلمات از رسم الخط جداسازی استفاده شود.
- از چاپ مقاله با ۲ امضا معذور هستیم.
- مجله در ویرایش و خلاصه کردن مقالات آزاد است.

آدرس اداره مرکزی بانک سامان:

خیابان ولی عصر، نرسیده به چهارراه پارکوی، نبش کوچه ترکش دوز، پلاک ۱۵۴۳ /
تلفن: ۰۲۱-۲۳۰۹۵۱۰۰

آدرس روابط عمومی بانک سامان:

خیابان ولی عصر، بالاتر از نیایش، خیابان شهید عاطفی، پلاک ۱۲۱
تلفن: ۰۲۱-۲۲۰۲۳۶۷۲-۴ سایت: www.sb24.com

آدرس دفتر مجله سامان:

خیابان قائم مقام فراهانی، مقابل خیابان فجر، پلاک ۷۴
تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۴۸۸۷۹ فاکس: ۸۸۳۷۴۸۳۰

یادداشت سردبیر / ۶

مقاله‌ها

نقش خلاقیت در گزینش نیروی انسانی / ۹ ● تحولات جدید موثر بر نقش استراتژیک بازاریابی / ۱۶
نقش توسعه منابع انسانی در فرایندهای سازمانی / ۱۸ ● بیمه زوریخ: نجات آدم برقی / ۲۰

گفت و گو

گشت و گذار در شعبه‌های بانک سامان / ۲۱ ● شعبه فرودگاه امام خمینی (ره) شعبه همیشه
بیدار سامان / ۲۶

گزارش

گزارش ماهانه تحلیل بازار / ۳۱

آموزش

جادوی سحرآمیز استیو جابز برای موفقیت / ۳۷ ● از خدمات جدید نرم افزار سامانک چه
می‌دانیم؟ / ۴۳ ● شانس خود را با سپرده وین امتحان کنید / ۴۶ ● نکات حقوقی آپارتمان نشینی / ۴۸

باجه خیال

عاشقانه تلخ / ۵۱ ● تصاویر دیدنی / ۵۲ ● ویدئوی ویروسی VIRAL VIDEO ابزاری جدید
برای برندها / ۵۴ ● چطور مانند یک نابغه تجارت کنیم؟ / ۵۵ ● یک ترفند کوچک اما موثر در موفقیت
کسب و کار / ۵۶

اخبار

سپرده وین بانک سامان با ۲۷۵ میلیون تومان جایزه نقدی ماهانه / ۵۷ ● تغییر سقف انتقال وجه
پایا و ساتنا از نت بانک سامان / ۵۷ ● گام به گام با هم #شاد هستیم / ۵۸ ● جراحی و درمان ۳۹ کودک
تحت پوشش زنجیره امید با مشارکت بانک سامان / ۵۹ ● انتقال شعبه اوین بانک سامان به خیابان
مقدس اردبیلی / ۵۹ ● کیوسک‌های نظرسنجی بانک سامان / ۶۰ ● شعب بانک سامان / ۶۲ ● نرخ سود
سپرده‌های ارزی و ریالی / ۶۶

یادداشت سردبیر



ناصر بزرگمهر

nbozorgmehr@yahoo.com

به نام او که هر چه بخواهد همان می شود

وجود رقیب، یک فرصت طلایی است



بازار سنتی تهران، ناصر خسرو، سبزه میدان خودنمایی می کنند. صدها مغازه لوازم پدکی اتومبیل در چراغ برق و کتوشلواری ها در باب همایون گرد هم آمده اند و هیچ کس هم نان دیگری را کم نمی کند. هر کدام مشتری خودشان را دارند و هر کدام تلاش می کنند تا جنس بهتر یا متفاوت تری ارائه کنند.

در قدیم، در بازارهای سنتی که هنوز نمونه آن فراوان است صدها زرگر، کنار یکدیگر مغازه های طلافروشی یک نبش و دونبش تاسیس می کردند و هیچ کس هم آزرده خاطر نمی شد. راسته کفاش ها، راسته بنکدارها، چهارسوق قالی فروش ها، خیابان خرازها، محله دارو فروش ها و ده ها شغل دیگر، هنوز در همین

امروز، دنیای بزرگی است، برای همه کسانی که دل به کار بسته‌اند، فرصت و امکان حضور وجود دارد. به فرهنگ گذشته خود برگردیم و از دکانی که کنار دکان ما برپا شده است نهراسیم. به فرض اگر روزنامه ای خواندنی یا خریدنی باشد، حتما خریده می‌شود و خوانده می‌شود.

کم کم باور کنیم که وجود رقیب در همه حوزه های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی، می تواند برای هرکس و هر شغل و هر گروهی یک فرصت طلایی ایجاد کند.

تولد اولین بانک های خصوصی، با استقبال بانک های دولتی همراه نشد، اما کسی را هم نگران نکرد، توطئه ای هم شکل نگرفت، با گذشت زمان و عملکرد خوب بانک های خصوصی، شیوه اداره آنها، الگویی برای مشتری مداری بانک های دولتی شد و بعد از تغییر و تصویب اصل ۴۴ قانون اساسی، بعضی بانک های دولتی هم خصوصی شدند و به تغییر بنیادی روی آوردند.

امروزه که در هر کوچه و خیابانی چند شعبه بانک خصوصی و دولتی وجود دارد، بیش از هر زمان دیگر رفتار و کردار ما به عنوان یک رقیب در پیش چشم مردم خودنمایی می کند، حالا که بازار رقابت بسیار جدی شده است و هر روز رقیبی با پرداخت یکی دو درصد بیشتر و ترفندی قانونی و یا غیر قانونی، تلاش می کند تا اندوخته مشتری را جذب کند و بعضی از مشتریان هم اندوخته خود را برای کسب درآمد بیشتر از این بانک به آن بانک می‌برند، تصمیمات مدیریتی و فردی هر کدام از کارکنان بانک می‌تواند در جذب و ماندگاری مشتریان ما تاثیر بسزایی داشته باشد.

همه مشتریان برای چند درصد بیشتر، هر روز بانک خود را عوض نمی کنند، اما همه مشتریان برای یک برخورد ناصواب بانک خود را عوض می کنند، در دنیای رقابت امروز و زمانی که دیوار به دیوار شعبه ما رقیب تازه ای علم می شود، باید بدانیم که فقط ارتباطات رفتاری، گفتاری و کرداری ما است که می تواند مشتری را در این شعبه یا آن شعبه نگه دارد.

به رنگ آسمانی سامان دل ببندید و تلاش کنید در این شرایط خاص و کمی پیچیده، با کلامی ساده، با لبخندی ارزان و با پاسخی مناسب همراه و همدل مشتریانی باشید که بدون تک تک آنها امکان ادامه حیات بانک مقدور و میسر نخواهد بود.

تا دیروز بسیاری از مشاغل، کنار یکدیگر قرار می گرفتند و کسی هم فضای کار دیگری را تنگ تر نمی کرد و همه کاسب ها حیب خدا بودند... حالا یکباره با تغییر فرهنگ ها و کوچک شدن دل ها، فرهنگ کاسبی هم تغییر ماهیت داده است.

یک کارخانه ای در یک محل تاسیس می شود، کارخانه قبلی شروع به کارشکنی و سنگ اندازی و توطئه در هر جایی که دستش برسد می کند، مغازه ای در یک محل متولد می شود، رستورانی تاسیس می گردد، میوه فروشی شروع به کار می کند و بعد از گذشت مدتی با رشد جمعیت و توسعه جغرافیای محل، افراد دیگری مغازه دیگر، رستوران دیگر، میوه فروشی دیگر و سوپر مارکتی دیگر تاسیس می کنند و در ابتدا هر کدام از تازه وارد ها، مدت ها نیرو و توانشان را صرف خشتی کردن توطئه های رقیب قبلی می کنند. چرا؟ توطئه چرا؟ سوال اصلی همین نگرش توطئه در هر مورد کوچک و بزرگ است که این روزها گریبانگیر فرهنگ جامعه شده است.

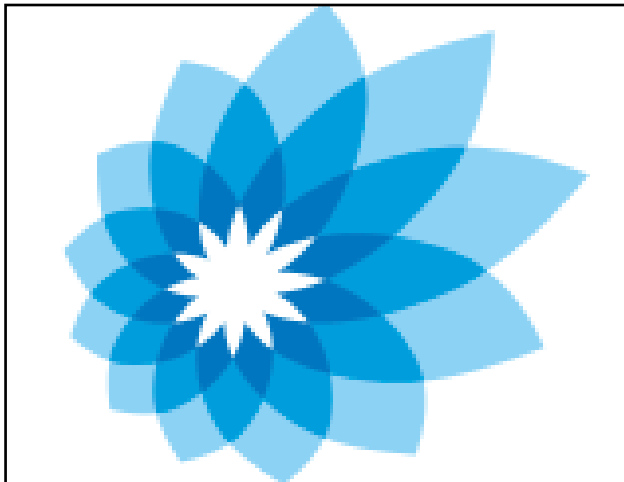
وجود رقیب در بازارهای اقتصادی، فرهنگی، علمی، اجتماعی و حتی سیاسی، نه تنها نباید کسی را برنجاند و باب دشمنی و توطئه را بگشاید، بلکه باید از رقیب استقبال کرد.

رقیب این امکان را برای ما به وجود می آورد که بتوانیم خود را در حیطه مقایسه قرار دهیم و راهی مطلوب تر را در پیش بگیریم. بدون شک، مشتری مداری، ایجاد فضای زیباتر، ارائه جنس بهتر و صدها نکته ظریف دیگر، می تواند به هر تولید کننده یا عرضه کننده هر محصولی، این امکان را بدهد که وضعیت بهتری نسبت به دیگری داشته باشد.

متأسفانه این روزها در همه حوزه های زندگی به جای رقابت سالم و لذت از پیشرفت های دیگری، به فکر ایجاد مشکل و سنگ اندازی در حوزه کار دیگران می افیم، به جای اینکه نیرو و توان خودمان را بیشتر کنیم و از رشد دیگران درس بگیریم، کار و زندگی خود را رها می کنیم و دنبال توطئه برای این و آن می رویم.

در حوزه مسائل اجتماعی و سیاسی می گویند، حتی از کسانی که گاهی با شما هم عقیده نیستند، استقبال کنید، درست است که افراد هم عقیده به شما آرامش می دهند، اما افرادی که مخالف عقیده شما هستند، در عوض به شما دانش خواهند داد.

رقیب را در هر حوزه ای احترام کنیم. اطمینان داشته باشیم حضور یک نشریه دیگر، می تواند نشریه ما را هم رونق ببخشد. دنیای



چطور یک لوگوی به یادماندنی داشته باشیم؟

محمدصادق مالکی
(کارشناس روابط عمومی الکترونیک)

تعداد کمی لوگو هستند که مانند لوگوی سفید و قرمز کوکاکولا یا قوس طلایی مک دونالدز در سراسر جهان شناخته شده بوده و در طول عمر خود، تغییرات زیادی نکرده باشند. اما باید دید چطور می‌شود یک لوگو طراحی کرد که در عین سادگی قابلیت تبدیل شدن به بخشی از فرهنگ مردم را نیز داشته باشد؟

سازگاری با هویت و شخصیت شرکت شما Brand Constancy:

لوگویی بسازید که با شخصیت برند شما سازگار باشد و مطمئن باشید که آن لوگو همگام با پیام و ارزش‌هایی باشد که می‌خواهید به مشتریان خود منتقل کنید.

نماد خاص:

شما می‌توانید با قرارداد دادن یک نماد خاص در لوگوی خود آن را به یادماندنی‌تر کنید.

درواقع با قرارداد دادن یک نماد یا نشان خاص و ویژه در لوگوی خود، آن را از لوگوهای دیگر متمایز کنید. مانند یک گاز گرفتگی در سیب لوگوی اپل که آن را از دیگر سیب‌ها متمایز می‌کند یا قرارداد دادن یک کره به جای حرف "O" در مثلاً کلمه LOGO.

توجه به فرهنگ و هنجارهای اجتماعی:

از آنجا که لوگوی شما اولین چیزی است که توسط مشتریان تان دیده می‌شود، بایستی قابلیت نفوذ در قلب و ذهن آنها را داشته باشد. بنابراین شما باید با فرهنگ و هنجارهای عمومی هماهنگ باشید و آنها را در انتخاب لوگو مورد توجه قرار دهید؛ چه در رنگ و چه در طرح.

برای مثال گاو یک نماد مقدس در بین هندوها است اما در جاهای دیگر اینچنین نیست، بنابراین اگر شما مثلاً در صنایع بسته‌بندی یا تولید سوسیس و کالباس فعالیت می‌کنید، در کشور هند نباید از این نماد روی محصولات خود استفاده کنید.

نظرسنجی و دریافت نظرات:

در نهایت قبل از اینکه لوگوی خود را نهایی کنید حتماً از اطرافیان قابل اعتماد و مشتریان خود، از طریق فرم‌های نظرسنجی و سایر ابزار که در دست دارید نظرخواهی کنید. شما با این کار ذهنیتی از فضای بیرونی کسب و کار خود و تأثیرات لوگو بر ذهن مخاطب پیدا می‌کنید. فراموش نکنید بیشتر لوگوهای ماندگار از همین رازهای ساده پیروی کرده‌اند.



با رعایت چند راز ساده می‌شود لوگویی را خلق کرد که به یادماندنی شود:

سادگی و رنگبندی (Simplicity):

هنگامی که یک لوگو برای یک کسب و کار جدید یا استارت‌آپ طراحی می‌کنید، به ساده بودن و رنگبندی ویژه و خاص آن دقت کنید.

باید توجه داشت که در طراحی لوگو حداکثر سه رنگ استفاده شود و نه بیشتر.

سادگی لوگو سبب می‌شود مشتری ارتباطی سریع‌تر با آن برقرار کرده و در نوبت بعد، آن را سریع‌تر به خاطر بیاورد.

همانطور که می‌دانیم لوگوی شرکت اپل زمانی که در مرحله استارت‌آپ بود یک سیب رنگین کمانی بود اما اکنون که به ثبات و بلوغ رسیده یک سیب خاکستری ساده است.



مقاله

نقش خلاقیت در گزینش نیروی انسانی

محمدصادق مالکی
(کارشناس روابط عمومی الکترونیک)



مقدمه

پیوسته این سوال مطرح است که چرا یک کشور پیشرفت کرده در حالی که کشور مشابه که از نظر منابع اولیه و امکانات بهره وری دارای شرایط بهتری بوده، عقب مانده است. چه عامل مهمی در شرایط مشابه باعث پیشرفت و موفقیت بعضی (کشور - گروه - فرد) و باعث عقب ماندگی و عملکرد ناصحیح بعضی دیگر می شود؟

یکی از مسائلی که نقش اساسی در این توسعه ایفا می کند و باید بررسی کنیم، بحث «منابع انسانی» است. این که چه کسی را کجا و چگونه استفاده کنیم. همچنین مسئله دیگری که بسیار با اهمیت است مبحث «خلاقیت و نوآوری و تغییر» در سازمان است.

در این مقاله سعی بر آن دارم تا با اشاره ای کوچک و گذرا به مسئله توسعه منابع انسانی و بحث مفصل در مورد خلاقیت و نوآوری مقایسه ای بین شرکت ها و موسسات کشور خودمان و کشور های

توسعه یافته در حال توسعه انجام دهم.

چکیده

در سال های اخیر، تلاش های وسیعی به وسیله بسیاری از سازمان ها برای ترغیب افراد خود به خلاقیت و نوآوری انجام گرفته است. در این مقاله مفهوم و جایگاه خلاقیت و نوآوری شرایط ایجاد این مولفه ها و همچنین ویژگی های افراد و سازمان های خلاق و نوآور تبیین شده است. با بهره جویی از فنون خلاقیت و نوآوری خواهیم توانست به طریقی کارآمد و اثربخش به اهداف خود برسیم و سازمان و جامعه ای توسعه یافته و پیشرو داشته باشیم.

خلاقیت و نوآوری لازمه و پیش درآمد توسعه و پیشرفت و تعالی یک سازمان و جامعه است و آگاهی از فنون و تکنیک های آن ضرورتی اجتناب ناپذیر برای مدیران، دانشجویان، پژوهشگران و علاقه مندان به این رشته به شمار می رود.

خلاقیت همچون عدالت، دموکراسی و آزادی برای افراد دارای معانی مختلف است ولی یک عامل مشترک در تمام خلاقیت‌ها این است که خلاقیت همیشه عبارت است از پرداختن به عوامل جدیدی که عامل خلاقیت در آنها موجود بوده و به عنوان مجموع میراث فرهنگی عمل می‌کنند ولی آنچه که تازه است ترکیب این عوامل در الگویی جدید است (جک هالوران - دوگلاس نبتون، ۱۹۹۲) تلاش‌های خلاقیت وسیله‌ای برای نوآوری است. خلاقیت بیشتر یک فعالیت فکری و ذهنی است و نوآوری بیشتر جنبه عملی دارد و در حقیقت محصول نهایی عمل خلاقیت است. (فرنودیان، ۱۳۷۰، ص ۶)

نوآوری مهارتی است که با بسیاری همکاری‌های دیگر همراه است. نوآوری به دگرگونی‌های عمده در زمینه پیشرفت‌های تکنولوژیک یا ارائه تازه‌ترین مفاهیم مدیریت یا شیوه‌های تولید، اطلاق می‌شود. نوآوری پدیده‌ای واقعاً چشمگیر و جنجالی است. نوآوری عموماً پدیده‌ای نادر است که فقط در عده‌ای خاص می‌توان آن را سراغ گرفت.

هالت (۱۹۹۸): اصطلاح نوآوری را در یک مفهوم وسیع به عنوان فرایندی برای استفاده از دانش یا اطلاعات مربوط به منظور ایجاد یا معرفی چیزهای تازه و مفید به کاربرد، وارکینگ (VARKING) نیز توضیح می‌دهد که: نوآوری هر چیز تجدید نظر شده است که طراحی و به حقیقت درآمده باشد و موقعیت سازمان را در مقابل رقبا مستحکم کند و نیز یک برتری رقابتی بلندمدت را میسر سازد. به عبارتی نوآوری خلق چیز جدیدی است که یک هدف معین را دنبال و به اجرا رساند. بنابراین، در یک تعریف کلی می‌توان نوآوری را به عنوان هر ایده‌ای جدید نسبت به یک سازمان و یا یک صنعت و یا یک ملت و یا در جهان تعریف کرد. (خداداد حسینی، ۱۳۷۸، ص ۴۸)

تفاوت خلاقیت و نوآوری

اگرچه واژه خلاقیت با نوآوری به طور مترادف استفاده می‌شود اما غالب محققان معتقدند که دو اصطلاح نوآوری و خلاقیت باید به طور جدا مدنظر قرار گیرند، چرا که دارای معانی و تعاریف جداگانه‌ای هستند (مهر، ۱۹۶۹). خلاقیت اشاره به آوردن چیزی جدید به مرحله وجود دارد، در حالی که نوآوری دلالت بر آوردن چیزی جدید به مرحله استفاده دارد. (دیویس، ۱۹۶۹) همچنین (رزنفلد و سروو، ۱۹۹۰) ماهیت خلاقیت یا اختراع را از نوآوری به وسیله معادله زیر تفکیک کردند:

انتفاع + اختراع = مفهوم نوآوری

در معادله نوآوری فوق، کلمه مفهوم اشاره بر ایده‌ای است که با توجه به چارچوب مرجعی آن فرد، دپارتمان، سازمان و یا یک دانش انباشته شده جدید است. کلمه اختراع اشاره به هر ایده‌ای جدید است که به حقیقت رسیده باشد، کلمه انتفاع بر به دست آوردن حداکثر استفاده از یک اختراع دلالت دارد.

در مورد نوآوری و تغییر نیز، تفاوت‌هایی وجود دارد (کترزکان،

امروزه ثبات در محیط کار، جای خود را به بی‌ثباتی و عدم اطمینان داده و صنایع سنتی و قدیمی که جای خود را به انواع جدید و توسعه یافته آن داده است، فرصتی برای استفاده از مهارت‌های قدیمی نمی‌گذارد و در حقیقت آینده را با تهدیدات و فرصت‌ها مواجه ساخته است، زیرا هر اختراع و نوآوری، تغییری را پدید می‌آورد که می‌تواند به نوبه خود فرصتی را برای کسانی به وجود آورد که بتوانند از این فرصت استفاده بهینه کنند.

مؤسسات و سازمان‌های تولیدی و خدماتی باید این امر مهم را تشخیص داده و به طور مداوم، کالاهای خدمات جدید را ارائه دهند، یا در جهت بهبود آن بکوشند. خلاقیت و نوآوری با توجه به ماهیتش بر ناشناخته‌ها دلالت دارد و با خود ریسک را به همراه می‌آورد که البته ممکن است نتایج رضایت بخشی را با توجه به مقادیر سرمایه گذاری شده در آن، به وجود نیاورد. با وجود این، قصور سرمایه گذاری در ایجاد آن ممکن است شرایط خاصی را فراهم آورد که به ناکامی سازمان



منجر شود. از این رو محققان و نظریه پردازان بسیاری بر اهمیت توجه به این موضوع تاکید کرده اند. به طور نمونه شومپتر (SHUMPTER) به عنوان یکی از اولین پیشگامان، اهمیت این مسئله را برای موفقیت مؤسسات و به طور کلی تاثیر آن بر روی کل جامعه متذکر شده است.

مفهوم و جایگاه خلاقیت و نوآوری

تحقیق در مورد خلاقیت و عناصر تشکیل دهنده آن، بیش از یک قرن پیش توسط دانشمندان علوم اجتماعی شروع شد، ولی انگیزه اساسی برای پژوهش بیشتر در سال ۱۹۵۰ توسط گیلفورد ایجاد شد. گیلفورد (GUILFORD) خلاقیت را با تفکر و اگر (دست یافتن به رهیافت‌های جدید برای حل مسائل) در مقابل تفکر همگرا (دست یافتن به پاسخ صحیح) مترادف می‌دانست. (شهرآری - مدنی پور، ۱۳۷۵، ص ۳۹)

لوتانز (۱۹۹۲): استاد رفتار سازمانی، خلاقیت را به وجود آوردن تلفیقی از اندیشه‌ها و رهیافت‌های افراد و یا گروه‌ها در یک روش جدید، تعریف کرده است. بارزمن خلاقیت را فرایند شناختی از به وجود آمدن یک ایده، مفهوم، کالا یا کشفی بدیع می‌داند. (همان منبع، ص ۳۹)

- خلاقیت عبارت است از به کارگیری توانایی های ذهنی برای ایجاد یک فکر یا مفهوم جدید. (رضائیان، ۱۳۷۳)
- نوآوری فرایند اخذ ایده خلاق و تبدیل آن به محصول، خدمات و روش های جدید عملیات است. (رابینز، ۱۹۹۱)
- نوآوری عبارت است از عملی و کاربردی ساختن افکار و اندیشه های نو ناشی از خلاقیت، به عبارت دیگر، در خلاقیت اطلاعات به دست می آید و در نوآوری، آن اطلاعات به صورت های گوناگون عرضه می شود. (رابینز، ۱۹۹۱)

- تغییر ایجاد هر چیزی است که با گذشته تفاوت داشته باشد، اما نوآوری اتخاذ ایده هایی است که برای سازمان جدید است. بنابراین، تمام نوآوری ها منعکس کننده یک تغییرند اما تمام تغییر ها، نوآوری نیستند. (ریچارد، ال، داف، ۱۹۹۲)

- تغییر سازمانی به عنوان اتخاذ یک فکر یا رفتار جدید به وسیله سازمان مشخص می شود، اما نوآوری سازمان اتخاذ یک ایده یا رفتار است که برای نوع وضعیت، سازمان، بازار و محیط کلی سازمان جدید است. اولین سازمانی که این ایده را معرفی می کند به عنوان نوآور در نظر گرفته می شود و سازمانی که کپی می کند یک تغییر را اتخاذ کرده است. (منبع اخیر) براساس این تعاریف، خلاقیت لازمه نوآوری است. تحقق نوجویی وابسته به خلاقیت است. اگرچه در عمل نمی توان این دو را از هم متمایز ساخت ولی می توان تصور کرد که خلاقیت بستر رشد و پیدایی نوآوری هاست. خلاقیت پیدایی و تولید یک اندیشه و فکر نو است در حالی که نوآوری عملی ساختن آن اندیشه و فکر است. از خلاقیت تا نوآوری غالباً راهی طولانی در پیش است و تا اندیشه ای نو به صورت محصولی یا خدمتی جدید درآید زمانی طولانی می گذرد و تلاش ها و کوشش های بسیار به عمل می آید. گاهی ایده و اندیشه ای نو از ذهن فرد می تراود و در سال های بعد آن اندیشه نو به وسیله فرد دیگری به صورت نوآوری در محصول یا خدمت متجلی می شود. (الوانی، ۱۳۷۲، ص ۲۲۳-۲۲۴)

خلاقیت اشاره به قدرت ایجاد اندیشه های نو دارد و نوآوری به معنای کاربردی ساختن آن افکار نو و تازه است. (آقای، ۱۳۷۷، ص ۲۶) به طور خلاصه با در نظر گرفتن نظریات فوق می توان چنین نتیجه گرفت که خلاقیت اشاره به آوردن چیزی جدید به مرحله وجود داشته و یا به عبارتی به معنای دلالت بر «پیدا کردن» چیز های جدید است هر چند که ممکن است به مرحله استفاده در نیاید. نوآوری به عنوان هر ایده جدیدی است که در برگیرنده توسعه یک محصول، خدمات یا فرایند می شود که ممکن است نسبت به یک سازمان، یک صنعت، یا ملت و یا جهان جدید باشد. این نوآوری ها به تغییر و انطباق بهتر سازمان با ایده های جدید منجر می شود.

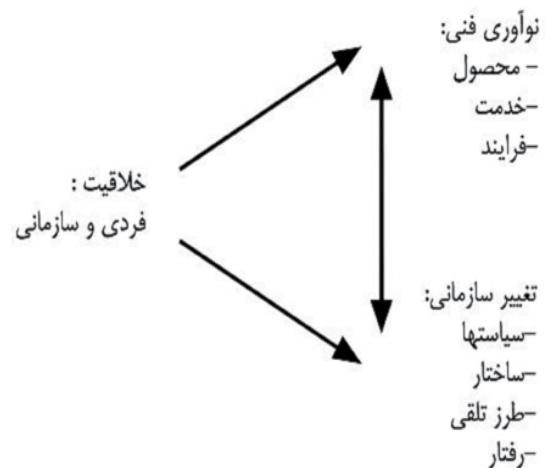
فرایند خلاقیت و نوآوری

مراحل خلاقیت ممکن است به فعالیت قوه درک و خرد انسان، یا مراحل مجزای اولی به هم پیوسته تعریف شود که انسان را به رهیافت هایی هدایت کند. نویسندگان و صاحب نظران این مراحل را به گونه های

(۱۹۷۸). برای مثال تغییر می تواند به بهبود رضایت شغلی یک فرد اطلاق شود، در حالی که نوآوری نتیجه و تأثیری بیش از یک فرد را در بر می گیرد و تأثیر آن، ورای دپارتمان ایجاد کننده آن است (لارسن، ۱۹۹۳).

در تحقیق دیگری در مورد تغییر تکنیک (کنن، ۱۹۶۷) بیان کرد که تغییر ایجاد هر چیزی است که با گذشته تفاوت داشته باشد. اما نوآوری ایجاد ایده هایی است که برای سازمان جدید است. از این رو، تمام نوآوری ها می توانند منعکس کننده یک تغییر باشند، در حالی که تمام تغییر ها، نوآوری نیستند.

تغییر نتیجه ای از فرایند خلاقیت و نوآوری است. در این راستا، وبر و دستیارانش ارتباط میان خلاقیت، نوآوری و تغییر را به شکل شماره یک ترسیم کردند: نظرات بسیاری در مورد ماهیت و تفاوت های اساسی این واژه ها ابراز شده، نویسندگانی نیز معتقدند که:



شکل ۱ - رابطه خلاقیت، نوآوری و تغییر

- خلاقیت به معنای توانایی ترکیب ایده ها در یک روش منحصر به فرد یا ایجاد پیوستگی بین ایده هاست. (رابینز، ۱۹۹۱)

از آنها خواسته می شود که نسبت به ایده های دیگران اشراف پیدا کنند.

۲- الگوبرداری از طبیعت (BIONICS):

یکی از تکنیک های خلاقیت و نوآوری که در ابداعات فنی کاربرد گسترده و موفقی داشته تکنیک تقلید و الگوبرداری از طبیعت است. ابداعاتی که در زمینه علم ارتباطات و کنترل در دهه های اخیر شکل گرفته اند. برنامه ریزی های رایانه و موضوع هوش مصنوعی همه با الگوبرداری و تقلید از فعالیت های مغز آدمی انجام شده اند و روند فعالیت ها به گونه ای است که در آینده با ادامه این کار فنون و ابزارهای بدیع و جدیدی ساخته خواهند شد. (منبع اخیر، ص ۱۲۶-۱۲۷)

۳- تکنیک گروه اسمی (NOMINAL GROUPING):

گروه اسمی نام تکنیکی است که تا حدودی در صنعت رواج یافته است. فرایند تصمیم گیری متشکل از پنج مرحله است: اعضای گروه در یک میز جمع می شوند و موضوع تصمیم گیری به صورت کتبی به هریک از اعضا داده می شود و آنها چگونگی حل مسئله را می نویسند؛

هریک از اعضا به نوبه، یک عقیده را به گروه ارائه می دهد؛ عقاید ثبت شده در گروه به بحث گذارده می شود تا مفاهیم برای ارزیابی روشن تر و کامل تر شود؛ هر یک از اعضا مستقلاً و مخفیانه عقاید را درجه بندی می کنند! تصمیم گروه آن تصمیمی خواهد بود که در مجموع بیشترین امتیاز را به دست آورده باشد. (دالکی، ۱۹۶۹، ص ۱۴۳)

شرایط ایجاد خلاقیت و نوآوری

نویسندگان مختلف شرایط و زمینه های متفاوتی را برای بروز خلاقیت در نظر دارند. به هر حال راه های عمده ای که می تواند محرک خلاقیت باشد، عبارتند از:

۱- فضای خلاق:

یکی از راه های مهم ظهور نوآوری به وجود آوردن فضای محرک خلاقیت است. بدین معنی که مدیریت باید همیشه آماده شنیدن ایده های جدید از هر کس در سازمان باشد. در واقع سازمان باید در جستجوی این گونه فکرها باشد و تنها منتظر ارائه اندیشه جدید نماند.

به کارگیری سیستم مدیریت استعداد (TALENTMANAGEMENT) به کارگیری این ابزار موثری در سازمان به شمار می رود. مدیران با به کارگیری این ابزار می توانند مهارت های کارکنان مستعد را به طرز صحیحی گسترش دهند. ممکن است شما با افراد مستعد زیادی برخورد کنید که در سازمانی مشغول به کارند ولی نمی توانند نتایج قابل توجهی تولید کنند. این به خاطر فقدان سیستم مدیریت استعداد مناسب روی می دهد. سیستم مدیریت استعداد چهار عنصر دارد: جذب استعدادها - حفظ استعدادها - اداره و مدیریت استعدادها - کشف کردن استعدادها.

۲- دادن وقت برای خلاقیت:

موسسات برای این منظور می توانند دفتر مخصوصی را به هریک از

مختلف مطرح کرده اند. فرایند خلاقیت به ترتیب در برگیرنده مراحل روبه روشن شدن با ایده یا مشکل، شدت روبه روشن شدن و رابطه روبه روشن شدن با محیط است که فرد خلاق را احاطه کرده است. (اتریک، ۱۹۷۴)

از صاحب نظران مدیریت، فرایند خلاقیت را از اندیشه تا عمل به سه مرحله: به وجود آوردن اندیشه، پرورش اندیشه و به کارگیری اندیشه تقسیم کرده است. (آلبرشت، ۱۹۸۷)

مراحل خلاقیت عملی و قابل اجرایی را که از پنج مرحله تشکیل شده است، پیشنهاد می کند این مراحل به ترتیب عبارتند از: جذب اطلاعات، الهام، آزمون، پالایش و عرضه.

آلبرشت معتقد است که شخص خلاق، اطلاعات پیرامون خود را جذب می کند و برای بررسی مسائل، رهیافت های مختلفی را مورد بررسی قرار می دهد. زمانی که ذهن فرد خلاق از اطلاعات خام انباشته شد، به طور غیر قابل محسوس شروع به کار می کند و پس از



تجزیه و تحلیل و ترکیب اطلاعات، رهیافتی برای مسئله ارائه می کند. (شهرآرای، مدنی پور، ۱۳۷۵، ص ۴۱)

تکنیک های خلاقیت و نوآوری

برای اینکه خلاقیتی ایجاد و پرورش یابد بایستی فنون و تکنیک هایی رعایت گردد. محققان مختلف فونی را ذکر کرده اند که به مهم ترین آنها اشاره می شود:

۱- یورش فکری (BRAINSTORMING) یا توفان مغزی:

این تکنیک را نخستین بار دکتر الکس، اس، اسبورن مطرح کرد و چنان مورد استفاده و استقبال مردم و سازمان ها در غرب قرار گرفته که جزئی از زندگی آنها شده است، یورش فکری در واژه نامه بین المللی وبستر چنین تعریف شده است:

اجرای یک تکنیک گردهمایی که از طریق آن گروهی می کوشند راه حلی برای یک مسئله به خصوص با انباشتن تمام ایده هایی که در جابه و سیله اعضا ارائه می شود بیابند. (آقایی، ۱۳۷۷، ص ۱۱۹) یعنی هیچ انتقادی از هیچ ایده ای جایز نیست. به هر ایده ای هر چند نامربوط خوش آمد گفته می شود.

هر چه تعداد ایده ها بیشتر باشد بهتر است. کیفیت ایده ها بعداً مورد توجه قرار می گیرد. افراد به ترکیب کردن ایده ها تشویق می شوند و

عوامل مهم بقای سازمان ها و شرکت های جوان پذیرفته شده است. براساس این استدلال، کشورهای پیشرفته بر آموزش خلاقیت تاکید بسیار کرده و در این راستا در انتخاب افراد خلاق، نوآور و آینده نگر، که رهیافت های بدیع و خلاق برای مسائل پیچیده ارائه کنند توجه خاص مبذول داشته اند.

سازمان های خلاق خصوصیات ویژه ای را دارا هستند. مهم ترین ویژگی این سازمان ها انعطاف پذیری آنها در رویارویی با بحران هایی است که غالباً ناشی از رقابت های اقتصادی است. یکی از دلایل معرفی نظریه اقتضایی مدیریت، تاکید بر این موضوع دارد. سازمان های انعطاف پذیر با مسائل و تنگناها برخورد منطقی و محققانه داشته، در صورت نیاز به تغییر و تحول، پس از بررسی دقیق و عالمانه، آن را اعمال می کنند. ساختار خلاق، نمایانگر روابط واحدهای آن و نشان دهنده میزان انعطاف پذیری آن است. سازمان هایی که دارای ساختار غیر قابل انعطاف باشند، برای ایجاد



همکاری و وحدت در دوران بحران، دچار آشفتگی می شوند. نگرش جدید دیگری تحت عنوان نگرش مدیریت بر مبنای انتظارات (MANAGEMENT BASE EXPECTED = MBE) مطرح شده که سعی در توسعه انتظارات والای انسانی دارد. این نگرش بر تر و الاتراز سایر نگرش هاست، زیرا به جای تاکید بر عناصر عقلایی و عینی مدیریت، بر عنصر انسانی تکیه می کند، چون با این نگرش مدیر تشویق می شود تا امر هدایت و رهبری را براساس انتظارات انجام دهد. کلیه طرح های سازنده، اقدامات و عملیات از انتظارات سرچشمه می گیرند. (جنون باتن، ۱۹۸۱)

مقایسه بین سازمان های خصوصی و دولتی ایران با سایر کشورها
حال با توصیف و بررسی خلاقیت و نوآوری و اهمیت آن در سازمان در این قسمت به صورت خلاصه سازمان های خصوصی و سازمان های دولتی ایران را با سایر کشورها و شرکت های بین المللی مقایسه می کنیم تا ببینیم این موارد در کدام یک از آنها اجرا می شود، چرا اجرا می شود؟ یا نمی شود و سازمان موفق کدام سازمان است.

در سال های نه چندان دور کمتر سازمان یا شرکتی را می توانستیم پیدا کنیم که به این مسائل اهمیت دهد یا حتی توجه کند. کارمندان از طریق آزمون های استخدامی گزینش می شدند و تنها با پاسخ دادن چند

کارکنانی که شایستگی لازم را دارند اختصاص دهند.

۳- برقراری سیستم پیشنهادات:

یکی از روش های ترغیب خلاقیت برقراری سیستم دریافت پیشنهادات است بدین ترتیب روشی برای ارائه پیشنهادات فراهم می شود.

۴- ایجاد واحد مخصوص خلاقیت:

گاهی گروه خاصی از کارکنان برای نوآوری و خلاقیت استخدام می شوند و در بعضی از سازمان ها این گروه را واحد تحقیق و توسعه می نامند. این گونه واحدها و قتشان را صرف یافتن ایده های جدید برای ارائه خدمات یا ساختن محصول، فناوری می کنند و گاهی تحقیق محض انجام می دهند. این گونه تحقیقات برای پیشرفت دانش بدون تلاش برای یافتن کاربرد فوری آن صورت می گیرد. البته بعدها این اندیشه های محض می تواند جنبه کاربردی داشته باشد. ولی امروزه تحقیقات کاربردی بیشتر معمول و مورد توجه است. (رضائیان، ۱۳۷۳، ص ۵۱-۲۹)

ویژگی های افراد خلاق و نوآور

افراد از نظر خلاقیت متفاوت اند. کسی که زندگی خلاق دارد، احساس توانمندی را در خود پرورش می دهد، با مهر و محبت ناکامی ها را می پذیرد و نیروهایش را در راه تحقق اهدافی که دارد بسیج می کند. ایام گرانبهای عمر را به بطلالت تباه نمی کند، خوب می داند که بیکاری و وقت گذرانی به فراغت پرداختن بیش از اندازه اسباب تکدر خاطر می شود.

انسان خلاق دلبسته مادیات نیست. اتومبیل های گران قیمت و لباس های فاخر و خانه های مجلل ممکن است خوب باشند، اما اصل نیستند.

انسان خلاق سعادت را در القاب و زندگی در محلات مشهور و خوش آب و هوا جستجو نمی کند. انسان خلاق از سرگرمی های انفعالی فاصله می گیرد. از انگاره های انفعالی حذر می کند و علاقه مند و بانشاط در جهت هدف هایش گام بر می دارد. به قدری مجوز زندگی است که فرصتی برای خودخواهی پیدا نمی کند و جان کلام آنکه، مشتاق و هدف گراست. احساس جوانی دائم دارد، احساسی که همه به آن نیاز دارند متأسفانه اغلب از آن محروم هستند.

اگر چنین است زمان برنامه ریزی است، زمان ایجاد تصویر ذهنی سالمی است که اساس زندگی خلاق است، زمان شروع و شروع هرگز دیر نیست. (مالتز، ص ۲۱۳-۲۱۲)

ویژگی سازمان های خلاق و نوآور

سازمان ها و شرکت ها بر بهره ای از زمان که تحت عناوین مختلف از جمله عصر دانش، عصر فراصنعتی، عصر جامعه اطلاعاتی، عصر سرعت و بالاخره عصر خلاقیت و نوآوری مطرح شده است، خود را در جهت مدیریت تغییرات شتابان و دگرگونی های ژرف جهانی آماده می سازند. به گونه ای که خلاقیت و نوآوری به عنوان اصلی اساسی از

امیدواریم که در آینده کلیه نهادهای دولتی و خصوصی کشور عزیزمان به سوی این سیاست یعنی رشد و پرورش خلاقیت و استفاده از آن در سازمان‌ها و صنایع رو آورند که رشد و توسعه کشورمان در گرو منابع انسانی سودمند و خلاق در سازمان‌ها و صنایع مان است. حال با مقایسه طریقه جذب نیروی کار یک شرکت خارجی سعی بر آن دارم تا فاصله خود را با کشورهای پیشرفته و در حال توسعه به شما نشان دهم.

طریقه جذب نیروی انسانی شرکت NOKIA

در زیر به قسمتی از مصاحبه جناب آقای «پیمان دیانی» مدیر منابع انسانی شرکت «نوکیا» در خاور میانه و آفریقا اشاره می‌کنم:
- شکل جذب و گزینش نیروی انسانی در شرکت چگونه است و به ویژه در مورد جذب استعدادها شرکت چگونه عمل می‌کند؟

امروزه شاید یکی از دغدغه‌های همه شرکت‌ها در دنیا جذب استعدادهاست و اینکه افراد را در زمان مناسب در جای مناسب با مدرک مناسب به کار گیرند. شرکت نوکیا، چنانچه می‌دانید اصالتش فنلاندی است و شرکتی است که از قرن ۱۸ در صنعت کاغذ شروع به کار کرد سپس فعالیت خود را به صنعت لاستیک و پس از آن به وسایل الکترونیکی تغییر داد و امروزه در تلفن همراه رهبری بازار را به عهده دارد. نوکیا برای جذب و گزینش کارکنان مورد نیاز بسیار حرفه‌ای و شفاف و به صورت الکترونیکی عمل می‌کند. ما در وب سایت خود (WWW.NOKIA.COM) شرح تمام مشاغل مورد نیاز خود را اعلام می‌کنیم. ابتدا مدیران مسئول موظف هستند که نیازهای شغلی خود را تهیه و در سیستم الکترونیکی اعلام کنند و در همان سیستم تاییدها و مجوزهای لازم را نیز بگیرند و سپس آگهی جذب وارد اینترنت می‌شود. البته قبل از اینکه آگهی جذب وارد اینترنت شود به مدت دو هفته در داخل شرکت تحت عنوان ((INTERNALJOB MARKET)) آگهی می‌شود و بعد از آن در ((WORLDWIDE WEB)) آگهی می‌شود تا همه افراد مشتاق برای کار در نوکیا می‌توانند آگهی استخدام را ببینند. بعد از اینکه تقاضاها وارد سیستم شد، بحث بعدی یعنی غربال کردن متقاضیان مطرح می‌شود که با همکاری مدیر استخدامی و بخش اداری نوکیا صورت می‌گیرد، سپس در چند مرحله مصاحبه تخصصی انجام می‌شود. بعد یک کانون سنجش ((ASSESSMENT CENTER)) داریم که متقاضیانی که موفق شده‌اند مصاحبه‌ها را انجام دهند و از این کانون می‌شوند و یک روز کامل در این کانون مورد ارزیابی‌های مختلف از جمله سنجش خلاقیت و هوش هیجانی قرار می‌گیرند تا افراد با استعدادتر انتخاب شوند.

- آیا به غیر از جذب به این صورت که فرمودید با دانشگاه‌ها نیز ارتباط دارید و آیا استعدادها را به صورت بورسیه هم می‌پذیرید؟
تقاضاهایی که ما از طریق اینترنت دریافت می‌کنیم همیشه به اندازه کافی نیست. ما ارتباطاتی هم با دانشگاه‌های مختلف دنیا داریم و واقعاً با بخش آکادمیک مرتبط هستیم. در ایران هم چند ماه قبل سمیناری در مورد معرفی شرکت نوکیا در دانشگاه صنعتی شریف

ده سوال علمی ریاضی و عربی و زبان و ادبیات و ... می‌توانستند با کسب نمره قبولی وارد سازمان‌هایی شوند که چه بسا شاکله فعالیت در آن سازمان‌ها نیازمند خلاقیت بالا بوده و اینکه در آن نوع آزمون‌ها هیچ ردپایی از سنجش خلاقیت حتی به صورت مکتوب هم مشاهده نمی‌شد.

و بدتر از آن استخدام به روش معرفی دوستان و بستگان است، یا اینکه در شرکت‌های کوچک تر هر که حقوق کمتری درخواست می‌کرد، در اولویت بالاتری نسبت به سایر متقاضیان قرار می‌گرفت. اما اکنون تعداد سازمان‌ها و نهادهایی که به این امر توجه می‌کنند، افزایش یافته، چرا که کم‌کم برای مسئولین سازمان‌ها و ارگان‌های بزرگ و مدیران شرکت‌ها، اهمیت توجه به نیروی انسانی بسیار روشن‌تر شده است.

حال آنکه در صورتی که اگر آزمون‌ها و گزینش اولیه به شیوه‌ای صحیح و علمی و با در نظر گرفتن سنجش عواملی مانند خلاقیت،



پشتکار، علاقه و هوش هیجانی و البته دانش کافی در آن حوزه تخصصی صورت گیرد، مدیران در مراحل کارسپاری می‌توانند با خیال راحت تفویض اختیار کنند و کارمندان نیز با فراخ‌بال بیشتری نظرات و خلاقیت و دانسته‌های خود را در پروژه اعمال کنند.

حال در مورد موسسات و شرکت‌های خصوصی باید عرض کنم در سال‌های اخیر استفاده از سنجش خلاقیت و هوش هیجانی در مراحل مختلف گزینش، در دستور کار منابع انسانی قرار داده شده است که نتیجه آن در میزان رشد شرکت‌های نوپا و جوان کاملاً مشهود است. به عنوان مثال شرکت‌های جوان و نوپایی مانند دیجی کالا که از یک کسب و کار استارت‌آپ، امروز به یکی از قدرتمندترین شرکت‌های خصوصی با درآمدی بسیار بالا تبدیل شده است تا جایی که به تازگی مجله *economist* آمریکا ارزش این شرکت نوپا را ۱۵۰ میلیون دلار بیان کرده است. این قبیل شرکت‌ها، شرکت‌هایی هستند که از خلاقیت کارمندان بهره می‌گیرند و قدرت ریسک‌پذیری خود را با گزینش اصولی تر کارمندان و همچنین برنامه‌ریزی صحیح‌تر و داشتن هدف والا برای رسیدن به پیشرفت خود، افزایش می‌دهند و محیط خلاقانه را در سازمان خود به وجود می‌آورند و از افراد خلاق و افکار خلاقانه استقبال می‌کنند.

*منابع و مآخذ

- ۱- ماهنامه تخصصی، علمی و اطلاعاتی نشریه منابع انسانی، سال اول، شماره دوم شهریور ۱۳۸۴
- ۲- ماهنامه تدبیر، دی ۱۳۸۳، شماره ۶۲
- ۳- شهر آرای، مهرناز-مدنی پور، رضامقاله: سازمان خلاق و نوآور مجله دانش مدیریت، شماره ۳۳ و ۳۴، تابستان ۱۳۷۵.
- ۴- فرنودیان، فرج الله، مقاله: محتوای درسی و پژوهش خلاقیت دانش آموزان، مجله رشد تکنولوژی آموزشی، شماره های ۵، ۶ و ۷، سال ششم، سال های ۶۹ و ۱۳۷۰.
- ۵- خداداد حسینی، سید حمید، مقاله: نوآوری در سازمانها: مفهوم، انواع و فرایندها، مجله علمی پژوهشی اقتصاد و مدیریت، شماره ۴۲، پاییز ۱۳۷۸.
- ۶- رابینز، استیفن، مبانی رفتار سازمانی، ترجمه دکتر قاسم کبیری، مرکز انتشارات علمی دانشگاه آزاد اسلامی، چاپ اول، سال ۱۳۶۹، تهران.
- ۷- الوانی، سید مهدی، مدیریت عمومی انتشارات نی، سال ۱۳۷۲، تهران.
- ۸- آقای فیضانی، تیمور، خلاقیت و نوآوری در انسانها و سازمانها انتشارات ترمه، چاپ اول، سال ۱۳۷۷.
- ۹- رضائیان، علی، اصول مدیریت، انتشارات سمت، سال ۱۳۷۳.
- ۱۰- مالتز، ماکسول، روانشناسی خلاقیت، ترجمه مهدی قراچه داغی. DOUGLAS, NORTH. STRUCTURE AND ECONOMIC HISTORY NORTON AND COMPANY, ۱۹۸۴.
- ۱۱- DAVIS, W. ۱۹۹۱, THE INNOVATORS, IN J. HENRY AND D. WALKER (EDS) MANAGING INNOVATION, SAGE PUBLICATIONS, LONDON, PP. ۱۴۹-۱۴۲.
- ۱۲- DALKY, N. THE DEPHIMETED: AN EXPERIMENTAL STUDY OF GROUP OPINION. SENTAMONICA, CA. RAND CORPORATION.
- ۱۳- HOLT, K., ۱۹۹۳, PRODUCT. INNOVATION MANAGEMENT, THE UNIVERSITY PRESS, LONDON.
- ۱۴- JOE, BATTENS, POSSIBILITIES AND EXPECTATION. PUBLISHED IN ۱۹۸۱ BY THE ADDISON WESLEY, P. COMPANY.
- ۱۵- KATZ, D. AND KAHN L. ۱۹۷۸, THE SOCIAL PSYCHOLOGY OF ORGANIZATIONS, WILEY, NEW YORK.
- ۱۶- KNIGHT, K.E. ۱۹۶۷. A DESCRIPTIVE MODEL OF THE INTRA - FIRM INNOVATION PROCESS, THE JOURNAL OF BUSINESS, ۴۰, PP. ۴۹۶-۴۷۸.
- ۱۷- LARSON, T.J. ۱۹۹۳, MIDDLE MANAGERS, CONTRIBUTION TO IMPLEMENTED INFORMATION TECHNOLOGY INNOVATION, JOURNAL OF MANAGEMENT INFORMATION SYSTEM, ۱۰, PP. ۱۷۶-۱۵۵.
- ۱۸- MOHR, L.B. ۱۹۶۹, DETERMINATES OF INNOVATION IN ORGANIZATIONS, THE AMERICAN POLITICAL SCIENCE REVIEW, ۶۳, PP. ۱۲۶-۱۱۱.
- ۱۹- ROSENFELD, R. AND SERVO, J.C. ۱۹۹۰, FACILITATING INNOVATION IN LARGE ORGANIZATIONS, IN M.A. WEST AND J.L. FARR (EDS) INNOVATION AND CREATIVITY AT WORK: PSYCHOLOGICAL AND ORGANIZATION STRATEGIES, JOHN WILEY & SONS, WEST SUSSEN, PP. ۲۶۴-۲۵۱.
- ۲۰- RICHARD L. DAPT ORGANIZATION THEORY, WEST PUBLISHING COMPANY, ۱۹۹۲.

برگزار کردیم. ضمناً ما بورسیه هم در دانشگاه های معتبر داریم. همینطور دوره هایی برای تربیت کارمندان برگزار می کنیم، البته برای جذب نیرو به کشش منطقه بستگی دارد و ماسعی می کنیم بیشتر افراد محلی را جذب کنیم و استعداد های آن منطقه را به مجموعه نوکیا وارد کنیم. (نشریه منابع انسانی، ۱۳۸۴)

حال من قضاوت را به عهده خود شما می گذارم تا خودتان تفاوت را احساس کنید و به آن بیندیشید.

نتیجه گیری

ایده های جدید، با اندیشیدن به دست می آید که در آن ذهن به طور عمیق با یک مسئله درگیر می شود و به تجسم آن می پردازد و با حذف و یا ترکیب واقعیت های موجود، به روشن شدن فکر جدید کمک می کند. بینشی که بدین ترتیب حاصل می شود، قوه تصور را در یافتن فکرهای جدید تغذیه می کند. منشاء فکر جدید، قوه تصور و تخیل است نه قدرت منطقی بشر. سر نخ های مختلفی که به دست می آید،



مورد ارزیابی قرار گرفته و به هم ربط داده می شود تا بهترین فکر به دست آید. افکار بشری با یکدیگر ارتباط دارند و بافت به هم پیوسته ای را تشکیل می دهند به همین دلیل قدرت تداعی در ایجاد و ظهور یک فکر جدید بسیار کارساز و موثر است. به طور کلی، وجود محیط خلاق از مهم ترین عوامل رشد خلاقیت است. در محیط نامطلوب برای پرورش خلاقیت از اندیشه های جدید و نو بیشتر انتقاد می شود و تمایلات دگرگونی و تغییر با مقاومت و ممانعت تقابل می کنند.

یکی از روش های مهم متبلور کردن خلاقیت به وجود آوردن فضای محرک، مستعد و به طور کلی خلاق است، بدین گونه که مسئولان سازمان باید به طور مستمر آمادگی شنیدن اندیشه های بدیع و نوین را داشته باشند و نظرات جدید و ارائه راههای تازه را تقویت کنند. متأسفانه بسیاری از مدیران نمی توانند چنین جوی را در سازمان خود بپذیرند. آنها نمی توانند فرایند مستمر تغییر را که لازمه خلاقیت هست، به صورت دائم تحمل کنند.

باتوجه به اینکه تاکید اصلی در این مقاله بر مولفه خلاقیت و نوآوری بوده. در این راستا تلاش شده تا ضمن بیان خلاصه ای از اهمیت مسئله خلاقیت و نوآوری در توسعه، رشد و بقای سازمان ها، مباحث مورد نظر مورد بررسی قرار گیرد. (مجله تدبیر، ۱۳۸۳)



لیلا نوری
(کارشناس بازاریابی و توسعه مشتریان)

تحولات جدید موثر بر نقش استراتژیک بازاریابی

زیر زمینه‌ساز چنین تغییرات بزرگی هستند: جهانی شدن یا رشد فزاینده تجارت و رقابت جهانی. تغییر و تحولات تکنولوژیک.

در این عصر علاوه بر جهانی شدن و تحولات تکنولوژیک، شاهد انتقال قدرت از تولیدکنندگان به خرده‌فروشان بزرگ، رشد سریع و پذیرش نام‌های تجاری فروشگاه‌ها، اشکال جدید خرده‌فروشی، افزایش قیمت برای مصرف‌کننده و حساسیت او نسبت به فایده، نقش روبه افول بازاریابی و تبلیغات انبوه و کاهش نگران‌کننده سطح وفاداری نسبت به نام تجاری کالا نیز هستیم. شرکت‌هایی که در زمینه کاهش هزینه‌های خود به موفقیت‌هایی نایل می‌شوند، اگر فاقد بینش بازاریابی بوده و از این علم بی‌بهره باشند، بعید است بتوانند درآمدهای خود را افزایش دهند.



فیلیپ کاتلر، چالش‌های خاصی که فراروی فعالیت‌های اقتصادی در عرصه تغییرات کنونی قرار دارند را به شرح زیر بیان می‌کند:

به واسطه رشد فناوری در عصر حاضر الگوها و مدل‌های بازاریابی دچار دگرگونی شده و بخش‌های مختلف تبلیغات، فروش، مدیریت ارتباط مشتریان و... از این امر تأثیر پذیرفته‌اند. راه کارهای بازاریابی تحت تأثیر ابزارها و ویژگی‌های محیط وب قرار گرفته است.

اطلاعات آماری که توسط سایت‌های مختلفی همچون گوگل و یاهو ارائه می‌شوند منجر شده تا نگاه عمیق‌تری به داده کاوی آماری در مدیریت سایت‌های تجاری داشته باشیم. درصد بالایی از بازدیدکنندگان سایت‌ها به واسطه جست‌جو و از طریق موتورهای جست‌جوی مختلف به سوی سایت‌ها هدایت می‌شوند بنابراین توجه به اهمیت موتورهای جست‌جو برای موفقیت عملکرد تجاری سازمان‌ها در

سایت بسیار ضروری است. امروزه بسیاری از کشورها از بیکاری مزمن، کسر بودجه دائمی و کاهش قدرت خرید رنج فراوان می‌برند. اقتصادهای ملی دستخوش تغییر و تحولات سریعی هستند و این تغییر و تحولات هم بدون مشکل به‌نظر نمی‌رسند. عوامل

است. این تحولات عبارتند از:

گسترش روند جهانی شدن بازارها و افزایش رقابت جهانی، رشد بخش خدمات و افزایش اهمیت خدمات در حفظ رضایت مشتری و افزایش وفاداری او،

طراحی و توسعه سریع تکنولوژی‌های جدید اطلاعاتی و ارتباطی، افزایش اهمیت روابط در افزایش هماهنگی و کارایی و برنامه‌های بازاریابی در کسب سهم و بخش بیشتری از ارزش حیات مشتریان.

نقش بازاریابی در آینده

با توجه به تغییرات به وجودآمده صنایع مجبور خواهند بود که بازار محور باشند، به نیازها و خواسته‌های مشتریان دقیقاً توجه کنند و بسیار منعطف باشند تا درآینده موفق باشند. این امر به معنای آن است که عملکرد موثر فعالیت‌های بازاریابی، به‌ویژه آن دسته از فعالیت‌هایی که با شناسایی، تجزیه و تحلیل و تامین نیازهای مشتریان همراه است، از نقش بیشتری در طراحی و اجرای موفق استراتژی‌ها در تمام سطوح سازمانی برخوردار است.

تمامی موسسات و سازمان‌ها با فروش محصولات (کالا/خدمت) موجودیت و رشد می‌یابند و بدون آن جز نابودی و فنا برای آنها قابل تصور نیست. همچنین، انجام فعالیت‌ها و عملیات مختلف بازاریابی به فروش محصولات آنها کمک شایانی می‌نماید.

پیام اصلی تحولات یاد شده برای شرکت‌ها آن است که آنها باید دراستراتژی، کانال‌های توزیع، سیاست‌ها، رویه‌ها و سازماندهی خود تجدید نظر اساسی کنند. درغیراین صورت نمی‌توانند ازفرصت‌های جدید به وجودآمده

استفاده کنند. واحدهای بازاریابی برای موفقیت دراین امر باید به مهارت‌های کشف، ایجاد و تحویل ارزش‌ها تجهیز شوند. تکنولوژی‌های جدید اطلاعات و ارتباطات شرکت‌ها را قادر می‌سازند تا روابط موثر و دوستانه‌تری با عرضه‌کنندگان و شرکای کانال توزیع خود برقرار کنند. مبادلات اینترنتی و بدون استفاده از کاغذ، اشتباهات و میزان برگشتی‌ها را کاهش می‌دهد، سطوح موجودی را به حداقل می‌رساند، جریان نقدینگی را بهبود می‌بخشد و رضایت و وفاداری مشتری را افزایش می‌دهد.

منابع:

کاتلر، فیلیپ. (۱۳۸۳)، اصول بازاریابی، ترجمه فروزنده، تهران، انتشارات آتروپات.
واکر و دیگران. (۱۳۸۳) استراتژی بازاریابی با رویکردی مشتری محور، (عربی.م و ایزدی.د مترجمین) تهران، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی (تاریخ انتشار به زبان اصلی: ۲۰۰۱)
اسلام، علی اکبر. ۱۳۸۵. برنامه‌ریزی بازاریابی. تهران: انتشارات مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.

۱. **اقتصاد جهانی:** اقتصاد جهانی طی دو دهه گذشته، به کلی دگرگون شده است. ابداع هواپیما، ماشین‌های فاکس، ارتباطات کامپیوتری و تلفنی جهانی و پخش برنامه‌های تلویزیونی از طریق ماهواره در سراسر جهان، فاصله‌های جغرافیایی و فرهنگی را به نحو چشمگیری کاهش داده است. این پیشرفت‌ها باعث شده شرکت‌ها نیز به‌طور قابل ملاحظه‌ای، بازارها و منابع تامین اقلام مورد نیاز خود را تنوع بخشند.

۲. **شکاف درآمد:** در خلال یکی دودهمه گذشته، قسمت بزرگی از جهان فقیرتر شده است. هرچند ممکن است در این میان دستمزدها افزایش یافته باشد، اما قدرت خرید پول، به‌خصوص برای کارگرانی که مهارت چندانی ندارند، کاهش یافته است.

۳. **محیط زیست و بازاریابی متعهد از نظر اجتماعی:** شرکت‌ها باید در قبال محیط زیست مسئولیت بیشتری را پذیرا شوند. پس از وضع قوانین زیست‌محیطی در سال‌های دهه ۱۹۷۰، شرکت‌ها مکلف شدند برای جلوگیری از آلودگی هوا، نسبت به نصب تجهیزات لازم اقدام کنند.

۴. **پیشرفت‌های تکنولوژیک:** پیشرفت سریع در تکنولوژی کامپیوتر، تلفن و تلویزیون و استفاده از تکنولوژیهای جدید، تأثیر عمده‌ای بر شیوه‌های تولید و عرضه کالا به بازار برای فروش، داشته است.

۵. **مشتری قدرتمند:** سال‌های دهه ۱۹۸۰ درس بسیار خوبی به موسسات اقتصادی در همه‌جا داده است. شرکت‌های داخلی دیگر نمی‌توانند نسبت به رقبای خارجی، بازارهای خارجی و منابع عرضه مواد اولیه و اقلام مصرفی خارجی بی‌اعتنا بمانند.

۶. **سایر مسائل:** در خلال چند دهه گذشته، تحولات اساسی بسیاری در بازارهای مصرفی و تجاری به وقوع پیوسته است. بازارهای مصرفی از ویژگی‌های زیر برخوردار شده‌اند: جمعیت مستتر، افزایش تعداد زنان شاغل، تاخیر در ازدواج، افزایش طلاق، کاهش تعداد افراد خانوار، پیدایش گروه‌های مصرف‌کننده با نیازهای قومی مختص خود و الگوهای فراوانی برای سبک زندگی متنوع‌تر. موسسات تجاری نیز خواستار محصولات دارای کیفیت برتر، تحویل سریع‌تر، خدمات ضمنی بهتر و قیمت‌های پایین‌تر هستند. واحدهای تولیدکننده باید به دلیل کوتاه‌تر شدن دوره عمر کالا، به فرآیند تکوین و تولید کالای جدید شتاب بیشتری بخشند. آنها همچنین باید برای بهبود توزیع و انجام تبلیغات برای کالاهایشان با هزینه کمتر به راه‌های بهتری دست‌یابند.

از دیدگاه آوروپل واکر، در آینده، خطر اینرسی استراتژیک در بسیاری از صنایع حتی بیشتر خواهد شد زیرا در حال حاضر اندازه تغییر و دفعات بروز تغییر در محیط فراروی آنها در حال افزایش





نقش توسعه منابع انسانی در فرایندهای سازمانی

بعد ادراکی: در بعد ادراکی کارکنان دارای دیدگاه جامع و کلی نسبت به مسائل و فرایندهای سازمانی می باشند. مهارت ادراکی منجر می شود که کارکنان بهتر بتوانند فرایندها را به همدیگر پیوند و دوباره کاری ها را تشخیص دهند. به طور کلی بعد ادراکی توسعه انسانی در سه مقوله جامعیت فکر، تعمیق و انعطاف پذیری مصداق پیدا می کند. بعد رفتاری: منظور از بعد رفتاری این است که کارکنان سازمان دارای رفتاری استاندارد در سازمان باشند. زمانی که کارکنان رفتار استاندارد داشتند انطباق و سازگاری کارکنان با فرایندهای سازمانی بهتر خواهد بود. به طور کلی کارکنان سازمان بایستی دائماً رفتار معقول و استاندارد خود را اصلاح و بهبود دهند تا از این طریق تأثیر گذاری لازم را بر فرایندها و اصلاح سازمانی بگذارند.

بعد خلاقیتی: منظور از بعد خلاقیتی این است که از طریق خلاقیت ۱۸های فردی سازمان را به سازمانی خلاق تبدیل کنیم. سازمان از طریق خلاقیت می تواند فرایندهای خود را اصلاح و به اثربخشی و کارایی مطلوب دسترسی پیدا کند. امروز مزیت رقابتی سازمان ها در داشتن نیروی انسانی خلاق و دارای فکر است.

نقش توسعه منابع انسانی در کارایی و اثربخشی فرایندها
حصول کارایی و اثربخشی سازمانی تنها از طریق منابع انسانی حاصل می شود.

بنابراین باید به توسعه منابع انسانی که زیربنای اساسی بهره وری است، اندیشیده شود.

به طور کلی توسعه منابع انسانی در ابعاد زیر به ارتقا سطح کارایی و اثربخشی فرایندهای سازمان منجر می شود:

توسعه منابع انسانی به مفهوم تولید فکر و ایده توسط کارکنان سازمان است و مفهوم جدید آن ایجاب می کند کارکنان به کیفیت ها و مهارت هایی مجهز شوند که با دلسوزی و تعهد کامل، توانمندی ها، انرژی، تخصص و فکر خود را در راستای تحقق مأموریت های سازمان قرار دهند و به طور دائم برای سازمان ارزش های فکری و کیفی جدیدی پدید آورند.

ابعاد توسعه منابع انسانی

بعد فکری: بعد فکری بدین معنی است که منابع انسانی سازمانی دائماً افکار جدیدی را تولید و تفکر منطقی در سازمان همه گیر شده و کل سازمان فکری شود. در این صورت فرایندهای سازمانی دائماً بهبود و اصلاح می شود.

بعد نگرشی: تغییر نگرش های کارکنان منجر به شکل گیری رفتارها و عمل های منطقی می گردد. بعد نگرشی یعنی اینکه نگرش فردی و سازمان نسبت به بهبود و تحول انعطاف پذیر شود و به محض اخذ دانش های جدید بتواند آن را تبدیل به نگرش سازمانی نماید.

بعد شغلی: وقتی افراد سازمان در مشاغل خود از نظر تخصصی و حرفه ای آموزش ببیند کار خود را به نحو مطلوبی انجام می دهند و این امر موفقیت فرد و سازمان را به دنبال دارد. بعد شغلی بدین معنی است که افراد با علاقه بیشتر از تجهیزات و تکنولوژی پیشرفته در تولید استفاده و در کار برد آنها از خود دقت بیشتری نشان دهند و از طرف دیگر ظرفیت و بینش علمی افراد افزایش و گسترش داده شود تا نیروهای کار، خود را با تغییرات و تحولات مداومی که در تکنولوژی و فرایندها ایجاد می شود تطبیق دهند.

کارکنان سازمان بایستی به آن مجهز شوند و آن را در فرایندهای کاری و سازمانی پیاده نمایند. از طریق مهارت مدیریت ارتباط با مشتری می توان خوشحالی او را تضمین نمود. فرایندهای مدیریت ارتباط با مشتری سیستمی را ایجاد می کند که برای حداکثر کردن اثربخشی در سازمان، افراد در قالب یک سیستم به گونه ای کار می کنند که منابع به خوبی مهار شده و مورد استفاده قرار می گیرد.

۶- مهندسی ارزش در فرایندهای سازمانی:

یکی از شاخص های اثربخشی و کارایی فرایندهای کاری و سازمانی این است که بتوان از دل فرایندها به مهندسی ارزش دست یافت. مهندسی ارزش به عنوان یک تکنیک کارآمد به منظور برآورده ساختن اهداف پروژه با حداقل هزینه و حفظ کیفیت دارای اهمیت است. مهندسی ارزش، کوششی سازمان یافته و گروهی برای تحلیل عملکرد سیستم ها، تجهیزات و خدمات به مؤسسات به منظور دسترسی به



عملکرد واقعی و با حداقل هزینه در طول عمر پروژه است.

نتیجه گیری

از آنجایی که کارکنان به عنوان سرمایه های اصلی سازمان در نظر گرفته می شوند، ضروریست با اتخاذ و به کارگیری الگوهای مناسب توسعه و سرمایه گذاری در منابع انسانی، زمینه کیفیت بخشی فعالیت ها و ارائه خدمات مطلوب را فراهم نمود و از این طریق ضمن تأثیرگذاری کیفی بر روند عمر و چرخه ی سازمان می توان موجبات بهره وری و توسعه پایدار برای سازمان را پی ریزی کرد زیرا که اصولاً ریشه هر نوع تحول، تغییر و توسعه، از منابع انسانی شروع می گردد.

منابع و مأخذ:

- ۱- ایرج، سلطانی، مدیریت عملکرد بستر ساز پرورش منابع انسانی، اصفهان، نشر ارکان
- ۲- محمدحسین، لطف اله همدانی، معیارهای سنجش موفقیت یک سازمان، مجله تدبیر
- ۳- پیتراف، دراگر، مترجم: محمود طلوع، چالش های مدیریت در سده ۲۱، انتشارات رسا
- ۴- محمد روشن، حافظ کمال هدایت، عبدالمحمد رازانی، توسعه منابع انسانی، مؤسسه مطالعات و برنامه ریزی آموزشی، سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران
- ۵- سیامک نطاق، توسعه منابع انسانی در خدمات عمومی در راستای تطبیق و تحول ساختاری، انتشارات فرهنگ و قلم.

۱- نگرش کارآمدی و اثربخشی فرایندهای سازمانی

برای اینکه فرایندهای کاری و سازمانی به شکل مطلوب انجام شود نیازمند این است که کاربران فرایندها به شکل معقول و مطلوبی کارایی و اثربخشی فرایندها را با همدیگر ادغام نمایند. برای این کار آنچه مهم است ایجاد نگرش تلفیقی است، در صورتی که کارکنان فقط به کارایی فرایندها توجه نمایند محور توجه فرایندها شده و تحقق هدف ها کمتر مورد توجه است و زمانی که اثربخشی ملاک عمل باشد فرایندها کمتر مورد توجه و بازنگری قرار می گیرد. بر این اساس مجهز شدن به نگرش تلفیق کارایی و اثربخشی فرایندها موجب می شود که بهره وری فرایندها افزایش یافته و در نتیجه رضایت فردی و سازمانی بهتر حاصل شود.

۲- مهارت حذف فرایندهای زاید کاری

یکی از ابعاد توسعه یافتگی فردی و سازمانی این است که فرد و سازمان دائماً به فکر حذف فرایندهای زاید سازمانی باشند و از این طریق راه رسیدن به اهداف سازمانی را کوتاه تر نمایند. برای مجهز شدن به مهارت حذف فرایندهای زاید نیاز است که قدرت شناخت کارکنان را تقویت و آموزش های لازم به افراد داده شود. حذف فرایندهای زاید منجر به منطقی تر شدن فعالیت ها شده و سازمان چابک می گردد.

۳- ایجاد و تلفیق نگرش فرایندگرا و نتیجه گرا در سازمان

دیدگاه فرایندگرا اگر به شکل معقول به فرایندها توجه کند پذیرفته و مقبول است ولی اگر به صورت افراطی بر فرایندها تاکید نماید از تولید کیفیت غافل می شود. دیدگاه فرایند مدار اصالت را به فرایندهای کاری و فکری می دهد ولی نتیجه مطلوب کمتر حاصل می شود.

در دیدگاه نتیجه گرا به قیمت نادیده گرفتن فرایندهای فکری و کاری، نتیجه کیفیت مورد توجه قرار می گیرد و مسلم است که نتیجه بدون فرایند حاصل نمی شود و یا شکل نمی گیرد، با توجه به دیدگاه های مذکور منطقی و معقول این است که دیدگاه های مذکور به شکل معقول و با تعریف معیارهای مناسب با همدیگر تلفیق شوند.

۴- نظارت بر بخش های بحران زا در فرایندهای سازمانی

بعضی از مواقع اثربخشی و کارایی فرایندها تحت تأثیر بحران هایی که به وجود می آید کاهش می یابد. در زمان بحران، نظم سیستم اصلی یا قسمت هایی از آن مختل می شود و پایداری آن به هم می خورد و به بیان دیگر وضعیتی است که تغییری ناگهانی در یک یا چند قسمت از عوامل متغیر سیستم به وجود می آید. بحران های سازمانی ناشی از بد عمل کردن فرایندهای سازمانی است یعنی زمانی که کارهای مختلف براساس استانداردهای خود انجام نشود، بحران شکل می گیرد. نظارت بر بخش های بحران زا نیاز به شناخت و آموزش دارد یعنی کارکنان سازمان بایستی یاد بگیرند که چگونه بخشهای بحران زار را تشخیص و متناسب با اهمیت آنان وقت و انرژی صرف کنند.

۵- خوشحال نمودن مشتری با اصلاح فرایندها

یکی از معیارهای کارایی و اثربخشی فرایندهای سازمانی این است که به راحتی بتواند رضایت مشتریان را به خوشحالی آنان تبدیل و دائماً سطح آن را ارتقا داد. خوشحال نمودن مشتریان مهارتی است که کل

بیمه زوریک: نجات آدم برفی!

سعید کاسکو
(مشتری شعبه آفریقا)

این دغدغه باعث شده است که شرکت بیمه زوریک برای آن یک ایده بازاریابی طراحی و پیاده سازی کند. در این کمپین بازاریابی که «آدم برفی خود را نجات دهید» نام گذاری شده است، به کودکان امکان می دهد تا با عکس گرفتن از آدم برفی خود و ارسال آن به وب سایت کمپین یا درست کردن یک آدم برفی به صورت مجازی، از آدم برفی خود محافظت کنند. تیمی از بیمه زوریک با گردآوری آدم برفی ها، آنها را به یکی از قله های کوه آلپ منتقل می کند تا آدم برفی ها برای همیشه باقی بمانند.

اما در مورد این کمپین ذکر چند نکته مهم است:
- اول از همه اینکه دقت داشته باشید برای آنکه برند شما در لیست انتخاب مخاطب قرار بگیرد، بهتر است از کودکی در ذهن مخاطب خود جایی را باز کنید و با مشتریان خود از کودکی در ارتباط باشید.

- مهم ترین نکته در طراحی و اجرای یک کمپین، ایده اولیه است؛ الزاماً صرف هزینه های فراوان موجب موفقیت کمپین نمی شود، توجه به جنبه های اجتماعی و نوع ارتباطی که مخاطب با آن برقرار می کند به مراتب موضوع مهم تری است.

- برای تبلیغ خدمات بیمه ای و بانکی سعی کنید از قالب های تکراری و روزمره بیرون بیایید و جنبه های اجتماعی بنگاه اقتصادی خود را نشان دهید؛ چیزی که در ایران کمتر به آن توجه شده و شرکت ها تنها به صورت مستقیم به معرفی خدمات خود می پردازند.

منبع: www.imarketor.com

یک شرکت خدمات بیمه باید همیشه راهی داشته باشد که به مشتریان نشان دهد خدمات بهتر و متفاوت تری نسبت به رقبا ارائه می کند و از چیزهای باارزش مشتریان (سلامت، خانه، ماشین و ...) به نحو احسن حمایت و نگهداری می کند.
« اگر واقعاً عاشق چیزی باشید به بهترین نحو از آن نگهداری و حمایت می کنید »

این شعاری است که بیمه زوریک Zurich Insurance برای کمپین بازاریابی خود استفاده کرده است.



شرکت بیمه زوریک با یک ایده اثرگذار در ذهن کودکان و مشتریان آتی کمپین خود را طراحی و پیاده سازی کرده است:
بچه ها در فصل سرما عاشق برف بازی و درست کردن آدم برفی هستند، اما وقتی بهار نزدیک می شود، تنها می نشینند و آب شدن آدم برفی را تماشا می کنند.





گفت و گو: محمد علی عرفی نژاد
عکس: محمد حقیقت طلب



سفر به حوالی شهری که دوستش داریم

گشت و گذار در شعبه‌های بانک سامان

این بار به سراغ شعبه تهرانسر رفته‌ایم

بلوار اصلی این منطقه وقت هست، با نگاهی به اطراف، واقعیت‌های دیگری را هم می‌توان مرور کرد، برای مثال یاد پیام نوروزی که به صورت یادداشت مدیرعامل محترم سامان در همین نشریه به چاپ رسید می‌افتم، آنجا که می‌گوید: «جا دارد در سالی که پیش رو داریم (۱۳۹۳) عزم خود را جزم کرده و باور خود را بر ضرورت توسعه و تصمیم فرهنگ تکریم از مشتریان و ارتقای جایگاه رفیع بانک سامان به عنوان بانک پیشرو و برتر در صنعت بانکداری کشور، به مصداق یکی از ضروری‌ترین نیازهای بانک تقویت کرده و در این عرصه، بی‌مضایقه همت گماریم.

در سالی که براساس «۲۴ فرمان» مقام معظم رهبری همه ما وظیفه داریم در راه تحقق سیاست‌های «اقتصاد مقاومتی» همت گماریم، وظیفه فردفرد همکاران عزیز است که این اصول را با جان و دل باور داشته و بهترین خدمات خود را در عرصه ملی و بین‌المللی به مردم شریف ایران تقدیم داریم. از این راه سهم خود را برای حصول به شکوفایی اقتصادی و رفاه عمومی آحاد ملت ایران ادا نماییم.

امید است توسعه خدمات بانکی توام با گسترش توجهات به ابعاد نظارتی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران مبتنی بر سلامت عملیات و حساسیت ویژه بر تحقق اهداف تعیین شده در راس برنامه فعالیت‌هایمان در سال آینده باشد، در این راستا، توکل به خداوند و حفظ ارزش‌های سازمان، شرط توفیق است که شما بزرگواران شایستگی آن را در عمل به اثبات رسانیده‌اید. بی‌شک با برنامه‌ریزی‌های انجام شده و همت و تلاش مجدانه‌ای که در آحاد شما عزیزان سراغ دارم در آینده‌ای نزدیک بانک سامان به جایگاه واقعی خود خواهد رسید و صحنه اقتصاد کشور بیش از گذشته نقش اثرگذار بانک سامان را احساس خواهد کرد. ان‌شاءالله.

دوستدار صمیمی شما سیداحمد طاهری»

خانم فرشته ضرابیه، مدیرمسئول و مدیر امور سرمایه انسانی نیز با توجه به لزوم برنامه‌ریزی برای پیشرفت و دستیابی به انجام بهتر امور به نکته ویژه‌ای اشاره کرده است: «بی‌سوادان قرن ۲۱ کسانی نیستند که نمی‌توانند بخوانند و بنویسند، بلکه کسانی هستند که نمی‌توانند بیاموزند. آموخته‌های کهنه خود را دور بریزید، دوباره بیاموزید.»

دستاوردها

و بالاخره مدیر امور شعب بانک سامان نظرهایش درباره شعبه‌های سامان و همیاری با مشتریان این شعب را این‌طور بیان کرده است: «باید از مشتریان بانک تشکر کنیم که توانسته‌ایم با تلاش و کوشش شما همکاران، رضایتشان را جلب کنیم. گروه مشتریان شعب با همکاری‌هایشان ما را متوجه نقاط ضعف و ایرادهایمان کردند تا در رفع معایب‌مان هم بکوشیم که در نهایت منجر به جلب رضایت آنها هم شد. پس از همکاران بزرگوارم (در شعبه‌های سامان) می‌خواهم بیش از پیش در جلب رضایت مشتریان بکوشید



این بار حرف‌ها و خاطره‌ها را برای پیش از کلام و سخن و بحث و نظر، از دیدگاه و زبان سه تن از بزرگان و مدیران بانک خوب سامان می‌آوریم، با خاطره‌ها، نظرها و حرف‌هایی از دیروز و امروز. مهم این که تغییر بخش مهمی از زندگی است و ما هم برای هم‌صحبتی با کاربران شعبه تهرانسر، مسیر تازه‌ای را برگزیده‌ایم. با اجازه شما همکاران عزیز، با اجازه سردبیر به سلامت بازگشته از یک سفر زخم و درد و جراحی، یار همیشگی همه برویچه‌های نشریه سامان. از فرصت فراهم آمده هم تشکر می‌کنم. چرا که خوشحالیم برای آن که قلم را پاس می‌دارد و همه شما عزیزان، این یکی دو بار اخیر نوبت دیدار و گفت‌وگو با همکاران سامانی، بانک سامان و شعبه‌های تقریباً بیرون از مرکز شهر، راهی تهرانسر شده‌ایم.

شعبه‌های بانک سامان با توجه به تعریفی که از سوی مدیران برایشان شده، هم در اندازه‌ها، شکل و فرم و دیزاین در بهترین وضعیت قرار دارند. این تعریف را از زبان مشتریان مختلف در رفت و آمد به شعبه‌ها شنیده‌ایم.

مشتری‌های سامان، بیش از همه، از احترامی که برایشان در نظر گرفته شده می‌گویند، از اینکه در حداقل زمان، کاربرها و معاونت و روسا و سرپرست‌ها کارشان را به انجام می‌رسانند، لیکنند و آرامش از چهره‌هایشان دور نمی‌شود، تا آنجا که میسر است به خواسته‌هایشان می‌رسند و در زمینه ارائه تسهیلات و انواع وام‌ها به خوبی راهنمایی‌شان می‌کنند و به‌ویژه در هنگام خرید کارت‌های مختلف هدیه با طرح‌های زیبا و مناسب روزهای خاص همه‌گونه همراهی و همکاری و تعامل را به کار می‌گیرند، و نیز اشاره می‌کنند به انواع بسته‌بندی‌های کادویی، همراه امکانات چاپ جمله‌های کوتاه و دلخواه، با توجه به اینکه این کارت‌ها همزمان با درخواست در تمام شعبه‌ها صادر می‌شود و امکان خرید با مزایای ویژه و انبوه و به گفته این مشتریان معمولی و VIP، در زمان‌های مختلف ارائه این کارت‌ها تبدیل به خاطراتی ماندگار می‌شود.

سامان در همه جا

با اینکه به خاطر ترافیک بالای قبل از ظهر، هنوز برای رسیدن به تهرانسر، بخش غربی در خروجی تهران بزرگ و قدم‌گذاردن در



محمود صفری رئیس این شعبه حرف‌های تازه‌ای را مطرح می‌کند.

از ۳۰۰ به ۴۷۰

محمود صفری در حالی که خوشحالی‌اش را از وجود همکاران جوان و تحصیلکرده نمی‌توانست پنهان کند، گفت: بعد از ۲۶ سال کار مداوم و البته به خاطر ارتباط خوب با مشتریان بانکی سرحال و شاد، به روزی رسیدیم که تصمیم گرفتم بازنشسته بشوم، یادم هست درست روز اول دی ماه سال ۸۷ ورقه بازنشستگی را با توجه به گذر یک عمر ۲۶ ساله کار و فعالیت دریافت کردم که تقریباً با نوعی افسردگی حال و خیال همراه شده بود اما وقتی با همسرم که در همه روزهای زندگی‌مان یک پشتوانه پر از مهربانی را برایم به وجود آورده بود، در زمینه تمام شدن کار و فعالیت صحبت کردم، خوشحالی و شادی را در چهره‌اش خواندم، رضایت گرد آمده در حرف‌ها و نظره‌ایش باعث شد تا آن افسردگی نسبی از بین برود بی‌آنکه به تقدیر و سرنوشت توجهی بکنم، تقریباً پس از ۲۶ سال کار و حضور هر روزه در شعبه‌های بانک سپه تنها توانستیم یک دوره ۲۸ روزه را راحت و فارغ از حساب و کتاب بگذرانیم و همان سرنوشت بدون اینکه من در جریان باشم با همکاری یک دوست صمیمی که خودش هم در سامان مشغول شده بود به دعوت همان دوست و سامان در تاریخ ۸۷/۱۰/۲۸ خودم را در شلوغی و ازدحام مردمی در بازار کفاش‌ها دیدم و روی صندلی آموزش‌های نخستین روزهای حضور و کار نشستیم و همین تاریخ شد آغاز دوباره کارم در بانکی که درباره مدیران و همکاران جوانش و پرستیژ حاکم بسیار شنیده بودم.

به هر حال با عاشقی نمی‌شود کاری کرد، من سامان را دوست داشتم و به واقعیت این عاشقی رسیدم. جالب اینکه همسرم نیز این اتفاق را خوب و نیک ارزیابی کرد.

در زمینه آمدن از بانک سپه و نشستن در ریاست شعبه بازار کفاش‌های سامان، چه تغییرات مناسبی را احساس کردید؟

تغییرات به مرور اتفاق افتاد، زمانی که با گروهی جوان تحصیلکرده و مهربان و رفیق اُخت شدم، دیگر برایم فرقی نداشت در کجا و کدام شعبه باشم، مهم با سامان بودن بود و بس و بر همین اساس بعد از بازار کفاش‌ها، به شعبه دکتر فاطمی رفتم و بعد از

و به صدای اعتراض مشتریان ناراضی هم با دقت و حوصله گوش فرا دهید و ایرادهای احتمالی را اصلاح کنید، تا آنها هم از سامان راضی و خشنود باشند.

و شما که در صف مقدم مواجهه با مشتریان هستید بعضاً بهتر از سایرین می‌توانید ما را یاری دهید و پیشنهادهای خود را برای بهبود و اصلاح ارسال کنید.

غلامرضا آقابابایی، مدیر امور شعب

و رسیدیم دوباره به...!

بگذریم از پیچ و خم راه برای دیدار از رفقای فعال در شعبه تهرانسر، به هر حال به دیداری و چای و قند سامانی و گل لبخند همه برویجه‌های این شعبه دلخوشیم، مثل همیشه.

و می‌دانید، هیچ کس در صندلی ابدی ننشسته، باید جا عوض کرد، باید سفری از این شعبه به آن شعبه باشد، باید که همه کاربرها در شعبه حضور داشته باشند تا کلام و سخن جان بگیرد، هم با رئیس شعبه و هم با همه همکاران جوان که با سامان اخت شده‌اند، از نگاه‌هایشان، از لبخندهایشان و از استقبال یکایک‌شان می‌شود فهمید که چقدر مشتاق هستند برای دیدار و گرفتن عکس و حرف و خاطره، خاطره‌ای که لااقل در مورد آنها، از امروز تا سه دهه دیگر به امید خداوند رحمان در صندوقچه دل نگه می‌دارند.

پس چرا وقت را غنیمت نشماریم و به دیدارشان نشتاییم. دیدار را آغاز می‌کنیم برای تک پرونده چند صفحه‌ای در نشریه تا برای همه‌مان ماندگاری کند.

و ... شعبه تهرانسر امروز سامان

شاید یکی از شعبه‌های زیبای بانکی در منطقه تهرانسر با همه شلوغی و ازدحامش، همین شعبه بانک سامان باشد و در مقابل آن شهری که در دو دهه قبل قرار بود به عنوان شهر پاک و توسعه یافته معرفی شود و فقط در آن ویلاهای یک‌طبقه و دو طبقه بنا شود، امروزه روز تبدیل به یکی از شهرک‌های بزرگ با آپارتمان‌های چهار تا شش طبقه شده است. ماجرا طبق بررسی‌های به عمل آمده، آغاز به ساخت ویلاهای کاملاً اروپایی و با همه مختصات آن توسط مجموعه‌هایی از بخش شرکت نفت می‌شد که اتفاقاً ساخته شد و در اختیار مالکانش قرار گرفت. اما به مرور که بر تعداد آپارتمان‌های بخش خصوص و تعداد جمعیت افزوده شد، ویلاها از آن زیبایی و ظرافت افتاد و در نتیجه قدرت ساخت و ساز برای درآمد بیشتر توسط مالکان جدید شروع شد و تا به امروز رسید که تقریباً زمین خالی در مناطق معین وجود ندارد، این در حالی اتفاق افتاده که برنامه‌ریزی و نقشه اولیه به خاطر هوای خوب تهرانسر طراحی و به اجرا گذاشته شده بود، بگذریم از اینکه نه از آن ویلاها خبری هست و به تبع آن نه از هوای خوب وعده داده شده.

حالا در این وضعیت خاص امروزی، ترافیک سنگین و جمعیت رو به افزایش وقتی وارد شعبه بانک سامان می‌شویم به خاطر وسعت جا و طراحی و دیزاین زیبا، نفسی همراه با آرامش می‌کشیم و آقای

سامان گذرانیده. می‌گوید:

اینجا هوا خیلی خوب بود، جالب اینکه دوره سربازی هم همین منطقه بودم که راغب شدم به ادامه فعالیت در تهرانسر. وی سال ۷۰ ازدواج کرده که حاصلش دو دختر است یکی سال آخر دانشگاه که میکرو بیولوژی می‌خواند و دومی ۱۴ ساله است و سال دوم دبیرستان، همسرش هم در بانک سپه مشغول به کار بوده که فعلا بازنشسته است.

و دیگر اینکه:

ما هنوز در وضعیت رکود قرار داریم، اما تورم تا حدودی مهار شده، برای نرخ‌ها رقابت برقرار است، اما آینده حتما بهتر خواهد شد. و دیگر مشکل عنوان شده هم این است که همین شعبه تا به حال سه معاون را در همین حدود ۹ ماه دیده است که باز هم شعبه از معاون خالی است، منتظر هماهنگی هستیم، به هر حال چه می‌شود کرد یک نیروی مان مرخصی است، یک نیرو به کلاس آموزش می‌رود، اگر هم نیرویی بیاید کمکی است.

منتظر دوستان دیگر و روزهای بهتر و پیشرفت‌های بیشتر هستیم. مهم اینکه ما سامانی‌ها عادت کرده‌ایم به موفقیت‌های رو به گسترش.

و یاران شعبه تهرانسر

محمد ساسانی، رئیس دایره الکترونیک است و بعد از حضور در شعبه‌های اکباتان و گیشا، حالا در این سومین شعبه مشغول به کار شده، لیسانس مترجمی زبان دارد، از روز نخست کار در بخش اعتبارات کار کرده، می‌گوید حجم پولی این شعبه بالاست و حتی مازاد خزانه داریم، مشوق او برای پیوستن به سامان دایب‌اش بوده که اصرار داشته فقط سامان را انتخاب کند،

ساسانی دومین نفری است که وارد شعبه می‌شود و آخرین نفری هم هست که خارج می‌شود از پسر ۲/۵ ساله‌اش یاد می‌کند که سپهر ساسانی است و پر از انرژی است که سر او خالی می‌کند: ۱۱ ساعت از زندگیم در بانک می‌گذرد، دو سه ساعت هم در راه هستیم حالا حساب کنید وضعیت مرا با این پسری که خانه‌مان را روشن کرده!

نمای بیرونی بانک سامان برایم جذاب بوده است.

آقای سیدعلی حسینی، لیسانس فیزیک دارد. حدود ۳ سال است که در بانک سامان مشغول به کار است. پیش از تهرانسر، در شعب آفریقا و دکتر بهشتی کار کرده است. نزدیک به ۷ ماه است که در شعبه تهرانسر است و در امور جاری، کلر و صندوق فعالیت دارد. از اول کار بانکی را دوست می‌داشته و نمای بیرونی بانک سامان حتی پیش از ورودش به بانک برایش مهیج بوده است، الان هم کارش را در بانک سامان دوست دارد.

کار بانک را همیشه دوست داشته است

خانم فاطمه محمدپور فوق‌لیسانس از دانشگاه علامه در رشته مدیریت دولتی دارد، حدود دو سال و نیم است که در سامان مشغول به کار است و همیشه علاقه‌مند به کار بانکی بوده است.

۲ سال فعالیت به شعبه میدان حسن‌آباد چمدان سفر را بستم و بالاخره به خاطر اینکه می‌خواستم برای همسر و دخترهایم بیشتر وقت بگذارم و خانه و زندگیمان نزدیک در همین منطقه تهرانسر قرار داشت تقاضای انتقال دادم و پس از نظریه‌های و بحث‌های مختلف در شعبه سامان تهرانسر مشغول به کار شدم که از همان روز ورود تا امروز یکی از بهترین روزهای زندگیم را گذرانده‌ام. البته این شعبه یک دوره سه ساله را از سرگذرانده بود و با جمعیت روزافزون تهرانسر، کج‌دار و مریز کنار آمده بود که وقتی به عنوان رئیس شعبه مشغول به کار شدم سپرده‌ها دور و بر ۳۰۰ میلیارد ریال می‌چرخید که با همت و زحمت و محبت بچه‌ها در حال حاضر به ۴۷۰ میلیارد رسیده است.

برای من این مهم بود که در همان شش ماهه نخست امسال جزو ۱۰ شعبه برتر قرار گرفتیم.

کار را همراه با آموزش همکاران جوانان چگونه جلو بردید؟

مهم‌ترین دلیل، همکاری بدون ریا و توقف برویجه‌های کاربر و بخش صندوق و کلر و بانکداری الکترونیک بود، اول من برنامه‌ریزی کردم و سپس به صورت جمعی به نتیجه‌گیری رسیدیم. مشتری‌ها را شناسایی کردیم، تسهیلات ارائه شده برای مشتری‌ها را افزایش دادیم و گرچه آن روزها حدود ۴۰ میلیارد برآورد می‌شد، اما خوشبختانه امروزه بین ۹۰ تا ۹۵ میلیارد قرار داریم.

خبر خوش لااقل برای شخص خودم و همکاران جوانم رسیدن به همه اهداف تعیین شده در شش ماهه اول بود، مشتری‌هایمان که عبارت بودند از ساکنین خانه‌ها و فروشگاه‌ها و مغازه‌های نه‌چندان بزرگ روزه روز در تبلیغات شفاهی افزایش یافتند و باور کنید دوسوم زمان در یک ماه فرصت سر خاراندن نداشته و نداریم. به هر حال همه ما با تقدیرمان راه آمدیم و هم تقدیر همراهی‌مان کرد. البته یادم هست در شعبه فاطمی هم سوم شدیم. تقدیرنامه هم گرفتیم. ضمن اینکه سال گذشته یکی از کارمندانمان نمونه هم شد.

وضعیت فعلی را به عنوان یک برنامه‌ریزی خوب و حساب شده پذیرفته‌اید؟

اصول و چارچوب کار در بانک‌ها تقریباً کلی است اما این تعامل با مدیران است که کارساز می‌شود، وگرنه اصول بانکداری یکی است. یعنی هیچ مشکلی نیست؟ همه چیز جای خودش قرار دارد! و یا رو به سوی موفقیت بیشتر است؟

بی‌مشکل که نیستیم، برای مثال دو دستگاه اسپیلت سالن با مشکل روبه‌رو شده، می‌دانید که دو کاره هم هست، هم سرماساز است و هم گرماساز، یکی از آنها اتصالی برق دارد و یکی هم نشتی گاز دارد. همین وگرنه...

و می‌خندد و می‌خندند.

و عاقبت اینکه آقای صفری در حالی که ۵۱ بهار از عمرش گذشته ۲۶ سال در بانک سپه بوده و فعلا شش سال را هم در بانک

در این یک سال و اندی خیلی چیزها یاد گرفته‌ام و به واقعیت‌هایی نیز رسیده‌ام، متأسفانه در تحصیل کوتاهی کردم برای همین هم وارد دانشگاه شدم تا جلوی ضرر را بگیرم.

غایب

خانم مهسا قهرمانی نیز کاربر شعبه است که در این مراجعات حضور نداشته و به عبارتی در مرخصی بوده.

آقای مقدم، بایگان شعبه هم فعلاً حضور ندارد، و نیز آقای صادقی که معاون شعبه بوده فعلاً جزو غایب‌هاست.

و حرف‌هایمان را خاطره‌گویی آقای صفری پایان می‌دهد.

کارمندی داشتیم، رفیق و مهربان و فعال، روزی با خوشحالی آمد

که می‌خواهم بروم صومعه‌سرا خواستگاری، همه خوشحال شدیم.

روز شنبه آمد، ناراحت و بی‌انگیزه، معلوم شد جواب منفی گرفته،

دیدیم باید کاری کرد کارستان، همراه دو تن از دوستان راهی

صومعه‌سرا شدیم. قبلاً تلفن پدر عروس احتمالی را گرفته بودیم،

پنجشنبه شب که رسیدیم با وی تماس گرفتیم با اصرار ما را نگره

داشت، معلوم شد مشکل عدم شناخت در زمینه کار و فعالیت و نیز

مساله استخدامی است. به خانواده‌اش قول دادیم که او هم استخدام

می‌شود، هم بازنشستگی دارد و هم آدم خوبی است.

وقتی برگشتیم چنان با انگیزه جواب مثبت می‌کرد که باورمان

نمی‌شد، معلوم شد عروس خانم به او خبر داده، از آن زمان انگیزه

برای همکاری و محبت به یکدیگر بیشتر شده است.

در بخش بانکداری الکترونیک قرار دارد، اما به صندوق هم کمک می‌کند و در کار تولید و ارائه کارت هدیه هم فعال است و مشتری‌های شرکتی هم دارد، از شعبه خوب، رئیس شعبه کاردان و خوب تعریف می‌کند و نیز از شلوغی جمعیت می‌گوید، از وضعیت فعلی کار و بانک سامان واقعا راضی است.

مجید مغاریان راد

کار بانک را دوست داشته، از اریکه ایرانیان شروع کرده تا به اینجا رسیده، در بخش کارت اعتباری و تسهیلات فعال است.

همه چیز وفق مراد است و راضی هستم.

مهدی لشکری با تحصیلات لیسانس حسابداری در نیمسال ۹۰

وارد بانک سامان شده، می‌گوید:

کار ارتباطی را دوست دارم و نیز به شدت با یکنواختی بیگانه‌ام،

دوست دارم همیشه در تکاپو باشم، از شعبه یافت آباد به شعبه

آذربایجان آمده و حالا پنج ماه است در شعبه تهرانسر مشغول شده

و اضافه می‌کند: مدیران و روسای بازنشسته به گردن ما خیلی حق

دارند، حضورشان در شعبه‌های سامان دلگرم‌کننده است و نیز آقای

صفری حق پدری به گردن ما دارد، در زمینه‌های آموزشی و تجربی

خیلی خوب عمل کرده است.

و دانشجوی بانکی

سعید حاجتی از شرکت آفتاب تجارت آمده و چون فقط دیپلم

داشته، حالا به عنوان دانشجوی هم فعال است.





شعبه فرودگاه

امام خمینی (ره)

شعبه همیشه بیدار

سامان

لی لی کیوان
(رییس دایره فرهنگی و روابط کارکنان)



اینهارا می گویم چرا که همه ما می دانیم که در بلندمدت شب سند زدن های پرسنل می تواند تبعات خود را برایشان به بار بیاورد. در گزارشی خواندم که «شب کاری و شیفت های نامتعارف مغز را تحلیل می برد»، بخشی از این تحقیق را با هم می خوانیم: پژوهشگران براساس تحقیقاتی که تا زگی ها انجام شده هشدار می دهند که کار در شب و شیفت های نامتعارف باعث پیری زودرس مغز و تضعیف فعالیت ذهنی می شود.

این پژوهش که نتایج آن در مجله پزشکی محیط و اشتغال منتشر شده مدعی است که ده سال اشتغال به کارهایی که ساعات و شیفت های نامتعارفی دارند به اندازه شش سال بیشتر مغز را تحلیل برده و پیر می کند. پس از اینکه افراد این نوع مشاغل را ترک می کنند تا حدودی از این عوارض جبران می شوند ولی برای بازگشت مغز به حالت عادی حداقل باید پنج سال بگذرد.

پژوهشگران می گویند که نتایج تحقیقات می تواند برای شناخت و درمان بهتر اختلال های مغزی نیز مفید واقع شود چون اکثر افراد مبتلا به این نوع عارضه ها از بد خوابی رنج می برند.

ساعات طبیعی بدن انسان به صورت ژنتیک و غریزی طوری تنظیم شده که ما باید در طول روز فعال و در ساعات شب در حال استراحت باشیم. برخی از عوارض کار کردن برخلاف ساعت طبیعی بدن، از تشدید خطر ابتلا به سرطان سینه گرفته تا چاقی مفرط، در گذشته شناخته شده بود.

اکنون گروه های تحقیقاتی در دانشگاه سوآنزی بریتانیا و دانشگاه تولوز فرانسه با پژوهش های جدید نشان داده اند که کار در طول شب می تواند روی کارکرد و سلامت مغز انسان نیز تاثیر منفی داشته باشد.

پروفسور درک -ژان دیزک، کارشناس یک مرکز پژوهشی خواب، تاکید

با مترو خودم را به ایستگاه شاهد رساندم. از آنجا سوار ماشین های شهرک پرند شدم. میانه راه، کنار فرودگاه بین المللی امام خمینی (ره) پیاده شدم. وارد پارکینگ شدم. آدرس جایگاه شعبه بانک سامان واقع در فرودگاه امام را پرسیدم. ظاهرا پلکانی من را می توانست به یکی از طبقات دیوار شیشه ای فرودگاه برساند. وارد فضای داخلی فرودگاه شدم و کم کم شعبه بانک از دور نمایان شد. شعبه ای ۲۴ ساعته که به قول یکی از همکارانش، آقای قیداری شعبه همیشه بیدار سامان است.

وارد شعبه می شوم. استقبال بچه های فرودگاه گرم است. دمنوش گرمی می نوشیم. در مورد اوضاع شعبه هم می پرسیم، هم به وضوح شاهد اوضاع هستیم. مسائلی که فقط بچه ها شاهدش هستند و قطعاً با تمام تلاش شبانه روزی که در این شعبه متحمل می شوند حیف است که فضایشان به این کمی باشد، آنقدر کوچک که لباس هایشان جای مناسبی ندارد، کسوهای آسیب دیده و کاستی ها این دلاورهای شب نشین و روز خواب یار و شب خواب را اندکی آزار می دهد. با اینکه این کم و کاستی ها حتی احمی بر پیشانی آنها نمی گذارد بلکه ارباب رجوع و مشتری بارضایت از این شعبه بیرون می رود. البته، خوانندگان و مشتریان سامان بدانند که برخورد بچه های سامان همواره و در هر شرایطی به سامان است.

در حین نت برداشتن گزارش شعبه، صدای بلندگوی فرودگاه به گوش می رسد که پرواز شماره ۳۲۵ بر روی زمین نشست... پرواز شماره ۷۲۴ به مقصد قبرس، تهران را ترک کرد....

اما همچنان بر و بچه های کوشای فرودگاه در حال سند زدن، شمردن پول و... هستند. چیزی که در این شعبه کسری اش حس می شد، شیشه امنیتی مقابل باجه هاست و آنچه فزونی اش به وضوح دیده می شد، مرام و تلاش بی وقفه است و حسن نوع دوستی و همکاری در سطح بالا.



سعید قیداری، مرتضی یونسی و همکار CIP، محمد مسعود و کیلی. شیفیت C، مسئول باجه: میثم قصابیان، متصدیان امور: مهدی کمالی میاب، رضا رئیسی زیارانی، اصغر صبوری نیا و همکار CIP، محمد حسین افضلی.

شیفت D، مسئول باجه: سید کیوان سیدی، متصدیان امور: محسن رنجبر، مهدی قهقایی، محمدرضا آشتیانی بدر و همکار CIP، مجتبی عیسائیان. در مسیر برگشت از شعبه با سرویس فرودگاه برگشتم، داشتم به این فکر می کردم که من یک بعد از ظهرم را در این شعبه گذراندم و در میانه راه سردرد گرفتم، وای به حال بچه ها. البته همگی قوی و سرزنده بودند. بگو ماشاءالله که یه وقت چشم بد آسیبی بهشان نزنند! در مسیر برگشت فقط سیاهی جاده بود و لا غیر. نمی دانم اگر این مسیر را دو روز پیاپی در حرکت باشم شرایط چگونه خواهد بود. اگر یک روز تا صبح در شعبه کار کنم و سند بزنم و هشیاری ام را هم مجبور باشم حفظ کنم، صبح چگونه خواهم بود، اینها همه مسائلی است که قطعاً همکاران شعبه فرودگاه با آن کامل درگیرند. اما با تمام سختی هایی که در طول مسیر برگشت وجود داشت، لبخند رضایت گوشه لبم گنجانده شده که در این وانفسای بی انگیزگی کاری مثل همیشه خودم برای خودم انگیزه ایجاد کردم. خوشحالم که هنوز لوطی گری در شعبه ها مشاهده می شود. همکاران ۲-۳ شیفت متوالی به جای همکار دیگر می مانند و از این کار به وضوح راضی هستند. جو صمیمی در این شعبه موج می زند. شعبه ای که شعبه بقای مرام و کاری وقفه هم نام دارد.

متنی که با هم خواندیم روایتی بود از شعبه فرودگاه امام. یکی از همکاران این شعبه روایتی طنز آلود را به صورت خاطره ای از شعبه پرایمان فرستاده است که مناسب دیدم در پایان بیاورم تا بیشتر فضای شعبه و مسائلش

می کند افرادی که سال ها مشغول شب کاری بوده اند حتی در سنین بازنشستگی نیز به نسبت سایرین وضعیت خواب بدتری دارند و بنابراین برخی از این تاثیرات ممکن است به این سادگی برطرف نشوند. او می افزاید: «ما پذیرفته ایم که کار در ساعات نامتعارف و به خصوص شب کاری برای سلامت جسمی افراد مضر است. ولی این پژوهش جدید نشان می دهد که حتی روی کارکرد مغز نیز تاثیر منفی دارد و به اعتقاد من نتایج این پژوهش بسیاری را متعجب خواهد کرد»

همچنین دوباره تأکید می کنم که این نتیجه تحقیقاتی را در اینجا آوردم که در کل حواسمان بیشتر باشد و هیچ کاستی ای بر زمین باقی نماند!

کسب رتبه اول واحد فرودگاهی در بین ۱۰ شعبه برتر

البته اتفاق خوب و نکو این است که بر اساس گزارش عملکرد منتهی به آبان ۹۳، واحد فرودگاهی بانک سامان رتبه اول را بین ۱۰ شعبه برتر بانک سامان کسب کرده است. در نامه سرپرستی منطقه ۳ تهران، از زحمات کلیه پرسنل این واحد تقدیر شده است. ما هم به نوبه خود قدر دان زحمات این عزیزان هستیم. بچه ها دمتان گرم.

معرفی بچه های لوطی منش فرودگاه

در این شعبه، بچه های با مرام شعبه در ۴ شیفت چرخشی مشغول به کار هستند:

رئیس شعبه فرودگاه، غلامحسین حسینی و معاون شان امیر حسین سجادی هستند.

اسامی شیفت ها به صورت شیفت های A، B، C و D نامگذاری شده است. شیفت A، مسئول باجه: مهدی شعبانی، متصدیان امور: سعید یاری فر، علیرضا نظری، سعید قدیری و همکار CIP، محمد امین قافله باشی. شیفت B، مسئول باجه: مصطفی کریمی، متصدیان امور: محمد ریاضی،



را بازگو کرده باشم:

روایتی طنز آلود از شعبه فرودگاه امام خمینی (ره)

رضا رئیسی (متصدی امور بانکی شعبه فرودگاه بین المللی امام خمینی (ره)) ساعت هفت عصر روز ۱۴ مرداد ۱۳۹۳، شیفت را تحویل گرفتم و از آنجایی که تمام شب تا صبح در فرودگاه خاطره است، دارم برای شما در لحظه خاطره می نویسم. اولین چیزی که با آن مواجه می شوم، یک یادداشت چسبانده بودند روی مایتور؛ «داش رضایه ۲ هزار لای بسته های ۵ هزاریت بود، از حسابت برداشتیم، یهو هنگ نکنی!» فهمیدم که پول خردهای دیروز که پرسنل چرخ دستی فرودگاه، آوردند دوباره کار دستم داده؛ جالب است بدانید اینجا ۹۹ درصد کاری که صندوق ریال انجام می دهد، واریز پول خرد در حد تیم ملی است؛ چرا که ماهمیشه بر خوردمان خوب است و ۲۴ ساعت هم خدمات ارائه می دهیم و تمام مشتری ها از راننده تاکسی های فرودگاه گرفته تا پرسنل خدمات و آمبولانس های بهشت زهرا و رستوران دارا و آبدارچی ها و... همه می آیند، پول های شان را به حساب سامان می ریزند و کنار ما کارت به کارت می کنند به حساب دیگرشان!

- سلام آقا ببخشید دستشویی کجاست؟

- نود و نه تا موزاییک بشمارید برید جلو سمت چپ!

این اولین سؤالی است که هر متصدی در شعبه باید جوابش را با روی خوش بدهد و عادت کند که در هر شیفت حدود ۸۳ بار پاسخ بدهد.

البته ناگفته نماند که باید به زبان لاتین و عربی هم مسلط باشیم چون واقعاً شبی ۲۳ تا از ۸۳ بار بالا به زبان های دیگر دنیا پرسیده می شود.

- آقا ببخشید کافی نت کدوم طرفه؟!

- پشت دومین ستون سمت راست!

این هم یکی دیگر از سؤال های خیلی معروف و تکراری است که از ما می پرسند، می دانید به قول بنگاه دارها بر شعبه ما حدود ۱۲ متر است و شیشه ای و این یعنی بزرگ ترین در فرودگاه امام! چون بانک های اطراف حداکثر حدود ۳ متر بر دارند.

خلاصه سؤال های متداولی که باید اینجا جواب بدهی انواع مختلفی دارد که دسته بندی شان واقعاً برایم سخت است اما به چند تا از آنها اشاره می کنم:

- قبله کدوم وره؟

- نماز خونه کجاس؟

EXCHANGE یا همون صرافی یا به زبان عربی "تصرف"؟

- ببخشید شما می دونید کرایه اینجا تا قم چقدره؟!

- حاجی پرواز ترکیه رفته؟

- مامان من رونیدی؟!

- چقد پول می شه توی چمدون برد خارج؟

- شارژر نوکیا مدل... داری؟ (البته این قسمتش به خاطر تبلیغ گوشی حذف شده)

- این رستوران دارا کی میان؟

- اینجا میشه بنر چاپ کرد؟!

- پرواز فرانکفورت کدوم ور می شینه؟

- گفتن توی فرودگاه یکی به پرشیای سفید می فروشه، کیه؟!

و...

این سؤال ها شاید برای شما خواننده ها جوک باشد اما واقعاً برای ما خاطره است و تمامی شیفت های مان را با همین ها می گذرانیم. خدایی تصور کنید ساعت سه نصف شب یکی بیاد وسط مرتب کردن سندهای روز گذشته از شما پرسد: «آب جوش داری بریزم توی قوطی شیر خشک بچه؟»



هنوز باید حواست شیش دنگ جمع باشه و پول بشماری. جالبه یکی از همکاران پیامک داده که می تونی اضافه بار داداشم رو هماهنگ کنی، براش نوشتم مگه اینجا گمرک؟ نوشته پ ن پ بانک! یعنی الان من می خواهم سرم را بکوبم به دستگاه اما می ترسم که خراب بشود و چون نداریم این کارو نمی کنم، آخه اضافه بار! ساعت ۳۰ دقیقه بامداد! قیافه من دیدنی الان، هییییی وای من.

در همین گیرودار یه آقای عرب اومده میگه: لا باس، لا تاکسی! آقا کلی سرو کله زدیم و از تمام سؤالات و موارد مشابه گذشته کمک گرفتیم، منم از تخیلاتم استفاده کردم و فهمیدیم که منظورش این است که نه اتوبوس میخوام نه تاکسی؛ گفتیم پس چی می خوای؟ گفت نه اتوبوس نه تاکسی! منظورش با کلی شکاک در آوردن معلوم شد؛ مینی بوس می خواد تا قم!

اینجاس که باید گفت لخب...

لخب... لخب... شکرا یا حبیبی.

ساعت حدود یک بامداد شده و...

آقا قرص سردرد دارید؟

اورژانس اون روبه رو زیر پله هاست...

ساعت داره به حدود سه و نیم شب نزدیک میشه و مادر حال انجام امور ارزی تیم ملی والیبال هستیم؛ چون نیم ساعت دیگر پرواز دارند و از آنجایی که حامی تیم والیبال هستیم همه توان خودمان را برای هر چه بهتر انجام شدن کارهای شان به کار می گیریم؛ البته فشار کم خوابی دارد در چهره بچه ها نمایان می شود و منم پاهام داره از شدت درد ذق ذق می کنه.

آقایا بچی می خواستیم!

- دویست متر جلوتر

- مملکت داریم؟ به خاطر یه بچی این همه این ور و اون ور رفتیم.

- چی بگم والا...

حالا وقت دارم بسته هایی را که ریختم توی کشوی شکسته میزم و انبار شده را چهار نخ بزنم و مرتب کنم و هم زمان به این فکر کنم که چرا چشمم دارد سیاهی می رود.

اصلا فکرش را نمی کردم خاطره نوشتن به صورت آنلاین، آن هم در شیفت شب، اینقدر سخت باشد. الان ساعت حدود شش صبحه و من واقعا باتری ام داره تمام و می ش...

از این سؤال ها که بگذریم می رسم به صبر و شکیبایی همکاران فرودگاه که واقعا مثال زدنی است و من بعید می دانم شعبه ای با این ترکیب آدم های صبور و کار راه انداز وجود داشته باشد. این شعبه مثل یه جزیره مستقل می ماند و به خاطر همین همه بچه ها یاد گرفتند که همه کارها را یاد بگیرند و مشکلی را حل نکرده باقی نگذارند چون فرد دیگری نیست که این مشکل را حل کند.

خلاصه که با همه این حرف ها برای من که چند ماه است اینجا آمده ام، شعبه فرودگاه جالب است که در یک شیفت با چهار تا پرسنل حدود ۱۰۲۴ سند زده می شود و صدای هیچکس در نمی آید و همه با هم همکاری صمیمانه ای دارند که باعث می شود بدون خستگی پاسخگوی سؤال هایی باشند که هیچ کدام شان به بانک مربوط نمی شود.

به عنوان نمونه الان یک مشتری خندان روبه روی من نشسته و دارد فرم خرید کارت هدیه پر می کند.

بگذارید از او یک سؤال بپرسم:

- آقا کارت هدیه رو برای چی می خوای؟

با لهجه قشنگی می گه: واسه سالگرد ازدواج.

- خب مبارکه، دوست داری روی کارت چی بنویسم؟

نمی دونم هر چی دوست داری؟

- آقا مگه می شه من هر چی دوست دارم بنویسم؟!

خوووووب پس بنویس «پیوندمان مبارک!»

نگاهش کردم و کارت را برایش صادر کردم. کلی با هم خندیدیم و به یاد این جمله افتادم که اصلا یه وضعی...

از ترسم یک بار، صندوق گرفتم که وسط این مشتری ها داشتم خاطره می نوشتم کسری نیاورده باشم.

آخیییییی، این سعید که همکار کناری من میشه اونقد آی تی آراس (همون ثبت اطلاعات اسناد ارزی توی پرتال مرکزی) زده قیافش شده شبیه آی تی آراس؛

بیشترین حجم کارای شعبه ما مربوط می شود به فروش ارزهایی که تمام شعب ما در ایران به مشتری ها حواله می دهند و یکی از حجیم ترین وظایف ما فروش ارز مسافری است.

ساعت ۱۲ شب شده است و این حس بسیار جالبی است که در این ساعت



گزارش ماهانه تحلیل بازار

(تحلیل دوره آبان ماه ۱۳۹۳)

اقتصاد سیاسی

تمدید توافق پیشین؛

مهلت تعیین شده برای نیل به توافق جامع بر سر برنامه هسته‌ای ایران، سوم آذر ماه پایان یافت و طرفین مذاکرات یعنی ایران و گروه ۵+۱ توافق کردند تا مذاکرات هسته‌ای تا ۱۰ تیر ۱۳۹۴ تمدید شود.

بازار مالی

شاخص کل بورس در پایان آبان ماه در مقایسه با مهر ماه ۱/۴۷ درصد افزایش یافت.

بازار طلا

در ماه گذشته روند قیمت طلا کاهشی بود. مهم‌ترین علل کاهش بهای طلا، بیانیه ماه گذشته فدرال رزرو مبنی بر پایان سیاست پولی انبساطی و افزایش تنش‌ها در اوکراین بوده است.

ارز

در ماه گذشته، یورو و ین در برابر دلار تضعیف شدند. مهم‌ترین عوامل تقویت دلار در برابر یورو در ماه گذشته، اخبار مثبت منتشره

از اقتصاد آمریکا و وضعیت نامساعد اقتصاد اروپا و ژاپن بوده است.

نفت

طی ماه گذشته قیمت نفت روند نزولی داشت. مهم‌ترین عوامل کاهش بهای نفت، کاهش قیمت از سوی عربستان برای حفظ مشتریان آمریکایی، افزایش تولید نفت توسط برخی کشورهای عضو اوپک و غیر اوپک و در مجموع مازاد عرضه در بازارهای جهانی بوده است.

اقتصاد بین الملل

بر اساس آمار و اطلاعات منتشر شده در ماه گذشته، روند اقتصادی آمریکا مثبت و اروپا و ژاپن منفی ارزیابی شده است.

پولی و بانکی

کاهش سپرده‌های دیداری و افزایش سپرده‌های غیردیداری؛ بر اساس آخرین آمارها، نسبت سپرده‌های دیداری از کل سپرده‌ها از ۱۷ درصد در شهریور ۹۲ به ۱۴ درصد در شهریور ۹۳ کاهش یافته و متناظر آن ۳ درصد به سپرده‌های غیردیداری اضافه شده است.

۱- اقتصاد سیاسی

تمدید توافق پیشین:

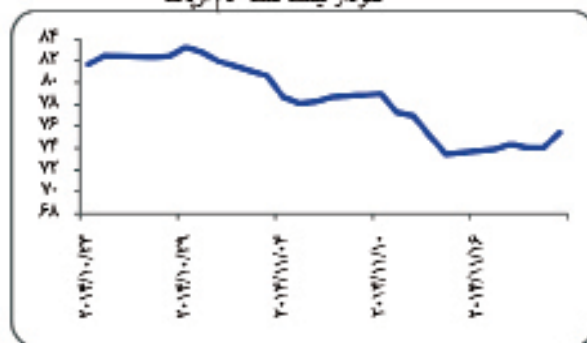
مهلت تعیین شده برای نیل به توافق جامع بر سر برنامه هسته‌ای ایران، سوم آذر ماه پایان یافت و طرفین مذاکرات یعنی ایران و گروه ۵+۱ توافق کردند تا مذاکرات هسته‌ای تا ۱۰ تیر ۱۳۹۴ تمدید شود. بر اساس بیانیه مشترک طرفین، ایران و قدرت‌های جهانی، خود را متعهد دانستند که تا ۱۰ اسفند ماه، در مورد اصول کلی موافقتنامه هسته‌ای به توافق سیاسی برسند و پس از آن، در سه ماه بعدی منتهی به ۱۰ تیر ماه ۱۳۹۴، جزئیات موافقتنامه جامع هسته‌ای را در جریان گفتگوهای فنی و تخصصی تصویب کنند. شایان ذکر است بر اساس اخبار منتشره از نتایج مذاکرات، تا پایان این مهلت، ایران ماهانه ۷۰۰ میلیون دلار از دارایی‌های مسدود شده حاصل از فروش نفت خود را دریافت خواهد کرد. اما هنوز مشخص نیست در ازای این مبلغ، ایران چه اقداماتی را علاوه بر آنچه در یکسال گذشته صورت گرفته، انجام خواهد داد؛ چهار ماه پیش و در نخستین دور تمدید برنامه اقدام مشترک، ایران پذیرفت تا در ازای آزاد شدن ۲/۸ میلیارد دلار از دارایی‌هایش حدود ۴ تن از اورانیوم‌های غنی شده تا کم‌تر از ۲ درصد را به اورانیوم طبیعی تبدیل کند، اما این بار جزئیاتی از تعهدات احتمالی ایران منتشر نشده است.

با توجه به اینکه رسیدن به توافق جامع هسته‌ای مجدداً به ماه‌های آینده موکول شد، بخش‌های مختلف اقتصاد ایران همچنان در سردرگمی ناشی از آینده مذاکرات به سر خواهد برد. در همین حال، سخنگوی دولت در واپسین روزهای آبان برخی از پیش‌بینی‌های دولت از متغیرهای اقتصادی برای سال ۱۳۹۴ را بازگو کرد. بر اساس سخنان محمدباقر نوبخت، قیمت نفت اعمال شده در لایحه بودجه ۹۴ بین ۷۰ تا ۸۰ دلار بوده و رشد اقتصادی ایران در سال آینده بین ۲/۵ تا ۳ درصد و تورم زیر ۱۵ درصد خواهد بود.

۲- بازار مالی

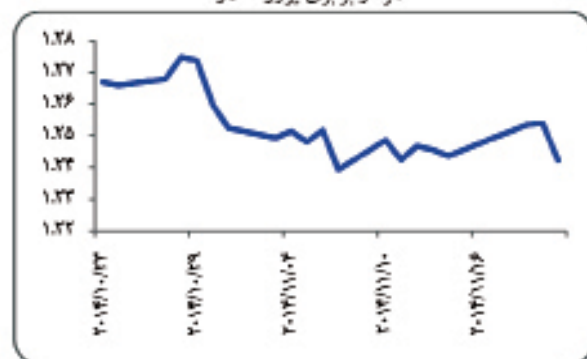
شاخص بورس در پایان آبان ماه ۹۳ در مقایسه با مهر ماه به میزان ۱۰۹۶ واحد، برابر با ۱/۴۷ درصد، افزایش یافت و از ۷۴۱۵۲ واحد به ۷۵۲۴۸ واحد رسید. شاخص بورس تهران روزهای نخست ماه گذشته را یکنواخت سپری کرد و پس از آن طی دو هفته به صورت مداوم صعود کرد (این صعود طولانی‌ترین رشد مداوم بازار طی سال بود) و طی روزهای واپسین ماه روند کاهشی به خود گرفت. یکی از علل افزایش چشمگیر شاخص کل بورس اوراق بهادار تهران، خوش‌بینی‌های ایجاد شده درباره آینده مذاکرات هسته‌ای در اثر خبر تشکیل جلسه ویژه مذاکرات سه جانبه وزرای امور خارجه ایران، آمریکا و اتحادیه اروپا در کشور عمان بود. همچنین بررسی‌ها نشان می‌دهند از ابتدای سال جاری حدود ۳۰ درصد از نمادهای فعال بازار از زیان خارج شده و به سوددهی رسیده‌اند و در ماه گذشته نیز از بین ۵۰ شرکت فعال تر بورس تهران، ۲۹

نمودار قیمت نفت خام اوپک



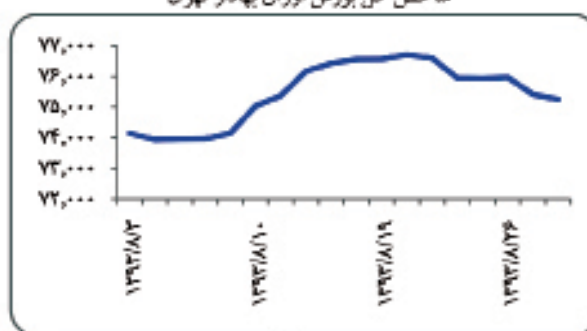
www.opec.org

نمودار برابری یورو- دلار



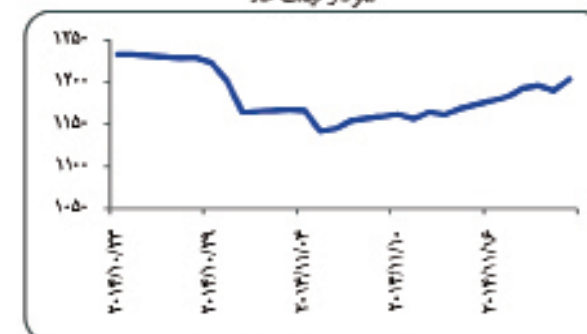
www.imf.org

شاخص کل بورس اوراق بهادار تهران



www.irbourse.com

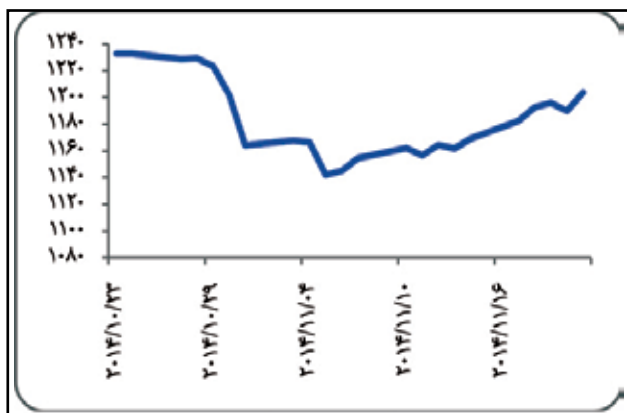
نمودار قیمت طلا



ماخذ: www.lbma.org.uk

تقاضای طلا به عنوان سرمایه امن را افزایش داد که افزایش قیمت طلا را به دنبال داشت.

نمودار شماره ۲- قیمت جهانی طلا (اونس - دلار)



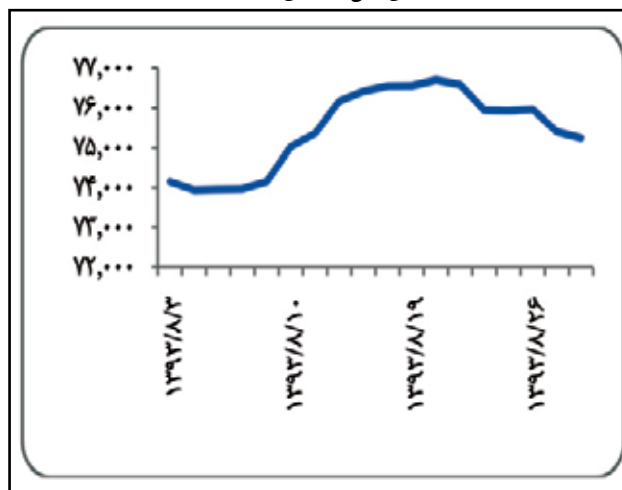
WWW.LBMA.ORG.UK مأخذ:

۴- بازار نفت

طی ماه گذشته قیمت نفت روند نزولی داشت. ماه گذشته، پنجمین ماه پیاپی است که قیمت نفت روند نزولی داشته است. سبد نفت خام اوپک، این ماه را با قیمت هر بشکه ۸۱/۶۷ دلار آغاز کرد و در پایان ماه با ۶/۲۵ دلار کاهش به ۷۵/۴۲ دلار رسید. مهم‌ترین عوامل کاهش بهای نفت، کاهش قیمت از سوی عربستان برای حفظ مشتریان آمریکایی، افزایش تولید نفت توسط برخی کشورهای عضو اوپک و غیر اوپک و مازاد عرضه در بازارهای جهانی بوده است.

دو ماه پیش عربستان سعودی به منظور حفظ سهم خود از بازار جهانی، به مشتریان آسیایی تخفیف ارائه کرد اما ماه گذشته به منظور حفظ مشتریان آمریکایی و تداوم حضور در بازار نفت آمریکا، این سیاست را در قبال مشتریان آمریکایی اتخاذ نمود. همچنین بر اساس آخرین گزارش ماهانه اوپک مربوط به ماه اکتبر، تولید نفت کشورهای غیر عضو اوپک در سال منتهی به اکتبر ۲۰۱۴ برابر ۱/۶۸ میلیون بشکه در روز افزایش یافته است که مهم‌ترین علت آن افزایش تولید در آمریکا، کانادا و برزیل بوده است. تولید نفت خام اوپک نیز در ماه سپتامبر با ۴۰۲ هزار بشکه در روز افزایش به ۳۰/۴۷ میلیون بشکه در روز رسید که بیشترین افزایش تولید در گروه کشورهای عضو اوپک مربوط به لیبی، عراق و عربستان بوده است. حاصل افزایش تولید نفت و کاهش تقاضای نفت، مازاد عرضه و در نتیجه کاهش قیمت نفت در ماه گذشته بوده است. شایان ذکر است با وجود افت حدوداً ۳۰ درصدی بهای نفت در ۵ ماه گذشته، اتفاق نظری در خصوص تعیین سقف جدید تولید در بین اعضای اوپک وجود ندارد، با این حال آینده قیمت نفت وابسته به نتایج نشست مهم اوپک در ۲۷ نوامبر (۶ آذر) است.

نماد با بازدهی مواجه شده‌اند. از سوی دیگر، گزارش‌های مثبت ۶ ماهه ایران خودرو و شرکت‌های تابعه آن به عنوان یکی از صنایع پیشرو از جمله مهم‌ترین عوامل این رشد قلمداد می‌شوند. اما در خصوص مهم‌ترین علل کاهش شاخص کل در هفته پایانی ماه، باید به انتشار گزارش‌های شفاف‌سازی برخی نمادهای بورسی اشاره کرد. در خصوص انتشار گزارش‌های شفاف‌سازی، شرکت‌های آذراب، بانک قوامین، پتروشیمی جم، عمران شاهد و قند ثابت گزارش‌هایی را منتشر کردند و با ادبیاتی مبهم به اظهار نظر در مورد روند قیمتی این سهم‌ها پرداختند و همین امر موجب بروز رفتار قیمتی هیجانی در اکثر این نمادها شد و تشکیل صف فروش برای برخی نمادهای شفاف‌سازی شده از جمله توسعه و عمران کرمان موجب شد تا از انگیزه معامله‌گران کاسته شود.

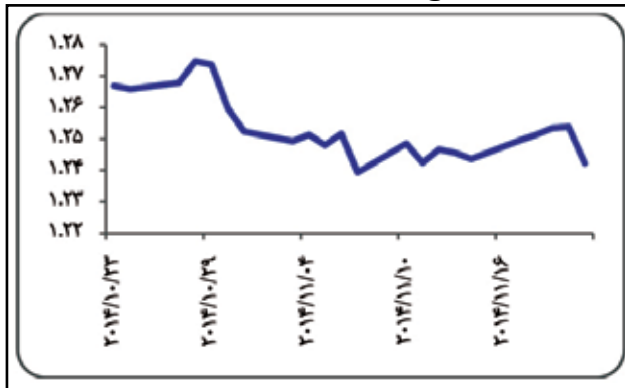


مأخذ: www.irbourse.com

۳- بازار طلا

در ماه گذشته روند قیمت طلا کاهشی بود. نمودار قیمت طلا در ماه گذشته مشابه حرف U بود و نیمه نخست ماه کاهش و نیمه دوم ماه افزایش قیمت را تجربه کرد. مهم‌ترین علت افت بهای طلا بیانیه ماه گذشته کمیته بازار آزاد فدرال رزرو بود؛ این بیانیه نشان می‌داد که مقام‌های بانک مرکزی ایالات متحده از وضعیت بزرگ‌ترین اقتصاد جهان چنان راضی هستند که به برنامه انبساط پولی پایان داده‌اند. این بیانیه، ارزش طلا را تا کم‌ترین سطح در ۴ سال گذشته سقوط داد. اما از نیمه ماه بهای طلا رو به صعود گذاشت؛ مهم‌ترین علت افزایش بهای طلا، بازگشت اقتصاد ژاپن به رکود و افت شاخص‌های بورس ژاپن بود. علاوه بر عامل فوق، گزارش‌های ناامیدکننده اقتصاد اروپا، سقوط بهای نفت خام، و افزایش تنش در اوکراین بین دولت اوکراین و روسیه در خصوص مناطق تحت مناقشه منجر به افزایش ریسک سرمایه‌گذاری شده و

رسمی دلار نیز با افزایش ۱۷۳ ریالی از ۲۶۷۰۶ ریال در آغاز آبان ماه به ۲۶۸۷۹ در پایان آبان ماه صعود کرد.
نمودار شماره ۴- نرخ برابری یورو - دلار در ماه گذشته



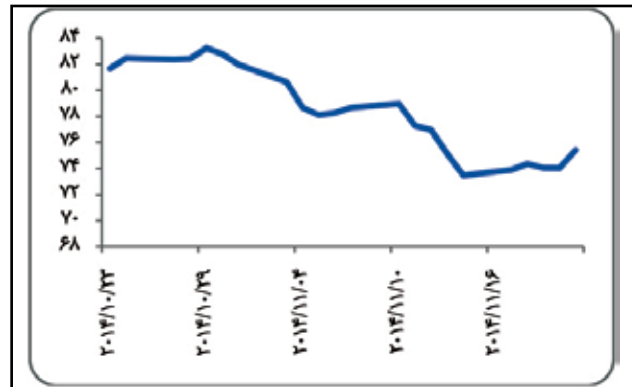
ماخذ: www.imf.org

۶- اقتصاد بین الملل

آمریکا: با پایان یافتن ماه اکتبر، فدرال رزرو اعلام کرد این بانک از ماه نوامبر خرید جدیدی از اوراق قرضه در چارچوب سیاست فوق انبساطی انجام نخواهد داد؛ این تصمیم در شرایطی اتخاذ شده که رشد اقتصادی آمریکا در سه ماهه سوم به میزان قابل توجه ۳/۵ درصد در دوره سالانه بوده و شاخص اعتماد مصرف کننده نیز با افزایش ۵/۵ واحدی به بالاترین رکورد هفت ساله در ماه اکتبر رسید. نرخ بیکاری نیز به پایین ترین سطح خود از آگوست ۲۰۰۸ یعنی ۵/۸ درصد رسیده است. همچنین بنا به آخرین اطلاعات، تورم مصرف کننده ماه سپتامبر در دوره سالانه ۱/۷ درصد بوده است. کاهش قیمت نفت و بنزین از مهم ترین دلایل افت فشار قیمت در ماه های اخیر بوده که البته به عنوان عوامل پایه ای تأثیرگذار بر تورم محسوب نمی شوند. این در حالی است که موضع فدرال رزرو در خصوص تورم نیز به این صورت انعکاس یافت که فدرال رزرو کاهش اخیر تورم را به دقت زیر نظر دارد اما معتقد است در میان مدت، تورم به سطح هدف گذاری شده خود یعنی ۲ درصد باز خواهد گشت.

اروپا: با وجود بعضی بهبودهای خفیف در آمارهای اقتصادی اروپا، این منطقه همچنان درگیر مشکلات شدید اقتصادی است. بر اساس ارقام مقدماتی، در فصل سوم سال جاری، اقتصاد منطقه یورو ۰/۲ درصد در مقایسه با فصل دوم رشد نمود که بهتر از رشد ۰/۱ درصدی مورد پیش بینی بوده است. در این فصل، اقتصاد آلمان ۰/۱ درصد رشد نمود و فرانسه توانست بعد از چندین فصل رکود، در این فصل رشد ۰/۳ درصدی را تجربه نماید اما ایتالیا به عنوان سومین اقتصاد منطقه، هنوز در وضعیت رکودی قرار داشته و اقتصاد این کشور در این فصل نیز ۰/۱ درصد کوچک تر شد. بنا

نمودار شماره ۳- قیمت سبد نفتی اوپک طی ماه گذشته (بشکه - دلار)



ماخذ: www.opec.org

۵- ارز

در ماه گذشته نیز، یورو در برابر دلار تضعیف شد. ارزش یورو برای ششمین ماه پیاپی (از روز هفتم ماه می ۲۰۱۴ برابر روز ۱۷ اردیبهشت ۹۳) است که به صورت مداوم در برابر دلار در حال کاهش است. مهم ترین عوامل تقویت دلار در برابر یورو در ماه گذشته نیز همچون ماه های پیشین، اخبار مثبت از روند رو به بهبود اقتصاد آمریکا و اخبار منفی از اقتصاد اروپا بوده است. آخرین آمارهای اقتصادی آمریکا نظیر بهبود رشد اقتصادی، کاهش نرخ بیکاری، افزایش مخارج مصرفی و افزایش فروش خانه های دست دوم به نحوی بوده است که فدرال رزرو در ماه گذشته سیاست پولی انبساطی خود که از طریق خرید اوراق قرضه دولتی اجرا می شد را متوقف کرد و اعلام کرد نرخ بهره را سال آینده افزایش خواهد داد. اما در سوی دیگر، اخبار اقتصادی از اروپا و ژاپن به گونه ای بوده است که روسای هر دو بانک مرکزی اروپا و ژاپن در ماه گذشته، به منظور تحریک رشد اقتصادی و تورم خبر از گسترش سیاست های انبساط پولی در این مناطق دادند که این اخبار با کاهش اعتماد به دو ارز یورو و ین همراه بوده و از ارزش آنها در برابر دلار کاست.

در بازار داخل نیز، قیمت دلار در بازار غیر رسمی با افزایش ۲۳ تومانی از ۳۲۲۸ تومان در اول آبان به ۳۲۵۱ تومان در پایان آبان ماه رسید. فعالان بازار ارز افزایش ۲۳ تومانی آبان ماه، در مقایسه با افزایش ۷۵ تومانی شهریور و افزایش ۳۸ تومانی مهر ماه را نوعی سکون و ثبات در بازار قلمداد کرده اند. گروهی از تحلیلگران علت این امر را به تعلیق درآمدن انتظارات در بازار ارز می دانند. به گفته آنها معامله گران هنوز به چشم اندازی از نتایج مذاکرات نرسیده و به تبع این موضوع، معاملات خود را به شفاف شدن نتایج مذاکرات و آشکار شدن جهت حرکتی دلار موقوف کرده اند و خریدهای ارزی تنها بر مبنای ضرورت صورت می گیرد. شایان ذکر است نرخ



اما رویداد مهم دیگر اقتصادی ژاپن، اقدام ناگهانی بانک مرکزی ژاپن در رابطه با اجرای بسته محرک انبساطی بود؛ بنا به نظر این بانک، رشد اقتصادی و تورم پس از بالا رفتن مالیات بر فروش در ماه آوریل، به میزان مورد نظر افزایش نیافته و از همین رو این بانک بسته محرک جدید اقتصادی را به مورد اجرا گذاشته است. طبق این تصمیم، بانک مرکزی ژاپن می‌تواند میزان خرید اوراق قرضه دولتی خود را به ۸۰ تریلیون ین معادل ۷۲۳/۴ میلیارد دلار برساند که این رقم نسبت به قبل ۳۰ تریلیون ین بیشتر است. اجرای این سیاست انبساطی بیانگر آن است که همچنان در ژاپن مشکلات اساسی اقتصادی یعنی نرخ رشد و تورم پایین به قوت خود باقی است.

۷- بخش پولی و بانکی

کاهش سپرده‌های دیداری و افزایش سپرده‌های غیردیداری ؛

بررسی جدیدترین آمارهای بخش پولی و بانکی بانک مرکزی در نیمه نخست سال جاری حاکی از آن است که در نیمه نخست امسال پایه پولی با کاهش ۳/۴ درصدی روبه‌رو بوده، درحالی‌که در همین دوره رشد نقدینگی برخلاف جهت پایه پولی حرکت کرده و رشدی معادل ۹/۹ درصد را ثبت کرده است. تحلیل آمار یک ساله منتهی به شهریورماه امسال نیز همین واقعیت را با شدت کمتری اثبات می‌کند؛ به‌طوری‌که با وجود رشد ۱۶/۲ درصدی پایه پولی، رشد نقدینگی تقریباً دو برابر این مقدار و معادل ۲۹/۲ درصد بوده است. یکی از دلایل این امر افزایش حجم نقدینگی از محل افزایش ضریب فزاینده پولی از طریق کاهش نرخ سپرده قانونی

به نظر تحلیلگران اقتصادی، هر چند نرخ رشد اقتصادی فصل سوم بهتر از میزان پیش بینی شده بود، اما نباید فراموش کرد که این ارقام مقدماتی هستند و مضافاً این میزان رشد بسیار اندک و شکننده می‌باشد و توانایی کاهش نرخ بیکاری ۱۱/۵ درصدی کنونی را ندارد. همچنین با وجود تشدید سیاست‌های انبساطی توسط بانک مرکزی اروپا در چند ماه گذشته، هنوز میزان ارائه تسهیلات به بخش خصوصی توسط سیستم بانکی منطقه یورو در حال کاهش است و در ماه سپتامبر نیز میزان ارائه تسهیلات در منطقه یورو در مقایسه با ماه آگوست ۱/۲ درصد کاهش یافته است. بر همین اساس رئیس بانک مرکزی اروپا اعلام نموده است اعضای بانک مرکزی اروپا آماده اتخاذ سیاست‌های انبساطی بیشتری برای بخشیدن نیروی تازه به اقتصاد شکننده منطقه یورو هستند و کارکنان این بانک در حال زمینه سازی برای انجام آن می‌باشند.

ژاپن: آمارهای اقتصادی منتشر شده در ماه گذشته ژاپن، هم حاوی اخبار مثبت بود و هم منفی. در ماه گذشته، استعفای دو وزیر دولت ژاپن به دلیل رسوایی مالی، در صدر اخبار این کشور بود و تا حدودی بر بازار سهام این کشور اثر گذاشت. انتشار آخرین آمار حساب تجاری این کشور نیز حکایت از کاهش کسری تجاری و افزون شدن صادرات دارد که بیشتر به دلیل تضعیف ین بوده است. حجم صادرات کالایی ژاپن در ماه سپتامبر نسبت به ماه مشابه سال قبل ۶/۹ درصد رشد داشته و میزان واردات در این مدت تنها ۶/۲ درصد افزایش یافته و در نتیجه کسری تجاری به سطح ۹ میلیارد دلار رسیده است.

جدول ۱- مقایسه سپرده‌های دیداری و غیردیداری

سهم سپرده‌های غیردیداری از کل سپرده‌ها	سپرده‌های غیردیداری (هزار میلیارد ریال)	سهم سپرده‌های دیداری از کل سپرده‌ها	سپرده‌های دیداری (هزار میلیارد ریال)	
۸۲٪	۳۱۰۸	۱۸٪	۶۶۸/۴	شهریور ۹۱
۸۱٪	۳۴۷۰	۱۹٪	۸۰۶/۵	اسفند ۹۱
۸۳٪	۳۹۶۲	۱۷٪	۸۲۰	شهریور ۹۲
۸۵٪	۴۷۵۵	۱۵٪	۸۵۷	اسفند ۹۲
۸۶٪	۵۳۳۹	۱۴٪	۹۰۵/۴	شهریور ۹۳

بانک‌های تجاری از ۱۵/۵ درصد به ۱۳/۵ بوده است (با توجه به مجوز اعطایی بانک مرکزی به بانک‌ها مبنی بر نگهداری تا سقف ۲ واحد درصد از سپرده‌های قانونی به صورت موجودی نقد نزد بانک‌های تجاری، در عمل نرخ ذخیره قانونی ۱۱/۵ درصد شده است). دلیل دیگر تفاوت جهت میان رشد پایه پولی و نقدینگی، افزایش سپرده‌های بلندمدت و کاهش سپرده‌های دیداری از کل سپرده‌هاست که بر قدرت وام دهی بانک‌ها و در نتیجه افزایش نقدینگی مؤثر است. در توضیح این عامل باید گفت در یک سال گذشته (شهریورماه سال جاری نسبت به سال قبل) از سهم سپرده‌های دیداری و جاری کاسته و به سهم سپرده‌های غیردیداری و بلندمدت افزوده شده است. بر اساس آمار در شهریورماه سال جاری، نسبت به سال قبل ۳ واحد درصد از سهم سپرده‌های دیداری به سپرده‌های غیردیداری تبدیل شده است.

جدول ۲- شاخص‌های کلان اقتصادی

شاخص	ابتدای ماه	انتهای ماه	تغییرات (درصد)
نرخ ارز (دلار به ریال)	۲۶۷۰۶	۲۶۸۷۹	۰/۶۵
نرخ ارز (یورو به ریال)	۳۳۷۵۴	۳۳۶۰۹	-۰/۴۳
شاخص بورس اوراق بهادار تهران	۷۴۱۵۲	۷۵۲۴۸	۱/۴۷
قیمت هر اونس طلا (دلار)	۱۲۳۲/۷۵	۱۲۰۳/۷۵	-۲/۳۵
قیمت هر بشکه نفت اوپک (دلار)	۸۱/۶۷	۷۵/۴۲	-۷/۶۵
نرخ تورم ۱۲ ماه گذشته (منتهی به مهر ماه ۹۳)	۱۹/۴		

ماخذ: نرخ ارز مبادله‌ای: بانک مرکزی، سایت بورس اوراق بهادار تهران، قیمت طلا: بورس لندن، قیمت نفت: سایت اوپک، نرخ تورم: بانک مرکزی

جدول ۳- پیش‌بینی متغیرهای رشد اقتصادی مناطق مختلف جهان در سال ۲۰۱۴

مناطق	۲۰۱۴ (درصد)
منطقه اروپا	۱/۱
امریکا	۱/۷
ژاپن	۱/۶
چین	۷/۴
جهان	۳/۴

ماخذ: IMF

جدول ۴- پیش‌بینی متغیرهای کلان اقتصادی ایران در سال ۱۳۹۳

متغیرها	۱۳۹۳
رشد اقتصادی	۱/۵۰
تورم	۲۳/۰
مازاد حساب جاری درصد از GDP	۵/۱۵

ماخذ: IMF

دایره تحریف واقعیت:

جادوی سحرآمیز استیو جابز برای موفقیت

سهیل قدری
(کارشناس ارشد روابط عمومی الکترونیک)



روبه‌رو بود. استیو جابز روش جالبی در حل مشکلات و شکل دادن به خواسته‌های خود داشت. هنر استیو جابز در شکل دادن به خواسته‌های خود و وادار کردن سایرین به پیروی از این باورها که به اعتقاد بسیاری دلیل اصلی موفقیت دو کمپانی اپل و پیکسار است، توسط «بود تربیل» قائم مقام اپل در بخش نرم‌افزار، «دایره تحریف واقعیت» نام‌گذاری شد. دایره تحریف واقعیت توانایی استیو جابز در متقاعد کردن خود و دیگران برای باور کردن مفاهیم و حقایقی است که برای افراد خارج از دایره مخاطبان جابز و به بیان بهتر اپل، غیر قابل درک و دسترس است. هنر استیو جابز در شکل دادن به خواسته‌های خود و وادار کردن سایرین به پیروی از این باورها «دایره تحریف واقعیت» نام‌گذاری

استیو جابز یکی از نام‌های بزرگ در دنیای فناوری است که در طول دوران فعالیت خود کمپانی‌های اپل، نکست و پیکسار را بنیان نهاده است. اما چه چیز جابز را به سوی موفقیت رهنمون کرد؟ استیو جابز یکی از تاثیرگذارترین شخصیت‌های دنیای فناوری است که طرفداران دو آتشه و مخالفان خاص خود را دارد. وی کمپانی‌های خود را با در پیش گرفتن راهکارهایی خود ساخته، به موفق‌ترین کمپانی‌های جهان تبدیل کرد. با توجه به ویژگی‌های اخلاقی و تعاریف اطرافیان، وی هیچ‌یک از قوانین استاندارد تعریف شده برای مدیریت را در پروسه رهبری کمپانی‌های تحت مدیریت خود به کار نگرفته است. جابز در مسیر تاسیس اپل و سپس پیکسار با مشکلات مختلفی

با اشتیاق تعریف کنید؛ مردم با دیدن شور و اشتیاق شما تحت تاثیر قرار می گیرند



سخن گفتن با شور و اشتیاق و ارائه اطلاعات با حرارت هر چه تمام یکی از ویژگی های کاری استیو جابز بود. ارائه اطلاعات در مورد محصول همراه با شور و اشتیاق فراوان و تحت تاثیر قرار دادن مخاطب یکی از اولین قدم ها برای مجاب کردن مخاطبان برای خرید سرویس و محصول شما است.

سخن گفتن با شور و اشتیاق و ارائه اطلاعات با حرارت هر چه تمام یکی از ویژگی های کاری استیو جابز بود.

ویتون مارسالیس، نوازنده ترومپتی بود که تحت تاثیر این روش استیو جابز قرار گرفت. استیو جابز پیش از عرضه سرویس آیتونز، جلسات متعددی را با نوازندگان و افراد فعال در عرصه موسیقی برگزار کرد. جابز امید داشت تا هنرمندان عرصه موسیقی را با طرح سرویس آیتونز همراه سازد. مارسالیس با اشاره به سخنرانی دو ساعته استیو جابز، از وی به عنوان یک شخصیت مجذوب کننده نام می برد. وی در این باره می گوید:

پس از گذشت مدتی از آغاز سخنرانی جابز، من به جای نگاه کردن به کامپیوتر، استیو جابز را نگاه می کردم، چراکه مجذوب شور و اشتیاق وی در ادای سخنان و تعریف از محصول و ایده هایش شده بودم.

وی همچنین تیم بازاریابی اپل را نیز با همین حرارت تشویق می کرد تا تمام تبلیغات انجام شده برای محصولات نیز تحت تاثیر این شور و هیجان قرار گیرد.

کاربران را با اغوا کردن و خوش زبانی خلع سلاح کنید

افراد خواه اینکه برای شما کار کنند یا شما زیر دست آن ها کار کنید، همیشه در پی دریافت تایید از جانب دیگران برای اقدامات انجام گرفته توسط خود هستند و در صورت تایید، محبت انجام شده را پاسخ خواهند داد. در صورتی که این کار را در حق دیگران انجام دهید، افراد برای دریافت آن به سراغ شما خواهند آمد. در ادامه اشاره ای به بخشی از کتاب زندگی نامه جابز،

شد.

وی در کنار استفاده از دایره تحریف واقعیت، تاکتیک های ماهرانه ای را نیز برای حصول اطمینان از موفقیت سیاست های خود به کار می برد. قدرتمند ترین از اصلی ترین جاهایی که وی قادر بود در حضور برخی از قدرتمندترین افراد نقش پررنگی ایفا کند، هیات مدیره اپل بود.

بسیاری، دلیل موفقیت جابز در هدایت دو کمپانی اپل و پیکسار را در هوش سرشار وی عنوان کرده اند. اما حداقل می توان با در پیش گرفتن برخی از سیاست های وی در حیات کاری خود، روش استیو جابز را نیز امتحان کرد.

در ادامه به بررسی برخی از نکات از زندگی استیو جابز خواهیم پرداخت که براساس گفته های اطرافیان وی از کتاب زندگی نامه اش به قلم والتر ایزاکسون است.

سخت کار کنید تا دیگران به شما احترام بگذارند؛ سخت کار کردن اولین قدم برای رسیدن به اهدافی است که در نظر دارید

اپل در سال ۱۹۹۶، زمانی که استیو جابز سکان دار این کمپانی نبود، مشکل بزرگی داشت. این کمپانی در پی سیستم عاملی بود تا نیازهایش را برطرف کند. کاپرتینوئی ها برای حل این مشکل به دنبال شریکی برای توسعه یک سیستم عامل پایدار بودند. در نهایت اپل دو کمپانی Be و NeXT را برگزید. استیو جابز پس از اینکه از اپل اخراج شد، کمپانی NeXT را بنیان نهاد. کمپانی Be نیز توسط Jean Louise Gassee، یکی از کارکنان پیشین اپل تاسیس شده بود.

زمانی که هر دو کمپانی برای نمایش دستاورد خود در مقر اصلی اپل حضور یافتند، گسه، موسس Be، با عملکرد بسیار معمولی، ویژگی ها و قابلیت های سیستم عامل خود، BeOS را تشریح کرد؛ اما در مقابل استیو جابز با چنان حرارت و اشتیاقی به نمایش قابلیت های سیستم عامل توسعه یافته توسط NeXT پرداخت که آملیو، مدیرعامل وقت اپل، نمایش جابز را خیره کننده خواند. آملیو با اشاره به حرارت جابز در توصیف سیستم عامل نکست، توصیفات وی از این سیستم عامل و نمایش قابلیت های آن را همچون تعریف از بازی الیوبه (لارنس الیوبه یکی از مطرح ترین بازیگران قرن بیستم است که اثری ماندگار در نقش مکبث بر جای گذاشته است) در نقش مکبث عنوان کرد.

زمانی که استیو جابز به اپل بازگشت، وی همچنان رهبری کمپانی پیکسار را برعهده داشت. براساس گفته های جابز، وی در بازه زمانی مورد نظر از ساعت ۷ صبح تا ۹ شب کار می کرده است. علی رغم اینکه جابز در آن زمان از سنگ کلیه نیز رنج می برد، اما بازهم با حضور در هر دو کمپانی، کارکنان را تشویق به ارائه بهترین توانایی خود می کرد که این موضوع منجر به افزایش احترام کارکنان در قبال جابز شده بود.

برخلاف اغلب کمپانی‌های فعال در زمینه فناوری، اپل هیچ‌گاه از نتایج تحقیقات، نظرسنجی‌ها و مطالعات آماری برای تولید محصولات جدید استفاده نکرد. همچنین اتخاذ تصمیم در مورد یک موضوع خاص به‌ندرت چند ماه به طول می‌انجامد. استیو جابز تمایلی به کش دادن موضوع نداشت و خیلی زودتر از سایرین از طولانی شدن یک موضوع خاص خسته می‌شد.

در مورد اولین آی‌مک‌های عرضه شده، استیو جابز در مدت کوتاهی تصمیم به عرضه آی‌مک‌ها در چندین رنگ گرفت. جانی آیو، طراح ارشد اپل در خصوص این ویژگی استیو جابز می‌گوید: در بسیاری از موارد، شاید تصمیم‌گیری نیازمند بازه‌ای چندماهه بود، اما استیو جابز در اینگونه موارد، در عرض یک ساعت تصمیم می‌گرفت.



در مورد نسل اول آی‌مک‌ها، جان روبینشتین، مهندس آی‌مک، اصرار به استفاده از درایو سی‌دی رام در آن داشت، اما استیو جابز با اعلام اینکه از درایو سی‌دی متنفر است، از تعبیه سی‌دی درایو در نسل اول آی‌مک پیشگیری کرد. در آن زمان استیو جابز موضع اشتباهی در مورد استفاده از سی‌دی درایو داشت، چراکه تکثیر موسیقی با استفاده از درایو سی‌دی ممکن بود، اما اولین سری از محصولات آی‌مک به بازار عرضه شده بود.

اما با توجه به قابلیت اتخاذ سریع تصمیمات، اولین سری از آی‌مک‌ها در زمان مقرر شده به بازار عرضه شدند و نسل دوم از کامپیوترهای رومیزی اپل به‌همراه سی‌دی درایو و قابلیت تکثیر موسیقی روی آن که یکی از ملزومات اپل برای موفقیت آیتونز و آیباد در آن زمان بود، به بازار عرضه شد.

با استفاده از صداقت، دیگران را با خود همراه کنید

زمانی که استیو جابز به اپل بازگشت، سریعاً برای تقویت کمپانی که خود تاسیس کرده بود، دست به کار شد. در آن زمان این کمپانی از نبود محصولات خلاقانه و سرگردان بودن رنج می‌برد. جابز در حالی که کفش ورزشی و شلوارک به تن داشت، کارکنان رده بالا را

نوشته‌یازکسون می‌کنیم که اشاره به این قابلیت استیو جابز دارد: جابز قادر بود تا به صورت خودخواسته یا از روی علاقه دیگران را تحسین کرده و تحت تاثیر قرار دهد. برای مثال اسکالی و آملیو که سمت مدیرعاملی اپل را برعهده داشتند، باور کرده بودند که تحسین و تعریف از جانب استیو جابز، به این دلیل است که وی به آن‌ها علاقه داشته و احترام می‌گذارد. جابز با سخنان خود و تعریف و تمجید از افراد، سخنان و احساساتی را به طرف مقابل انتقال می‌داد که وی بی‌صبرانه در پی شنیدن آن‌ها بود. جابز به‌راحتی می‌توانست افرادی را که حتی از آن‌ها متنفر بود، تحسین کند، در حالی که به همان راحتی افرادی را که دوست داشت، به باد انتقاد می‌گرفت و توهین می‌کرد.

ادعا کنید که تمام ایده‌های خوب زاده ذهن شما است؛ در صورت تغییر موضع، با تمام وجود از یک ایده پشتیبانی کنید؛ حافظه افراد را می‌توان به‌راحتی تغییر داد.

همیشه حق با جابز نبود، اما وی در متقاعد کردن دیگران تبحر بالایی داشت. جابز چگونه می‌توانست دیگران را متقاعد کند؟ استیو جابز همیشه در قبال دیگران یک موضع ثابت داشت، اما اگر احساس می‌کرد که فرد دیگری در موقعیت بهتری نسبت به او قرار دارد و نظرات وی بهتر است، هیچ وقت به این موضوع اذعان نمی‌کرد، بلکه وی موقعیت و نظر این فرد را مال خود کرده و به‌گونه‌ای رفتار می‌کرد که گویا وی همیشه اینطور فکر می‌کرده و این نظر را داشته است.

همیشه حق با جابز نبود، اما وی در متقاعد کردن دیگران تبحر بالایی داشت.

بود تربیل، یکی از مهندسان پیشین اپل در توسعه مک، در مورد این خصلت جابز می‌گوید:

اگر جابز در مورد خوب یا بد بودن موضوعی اظهار نظر می‌کرد، این به معنای عدم تغییر نظر وی در روزهای بعدی نبود. در صورتی که با جابز در مورد ایده جدیدی صحبت می‌کردید، وی معمولاً این ایده را احمقانه خطاب می‌کرد. اما در صورتی که نظر مثبتی روی ایده مطرح شده داشت، چندی بعد شما را با مطرح کردن همان ایده غافلگیر می‌کرد. جابز ایده‌ای که مدتی پیش شنیده بود را به‌گونه‌ای تحویل می‌داد که گویا این ایده متعلق به خود اوست. برای مثال زمانی که اپل تصمیم به افتتاح فروشگاه‌های اپل استور گرفته بود، ران جانسون، قائم‌مقام بخش فروش اپل با مراجعه به استیو جابز ایده **Genius Bar** را با وی مطرح کرد که در این قسمت باهوش‌ترین کارکنان مک قرار می‌گرفتند. ابتدا استیو جابز با احمقانه خواندن این ایده با آن مخالفت کرد. وی همچنین عنوان کرد که نمی‌توان لقب باهوش را به چنین افرادی داد.

تصمیم‌های آبی و قطعی اتخاذ کنید؛ معمولاً می‌توان بعضی موارد را بعدها تغییر داد.

منجر به تاخیر ۳ تا ۴ ماه در افتتاح فروشگاه‌ها می‌شد. جابز در این باره گفت:

ما فقط برای درست کردن شرایط یک شانس داریم. برای مقابله با افراد مشکل‌دار، دوره وجود دارد:

یا به صورت کاملاً صریح با او صحبت کنید

معمولاً جابز نگاهی باینری به دنیا داشت. برای مثال یک شخص در نظر جابز یا قهرمان بود یا یک شخصیت بی‌مصرف. جابز همیشه در پی آن بود تا اپل را به کمپانی شماره یک دنیای فناوری تبدیل کند. برای تبدیل اپل به کمپانی شماره یک جهان، باید کمپانی‌های رقیب تحت فشار قرار می‌گرفتند که لازمه آن کار سخت بود.

یک شخص در نظر جابز یا قهرمان بود یا یک شخصیت بی‌مصرف پیش از آنکه اپل کامپیوتر مکینتاش را روانه بازار کند، یکی از مهندسان مسئولیت ساخت ماوس را بر عهده گرفته بود. این ماوس باید قابلیت حرکت به هر سمت و سویی را می‌داشت، یعنی نباید فقط به بالا و پایین یا چپ و راست می‌رفت، بلکه باید قدرت حرکت در تمامی جهات را ارائه می‌کرد. بیل آتکینسون، یکی از اولین کارکنان اپل که رابط گرافیکی کاربر را برای مک توسعه داده، در این مورد می‌گوید:

ساخت چنین ماوسی در آن زمان به صورت تجاری غیرممکن به نظر می‌رسید.

جابز این موضوع را در زمان صرف ناهار شنید. فردای روزی که موضوع ساخت ماوس به گوش استیو جابز رسیده بود، آتکینسون موضوع اخراج کارمندی را که مسئول ساخت ماوس بود، شنید. اولین مهندسی که برای ساخت ماوس جایگزین فرد پیشین شده بود، گفته بود:



من می‌توانم این ماوس را بسازم!

یا از سیاست بی‌توجهی استفاده کنید

جابز علاقه چندانی به مسائل زیاد پیچیده نداشت و بیشتر سعی می‌کرد در چنین شرایطی از کنار اینگونه مسائل به‌سادگی عبور کند.

به سالن اجتماعات دعوت کرد و از آن‌ها خواست تا نظرات خود را در مورد مشکلات موجود در کمپانی بیان کنند.

پس از زمره‌ها و پاسخ‌هایی که به بیان مشکلات می‌پرداخت، به ناگاه استیو جابز سخن همه را قطع کرد و با صدای بلند گفت: محصولات! اما مشکل محصولات چیست؟

دوباره همه بین کارکنان شکل گرفت و این بار جابز فریاد زد: محصولات موجود واقعاً احمقانه هستند! محصولات اپل هیجان‌آزم و کافی را ندارند.

مخاطبان استیو جابز غالباً گفته‌های وی را با جان و دل قبول می‌کردند، چراکه جابز در ادای سخنان خود اشتیاق فراوانی را به کار می‌گرفت. وی بعدها به ایزاکسون گفت:

من فکر نمی‌کنم که هیچ‌گاه به دیگران بی‌اعتنایی کرده باشم، اما اگر مشکلاتی را مشاهده می‌کردم، مستقیماً و به صورت رک به فرد مورد نظر می‌گفتم. شغل من ایجاب می‌کرد تا صادق باشم. من همیشه از آنچه که به زبان جاری می‌کردم، مطمئن بودم و معمولاً نیز حق با من بود. فرهنگی که من در پی ایجاد آن بودم، پیروی از صداقت در روابط فی‌مابین بود.

برای اصلاح مشکلات صبر نکنید؛ همین الان دست به کار شوید

زمانی که جابز در پیکسار برای اولین بار درصدد تولید داستان اسباب‌بازی‌ها، به‌عنوان اولین انیمیشن بلند داستانی با استفاده از فناوری سه‌بعدی، بود، شخصیت وودی که براساس مشخصات ارائه شده توسط دیزنی ساخته شده بود، چندان جالب از کار در نیامد. اما جابز با ایستادن در برابر دیزنی، اجازه نداد تا این کمپانی داستان اصلی پیکسار را خراب کند.

جابز در این باره گفت:

در صورتی که مسأله‌ای در مسیر صحیح خود نباشد، نمی‌توانید از کنار آن به سادگی بگذرید و بگویید که در آینده آن را درست خواهیم کرد.

جابز اصرار کرد که دیزنی مسئولیت طراحی شخصیت‌ها را به پیکسار واگذار کند و نتیجه این کار ایجاد شخصیت دوست داشتنی وودی در داستان اسباب‌بازی‌ها شد.

یکی دیگر از مثال‌ها در مورد این ویژگی استیو جابز، به چینه محصولات در فروشگاه‌های اپل مربوط می‌شود. استیو جابز و قائم مقام فروش اپل، ران جانسون، پیش از افتتاح فروشگاه اپل، محصولات را براساس ترتیب فروش مرتب کرده بودند، اما در آستانه افتتاح فروشگاه اپل، جانسون به این نتیجه رسید که باید محصولات به ترتیبی چیده شوند که کاربران در نظر دارند از آنها استفاده کنند.

جانسون این موضوع را صبح روز بعد با جابز مطرح کرد. استیو جابز با تایید نگرش جانسون اعلام کرد که باید طرح کلی اجرا شده در فروشگاه‌ها را به صورت کامل تغییر دهند و این موضوع

بگیرد. دستاورد عرضه عمومی سهام پیکسار، به دست آمدن استقلال برای این کمپانی به موجب عدم وابستگی مالی به دیزنی بود. اما به ناگاه ورق برگشت و به موجب ناکارآمدی بخش انیمیشن دیزنی، این کمپانی بزرگ آمریکایی نیاز شدیدی به پیکسار پیدا کرد. نتیجه این موضوع خرید پیکسار به قیمت ۷.۴ میلیارد دلار توسط دیزنی بود که استیو جابز را تبدیل به بزرگترین سهامدار دیزنی کرد.

از نفوذ خود استفاده کنید

بازگشت استیو جابز به اپل یکی از مهم‌ترین اتفاقات در تاریخ این کمپانی بود. وی این کمپانی را تاسیس کرده بود، اما زمانی که به اپل بازگشت، خبری از چاشنی سحر و جادو در محصولات این کمپانی نبود. زمانی که استیو جابز در مک‌ورلد ۲۰۰۷ حاضر شد، جیم کارلتون، خبرنگار وال‌استریت ژورنال توصیف جالب توجهی از استیو جابز و جایگاه وی انجام داد. وی گفت: بازگشت الویس پریسلی نیز نمی‌توانست احساساتی به گستردگی بازگشت استیو جابز برانگیزد.



جابز پس از بازگشت خود را به‌عنوان یک مشاور معرفی می‌کرد، اما افرادی که رابطه نزدیکی با وی داشتند، می‌دانستند که همه چیز تحت کنترل استیو جابز است. جیل آملیو، مدیرعامل کمپانی برای ترسیم افق دید کمپانی و حرکت در مسیر آینده وابستگی شدیدی به استیو جابز داشت. در اولین پن‌جشنه‌ای که استیو جابز پس از بازگشت در اپل حاضر شد، جلسه‌ای را با هیات مدیره تشکیل داد تا از نفوذ خود استفاده کند. وی در این جلسه از هیات مدیره خواست تا قیمت بحرانی سهام این کمپانی را کاهش دهند. وی هدف از این کار را افزایش ارزش دوباره سهام عنوان کرد. این کار در زمان مورد نظر غیرقانونی نبود، اما از نظر اعضای هیات مدیره، اقدام مناسبی نبود. پس از آنکه هیئت مدیره با خواسته جابز مخالفت کرد، استیو جابز افراد حاضر را تهدید به ترک کمپانی کرد: من برای بهتر کردن اوضاع به اپل بازگشته‌ام. شما نقش کلیدی در بهبود شرایط دارید و اگر تمایلی به حمایت از من نداشته باشید، من از دوشنبه به شرکت باز نخواهم گشت. من هزاران تصمیم کلیدی در سر دارم که اجرای آن‌ها به مراتب از اقدام کنونی

جابز معمولاً در چنین شرایطی سکوت اختیار کرده و با بی‌توجهی به کل ماجرا، به سادگی از کنار آن عبور می‌کرد. وی از تاکتیک خود در موارد مختلفی استفاده کرد. زمانی که آملیو، مدیرعامل اپل در زمان بازگشت دوباره استیو جابز، از وی در مورد تمایلش برای کار در سمت مورد علاقه‌اش پرسید، جابز نمی‌توانست به صراحت از هدفش برای مدیرعاملی اپل سخن بگوید. وی همچنین در مورد مساله دخترش لیساً نیز از چنین سیاستی استفاده کرد.

کریسان برنان، مادر لیساً، دختر اول جابز، ویژگی بی‌توجهی جابز را چنین تشریح می‌کند: زمانی که استیو جابز تصمیم به تخریب خانه خود در وودساید و ساخت یک سازه جدید در آن گرفته بود، گروهی از افراد به دلیل ارزش تاریخی این خانه، اعتراض کرده و از انجام این کار توسط جابز پیشگیری کردند. عکس‌العمل استیو، استفاده از بی‌توجهی و رها کردن خانه به حال خود بود. وی خانه را به حال خود رها کرد، به طوری که پس از گذشت چند سال، این خانه به حدی تخریب شد که دیگر کسی نمی‌توانست آن را نجات دهد. سیاست وی بی‌توجهی و عدم مقاومت در برابر مسائل بود. وی چنین سیاستی را نیز در برابر من درپیش گرفت تا زمانی که لیساً ۱۳ ساله بود، وی را سمت خود بکشد. استیو جابز با این روش به هرآنچه که می‌خواست، می‌رسید.

تا تنور داغ است، نان را با تمام قدرت بچسبانید

دستیابی به موفقیت یکی از عواملی است که بسیاری از افراد با رسیدن به آن به سراغ بازنشستگی و توقف کار می‌روند. اما جابز نگرش متفاوتی داشت. زمانی که کمپانی پیکسار به موفقیت رسید و اولین فیلم انیمیشنی آن با عنوان داستان اسباب‌بازی‌ها توانست نظر منتقدین را جلب کرده و در عین حال موفقیت خوبی را نیز در گیشه کسب کند، جابز تصمیم به عرضه عمومی سهام پیکسار گرفت.

بسیاری از کارشناسان اقتصادی رفتن پیکسار به تالار بورس را در بازه زمانی مورد نظر، غیرممکن می‌خواندند، چراکه در پنج سال گذشته پیکسار به صورت متوالی در حال از دست دادن منابع مالی بود. حتی جان لستر نیز که ایده‌پرداز پیکسار بود، پیشنهاد داد تا جابز عرضه عمومی سهام کمپانی را تا نمایش دومین فیلم پیکسار به تاخیر بیندازد. اما استیو جابز بر موضع خود پافشاری می‌کرد. لستر در این مورد می‌گوید:

استیو پس از اینکه نظر من را رد کرد، گفت که ما نیاز به پول داریم و می‌توانیم نصف سرمایه کسب شده را برای فیلم‌های خود و همچنین مذاکره دوباره با دیزنی برای تغییر شرایط، هزینه کنیم. شرایط به‌گونه‌ای که استیو جابز در نظر داشت، رقم خورد. عرضه عمومی سهام پیکسار یک هفته پس از آغاز نمایش داستان اسباب‌بازی‌ها در سینما انجام شد و پیکسار توانست رکورد عرضه عمومی را که پیش‌تر در اختیار نت‌اسکپیپ بود، در اختیار خود

وی حتی به همزمان بودن صدا و تصویر در آگهی‌ها نیز توجه بالایی داشت. هنگامی که اپل در حال تولید آپید بود، وی از مهندسان خواست تا دسترسی به تمام قابلیت‌های آپید را تنها از طریق سه کلید امکان‌پذیر سازند. وی همچنین روی کاهش زمان پروسه تولید کامپیوترهای اپل از چهار ماه به دو ماه پافشاری زیادی کرد. به اعتقاد بسیاری از طرفداران اپل، استیو جابز نیازهای کاربران را در درجه اول اهمیت قرار داد و از این رو است که کاربران اپلی نیز در ازای خرید گجت‌های این کمپانی حاضر به پرداخت مبالغ بالاتری هستند. لری الیسون، مدیرعامل وقت اوراکل در مورد اپل چنین اظهار نظر کرده است:

استیو در ورای محصولات اپل، یک سبک زندگی را ایجاد کرده است. برخی از افراد به داشتن خودروهایی چون فراری، پورشه یا تویوتاها هیبریدی، احساس افتخار می‌کنند، چراکه خودرو گویای بخشی از شخصیت این افراد است. اپل نیز چنین نگرشی را در میان کاربران ایجاد کرده است.

در مقابل، شماری دیگر از افراد، استیو جابز را یک مدیر موفق می‌دانند که تنها مدل تجاری مناسبی را در پیش گرفته است. این افراد استیو جابز را همچون طرفداران دو آتشه اپل، منجی دنیای فناوری نمی‌دانند و خدمات صورت گرفته توسط سایر افراد شناخته شده در دنیای فناوری را بسیار ارزشمندتر از استیو جابز می‌شمارند. مخالفان بزرگنمایی شخصیت استیو جابز، خدمات افرادی چون دینیس ریچی، خالق زبان سی و سیستم عامل یونیکس را بسیار ارزشمندتر از استیو جابز می‌دانند، اما باید بپذیریم که جابز اگر بزرگ‌ترین شخصیت دنیای فناوری نباشد، بی‌شک یکی از مهم‌ترین و تاثیرگذارترین افراد بر این صنعت است.

سخت‌تر است. اگر نمی‌توانید از من حمایت کنید، من شکست خواهم خورد. در صورتی که شرایط به همین منوال پیش برود، من از شرکت خواهم رفت و شما می‌توانید من را سرزنش کنید. با شنیدن سخنان جابز، تمام اعضای هیات مدیره با تصمیم وی موافقت کردند، اما روز بعد جابز با خواسته دیگری به سراغ هیئت مدیره رفت و آن استعفای تمام اعضا بود. وی از تمام اعضای هیات مدیره جز اد ولارد خواست تا استعفا کنند. جابز تهدید کرد در صورت عدم استعفا، اپل را ترک خواهد کرد. با استعفای هیات مدیره، جابز ابتکار عمل را در دست گرفت و استقلال بیشتری به دست آورد.

همیشه به دنبال بهترین‌ها باشید و هیچگاه از خواسته خود کوتاه نیایید

جابز از افرادی که سعی داشتند با در نظر گرفتن بودجه و زمان تعیین شده، محصول را با کم و کاستی آماده کنند، متنفر بود. وی همیشه به دنبال عرضه بهترین بود. هدف جایز در اپل عرضه محصولات نه به خاطر شکست رقبا، بلکه تولید بهترین محصول ممکن بود. استیو در ورای محصولات اپل، یک سبک زندگی را ایجاد کرده است.

وی در همه زمینه‌ها به دنبال بهترین عملکرد ممکن بود. زمانی که سیستم عامل مکیتاش برای اولین بار بوت شد، وی مهندسی را که مسئولیت توسعه آن را بر عهده داشت، سرزنش کرد. جابز از این مهندس خواست تا اهمیت زمان بوت شدن را برابر مرگ و زندگی در نظر بگیرد. وی با آژانس‌های تبلیغاتی و هنرمندان مختلفی دیدار و گفتگو کرد تا از انتقال صحیح پیام در آگهی‌های بازرگانی اطمینان حاصل کند.



از خدمات جدید نرم افزار سامانک چه می دانیم؟

نیلوفر فیاض

(کارشناس مدیریت امور بازاریابی و توسعه مشتریان)

تبادل کلید نمایش داده می شود. پس از پذیرش این درخواست، در منوی اصلی سامانک سه گزینه ورود به سامانک، پرداخت قبوض و محاسبه شبا را مشاهده می کنید.



(شماره ۲)

گزینه ورود به سامانک در واقع همان گزینه ای است که خدمات کارت و سپرده را ارائه می دهد. برای استفاده از این گزینه به شماره مشتری و رمز سامانک نیاز دارید. (عکس شماره ۲)

در این روزها که مشغله کاری و فکری افراد زیاد است، فناوری به کمک آدم ها آمده تا زمان تلف شده را به زمان مفید تبدیل کند. بانک سامان که بانکی پیشتاز در بانکداری الکترونیک است، راستای پاسخگویی به نیازهای مشتریان، خدمات الکترونیکی خود را روزبه روز گسترش می دهد. یکی از این خدمات، سامانک است. سامانک، نرم افزار همراه بانک سامان است که انجام برخی عملیات بانکی را برای مشتریان امکان پذیر می کند. اگر تاکنون از نرم افزار سامانک استفاده کرده باشید با خدمات آن آشنا هستید. در صورتی که هنوز آن را دریافت نکرده اید، می توانید نسخه جدید را از وبسایت بانک سامان دریافت کنید.

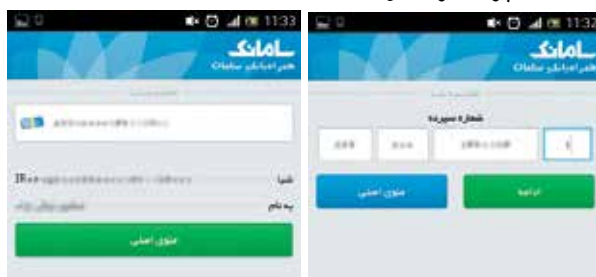


(شماره ۱)

وقتی برای نخستین بار وارد برنامه سامانک می شوید، درخواست



خدمات سپرده نیز وجود دارد.



(شماره ۴) (شماره ۵)

از دیگر خدمات جدید سامانک که در منوی خدمات کارت مشاهده می‌شود، دریافت صورت حساب کارت اعتباری است. شما می‌توانید آخرین صورت حساب کارت خود را در سامانک مشاهده کنید. همچنین تاریخ ابتدای دوره، مهلت پرداخت و مبلغ صورت حساب در این قسمت برای شما نمایش داده می‌شود.



(شماره ۶) (شماره ۷)

خدمت نوین انتقال وجه پایا نیز از حساب سامانی به حساب دیگر بانک‌ها از طریق سامانک امکان پذیر شده است. از این راه می‌توانید مبالغ پایین‌تر از ۱۰ میلیون ریال را به حساب مورد نظر منتقل کنید. فقط کافی است شبای مقصد (بدون IR)، نام دارنده حساب و مبلغ را به ریال وارد کنید؛ عملیات انتقال وجه پایا انجام می‌شود.



(شماره ۳)

با گزینه پرداخت قبض، شما که مشتری سامان نیستید یا رمز سامانک را هنوز دریافت نکرده‌اید، می‌توانید قبض‌های خود را پرداخت کنید. با وارد کردن شماره کارت بانکی، شناسه قبض، شناسه پرداخت، تاریخ انقضای کارت، کد سه‌رقمی (CVV۲) و رمز دوم کارت، قبض شما پرداخت می‌شود. همچنین با استفاده از بارکدخوان گوشی همراه نیز می‌توانید قبض‌های خود را پرداخت کنید. (عکس شماره ۳)

از طریق گزینه دریافت شبا می‌توانید به سرعت به شبای یک حساب سامانی و نام دارنده آن دسترسی پیدا کنید. این امکان در قسمت



برای اطمینان از درستی اطلاعات، قبل از انجام انتقال، اطلاعات وارد شده کنترل می‌شود. انتقال نهایی وجوه مورد نظر در ساعت‌های ۷، ۱۰، ۱۲، ۱۴:۳۰، ۱۶:۳۰ و ۱۷ و ۲۱ در روزهای شنبه تا پنج‌شنبه انجام می‌شود.



(شماره ۹)

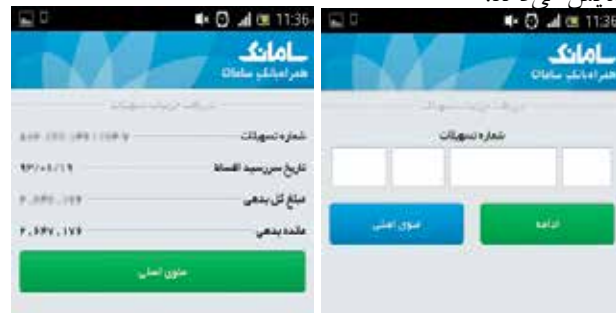
(شماره ۸)



(شماره ۱۱)

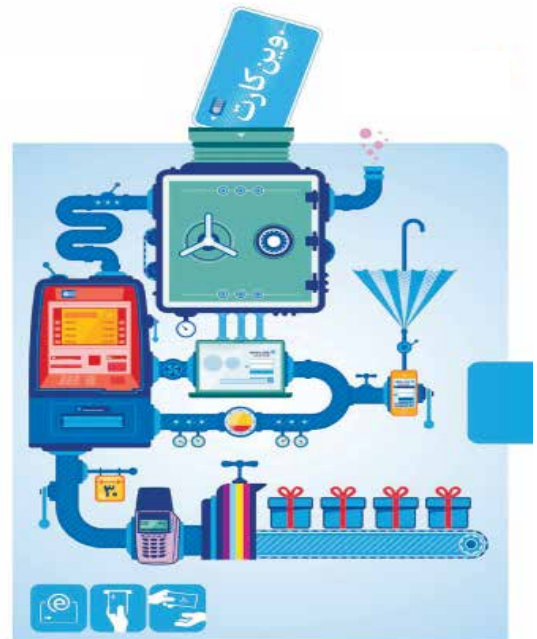
(شماره ۱۰)

دریافت جزئیات تسهیلات دیگر خدمات جدید سامانک است که در منوی خدمات سپرده قرار دارد. اگر از تسهیلات بانک سامان استفاده می‌کنید، می‌توانید با داشتن شماره تسهیلات خود، از وضعیت وام‌های‌تان آگاه شوید. این خدمات اطلاعاتی شامل تاریخ سررسید اقساط، مبلغ کل بدهی و مانده بدهی را برای شما نمایش می‌دهد.



(شماره ۱۳)

(شماره ۱۲)



شانس خود را با سپرده وین امتحان کنید

راضیه غنجدی
(کارشناس مدیریت امور بازاریابی و توسعه مشتریان)

و خدمات، پرداخت قبوض، خرید کارت شارژ و انتقال وجه در هر بار استفاده از کارت است. بدین منظور به ازای حداقل مبلغ تعیین شده برای هر عملیات امتیاز به شما تعلق می‌گیرد که در جدول روبرو نحوه تخصیص امتیاز نشان داده شده است:

حداقل مبلغ مبنای اختصاص هر امتیاز		
نوع عملیات (تراکنش)	نوع دستگاه	مبلغ مبنای امتیاز
	پایانه‌های فروش سامان و سایر بانک‌ها خودپرداز سامان و سایر بانک‌ها تلفن بانک سامان فروشگاه سایت بانک سامان سامانه #۷۲۴ سامانک	هر ۵۰ هزار ریال
	فروشگاه اینترنتی شرکت پرداخت الکترونیک سامان	
خرید کالا یا خدمات	فروشگاه اینترنتی شرکت پرداخت الکترونیک سامان	هر ۵۰ هزار ریال
	پایانه‌های فروش (POS) سامان و سایر بانک‌ها سامانه #۷۲۴	
انتقال وجه کارت به کارت شتابی	نت بانک سامان پایانه‌های شعبه‌ای سامان خودپرداز سامان و سایر بانک‌ها بستر اینترنتی سامانک	هر ۱۰۰ میلیون ریال
	انتقال وجه شتابی ساتنا و پایا	
خرید شارژ کارت	پایانه‌های فروش (POS) سامان و سایر بانک‌ها خودپرداز سامان و سایر بانک‌ها فروشگاه سایت بانک سامان سامانه #۷۲۴ سامانک فروشگاه اینترنتی شرکت پرداخت الکترونیک سامان	هر ۵۰ هزار ریال

■ شما می‌توانید روی این سپرده بیش از یک کارت دریافت کنید.

اگر فکر می‌کنید آدم خوش‌شانسی هستید پیشنهاد می‌کنیم حتی یک روز را هم برای کسب امتیاز و افزایش این شانس از دست ندهید. شما هر ماه شانس برنده شدن در طرح قرعه‌کشی وین را دارید و می‌توانید جزو برندگان ۱۵ جایزه ۱۵۰ میلیون ریالی و ۱۰۰ جایزه ۵ میلیون ریالی آن باشید.

چگونه می‌توانید در قرعه‌کشی شرکت کنید؟

برای شرکت در قرعه‌کشی لازم است یک سپرده با عنوان وین در شعبه دلخواه خود افتتاح کنید. در این طرح یک کارت برداشت به نام وین کارت برای استفاده در تراکنش‌های روزمره در اختیاران قرار می‌گیرد که به شما امکان می‌دهد علاوه بر انجام امور جاری خود از طریق تراکنش‌های الکترونیکی و کسب امتیازهای مربوط به آن و افزایش مانده موجودی، امتیاز دریافت کنید.

چگونه افتتاح سپرده کنید؟

با همراه داشتن مدارک هویتی (اصل شناسنامه و کارت ملی) به یکی از شعب بانک سامان بیایید و این سپرده را افتتاح کنید. به خاطر داشته باشید رمزهای کارت، نت بانک، تلفن بانک، سامانک برای انجام تراکنش و رمز دوم را برای خریدهای اینترنتی حتما دریافت کنید زیرا پس از افتتاح این سپرده و دریافت آن با انجام هر تراکنش الکترونیک از امتیاز برخوردار خواهید شد. شما با انجام تراکنش بیشتر از طریق خرید کالا و شارژ، پرداخت قبض و ... شانس بالاتری برای برنده شدن در طرح وین دارید.

چگونه امتیازها در طرح وین محاسبه می‌شود؟

■ مبنای امتیازدهی مجموع مبلغ تراکنش‌های موفق خرید کالا

زیر محاسبه می شود:

نوع عملیات (تراکنش) جهت تخصیص امتیاز	مبلغ مبنای امتیاز (ریال)	مجموع مبلغ ماهانه (ریال)	امتیاز
پرداخت قبض با خودپرداز	۵۰,۰۰۰	۵۰۰,۰۰۰	۱۰
خرید شارژ کارت از #۷۲۴*	۵۰,۰۰۰	۱۰۰,۰۰۰	۲
خرید کالا با pos	۵۰,۰۰۰	۱,۰۰۰,۰۰۰	۲۰
کارت به کارت با خودپرداز	۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱
میانگین موجودی در ماه	۱,۰۰۰,۰۰۰		ضرب ۲
مجموع امتیاز ماه			۶۶

امتیازهای این سپرده شامل تمامی تراکنش های خودپردازها و پایانه های فروشگاه های بانک های عضو شتاب است.

جوایز چیست و نحوه قرعه کشی وین کارت چگونه است؟

هر ماه ۱۵ جایزه ۱۵۰ میلیون ریالی و ۱۰۰ جایزه ۵ میلیون ریالی اهدا می شود.

■ شرکت در قرعه کشی های سپرده وین با اولین استفاده از وین کارت آغاز می شود.

■ شانس برنده شدن شما در قرعه کشی های سپرده وین بستگی به میزان مبلغ تراکنش و موجودی سپرده دارد.

■ برای برنده شدن در قرعه کشی های طرح وین محدودیتی وجود ندارد و شما هر ماه شانس برنده شدن دارید.

■ اگر شما در قرعه کشی های ماهانه برنده نشوید، امتیازتان به ماه بعد و در صورت تکرار عدم موفقیت، دوباره به ماه های بعدی منتقل می شود.

■ قرعه کشی به صورت ماهانه تا پانزدهم هر ماه با حضور مراجع ذی صلاح برگزار می شود.

چگونه از امتیازهای خود مطلع شوید؟

اعلام امتیازهای ذخیره شده به شما از طریق وبسایت بانک سامان به نشانی:

www.sb۲۴.com

■ تماس با مرکز سامان ارتباط (شماره تلفن ۶۴۲۲-۰۲۱)

■ مراجعه به شعب بانک سامان

■ اطلاع از امتیاز با ارسال پیامک wincard شماره مشتری به شماره ۲۰۰۰۰۱۹۹

برای نمونه یک شخص با شماره مشتری ۱۳۳۴ می تواند با ارسال پیامک wincard ۱۳۳۴ به شماره ۲۰۰۰۰۱۹۹ از آخرین امتیاز خود تا ماه قبل مطلع شود.

چگونه می توانید از نتایج قرعه کشی باخبر شوید؟

■ چاپ آگهی انجام قرعه کشی در روزنامه های سراسری

■ ارسال پیامک انجام قرعه کشی از طریق شماره ۲۰۰۰۰۱۹۹

■ اعلام در وبسایت بانک سامان به نشانی: www.sb۲۴.com

■ اطلاع رسانی در شعبه های بانک سامان در سراسر کشور



در پایان هر ماه امتیازهای کسب شده برای تمامی وین کارت های صادره جمع شده و به امتیازهای کارت اول شما اضافه می شود. به منظور تشویق و ترغیب شما مشتریان به نگهداری و افزایش مانده در سپرده، امتیازهای شما با افزایش مانده آنها با نرخ تصاعدی افزایش می یابد. الگوی امتیازدهی به صورت جدول زیر است:

ضریب مثبتی بر مانده حساب	
میانگین یا معدل موجودی در ماه (میلیون ریال)	وزن امتیاز
تا ۰/۵ (۵۰ هزار تومان)	۱
۰/۵ تا ۱۰	۲
۱۰ تا ۵۰	۴
۵۰ تا ۱۰۰	۸
۱۰۰ تا ۵۰۰	۱۶
۵۰۰ تا ۱۰۰۰	۳۲

میانگین موجودی به شرح زیر محاسبه می شود:

حداقل مانده سپرده در هر روز در نظر گرفته شده و حداقل های یادشده جمع و بر تعداد روزهای سپری شده از زمان افتتاح سپرده تقسیم می شود.

■ مجموع امتیاز تراکنش های موفق در پایان هر ماه در وزن امتیاز معدل مانده، ضرب می شود. به عنوان مثال اگر میانگین مانده مشتری ۲ میلیون ریال باشد، مجموع امتیازات تراکنش های وی در عدد ۲ ضرب می شود.

در این طرح محدودیت سقف امتیاز در هر ماه وجود ندارد. به عنوان نمونه اگر شما با وین کارت خود کارهایی مانند خرید شارژ کارت، پرداخت قبوض ماهانه، خرید کالاهای مصرفی و انتقال وجه کارت به کارت را انجام دهید و معدل موجودی شما در سپرده یک میلیون ریال باشد، امتیاز پایان ماه شما مطابق جدول

نکات حقوقی آپارتمان نشینی

شیما کلانتری
کارشناس حقوقی مدیریت امور بانکداری اختصاصی



مجموعه های مسکونی و حفظ حقوق ساکنان در سال ۱۳۴۳ تصویب و سال ۱۳۷۶ توسط مجلس شورای اسلامی اصلاح شده است. آیین نامه های اجرایی آن نیز مقرراتی را شامل می شود که اصول آپارتمان نشینی و مشکلات عمومی این نوع زندگی را مشخص و تعیین تکلیف می کند.

در ادامه بخشی از قانون تملک آپارتمان ها و همچنین رهنمودها و پیشنهاداتی جهت ارتقاء فرهنگ آپارتمان نشینی ارائه شده است. مواردی که مستقیماً از قانون استخراج شده است در متن تعیین شده اند.

آپارتمان چیست؟

تعریف دقیقی از آپارتمان وجود ندارد. اما در اصطلاح یک واحد مستقل در یک ساختمان چند طبقه است. اینکه شما از آن برای سکونت استفاده می کنید یا در آن کاسبی راه انداخته اید در تعریف آن تأثیری ندارد.

مدیریت ساختمان

مطابق با ماده ۵ آیین نامه قانون تملک آپارتمان ها در صورتی که بیش

از ۴۰ سال است که به دلیل رشد شهرنشینی و پیشرفت جمعیت، آپارتمان نشینی در شهرهای ایران رواج پیدا کرده است. زندگی آپارتمان نشینی اگرچه هزینه های تامین مسکن را کاهش داده است، مشکلات خاص خود را دارد چون شما باید با چند خانواده دیگر کنار بیایید، همیشه حواستان باشد که مزاحم دیگران نشوید، برای تقسیم هزینه های ساختمان سهم شارژ را پرداخت و شارژ عقب افتاده همسایه را به او یادآوری کنید و اختلافات ناشی از این مسائل را حل و فصل کنید.

رعایت دقیق این نبایدها و نبایدها و حرکت روی مدار اخلاق، به فرهنگ آپارتمان نشینی معروف شده است؛ فرهنگی که در برخی مناطق شهری به کندی در حال پیشرفت است. اما اگر هر کس حد و حدود خود و دیگران را در زندگی آپارتمانی بشناسد، اختلافات کمتری بروز خواهد کرد. رعایت فرهنگ آپارتمانی به آسانی رعایت چند گزاره اخلاقی و قانونی ساده است. قانون آپارتمان نشینی با عنوان «قانون تملک آپارتمان ها» برای تنظیم مناسبات رفتاری در

ممنوع است.

افرادی که باید هزینه‌های ساختمان را پرداخت کنند

تکلیف نحوه پرداخت هزینه‌های ساختمان در ماده ۱۰ قانون و ماده ۲۳ آئین نامه مذکور مشخص شده است. مالکان آپارتمان‌ها باید هزینه‌های مشترک ساختمان را پرداخت کنند. هزینه‌هایی که پرداخت می‌شود متناسب با مساحت واحد آپارتمانی است مانند هزینه آب و برق مشاع، مگر هزینه‌هایی که باید به طور مساوی تقسیم شود مانند دستمزد سرایدار که ربطی به مساحت واحد آپارتمانی ندارد و همه باید یکسان پرداخت کنند. برای هزینه‌های مشاع هم یک نفر نمی‌تواند به بهانه اینکه از امکانات خاصی استفاده نمی‌کند از پرداخت هزینه آن خودداری کند.

اگر یکی از ساکنان هزینه‌های مشترک را پرداخت نکرد مدیر یا هیأت مدیره باید صورت حساب‌های پرداخت نشده را برای مالک یا استفاده‌کننده بفروشد. اگر تا ۱۰ روز نسبت به پرداخت اقدام نکرد، مدیر یا هیأت مدیره می‌تواند آن واحد آپارتمانی را از استفاده از امکانات مشترک محروم کند؛ مثلاً آب آن واحد را قطع کند یا شواژ وی را خاموش کند. اگر باز هم پرداخت نشد، مدیر به اداره ثبت مراجعه می‌کند و اداره ثبت برای کسی که هزینه را پرداخت نکرده است، اجراییه صادر می‌کند. در صورت پرداخت هزینه، امکانات مجدداً وصل خواهد شد.

مستأجران بخوانند

اما اگر مستأجر هستید، تبصره ماده ۲۳ آئین نامه مذکور راهگشاست، اینکه شما هزینه‌های مربوط به آپارتمان یا شارژ را پرداخت کنید یا توسط مالک پرداخت شود، بستگی به قرارداد بین شما و صاحب‌خانه شما دارد. اگر قرار گذاشته‌اید که صاحب‌خانه پرداخت کند و او پرداخت نکرد، شما می‌توانید میزان شارژ ساختمان را از اجاره بها کم کنید. اگر قرار بر این است که شما شارژ را پرداخت کنید و شما نپردازید، مدیر می‌تواند به مالک رجوع کند سپس مالک هزینه را از شما خواهد گرفت.

تعمیرات در آپارتمان

ماده ۱۳ قانون تملک آپارتمان‌ها می‌گوید: اگر در فکر تجدید بنای ساختمان خود هستید و عده کمی از ساکنان مخالفت می‌کنند، در صورتی که سه نفر از کارشناسان رسمی دادگستری گواهی دهند که ادامه زندگی در این ساختمان خطر جانی و مالی در پی دارد، شما می‌توانید به تعمیر اقدام کنید. اما قبل از آن باید با اجازه دادگاه، خانه مناسبی برای کسانی که مخالف هستند، اجاره کنید و اگر از رفتن به خانه جدید خودداری کردند، با مراجعه به دادگستری می‌توانید تقاضای تخلیه همسایگان مخالف را بکنید.

چهار دیواری اختیاری مشروط

درست است که هر کس اختیار واحد آپارتمانی خود را دارد و به قول معروف، چهار دیواری اختیاری است؛ ولی برای حفظ آرامش خود و

از سه واحد آپارتمانی در ساختمان باشند باید مجمع عمومی مالکان تشکیل شود. یعنی همه مالکان با هم جلسه تشکیل دهند و یک یا چند مدیر (هیأت مدیره) انتخاب کنند. مدیر برای دو سال انتخاب می‌شود. فرقی نمی‌کند که مدیر از اعضای ساختمان باشد یا فردی خارج از ساختمان در هر حال وظیفه مدیر، حفظ و اداره ساختمان است و باید تصمیمات مالکان را که حالا یک مجمع عمومی تشکیل داده‌اند، اجرا کند. همچنین ماده ۲۰ همین آیین نامه می‌گوید: مدیر موظف است تمام ساختمان را در برابر آتش سوزی بیمه کند و هزینه بیمه هم بین همه مالکان به نسبت سهم قسمت اختصاصی آن‌ها تقسیم می‌شود. اگر مدیر این کار را نکند و خسارتی به ساختمان وارد شود، مسئول جبران خسارت خواهد بود. علاوه بر مدیر باید یک خزانه‌دار از بین مدیران هم برای ساختمان انتخاب شود که مسئول احتساب هزینه‌ها و درآمدها محسوب می‌شود (ماده ۱۸ آئین نامه). نکته مهم دیگر این است که بر اساس ماده ۲۲ آئین نامه برای ساختمان‌های بیش از ۱۰ واحد باید نگهبان نیز استخدام شود. در مورد ساختمان‌های کمتر از سه واحد اگر در مورد مدیریت و انتخاب آن به توافق نرسیدید، ماده ۶ می‌گوید: تصمیم‌گیری درباره قسمت‌های مشترک، با نظر مالکانی است که بیشتر از نصف مساحت اختصاصی را دارند.

قسمت اختصاصی و مشترک ساختمان

فضای داخل آپارتمان‌ها به دو قسمت تقسیم می‌شود: فضای اختصاصی که فقط مالک آپارتمان یا کسی که در آن زندگی می‌کند حق استفاده از آن را دارد و بقیه همسایه‌ها حق ورود به قسمت‌های اختصاصی آپارتمان شما را بدون اجازه ندارند. قسمت مشترک (مشاع)، که همه ساکنان حق استفاده از آن را دارند. مطابق با ماده ۴ آئین نامه، بخش‌های زیر جزء قسمت‌های مشترک آپارتمان محسوب می‌شوند:

زمین بنا

تأسیسات قسمت‌های مشترک مانند چاه آب، پمپ، منبع آب و مرکز حرارت و تهویه، رختشوی‌خانه، کتورها، تابلوهای برق، تلفن مرکزی، انبار عمومی ساختمان، اتاق سرایداری در هر جای ساختمان که باشد، دستگاه آسانسور و محل آن، چاه‌های فاضلاب، لوله‌ها از هر قبیل گذرگاه‌های زباله و محل جمع‌آوری آن.

اسکلت ساختمان

درها و پنجره‌ها و راه‌پله‌ها که در قسمت اختصاصی نباشند
تأسیسات مربوط به راه‌پله
نمای خارجی ساختمان
محوطه ساختمان و باغ

بام و قسمت‌هایی که ساکنان به طور مشترک استفاده می‌کنند
قسمت‌هایی که در سند اختصاصی واحد آپارتمانی قید نشده است
تصور نکنید در قسمت‌های مشترک آزادی؛ تبصره ماده ۳ می‌گوید: گذاردن میز و صندلی و نگهداری حیوانات در قسمت‌های مشترک

ساکنین هر واحد مسئول جبران خسارت وارد شده در اثر گرفتگی لوله های فاضلاب سر رفتن آب وان یا سینک به واحد متضرر و ساختمان هستند.

بازی کردن بچه ها در قسمت های مشترک در صورت تایید هیات مدیره فقط در ساعت های تعیین شده و در محل های مقرر مجاز می باشد.

هر گونه دستکاری در تجهیزات مشترک بدون اطلاع مدیریت ساختمان ممنوع است.

انبار آپارتمان ها مختص نگهداری وسایل شخصی ساکنین است. کسب درآمد و اجاره آن به دیگران ممنوع می باشد مگر با اجازه ساکنین مجتمع و با اطلاع مدیریت.

نگهداری حیوانات خانگی مانند: سگ - کبوتر - قناری - خرگوش و به طور کلی حیوانات در قسمت های مشترک ممنوع می باشد. مدیران ساختمان نباید در این مورد چشم پوشی نمایند زیرا ممکن است علاوه بر نارضایتی سایر سکنه آن حیوان عامل بیماری نیز باشد.

سایر تعمیرات و تغییرات داخلی آپارتمان ها و بخش های اختصاصی مانند انبار باید با اجازه کتبی دیگر مالکین و تایید مدیریت ساختمان در حد معقول صورت پذیرد.

برای تمام پنجره های تان حفاظ ایمنی بگذارید؛ حتی آنهایی که به سمت حیاط باز می شوند و حتی اگر در طبقه هفتم زندگی می کنید پیش از خروج از منزل هم از بسته و قفل بودن پنجره ها مطمئن شوید.

یک حفاظ آهنی کشویی با قفلی مطمئن، جلوی در آپارتمان تان نصب کنید.

رعایت نکات گفته شده به ارتقای فرهنگ آپارتمان نشینی می انجامد و محیطی توأم

با آرامش را برای زندگی فراهم می سازد. با این حساب فرهنگ آپارتمان نشینی یک مقوله پیچیده نیست کافی است که از بایدها و نبایدهایی که قانون تملک آپارتمان ها و آیین نامه آن برای زندگی آپارتمان نشینی پیش بینی کرده است، اطلاع داشته باشیم و آنها را رعایت کنیم. قانون تکلیف خیلی از موارد را مشخص کرده است علاوه بر این در مواردی که قانون ساکت است با معیارهای عرفی یا اخلاقی باید شرایط را بسنجیم و به جای ترجیح نفع شخصی بر منافع عمومی، منافع عمومی را راجح بدانیم.

منابع:

۱. قانون تملک آپارتمان ها مصوب ۱۳۴۳/۱۲/۱۶ (اصلاحی ۱۳۷۶)
۲. آیین نامه اجرایی قانون تملک آپارتمان ها مصوب ۱۳۴۷/۰۲/۸ (اصلاحی ۱۳۷۱)
۳. سایت اینترنتی: vekalatonline.ir
۴. روزنامه حمایت مورخ ۹۲/۰۷/۰۳

دیگران می توانید نکاتی را رعایت کنید که به ایجاد فضای آرام تر و تنش کمتر در ساختمان شما منجر شود. آپارتمان نشینی در شهرهای بزرگ و کوچک غیر از مواد قانونی نیازمند رعایت موارد عرفی آپارتمان نشینی نیز می باشد که در هر ساختمان مطابق نظر اکثریت ساکنین نوشته و در معرض دید عموم قرار می گیرد. عدم رعایت این موارد لزوما ضمانت اجرای خاصی نداشته و ممکن است از شهری به شهر دیگر و منطقه ای به منطقه دیگر و متفاوت باشد.

موارد ذیل برای تامین آسایش بیشتر در آپارتمان پیشنهاد می شود: تغییر در نمای ساختمان و سردر و بالکن اختصاصی باید با اجازه اکثریت مالکان باشد.

تعمیرات ساختمان که موجب صدمه به اسکلت ساختمان می شود، مجاز نیست.

ساکنان هر واحد مسئول جبران خسارت ناشی از گرفتگی فاضلاب و... هستند. همچنین کولر و بند لباس که از بالکن بیرون بزند، مجاز نیست، مگر با اجازه کتبی مدیریت.

پارک وسایل نقلیه در بخش های مشخص شده مجاز است و مهمان نمی تواند وسیله نقلیه خود را داخل پارکینگ بگذارد.

در ساختمان هایی که نگهبان ندارد در ورودی باید شب ها قفل شود.

اگر کسی تعهدات خود در محیط ساختمان را انجام ندهد، هر هزینه ای که مدیر یا هیأت مدیره متحمل می شود باید شخص متخلف بپردازد.

اگر آپارتمان تان را به تازگی خریده یا اجاره کرده اید، حتما تمام قفل ها را عوض کنید.

به هیچ وجه از درهایی که بخشی از آن از شیشه تشکیل شده به عنوان درب ورودی

آپارتمان استفاده نکنید. شکستن شیشه و باز کردن قفل در، یکی از ساده ترین کارهایی است که یک دزد می تواند انجام دهد.

بهتر است قبل از مراجعه به پارکینگ، درب آن را با کنترل از راه دور باز نکنید و تا از بسته شدن کامل آن پس از خروج مطمئن نشده اید، دور نشوید.

رعایت صرفه جویی در مصرف آب، گاز و برق مشاع وظیفه کلیه ساکنین است. در صورتی که مشاهده گردد واحدی عمدا یا سهوا رعایت صرفه را نمی نماید علاوه بر تخلف انضباطی مدیر ساختمان حق دارد او را مجبور نماید که شمارشگر نصب و یا شارژ بیشتری پرداخت کند.

شستن فرش، لحاف و پتو در حد متعارف و عادلانه و بالسویه مجاز است مشروط بر اینکه این موضوع با هماهنگی مدیر ساختمان صورت گرفته باشد.

هر یک از ساکنین اعم از مالک یا مستاجر بایستی هزینه شارژ را به موقع به مدیر ساختمان یا نماینده او پرداخت کنند.



ساحه خیال

عاشقانه تلخ

رضا رئیسی زیارانی
(متصدی امور بانکی شعبه فرودگاه امام خمینی^(۱))

هی راه می روی و همه راه می روند
از راه های بی سرو سامان خوشم نمی آید
گفتی : بیا حوالی این شهر زندگی کنیم
من از هبوط این همه انسان خوشم نمی آید
وقتی که بیتِ بیتِ شما دل شکستن است
بانو، از این صداقتِ پنهان خوشم نمی آید!
«تو هرزه گرد کوچه و من دوره گرد عشق»
من با تو... از رسیدن و پایان خوشم نمی آید





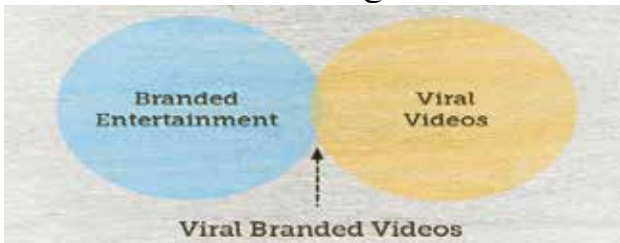
ویدئوی ویروسی VIRAL VIDEO ابزاری جدید برای برندها

سهیل قدری

(کارشناس ارشد روابط عمومی الکترونیک)



این روزها برندها برای معرفی خدمات، محصولات و کمپین‌های بازاریابی خود از این ابزار جدید رسانه‌ای **Video Marketing** استفاده می‌کنند. برندهای مختلف با ساخت ویدئوهای کوتاه و بلند به معرفی کمپین‌های خود پرداخته و با استفاده از موضوعاتی همچون سرگرمی، خلاقیت و جذابیت این ویدیو را به یک ویدیوی ویروسی **Viral Video** تبدیل می‌کنند. اما موضوع این است که ویدئوهای ویروسی به صورت مستقیم به فروش ختم نمی‌شوند، پس سعی نکنید در ساخت ویدئوهای خود تمرکز را بر فروش بگذارید، بلکه تلاش کنید تا چیز جدیدی برای مخاطبین داشته باشید و آنها را سرگرم کنید. در ساخت یک ویدیوی ویروسی باید سعی کنید کمترین زمان را برای تبلیغات، بازاریابی و برندینگ در نظر بگیرید، چرا که برای شما باید اولویت در انتشار زیاد و توزیع ویروسی آن باشد و نه فروش!



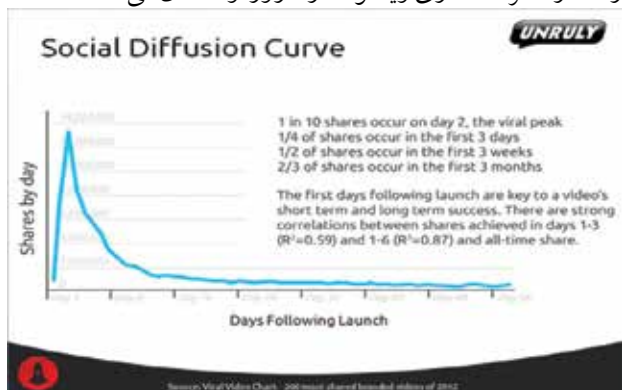
یک بار دیگر تاکید می‌کنم که موفقیت در ساخت یک ویدیوی ویروسی بسیار سخت است و سخت‌تر از آن تکرار این موفقیت در ویدئوهای بعدی است.

اکثر ویدئوهایی که منتشر می‌شوند ایده‌های مشابهی دارند و به همین دلیل موفقیتی در پی ندارند. برای اینکه یک ویدیوی موفق داشته باشید باید بتوانید در ذهن کاربران حس کشف یک چیز جدید را القا کنید. در واقع یک ویدیوی ویروسی زمانی می‌تواند موفق باشد که ترکیب کاملی باشد از نبوغ و خلاقیت در ایده، زمان انتشار در بازار هدف و نحوه درگیر کردن احساس مخاطب. با ذکر تمام این موارد، باز هم چیز دیگری مورد نیاز است: "شانس". بله، این مولفه را هرگز فراموش نکنید!

ویدئوی ویروسی یا ویرال ویدئو (**Viral Video**) از آن دسته ویدئوهای کوتاهی است که در فضای مجازی، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی به اشتراک گذاشته می‌شود.



در اکثر مواقع ویدئوهای ویروسی حاوی موضوعات خنده‌دار، جالب و سرگرم‌کننده هستند و بین کاربران محبوب می‌شوند. این روزها به لطف پیشرفت تکنولوژی، بسیاری از مردم نیز می‌توانند با استفاده از تلفن‌های دوربین‌دار خود، دست به ساخت ویدئو بزنند؛ ویدئوهایی که به صورت ویروسی و سریع در رسانه‌های اجتماعی منتشر می‌شوند. شاید جالب باشد که بدانید ۷۴ درصد ویدئوهای ویروسی در هفته اول پس از انتشار به اشتراک گذاشته می‌شوند. ۱۰ درصد از میزان اشتراک ویدئوهای ویرال در روز دوم انتشار و ۲۵ درصد از اشتراک‌گذاری ویدئوها در ۳ روز اول اتفاق می‌افتد.

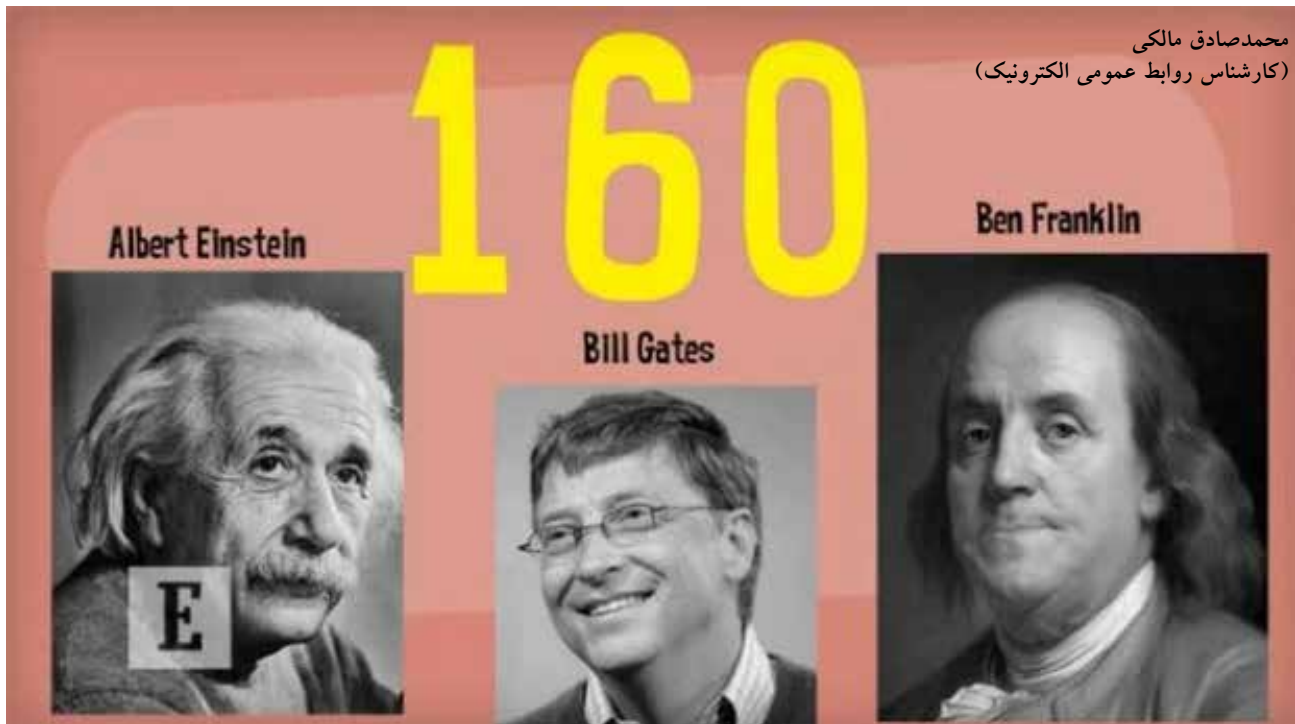


حال بپردازیم به ویدئوی ویروسی و نحوه استفاده آنها توسط برندها یا کسب‌وکارها:

اول از همه فراموش نکنیم که موفقیت یک ویدئوی ویروسی به عوامل متعددی وابسته است و سرمایه‌گذاری در این کارزار با ریسک همراه خواهد بود؛ اما به خاطر داشته باشیم که بازاریابی ویدئویی **Video Marketing** در آینده جایگاه بسیار مناسبی را خواهد داشت؛ نتیجه اینکه حضور در این حوزه را باید تجربه کرد.

چطور مانند یک نابغه تجارت کنیم؟

محمدصادق مالکی
(کارشناس روابط عمومی الکترونیک)



دوم، هدفمند باشید: برای خود اهداف بلند و بزرگی انتخاب کنید و با دیگران همچون دوستان یا همکلاسی‌ها و همکارانتان در میان بگذارید. این امر باعث می‌شود شما انگیزه بیشتری برای دستیابی به اهدافتان داشته باشید.

سوم، بیشتر مطالعه کنید: کافی است بدانید افرادی که در طول روز ۱۵ دقیقه مطالعه می‌کنند، در طول سال بیشتر از یک میلیون کلمه مطالعه کرده‌اند.

در مورد تجارت خود مطالعه کنید؛ تجربیات و مکاشفات جدید در دنیا را مورد بررسی قرار دهید و به‌روز باشید و از رقبایان جلو بزنید.

چهارم، کنجکاو باشید: افراد باهوش سوال می‌پرسند. آنها درباره تمام وقایعی که برایشان اتفاق می‌افتد کنجکاو هستند و تحقیق می‌کنند و به نتیجه می‌رسند.

این خصوصیات نشان می‌دهد که چطور افراد موفق با ضریب هوشی بالا توانسته‌اند بعد از شکست‌های بسیار، فقط با داشتن چهار خصوصیت مهم، به موفقیت‌های بسیار بزرگی دست یابند.

ما نیز با تقویت این چهار خصوصیت در خود، می‌توانیم به موفقیت‌های بزرگی دست یابیم.

باهوش‌ترین افرادی که می‌شناسید چه کسانی هستند؟ همانطور که می‌دانیم میانگین آی‌کیو IQ افراد معمولی ۱۰۰ و افراد باهوش ۱۴۰ یا بالاتر است؛ البته همه ما نمی‌توانیم ضریب هوشی بالایی داشته باشیم ولی می‌شود با یادگیری از افراد و نوابغی که در تاریخ تحول ایجاد کرده‌اند، تحولی شگرف در خود و تجارت‌مان ایجاد کنیم.

برای مثال با مطالعه و دانستن رفتارهای تجاری آقای بیل گیتز (Bill Gates) می‌توانیم از نبوغ وی در موفقیت تجاری درس بگیریم یا نبوغ آقای استیو جابز را در چگونگی ارائه محصول جدید مورد مطالعه قرار دهیم و آنها را در تجارت خود به کار بگیریم.

در عین حال با بررسی عادات و رفتارهای شخصی نوابغ، می‌توان در موفقیت تجاری و رفتارهای روزمره خود ایده بگیریم.

اما در راه‌اندازی و اداره یک کسب‌وکار جدید یا ارائه یک محصول تازه، چهار خصوصیت در افراد نابغه در طول تاریخ مشترک بوده که با رعایت آنها می‌توان به یک نابغه در تجارت تبدیل شد:

نخست، پیگیر باشید و پشتکار داشته باشید: نگذارید شکست‌ها شما را متوقف کنند. توماس ادیسون بعد از ۱۰۰۰ بار شکست موفق به کنترل الکتریسیته و اختراع لامپ شد.

یک ترند کوچک اما موثر در موفقیت کسب و کار

سعید کاسکو
(مشتری شعبه آفریقا)



استقبال آنها قرار گرفته است. همچنین با این تغییر، مشتریان امکان خرید محصولات متنوع تر و بیشتری را پیدا کرده اند. هدف از انتشار این مطلب، پیچیدن یک نسخه یکسان برای تمامی کسب و کارها نیست، بلکه هدف توجه کردن به خواسته مشتریان است. موفقیت یک کسب و کار تنها در صورتی محقق می شود که مشتری از آن رضایت داشته باشد و با توجه به تغییراتی که در بازار رخ داده است، نکته سنجی و دقت در خواسته های کوچک مشتریان می تواند یکی از عوامل موفقیت کسب و کار در آینده باشد.

منبع:

<http://www.imarketer.com>

شروع بسیاری از کسب و کارها با ایده های ساده اتفاق می افتد، بنابراین همیشه برای موفقیت نیازی به خلق ایده های خارق العاده نیست، گاهی تنها کفایت نیاز مشتری را بدانید و این چیزی است که یک کسب و کار موفق از آن بهره می برد. به تازگی در شهر برلین آلمان، دو فروشنده جوان با بررسی و تشخیص نیاز مشتریان مبنی بر خرید محصولات به مقدار مورد نیازشان، اقدام به تغییر نوع فروش محصولات خواروبارفروشی خود با نام «Original Unverpackt» کرده اند. آنها با توجه به این نیاز مشتری، محصولات موجود در فروشگاه خود را به صورت فله به مشتریان ارائه کرده و این ایده بسیار مورد





سپرده وین بانک سامان با ۲۷۵ میلیون تومان جایزه نقدی ماهانه

بانک سامان در راستای توسعه کاربری ابزارهای مختلف بانکداری الکترونیک، سپرده جدید خود را با نام «وین» معرفی کرد. به گزارش اداره روابط عمومی بانک سامان، مرتضی حسینی نژاد مدیر امور تحقیقات و برنامه ریزی بانک سامان درباره مهم ترین ویژگی این حساب گفت: تمام هموطنان با افتتاح سپرده وین و دریافت وین کارت، بر اساس میزان خرید یا فعالیت خود از درگاه های مختلف بانکداری الکترونیکی و بالا بردن گردش حساب خود، در قرعه کشی ماهانه ۱۵ جایزه ۱۵۰ میلیون ریالی و ۱۰۰ جایزه ۵ میلیون ریالی در مجموع ۱۱۵ جایزه به ارزش ۲۷۵ میلیون تومان شرکت می کنند.

مدیر امور تحقیقات و برنامه ریزی بانک سامان درباره چگونگی شرکت افراد در قرعه کشی تصریح کرد: برای شرکت در قرعه کشی لازم است مشتریان یک سپرده «وین» در یکی از شعب بانک سامان افتتاح کنند. پس از آن، یک کارت برداشت به نام «وین کارت» برای استفاده در تراکنش های روزمره در اختیار مشتری قرار می گیرد که این امکان را می دهد علاوه بر انجام امور جاری خود از طریق تراکنش های الکترونیکی امتیاز دریافت کنند.

وی افزود: مبنای امتیازدهی مجموع مبلغ تراکنش های موفق خرید کالا و خدمات، پرداخت قبوض، خرید کارت شارژ و انتقال وجه در هر بار استفاده از کارت است.

حسینی نژاد گفت: سپرده وین از ۲۶ آذرماه در تمام شعب بانک سامان قابل افتتاح است و قرعه کشی از بهمن ماه آغاز می شود. شرکت در قرعه کشی های سپرده وین نیز با نخستین استفاده از وین کارت و کسب نخستین امتیاز آغاز می شود.

گفتنی است، مشتریان می توانند با استفاده از خودپرداز و پایانه های فروشگاهی تمام بانک های عضو شتاب امتیاز کسب کنند. هموطنان برای دریافت اطلاعات بیشتر درخصوص سپرده وین به صفحه مخصوص آن در وبسایت بانک سامان به نشانی <http://www.sb۲۴.com/Fa/wincard> مراجعه کنند یا در تمام ساعت های شبانه روز با مرکز سامان ارتباط به شماره ۰۲۱-۶۴۲۲ تماس بگیرند.

تغییر سقف انتقال وجه پایا و ساتنا از نت بانک سامان



بانک سامان در راستای سهولت و آسایش بیشتر مشتریان خود، سقف انتقال وجه ساتنا و پایا را در نت بانک سامان تغییر داد.

به گزارش اداره روابط عمومی بانک سامان، سقف انتقال وجه از طریق ساتنا در نت بانک از سیصد میلیون ریال (۳۰ میلیون تومان) به یک میلیارد ریال (۱۰۰ میلیون تومان) در هر انتقال افزایش یافت.

بر اساس این گزارش، به موجب قوانین بانک مرکزی، مشتریان بانک سامان از این پس می توانند از طریق پایا حداکثر تا سقف پانصد میلیون ریال (۵۰ میلیون تومان) در هر انتقال به حساب های سایر بانک های کشور انتقال وجه دهند. گفتنی است، انتقال وجه از طریق ساتنا و پایا در سقف های جدید در نت بانک، منوط به کفایت سقف انتقال وجه مشتریان

در نت بانک بوده و در صورت عدم کفایت، مشتریان ملزم به ارائه درخواست افزایش سقف به شعبه هستند.

شما می توانید برای کسب اطلاعات بیشتر در این زمینه و سایر خدمات بانک با مرکز سامان ارتباط به شماره ۰۲۱-۶۴۲۲ تماس بگیرید یا به شعب بانک در سراسر کشور مراجعه کنید.

گام به گام با هم #شادهستیم

سهیل قدری

(کارشناس ارشد روابط عمومی الکترونیک)

بسیار خوشحال می‌شویم که شما شادی‌هایتان را با ما و دیگران به اشتراک بگذارید، برای این کار کافی است با شرکت در مسابقه عکاسی «#شادهستیم»، از لحظات جشن و شادی خود همراه با کارت هدیه سامان برای ما عکس بفرستید.

گام نخست: انتخاب یک هدیه خوب

همیشه دغدغه انتخاب بهترین هدیه برای هرکسی که دوست دارد دوستش را خوشحال کند وجود دارد. با انتخاب کارت هدیه سامان می‌توانید علاوه بر خرید هدیه، انتخاب آن را هم به دوست خود بسپارید. پس، به یکی از شعب ما در سراسر کشور بیایید و یکی از طرح‌های کارت هدیه را انتخاب کنید، روی آن یک پیام زیبا و ماندگار بنویسید. کارت هدیه سامان کادوی خوب و ماندگاری برای مراسم شادمانی‌تان است که می‌توانید انتخاب کنید و به کسی که دوستش دارید کادو بدهید.

گام دوم: عکس گرفتن با کارت هدیه سامان

پس از هدیه دادن کارت هدیه یا دریافت آن، می‌توانید همراه با دوستان یا بستگان خود در مراسمی که حضور دارید از کارت هدیه سامان عکس بگیرید و برای ما ارسال کنید و شادی خود را با دوستان و بستگان‌تان به اشتراک بگذارید.

گام سوم: اشتراک گذاری در شبکه‌های اجتماعی

برای آنکه شانس خود را برای برنده شدن در مسابقه #شادهستیم بالا ببرید، بهتر است در شبکه‌های اجتماعی فعال باشید و دوستان و بستگان خود را به دیدن عکس‌های‌تان دعوت کنید. برای این نوع اشتراک گذاری بهتر است شبکه اجتماعی اینستاگرام (Instagram) را انتخاب کنید.

الف - چنانچه در اینستاگرام عضو هستید:

عکس خود را با هشتگ #شادهستیم در پروفایل خود منتشر کنید، ما هر روز صفحه هشتگ شادهستیم را نگاه می‌کنیم و عکس

شما را می‌یابیم. سپس، در صفحه رسمی اینستاگرام بانک سامان @samanbank به نام خود شما منتشر می‌کنیم.

اگر پروفایل شما در حالت خصوصی (Private) است، از طریق گزینه دایرکت (Direct) عکس خود را همراه با نام و نام خانوادگی برای @samanbank ارسال کنید.

ب - اگر در شبکه اجتماعی اینستاگرام عضو نیستید:

کافی است با تلفن همراه خود که سیستم اندروید یا IOS دارد، اپلیکیشن اینستاگرام را دریافت و با وارد کردن پست الکترونیک (email) و یک رمز عبور، عضو آن شوید.

بانک سامان را جستجو کنید و ما را دنبال (follow) کنید.

عکس خود را با هشتگ #شادهستیم در صفحه خود منتشر کنید تا آن را دریافت کنیم. همانطور که اشاره شد در صورت انتخاب حالت خصوصی صفحه خود به صورت دایرکت عکس خود را ارسال کنید.

گام چهارم: فعال باشید

این شما هستید که با گرفتن یک عکس خلاقانه و شادمانه، دیگران را به پسندیدن (Like) عکس‌تان تشویق می‌کنید؛ اما فقط انتشار عکس کافی نیست؛ به دوستان و بستگان خود اطلاع دهید (tag, mention) تا به صفحه بانک سامان بروند و عکس شما را لایک کنند. فراموش نکنید یکی از معیارهای بُرد شما در مسابقه «شاد هستیم»، تعداد لایک‌های عکس شماست.

گام پنجم: نکته‌هایی را به خاطر داشته باشید

یادتان باشد که شانس شما در برنده شدن به تلاش خود شما بستگی دارد، کافی است به این نکات دقت کنید:

- گرفتن عکس خلاقانه
- خندیدن از صمیم قلب
- نشان دادن فضای شاد در کنار دوستان
- به اشتراک گذاری در شبکه‌های اجتماعی
- دعوت دوستان به لایک کردن و نظردادن عکس شما
- شما برنده هستید اگر: خلاق باشید، فعال باشید و با هم بخندید!



جراحی و درمان ۳۹ کودک تحت پوشش زنجیره امید با مشارکت بانک سامان



موسسه خیریه زنجیره امید در طول ماه‌های مهر و آبان سال ۱۳۹۳ با کمک و همیاری بانک سامان موفق به جراحی و درمان ۳۹ کودک بی‌بضاعت با مشکلات قلبی و ارتوپدی شده‌است.

به گزارش روابط عمومی موسسه خیریه زنجیره امید، بخشی از کودکانی که در مهر و آبان ماه ۹۳ برای درمان به موسسه خیریه زنجیره امید مراجعه کردند با کمک و همیاری بانک سامان سلامت خود را بازیافتند.

هزینه‌های درمان این ۳۹ کودک که توسط بانک سامان تامین گردید، بدون استفاده از امکانات زنجیره امید و با برآورد هزینه‌های حق الزحمه پزشکان، تامین تجهیزات از مجاری عادی و پرداخت بدون تخفیف هزینه‌های بیمارستان و بستری، معادل بیش از ۱۵ میلیارد ریال می‌شد در حالی که با کمک زنجیره امید این هزینه به ۲ میلیارد ریال کاهش پیدا کرد. به علت حذف هزینه‌های پزشکان و جراحی کودکان به صورت داوطلبانه و امکانات ویژه‌ای که زنجیره امید برای صرفه‌جویی در هزینه‌های درمانی کودکان بی‌بضاعت در بهترین سطح، مطابق با استانداردهای جهانی با کمترین هزینه فراهم کرده‌است، هزینه درمان این ۳۹ کودک با بیش از ۸۵ درصد صرفه‌جویی و کاهش هزینه، تنها ۲ میلیارد ریال برای بانک سامان هزینه دربرداشته‌است.

این ۳۹ کودک بی‌بضاعت که دچار بیماری‌های پیچیده قلب و ارتوپدی بودند، از بین ده‌ها خانواده کم درآمد که روزانه برای درمان بیماری‌های قلبی، ارتوپدی و ترمیمی کودکان‌شان به موسسه مراجعه می‌کنند انتخاب شده‌اند.

این کودکان از مشکلات قلبی و انحراف‌های شدید ستون فقرات رنج می‌بردند. دو تن از این بیماران به نام‌های فرشته م. و ابوالفضل پ. دچار بیماری اسکولیوز شدید بودند که با حضور پروفسور مزدا پزشک ایرانی فرانسوی متخصص جراحی ارتوپدی که در این زمینه تخصص دارد، در بیمارستان نورافشار تهران، با کمک دستگاه نرومانیتورینگ که بانک سامان در خرید آن کمک کرده‌بود، درمان شده‌اند. هزینه‌های بستری، تجهیزات و خدمات بیمارستانی و دیگر هزینه‌های این دو کودک توسط بانک سامان تامین شده‌بود.

شماره حساب زنجیره امید در بانک سامان :

شماره حساب بانک سامان : ۱- ۱۵۱۵۱۵۵ - ۸۱۰ - ۸۱۴

انتقال شعبه اوین بانک سامان به خیابان مقدس اردبیلی

در راستای ارتقا و بهینه‌سازی عملکرد شعب، محل شعبه اوین بانک سامان با کد ۸۶۱ در تاریخ ۲۳ آذر ماه سال جاری، به خیابان مقدس اردبیلی منتقل می‌شود. به گزارش اداره روابط عمومی بانک سامان، تمام اطلاعات، سوابق، مستندات و پرونده‌های مشتریان شعبه اوین از این پس به نشانی خیابان مقدس اردبیلی، نبش کوچه فرخ انتقال خواهد یافت.

این گزارش حاکی است، با توجه به یکپارچگی خدمات بانک سامان در شعب سراسر کشور، هیچ محدودیتی جهت دریافت خدمات بانکی و انتخاب شعبه برای مشتریان وجود نخواهد داشت و مشتریان می‌توانند بنابه دلخواه، شعبه جدید خود را انتخاب و خدمات مورد نظر را دریافت نمایند. مشتریان می‌توانند برای انجام امور جاری به مکان مذکور مراجعه و یا جهت کسب اطلاعات بیشتر با مرکز سامان ارتباط با شماره ۰۲۱-۶۴۲۲ تماس حاصل فرمایند.

کیوسک‌های نظرسنجی بانک سامان



مدیریت امور تحقیقات و برنامه ریزی

ارائه خدمات مطلوب به مشتری مستلزم ایجاد سیستمی است که توانایی کسب نظرات مشتریان را در اختیار داشته و پیش‌بینی‌های دقیقی برای تأمین نیازهای آنان نماید. مشتریان به عنوان یکی از مهم‌ترین شرکای ما، نقش بسزا و مهمی در مدیریت موثر امور دارند. این واقعیت که خواسته‌ها، نیازها و انتظارات مشتریان تغییر می‌یابد، به مفهوم ضرورت بررسی نظرات مشتریان به صورت پیوسته است. بانک سامان به منظور حداکثرسازی نقش مشتریان در سازمان، برنامه‌های نظرسنجی و رضایت‌سنجی از مشتریان را به طور مستمر از طریق روش‌های مختلفی نظیر مصاحبه‌های حضوری، پرسشنامه‌های آنلاین و پستی، ارسال پیامک و کیوسک‌های نظرسنجی و ... اجرا می‌نماید. در این برنامه‌ها که به صورت دوره‌ای صورت می‌گیرد، نظرات مشتریان در مورد موضوعات مختلف از قبیل فرایند ارائه خدمات، عملکرد پرسنل، نحوه برخورد، سرعت انجام کار و ... جمع‌آوری و مورد بررسی قرار می‌گیرد و در نهایت بر اساس این نظرات، اصلاحات و بهبودهای مورد نیاز در رویه‌های داخلی انجام می‌شود.

کانال‌های ارتباطی مشتریان با بانک سامان

یکی از مهم‌ترین کانال‌های ارتباطی مشتریان با بانک کیوسک‌های نظرسنجی مستقر در شعب می‌باشد که به جهت سنجش رضایت مشتریان در محل و در زمان ارائه خدمات، سرعت، دقت و راحتی مشتری در فرآیند نظرسنجی از اهمیت بسیار بالایی برخوردارند. باتوجه به اهمیت بالای کسب نظرات مشتریان از این طریق و لزوم تقویت فرهنگ نظرسنجی و مشتری‌مداری در بانک سامان، به مکانیزم‌های انگیزشی برای جذب مشتریان نیز اندیشیده شده است. بدین منظور و برای تشویق مشتریان به ارائه نظرات از طریق کیوسک‌های نظرسنجی جوایزی برای شرکت‌کنندگان در نظر گرفته شده که به صورت قرعه‌کشی آنلاین و پس از ثبت نظر و تکمیل فرایند از طریق نمایش بر صفحه دستگاه به مشتریان برنده اعلام می‌گردد. مشتری منتخب با ارائه کد مربوطه به ریاست شعبه، جایزه خود را دریافت خواهد نمود. بر این اساس اسامی برندگان به شرح جدول زیر می‌باشد:

ردیف	کد شعبه	نام شعبه	نام دریافت کننده	تاریخ برنده شدن
۱	۹۵۴۱	یزد	علی محمد یآوری	۱۳۹۳/۰۸/۰۵
۲	۹۶۴۲	شریعتی اردبیل	ناصر هاشمی	۱۳۹۳/۰۸/۰۵
۳	۸۴۲	دلاوران	ایمان جعفری	۱۳۹۳/۰۸/۰۶
۴	۸۶۵	خیابان جمهوری اسلامی - ابوریحان	علی موری	۱۳۹۳/۰۸/۰۶
۵	۹۶۲۱	ارومیه	علی سیزی پرور	۱۳۹۳/۰۸/۰۶
۶	۸۷۱	آجودانیه	نظر محمد جولی	۱۳۹۳/۰۸/۰۶
۷	۹۴۲۲	تنکابن	اسماء قنبری	۱۳۹۳/۰۸/۰۶
۸	۹۲۵۱	یاسوج	علی جان پیمان	۱۳۹۳/۰۸/۰۶
۹	۹۵۲۱	زاینده رود	فاطمه مالکی	۱۳۹۳/۰۸/۰۶
۱۰	۹۳۰۲	مدرس مشهد	عادل اشکنانی	۱۳۹۳/۰۸/۰۶
۱۱	۸۳۸	الهیة	ایرج مقصودی	۱۳۹۳/۰۸/۰۶
۱۲	۸۰۱	آفریقا	علی کرمی زرنندی	۱۳۹۳/۰۸/۰۶
۱۳	۹۸۰۱	کیش	احسان راستی	۱۳۹۳/۰۸/۰۶
۱۴	۸۲۲	پیروزی	فرهاد دهباشی	۱۳۹۳/۰۸/۰۶
۱۵	۸۱۱	سعادت آباد	حسین صفری	۱۳۹۳/۰۸/۰۶
۱۶	۹۴۴۱	گرگان	هادی کلاکی	۱۳۹۳/۰۸/۰۷
۱۷	۹۶۰۳	۱۷ شهریور تبریز	حسین جعفری زغن آباد	۱۳۹۳/۰۸/۱۰
۱۸	۹۱۲۱	بندر عباس	علی اکبر رنجبر	۱۳۹۳/۰۸/۱۰
۱۹	۸۲۸	قیطریه	علیرضا بخشی	۱۳۹۳/۰۸/۱۰
۲۰	۹۵۲۳	خیابان حافظ اصفهان	قاسم شمسیکی	۱۳۹۳/۰۸/۱۰
۲۱	۹۶۸۱	زنجان	اسد... حسین پناهی	۱۳۹۳/۰۸/۱۱
۲۲	۸۳۵	خیابان ولیعصر - پارک ساعی	منصور شریفی	۱۳۹۳/۰۸/۱۴

۱۳۹۳/۰۸/۱۴	مرتضی رضایی بزم کوهی	قزوین	۹۲۰۱	۲۳
۱۳۹۳/۰۸/۱۴	ساناز خلیلی	نیاوران	۸۷۴	۲۴
۱۳۹۳/۰۸/۱۴	ابوالمحسن شریف محمدی	پاسداران	۸۰۵	۲۵
۱۳۹۳/۰۸/۱۴	حمیدرضا مباشری	باغ فردوس	۸۰۴	۲۶
۱۳۹۳/۰۸/۱۴	علیرضا طرقدار	خیابان دکتر بهشتی	۸۳۲	۲۷
۱۳۹۳/۰۸/۱۴	مهدی قدیری	خیابان دولت	۸۱۳	۲۸
۱۳۹۳/۰۸/۱۴	حسین نیک روش	فلکه جهاد	۹۰۰۲	۲۹
۱۳۹۳/۰۸/۱۴	محمد پاکدل	ایلام	۹۲۶۱	۳۰
۱۳۹۳/۰۸/۱۴	آرش صبوحنیان	اصفهان	۸۰۳	۳۱
۱۳۹۳/۰۸/۱۴	فرامرز بختیاری	شهر قدس	۸۷۸	۳۲
۱۳۹۳/۰۸/۱۴	ایمان لک	خیابان ولیعصر - زرتشت	۸۶۲	۳۳
۱۳۹۳/۰۸/۱۵	شهناز عبدلی	فلکه اول تهرانپارس	۸۳۶	۳۴
۱۳۹۳/۰۸/۱۵	مهدی کمائی	آصف	۸۵۸	۳۵
۱۳۹۳/۰۸/۱۵	فریبرز فاطمی	رسالت - مجیدیه	۸۷۹	۳۶
۱۳۹۳/۰۸/۱۵	مهرداد میرحسینی	خیابان آذربایجان	۸۲۴	۳۷
۱۳۹۳/۰۸/۱۵	شهاب میرزایی مقدم	خرم آباد	۹۲۸۱	۳۸
۱۳۹۳/۰۸/۱۵	شهرام حقیر	مشهد	۹۳۰۱	۳۹
۱۳۹۳/۰۸/۱۵	آرزو کریمیان	شهرکرد	۹۵۷۱	۴۰
۱۳۹۳/۰۸/۱۵	علی مهرپور	جهانشهر کرج	۹۰۱	۴۱
۱۳۹۳/۰۸/۱۷	مرضیه جعفرپور	پونک	۸۷۰	۴۲
۱۳۹۳/۰۸/۱۷	حمیدرضا قلی نژاد	ولنجک	۸۲۳	۴۳
۱۳۹۳/۰۸/۱۷	صالح سلطانی حویزه	اهواز	۹۷۰۱	۴۴
۱۳۹۳/۰۸/۱۷	محمد پورحسینی	شهران	۸۴۴	۴۵
۱۳۹۳/۰۸/۱۷	نرگس فریخویی	بلوار فردوس	۸۴۵	۴۶
۱۳۹۳/۰۸/۱۸	پرهام محمدزاده	جنت آباد	۸۱۲	۴۷
۱۳۹۳/۰۸/۱۹	اصغر میرسعیدی	سجاد مشهد	۹۳۰۳	۴۸
۱۳۹۳/۰۸/۲۰	محمد رضا قیومی پور	استادشهر یار تبریز	۹۶۰۴	۴۹
۱۳۹۳/۰۸/۲۱	محمد رضا عزیزی	سعدی شمالی زنجان	۹۶۸۲	۵۰
۱۳۹۳/۰۸/۲۱	حمیدرضا الهیاری	اردبیل	۹۶۴۱	۵۱
۱۳۹۳/۰۸/۲۴	محمد تقی پور	بلوار ۲۴ متری سعادت آباد	۸۷۵	۵۲
۱۳۹۳/۰۸/۲۴	شاهرخ عظیم زادگان	شهرک راه آهن	۸۴۰	۵۳
۱۳۹۳/۰۸/۲۴	مهدی رستمی	منیریه	۸۳۹	۵۴
۱۳۹۳/۰۸/۲۴	سیدشاهو غفاری	سنندج	۹۲۷۱	۵۵
۱۳۹۳/۰۸/۲۴	حسین انصاری	گیشا	۸۸۴	۵۶
۱۳۹۳/۰۸/۲۴	اسفندیار رئیسی	قصرالدشت	۹۱۰۳	۵۷
۱۳۹۳/۰۸/۲۶	مهدی حاجی نوروها تهرانی	سی تیر	۸۴۹	۵۸
۱۳۹۳/۰۸/۲۶	مصطفی آسیمه	بابل	۹۴۲۱	۵۹
۱۳۹۳/۰۸/۲۷	ابراهیم غفوری	بزرگراه فتح	۸۷۷	۶۰
۱۳۹۳/۰۸/۲۷	سید سعید سیدی	نیشابور	۹۳۱۶	۶۱
۱۳۹۳/۰۸/۲۷	حسین عابدی	شهرک اکباتان	۸۲۵	۶۲
۱۳۹۳/۰۸/۲۷	فاطمه کاشفی	گنبد کاووس	۹۴۴۲	۶۳
۱۳۹۳/۰۸/۲۷	ذوالفقار اقدسی	بازار تبریز	۹۶۰۵	۶۴
۱۳۹۳/۰۸/۲۷	جعفر زالی	بوشهر	۹۱۴۱	۶۵
۱۳۹۳/۰۸/۲۷	جواد کاشانی فر	بیرجند	۹۳۴۱	۶۶
۱۳۹۳/۰۸/۲۷	ریبا سالران	خیابان سرداران ارومیه	۹۶۲۲	۶۷
۱۳۹۳/۰۸/۲۷	عفت محمودی	زاهدان	۹۱۳۱	۶۸
۱۳۹۳/۰۸/۲۷	ابراهیم صابری	تهرانسر	۸۵۶	۶۹
۱۳۹۳/۰۸/۲۷	مریم قلی پور	ملاصدرا	۸۲۹	۷۰
۱۳۹۳/۰۸/۲۸	مسلم بهرمائی	شهریار	۹۰۴	۷۱
۱۳۹۳/۰۸/۲۹	رمضانعلی راضی	میدان توحید کرج	۹۰۲	۷۲
۱۳۹۳/۰۸/۲۹	حسین جعفری	مولوی	۸۵۴	۷۳
۱۳۹۳/۰۸/۲۹	محمد اسلامی	ستارخان	۸۶۹	۷۴

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه	کد شعبه	آدرس	تلفن	نماینر	نام مسئول شعبه باجه
۱	آفریقا	۸۰۱	تهران، بزرگراه آفریقا، نرسیده به چهارراه جهان کودک، پلاک ۳۱	۸۸۷۴۴۵۷-۶۱	۸۸۷۳۷۷۳	آقای ساعی نیا
۲	مرکزی	۸۰۲	تهران، خ انقلاب، بین چهارراه کالج و چهارراه ولیعصر، شماره ۸۰۳	۶۶۹۵۹۰۵۰	۶۶۹۶۴۹۹۸	آقای تفرشی
۳	باغ فردوس	۸۰۴	تهران، خ ولیعصر، رو به روی باغ فردوس، بالاتر از سه راه زعفرانیه، پلاک ۱۶۳۸	۲۲۷۴۰۷۷۵	۲۲۷۴۰۷۱۵	آقای باقی
۴	پاسداران	۸۰۵	تهران، خ پاسداران، مقابل بوستان ششم، جنب برج سفید، شماره ۲۳۸	۲۲۵۹۵۶۵۷-۸	۲۲۵۹۷۵۴۰	آقای رضا زاده
۵	بازار	۸۰۶	تهران، بازار، خ ۱۵ خرداد غربی، بین چهار راه گلوندک و ابوسعید، شماره ۶۸۱	۵۵۵۷۵۳۸-۹	۵۵۵۷۶۴۹۵	آقای اختیاری
۶	صادقیه	۸۰۷	تهران، ضلع جنوب شرقی فلکه اول صادقیه، پلاک ۹۱۸	۴۴۲۵۴۵۱۸-۲۱	۴۴۲۵۴۵۱۷	آقای رضانی
۷	سه راه اقدسیه	۸۰۸	تهران، خ پاسداران، نبش نارنجستان یازدهم، پلاک ۶۷	۲۲۸۲۱۹۱۸-۲۰	۲۲۸۲۲۲۳	آقای سیفی
۸	میرداماد	۸۰۹	تهران، خ میرداماد، نرسیده به میدان مادر، جنب آزمایشگاه پیشگام شماره ۱۴۸	۲۲۹۲۴۴۵۱-۳	۲۲۹۲۴۴۳	خانم طرفی نژاد
۹	دکتر فاطمی	۸۱۰	تهران، خ دکتر فاطمی، روبروی خ کاج، نبش کوچه ششم	۸۸۹۸۲۱۸۱-۸۵	۸۸۹۸۲۱۹۴	آقای ملامحمدی
۱۰	سعادت آباد	۸۱۱	تهران، خ سعادت آباد، میدان کاج، ضلع شمال غربی میدان، جنب مسجد الرسول	۲۲۰۸۶۱۹۶-۹۹	۲۲۰۸۷۷۰۸	آقای یوسفی پور
۱۱	جنت آباد	۸۱۲	تهران، خ جنت آباد، نبش لاله شرقی، مجتمع سمرقند	۴۴۴۹۵۲۰۱-۹	۴۴۴۹۵۲۲۸	آقای رضانیان
۱۲	دولت	۸۱۳	تهران، خ دولت-نرسیده به ۴راه پاسداران- جنب ایران خودرو- پ ۱۸	۲۲۷۶۴۲۸۲-۷	۲۲۷۶۰۳۳۸	آقای میرزایی
۱۳	میدان ونک	۸۱۴	تهران، خ ولیعصر، بالاتر از میدان ونک نبش خیابان شریفی، پلاک ۱۳۲۵	۸۸۲۰۵۴۵۵-۵۹	۸۸۲۰۵۴۴۸	آقای نیری
۱۴	ایران زمین	۸۱۵	تهران، شهرک غرب، خ ایران زمین، پاساژ ایران زمین پلاک ۱۳ و ۱۴	۸۸۵۷۷۶۰۵-۱۰	۸۸۵۷۱۲۱۵	خانم میزان
۱۵	اریکه ایرانیان	۸۱۶	تهران، بلوار فرحزادی، نبش ارغوان غربی، مجتمع تجاری اریکه ایرانیان	۲۲۳۵۹۲۷۵-۷۸	۲۲۳۵۳۵۱۶	خانم قندیان
۱۶	یافت آباد	۸۱۷	تهران، تقاطع جاده ساوه و یافت آباد، مجموعه بازار میل، پلاک ۲۰/۵	۶۶۲۱۱۰۱۴-۱۷	۶۶۲۳۷۱۱۰	آقای میرزاخانی
۱۷	شهرری	۸۱۸	تهران، شهر ری، خ ذکریای رازی- پلاک ۲۵۷	۵۵۹۷۰۷۴۲-۳	۵۵۹۷۰۷۳۰	آقای دانش بقا
۱۸	پل رومی	۸۱۹	تهران، خ شریعتی، بعد از پل رومی، نبش کوی سلمان، پلاک ۱۷۶۹	۲۲۲۱۳۱۹۴ و ۹۶	۲۲۲۱۳۱۹۵	آقای سخایی
۱۹	آفریقای شمالی	۸۲۰	تهران، بلوار آفریقای شمالی، تقاطع دستگردی، پلاک ۱۷۲	۸۸۸۸۸۳۱۱ و ۳۱	۸۸۷۷۳۱۵۱	خانم بابائی
۲۰	جام جم	۸۲۱	تهران، خ ولیعصر، نرسیده به چهار راه پارک وی، نبش کوچه ترکش دوز، پلاک ۳	۲۶۲۱۰۹۱۲-۱۴	۲۶۲۱۰۹۱۷	آقای سماک
۲۱	پیروزی	۸۲۲	تهران، خ پیروزی، نبش خ عادل، پلاک ۵۱۷ و ۵۱۹	۳۳۳۲۳۱۴۰-۴۱	۳۳۳۲۳۱۴۳	آقای حمیدیا
۲۲	ولنجک	۸۲۳	تهران، خ ولنجک، خ چهاردهم، پلاک ۳	۲۲۴۲۱۲۲۷-۳۱	۲۲۱۷۲۵۹۰	آقای قاسمی
۲۳	آذربایجان	۸۲۴	تهران، خ آذربایجان، نبش آزادی، روبروی یهودی، پلاک ۱۰۷۶	۶۶۰۶۷۸۸۲-۶	۶۶۰۶۷۸۸۰	آقای امینی
۲۴	شهرک اکباتان	۸۲۵	تهران، شهرک اکباتان، انتهای فاز ۲، بلوار گلها، مجتمع تجاری گلها، پلاک ۱	۴۴۶۳۶۳۰۹-۱۸	۴۴۶۵۶۸۹۶	آقای امین کاهه
۲۵	میدان آرژانتین	۸۲۶	تهران، خ بیهقی، ضلع غربی محوطه فروشگاه شماره یک شهروند پلاک ۲۱۰	۸۸۵۱۷۴۱۸-۱۹	۸۸۵۱۷۳۸۱	آقای سلمانی
۲۶	ملت/اکباتان	۸۲۷	تهران، خ سعدی جنوبی، خ اکباتان، پلاک ۹۳	۳۳۹۹۸۰۰۴-۷	۳۳۹۹۸۰۰۹	آقای حاجی پور
۲۷	قیطربه	۸۲۸	تهران، بلوار ۳۵ متری قیطربه، روبروی درب شمالی پارک قیطربه، پلاک ۱۶۱	۲۲۲۳۴۰۹۷	۲۲۲۳۴۲۵۸	آقای عباس محمدی
۲۸	ملاصدرا	۸۲۹	تهران، خ ملاصدرا، بعد از چهار راه شیراز، پ ۱۳۲	۸۸۶۲۷۴۴۸-۸۸۶۲۷۵۱۷	۸۸۶۲۶۷۳۱	آقای مصطفی محمدی
۲۹	اسدآبادی	۸۳۰	تهران، خ سیدجمال الدین اسدآبادی، نبش خ ۵، پلاک ۳۸۳	۸۸۰۵۵۴۶۱-۴	۸۸۶۱۰۲۹۵	خانم آیت النبی
۳۰	میدان قزوین	۸۳۱	تهران، خ کارگر جنوبی، ضلع شمال شرقی میدان قزوین، پلاک ۱۸	۵۵۴۸۱۱۷۲-۴	۵۵۴۸۱۱۷۹	آقای پاکزاد
۳۱	دکتر بهشتی	۸۳۲	تهران، خ شهید دکتر بهشتی، بعد از چهار راه سهروردی، پلاک ۱۳۶	۸۸۵۱۳۶۰۳-۸	۸۸۷۴۶۶۹۹	خانم مستقیم
۳۲	کارگر شمالی	۸۳۳	تهران، خ کارگر شمالی، بالاتر از خ دکتر فاطمی، پلاک ۲۴۳	۸۸۹۹۱۳۴۵-۸	۸۸۹۹۱۳۵۰	آقای جمشیدیان
۳۳	فلکه سوم تهرانپارس	۸۳۴	تهران، خ تهران پارس، بالاتر از فلکه سوم، نبش خ ۱۴ شرقی، پلاک ۴۴۳	۷۷۳۷۰۳۶۸-۷۷۳۷۰۱۸۶	۷۷۳۷۰۴۴۱	خانم کسرای پور
۳۴	پارک ساعی	۸۳۵	تهران، خ ولیعصر، بالاتر از خ شهید دکتر بهشتی، نبش کوچه کوزه گر، پلاک ۲۱۳۳	۸۸۷۰۹۴۸۱-۲	۸۸۵۵۶۹۶۶	آقای اعتمادیه
۳۵	فلکه اول تهرانپارس	۸۳۶	تهران، خ تهرانپارس، فلکه اول تهرانپارس، نبش خ ۴۸ غربی، پلاک ۳۲	۷۷۷۲۳۲۵۰-۵۴	۷۷۷۲۳۲۵۵	—
۳۶	بازار کفاش ها	۸۳۷	تهران، بازار بزرگ، انتهای بازار کفاش ها، مقابل سرای مشکوه، ساختمان ضیای	۵۵۱۵۱۸۰۵	۵۵۶۱۶۰۷۳	آقای سروری
۳۷	الهیه	۸۳۸	تهران، الهیه، خ مریم شرقی، نبش خ شریفی مش، پلاک ۶۰	۲۶۲۰۳۴۷۰-۱	۲۲۰۲۷۹۳۰	خانم ترابی
۳۸	منیریه	۸۳۹	تهران، خ ولیعصر، میدان منیریه، خ معیری، نبش بن بست ناظمی، پلاک ۵۳	۶۶۴۹۱۰۷۵ و ۸۸	۶۶۴۹۱۰۷۳	آقای رسولی
۳۹	شهرک راه آهن	۸۴۰	تهران، شهرک راه آهن، میدان امیر کبیر، خ امیر کبیر، پلاک ۵۳	۴۴۷۳۸۹۶۹ و ۵۹	۴۴۷۳۷۸۸۸	آقای کریمی
۴۰	میدان نبوت	۸۴۱	تهران، ضلع جنوبی میدان نبوت، پلاک ۵۶۰	۷۷۹۴۰۴۲۸-۹	۷۷۹۴۰۴۱۸	آقای سلیمان بیات
۴۱	دلاوران	۸۴۲	بلوار دلاوران، بعد از چهارراه آزادگان- پلاک ۳۴۰	۷۷۲۱۱۶۵۱-۷۷۲۱۱۹۳۴	۷۷۲۱۳۷۷۷	آقای نودست
۴۲	شهران	۸۴۴	تهران، شهران، نبش فلکه دوم، ابتدای خ ۱۲ متری، پلاک ۱۲	۴۴۳۱۲۹۵۵	۴۴۳۰۳۶۹۱	آقای اسلامی
۴۳	بلوار فردوس	۸۴۵	تهران، بلوار فردوس، بزرگراه شهید ستاری، ابتدای بلوار فردوس شرقی، پلاک ۴۴۸	۴۴۰۰۰۳۸۵-۶	۴۴۰۰۰۶۸۲۶	آقای پرند

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه	کد شعبه	آدرس	تلفن	نمابر	نام مسوول شعبه باجه
۴۴	فرودگاه امام خمینی	۸۴۶	تهران، کیلومتر ۳۰ اتوبان تهران - قم، فرودگاه بین المللی امام خمینی، سالن ورودی، طبقه همکف	۰۱۱-۵۵۶۷۸۴۰۸	۵۵۶۷۸۴۱۰	آقای حسینی
۴۵	میدان تجریش	۸۴۷	تهران، میدان تجریش، خ شهرداری - جنب سینما آستارا - پلاک ۸۱	۰۲۲۷۳۲۳۵۲-۲۲۷۳۲۱۳۹	۲۲۷۳۲۴۴۸	آقای دادخواه
۴۶	نازی آباد	۸۴۸	تهران، نازی آباد، خ مدانی، بعد از ایستگاه برق، پلاک ۱۱۸ و ۱۱۶	۰۷-۵۵۳۳۱۰۰۶	۵۵۳۵۶۰۵۱	آقای میرحسینی
۴۷	سی تیر	۸۴۹	تهران، خ سی تیر، جنب بانک ملی شعبه سی تیر، نبش کوچه بهزاد، پلاک ۸۳	۰۱۸-۶۶۷۵۰۴۱۲	۶۶۷۵۰۲۳۶	آقای عطائی فر
۴۸	باجه هواپیمائی ماهان	۸۵۱	تهران، اول اتوبان کرج، خ آزادگان، برج هواپیمائی ماهان	۰۹۴-۴۸۳۸۱۴۹۲	۴۸۳۸۱۴۹۵	---
۴۹	مهرآباد ترمینال ۲	۸۵۲	تهران، فرودگاه مهرآباد، پروازهای داخلی، ترمینال ۲	۰۹۰-۴۴۶۹۰۰۹۰	۴۴۶۶۲۵۲	آقای حسینی
۵۰	امین حضور	۸۵۳	تهران، میدان پارسان، خیابان مصطفی خمینی، خیابان امیرکبیر شرقی نبش کوچه علیرضا جاویدی، پلاک ۱۲۰	۰۳۳۱۳۱۶۲۷	۳۳۱۳۸۳۱۴	آقای فکوری
۵۱	مولوی	۸۵۴	تهران، میدان محمدیه، خ مولوی شرقی، ایستگاه سعادت، نبش کوچه اکبری، پلاک ۵۱۸	۰۹-۵۵۱۵۶۱۰۹	۵۵۱۵۴۷۲۹	آقای امیری
۵۲	لواسانی	۸۵۵	تهران، خ کامرانیه، شهید لواسانی غربی، نبش دو راهی آریا، پلاک ۲	۰۵-۲۲۸۱۶۶۹۱	۲۲۸۱۶۶۸۹	آقای پوریامیری
۵۳	تهرانسر	۸۵۶	تهران، بلوار اصلی تهرانسر، نبش خ چهاردهم، پلاک ۶۴	۰۶-۴۴۵۱۷۵۵۶	۴۴۵۱۷۶۶۲	آقای صفری
۵۴	هاپیر استار	۸۵۷	تهران، بزرگراه شهیدستاری، بلوار فردوس غربی، بزرگراه شهیدباکری، مرکز خرید هاپیر استار	۰۸۷-۴۴۱۶۷۱۸۲	۴۴۱۶۷۱۹۹	آقای صالحی کیا
۵۵	آصف	۸۵۸	تهران، زعفرانیه، خ آصف، خ بهزادی، پلاک ۳	۰۲۲۴۳۱۹۷۶	۲۲۴۳۲۶۲۹	خانم قدمی
۵۶	میدان حسین آباد	۸۵۹	تهران، چهارراه پاسداران، میدان حسین آباد، ساختمان مهدی، پلاک ۱۲۰	۰۹-۲۲۹۵۹۹۵۹	۲۲۹۵۹۹۰۹	آقای ملک شاهی
۵۷	اختیاریه	۸۶۰	تهران، خ شهید کلاهدوز (دولت)، خ اختیاریه جنوبی، نبش کوچه خداجو، پلاک ۲۶	۰۷۶-۲۲۵۷۵۰۷۶	۲۲۷۷۶۵۷۱	آقای صدقیانی
۵۸	مقدس اردبیلی	۸۶۱	خیابان زعفرانیه - خیابان مقدس اردبیلی - نبش شرقی خیابان فرخ - پلاک ۱	۰۳-۲۶۸۰۲۴۵۳	۲۶۸۰۱۴۶۱	خانم حکیمی
۵۹	ولیعصر - زرتشت	۸۶۲	تهران، بالاتر از میدان ولیعصر، نرسیده به کوچه ناصر، پلاک ۱۷۷۷	۰۸۸۹۰۶۱۷۸	۸۸۸۰۷۵۹۲	آقای اطهری
۶۰	دزاشیب - سه راه عمار	۸۶۳	تهران، میدان قدس، خیابان شهید کبیری (دزاشیب)، سه راه عمار، پلاک ۱۵۸	۰۱۸-۲۲۷۵۳۹۱۴	۲۲۷۵۳۹۱۳	آقای علیخانی
۶۱	بورس کالا	۸۶۴	تهران، خ طالقانی، نبش خیابان بندر انزلی، ساختمان بورس کالا، طبقه همکف	۰۵۲-۸۸۹۴۱۷۵۲	۸۸۹۴۵۱۹۲	آقای آهنگری
۶۲	جمهوری - ابوریحان	۸۶۵	تهران، خ جمهوری، پس از تقاطع فلسطین، جنب اورژانس تهران، پ ۱۰۴۰	۰۷۴-۶۶۴۷۷۶۷۴	۶۶۴۷۷۶۵۵	آقای نصیری
۶۳	سرو	۸۶۶	سعادت آباد - سرو غربی - میدان سرو - ضلع جنوب شرقی میدان - پلاک ۷	۰۴-۲۲۱۴۶۰۸۳	۲۲۱۴۵۸۳۲	خانم رضایی
۶۴	دهکده المپیک	۸۶۷	تهران، بلوار دهکده المپیک، خ شهید یعقوبی، پلاک ۲	۰۷-۴۴۷۰۱۴۶۷	۴۴۷۱۱۷۸۲	آقای اصلان زاده
۶۵	قلهک	۸۶۸	خیابان شریعتی - قلهک - نبش کوچه خلیل پور - پلاک ۱۴۹۸	۰۸-۲۶۶۰۱۵۰۵	۲۶۶۰۱۵۰۹	آقای علی اصغر بیات
۶۶	ستارخان	۸۶۹	میدان توحید - ابتدای خیابان ستارخان - نبش کوچه ستایش - پلاک ۲	۰۷۵-۶۶۵۶۲۶۱۵	۶۶۵۷۲۸۶۵	آقای اسلامی
۶۷	پونک	۸۷۰	خیابان اشرفی اصفهانی - بالاتر از میدان پونک - نبش کوچه نوزدهم - پلاک ۱	۰۱۰-۴۴۴۶۲۵۱۰	۴۴۴۶۲۸۱۵	آقای رشیدی
۶۸	آجودانیه	۸۷۱	خیابان اقدسیه - بعد از خیابان سپند - نبش کوچه نسیم - پلاک ۶۳	۰۹۶-۲۲۸۲۳۲۴۹	۲۲۸۲۳۲۴۵	خانم قاسمی
۶۹	شمس آباد - میدان ملت	۸۷۲	خیابان استاد حسن بنا، بالاتر از میدان ملت - نبش شهید عبیدی، پلاک ۱	۰۶۹ و ۲۲۳۱۷۹۶۸	۲۲۵۳۰۱۴۶	آقای صفری
۷۰	کریم خان زند	۸۷۳	تهران، خ کریم خان زند، نرسیده به میدان هفت تیر، ضلع جنوبی، پلاک ۴۲	۰۴۲-۸۸۸۴۵۹۴۲	۸۸۸۴۶۱۹۰	آقای حیدر هانی
۷۱	نیاوران	۸۷۴	خیابان دکتر باهنر (نیاوران)، رویوی پارک باهنر، پلاک ۱۴۸	۰۱-۲۶۱۱۷۲۰۱ - ۲۶۱۱۷۱۹۲	۲۶۱۱۷۱۹۵	خانم خسروی
۷۲	بلوار ۴۲ متری سعادت آباد	۸۷۵	سعادت آباد، میدان فرهنگ، بلوار ۲۴ متری، نبش کوچه چهارم غربی	۰۷-۲۲۳۷۸۸۵۶	۲۲۳۵۷۶۰۵	خانم حاجی بابایی
۷۳	آقا بزرگی - الهیه	۸۷۶	تهران، الهیه، خ شهید آقا بزرگی، نبش استانبول، پلاک ۳۰	۰۵۲-۲۲۶۹۶۴۵۱	۲۲۶۹۶۴۵۳	خانم رحیمی
۷۴	بزرگراه فتح	۸۷۷	بزرگراه فتح، جاده قدیم کرج، بعد از شیر باستوریز، مجتمع تجاری تهران، پلاک ۲۳۸	۰۹۷ و ۶۶۸۱۵۹۶۵	۶۶۸۱۶۰۰۸	آقای احسنی
۷۵	شهر قدس	۸۷۸	شهر قدس (قلعه حسن خان) بلوار ۴۵ متری انقلاب، جنب بانک ملت، پلاک ۱۱۲	۰۳۰-۴۶۸۳۲۲۳۰	۴۶۸۳۲۴۱	آقای اسدیان
۷۶	رسالت - مجیدیه	۸۷۹	بزرگراه رسالت - نبش جنوب شرقی رسالت و تقاطع مجیدیه - پلاک ۴۱۷	۰۹۵ و ۲۲۳۱۷۱۹۴	۲۶۳۱۹۹۲۷	آقای عظیمی
۷۷	بلوار مرزداران	۸۸۱	شهرک ژاندارمری، بلوار مرزداران، پلاک ۱۳۶	۰۴۰-۴۴۲۱۱۰۴۰	۴۴۲۱۱۸۴۱	آقای جلالی
۷۸	بلوار کشاورز	۸۸۲	بلوار کشاورز - رویوی وزارت کشاورزی، پلاک ۱۷۸	۰۶-۸۸۹۸۳۱۵۴	۸۸۹۸۳۱۵۷	آقای جلیل زاده
۷۹	بلوار دریا	۸۸۳	سعادت آباد، بلوار دریا، پلاک ۵۰	۰۱۸ و ۸۸۳۳۳۸۱۷۱	۸۸۳۶۶۷۶۹	خانم سعیدی
۸۰	گیشا	۸۸۴	کوی نصر (گیشا)، نبش خیابان نوزدهم، پلاک ۲۶۲	۰۶۲ و ۸۸۲۴۷۲۶۲	۸۸۴۸۵۷۸۴	آقای احمدی
۸۱	جهان شهر کرج	۹۰۱	کرج، میدان سپاه، اول خ جهان شهر، نبش نیلوفر، پلاک ۱	۰۶۰-۰۲۶۳-۴۴۷۹۹۶۰	۰۲۶-۳۴۴۸۱۴۴۵	آقای ملکی
۸۲	میدان توحید کرج	۹۰۲	کرج، خ شاه عباسی، بین میدان توحید و میدان قدس، برج سامان	۰۹-۰۲۶۳-۲۲۰۶۴۷۲	۰۲۶-۳۲۲۵۴۸۶۲	آقای سامانی پور
۸۳	بورس کرج	۹۰۳	کرج، میدان هفت تیر، ابتدای بلوار شهدای دانش آموز، تالار بورس	۰۹۶ و ۰۲۶۳-۲۷۷۰۱۹۶	۰۲۶-۳۳۷۷۰۱۹۶	خانم سرمدی
۸۴	مهرشهر کرج	۹۰۵	مهرشهر، بلوار شهرداری، فاز ۲، نبش خیابان ۲۰۸، پلاک ۵۴۳	۰۵-۰۲۶۳-۳۴۱۵۷۳۳	۰۲۶-۳۳۴۱۷۹۰۵	آقای رضایی
۸۵	شهریار	۹۰۴	شهریار، خ ولیعصر، ضلع شرقی میدان امام، پلاک ۱۳۰	۰۳۱ و ۰۲۱-۶۵۳۶۹۰۲۱	۰۲۱-۶۵۳۶۹۸۶۲	آقای ایرج کاوندی
۸۶	تبریز	۹۶۰۱	تبریز، خ امام خمینی، بالاتر از میدان شهید بهشتی، جنب کوی فرهنگ، پلاک ۵۲۱	۰۲۰-۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۰	۰۴۱-۳۳۳۶۱۶۰	آقای فرامرز زاده

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه	کد شعبه	آدرس	تلفن	نمابر	نام مسوول شعبه باجه
۸۷	ولیعصر تبریز	۹۶۰۲	تبریز، خیابان ولیعصر، حد فاصل فلکه بازار و ایردک، پلاک ۲۷	۰۴۱-۳۳۳۲۷۰۸۵	۰۴۱-۳۳۳۱۹۸۶۴	خانم هریسچی
۸۸	۱۷ شهر یور تبریز	۹۶۰۳	تبریز، ابتدای خیابان ۱۷ شهر یور جدید، جنب ساختمان آبان، پلاک ۱۴	۰۴۱-۳۵۵۷۳۶۷۱-۲	۰۴۱-۳۵۵۷۳۶۷۳	آقای رضایی
۸۹	استاد شهریار	۹۶۰۴	تبریز، ابتدای جاده اتل گلی، بالاتر از هتل شهریار، نبش کوی الهی پرست، پلاک ۳	۰۴۱-۳۳۲۹۳۶۶۳-۴	۰۴۱-۳۳۲۹۳۶۶۰	آقای محمودی
۹۰	بازار تبریز	۹۶۰۵	تبریز، بلوار جمهوری اسلامی، ابتدای خ دارایی، پلاک ۱۹۲۷۳۲	۰۴۱-۳۵۲۴۴۰۴۹	۰۴۱-۳۵۲۴۲۶۲۳	آقای میرزایی
۹۱	ارومیه	۹۶۲۱	ارومیه، خ کاشانی، روبروی مرکز بهداشت، پلاک ۱۵۶	۰۴۴-۳۲۲۴۳۶۶۸-۹	۰۴۴-۳۲۲۴۰۳۹۲	خانم امامی
۹۲	سرداران ارومیه	۹۶۲۲	ارومیه، خ سرداران، جنب مسجد قدس، پلاک ۱۶۹	۰۴۴-۳۲۲۵۰۵۲۲-۲۴	۰۴۴-۳۲۲۲۷۸۴۶	آقای نامی فر
۹۳	اردبیل	۹۶۴۱	اردبیل، خ شیخ صفی، پلاک ۱۶۰	۰۴۵-۳۳۲۵۲۶۰۱-۸	۰۴۵-۳۳۲۵۳۵۰۱	آقای ستاری
۹۴	شریعتی اردبیل	۹۶۴۲	اردبیل، خیابان امام خمینی (ره) - مابین ایستگاه سرعین و میدان شریعتی - پلاک ۵۵۵	۰۴۵-۳۳۲۵۴۱۰۰۰	۰۴۵-۳۳۲۵۴۰۹۹	آقای هوشیاری
۹۵	اصفهان	۸۰۳	اصفهان، خ فردوسی، نبش منوچهری، ساختمان امیر، پلاک ۱۳	۰۳۱-۳۲۲۳۰۴۲۴-۷	۰۳۱-۳۲۲۳۰۴۲۸	آقای رحمانی
۹۶	زاینده رود اصفهان	۹۵۲۱	اصفهان، خ توحید، پلاک ۵	۰۳۱-۳۶۲۸۲۵۷۲-۸	۰۳۱-۳۶۲۶۹۴۰۹	آقای سیف الدینی
۹۷	چهار باغ بالا	۹۵۲۲	اصفهان، میدان آزادی، خ چهار باغ بالا، نبش کوچه بهار آزادی	۰۳۱-۳۶۲۹۱۳۲۵-۶	۰۳۱-۳۶۲۹۱۳۲۹	آقای غیور
۹۸	حافظ اصفهان	۹۵۲۳	اصفهان، میدان نقش جهان، ابتدای خیابان حافظ	۰۳۱-۳۲۲۰۹۴۷۶-۹	۰۳۱-۳۲۲۳۷۴۲۶	آقای سیزده زار
۹۹	خانه اصفهان	۹۵۲۴	اصفهان، خانه اصفهان، ابتدای خیابان گلستانه، پلاک ۶۰	۰۳۱-۳۴۴۱۲۲۷۱	۰۳۱-۳۴۴۱۳۶۸۸	آقای کیلانی فر
۱۰۰	ایلام	۹۲۶۱	ایلام، خ طالقانی، روبه روی فرمانداری ایلام، پلاک ۳۵۱	۰۸۴۱-۳۳۶۸۹۷۶۱۰۹	۰۸۴۱-۳۳۳۳۱۵۲	آقای کریمی
۱۰۱	خرم آباد	۹۲۸۱	خرم آباد، بلوار علوی، نرسیده به میدان امام، پلاک ۴۲۲	۰۶۶-۳۳۳۳۵۵۹۰	۰۶۶-۳۳۳۳۵۵۹۱	آقای راهنمایی
۱۰۲	بوشهر	۹۱۴۱	بوشهر، میدان امام خمینی، ابتدای فرودگاه، پلاک ۳۷	۰۷۷-۳۳۵۶۲۳۱۹-۲۴	۰۷۷-۳۳۵۶۲۳۲۵	آقای فرشیدفر
۱۰۳	بجنورد	۹۳۲۱	بجنورد، تقاطع بلوار امام خمینی و میرزا رضای کرمانی	۰۵۸-۳۲۲۴۴۳۲۰	۰۵۸-۳۲۲۴۷۳۴۸	آقای تیموری
۱۰۴	مشهد	۹۳۰۱	مشهد، بلوار احمد آباد، سی متری اول، نبش کوچه رضای دوم	۰۵۱-۳۸۴۴۴۴۶۰-۱	۰۵۱-۳۸۴۴۳۹۱۴	آقای آرزومندان
۱۰۵	مدرس مشهد	۹۳۰۲	مشهد، بلوار مدرس، نبش مدرس ۵، پلاک ۳۷	۰۵۱-۳۲۲۸۳۸۰۲-۷	۰۵۱-۳۲۲۴۱۰۴۶	آقای تونزنده جانی
۱۰۶	بلوار سجاد مشهد	۹۳۰۳	مشهد، بلوار سجاد، نبش سجاد ۸ یا خ لاله جنوبی	۰۵۱-۳۷۶۴۸۲۰۸-۹	۰۵۱-۳۷۶۷۴۰۴۶	خانم سازگار
۱۰۷	فرامرز عباسی مشهد	۹۳۰۴	مشهد، بلوار فرامرز عباسی، بین عباسی ۳، پلاک ۱۶۸	۰۵۱-۳۶۰۹۷۸۹۲۵۴	۰۵۱-۳۶۰۹۷۸۹۵	آقای حاتمی
۱۰۸	هاشمیه مشهد	۹۳۰۵	بلوار هاشمیه، بین هاشمیه ۱۶ و ۱۸، پلاک ۱۴۴	۰۵۱-۳۸۸۳۴۸۴۴	۰۵۱-۳۸۸۴۱۵۲۹	آقای طوسی
۱۰۹	نیشابور	۹۳۱۶	نیشابور، خیابان امام خمینی، روبروی کوچه واعظی، پلاک ۱۳۸۸	۰۵۱-۴۳۳۴۹۴۱۳-۵	۰۵۱-۴۳۳۴۹۴۱۶	آقای علی ابراهیمیان
۱۱۰	بیرجند	۹۳۴۱	بیرجند - خیابان مدرس - نبش چهارراه دوم - مقابل حسینیه گزاری ها - کدپستی ۹۷۱۸۶۹۷۱۵	۰۵۶-۳۴۴۵۰۹۷۰-۴	۰۵۶-۳۴۴۵۰۹۷۵	آقای نیک کار
۱۱۱	اهواز	۹۷۰۱	اهواز، خ کیانپارس، حدفاصل خیابان های ۳ و ۴ شرقی، پلاک ۲۰۵	۰۶۱-۳۳۲۹۰۵۲۴-۶	۰۶۱-۳۳۲۹۰۷۴۵	خانم حیاتی
۱۱۲	زنجان	۹۶۸۱	زنجان، میدان آزادی، ابتدای خ امام	۰۲۴-۳۳۳۲۰۶۵۴-۶۰	۰۲۴-۳۳۳۲۷۷۳۳	---
۱۱۳	سعدی شمالی زنجان	۹۶۸۲	زنجان، خ سعدی شمالی، نبش کوچه روشن، ساختمان اشراق، پلاک ۷۲	۰۲۴-۳۳۵۶۸۶۵۱	۰۲۴-۳۳۵۶۸۶۸۱	آقای دارویی
۱۱۴	زاهدان	۹۱۳۱	زاهدان، میدان امام علی (ع)، ابتدای بلوار شهید مطهری	۰۵۴۱-۳۲۶۰۱۷۸-۷۹	۰۵۴۱-۳۲۶۳۲۸۲	آقای شهرکی
۱۱۵	شیراز	۹۱۰۱	شیراز، خ زند، بین خ فلسطین و ۲۰ متری سینما سعدی، پلاک ۳۹۶، ساختمان پاسارگاد	۰۷۱-۳۲۳۱۹۵۲۱-۲۷	۰۷۱-۳۲۳۱۹۵۱۳	آقای آزادی
۱۱۶	فلکه گازجام جم شیراز	۹۱۰۲	شیراز، فلکه گاز، ابتدای خیابان جهاد سازندگی، جنب فروشگاه رفا، پلاک ۲۰	۰۷۱-۳۲۲۶۲۸۵۲-۴	۰۷۱-۳۲۲۷۴۸۳۴	آقای یاری
۱۱۷	قصرالدشت شیراز	۹۱۰۳	شیراز، خ قصرالدشت، روبروی خلد برین، پلاک ۷۵	۰۷۱-۳۶۲۷۹۱۸۰ و ۸۹	۰۷۱-۳۶۲۷۹۲۱۶	آقای بردبار
۱۱۸	بلوار میرزای شیرازی	۹۱۰۴	شیراز، معالی آباد، نبش کوچه ۲۷، کدپستی ۷۱۸۷۷۱۱۶۴۵	۰۷۱-۳۶۳۴۱۳۹۷	۰۷۱-۳۶۳۴۱۴۰۶	آقای جمسی
۱۱۹	پاسداران شیراز	۹۱۰۵	شیراز، بلوار پاسداران، بین خ مبعث و مطهری	۰۷۱-۳۸۳۳۳۸۱۱-۱۲	---	---
۱۲۰	قزوین	۹۲۰۱	قزوین، خ خیام شمالی، جنب بانک ملی شعبه خیام شمالی، پلاک ۵۶۰	۰۲۸-۳۳۳۵۷۳۰۵-۸	۰۲۸-۳۳۳۵۸۰۹۵	آقای فرضی
۱۲۱	قشم	۹۸۲۱	قشم، بلوار امام قلی خان، روبروی مرکز تجاری خلیج فارس و مرجان	۰۷۶۳-۵۲۴۲۶۴۰-۴۷	۰۷۶۳-۵۲۴۲۶۵۰	آقای بهاری
۱۲۲	قم	۹۰۰۱	قم، بلوار امین، نبش کوچه ۴۱	۰۲۵-۳۲۹۴۰۶۰۱-۳	۰۲۵-۳۲۹۱۶۶۱۶	آقای درویشی
۱۲۳	فلکه جهاد قم	۹۰۰۲	قم، فلکه جهاد، خ ۱۹ دی، پلاک ۵۵۵ و ۵۵۷	۰۲۵-۳۷۷۰۸۸۴۱	۰۲۵-۷۷۰۵۹۴۹	آقای مجاهدی
۱۲۴	سنندج	۹۲۷۱	سنندج، خ سید قطب، پلاک ۳	۰۸۷۱-۳۲۴۵۴۳۱-۳۴	۰۸۷۱-۳۲۴۵۴۳۶	آقای سخاوی
۱۲۵	کرمان	۹۵۰۱	کرمان، خ قره نی، نرسیده به ژاندارمری، نبش تیمچه	۰۳۴-۳۲۲۳۳۴۹۶	۰۳۴-۳۲۲۲۶۷۶۰	آقای نقیبی
۱۲۶	کوثر کرمان	۹۵۰۲	کرمان، شهرک باهنر، میدان کوثر، جنب شهرداری منطقه ۲	۰۳۴-۳۲۴۷۶۷۶۱	۰۳۴-۳۲۴۷۶۷۶۵	آقای ابراهیمی
۱۲۷	رفسنجان	۹۵۱۱	ابتدای خیابان مطهری، بعد از پل فجر، ساختمان محمد عسگری	۰۳۴-۳۲۳۴۱۰۳-۶	۰۳۴-۳۴۳۲۱۰۲	آقای علی پور
۱۲۸	کرمانشاه	۹۲۴۱	کرمانشاه، میدان فردوسی، جنب بیمارستان معتضدی، پلاک ۱۲	۰۸۳-۳۷۲۵۹۹۵۹-۶۴	۰۸۳-۳۷۲۵۹۹۷۱	آقای توحیدلی
۱۲۹	یاسوج	۹۲۵۱	یاسوج، بلوار مطهری، پلاک ۴۰۰	۰۷۴۱-۲۲۳۵۳۴۸	۰۷۴۱-۲۲۳۵۳۷۵	آقای حسینی
۱۳۰	کیش	۹۸۰۱	کیش، خ فردوسی، مجتمع تجاری کیش، طبقه همکف، پلاک ۶۴ و ۶۷	۰۷۶۴-۴۴۵۲۴۹۰-۹۵	۰۷۶۴-۴۴۵۲۴۵۹	آقای خیاطی

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه	کد شعبه	آدرس	تلفن	نمابر	نام مسؤول شعبه باجه
۱۳۱	گرگان	۹۴۴۱	گرگان، خ ولیعصر، بین عدالت ۸ و ۱۰	۰۱۷-۳۳۳۶۹۰۰۱-۸	۰۱۷-۳۳۳۶۹۰۱۶	آقای میدانی
۱۳۲	گنبد	۹۴۴۲	گنبد کاووس، خ امام خمینی جنوبی، بین خ گلشن و شهدای شرقی پلاک ۱۸۳۹	۰۱۷-۳۳۴۷۶۱۲-۱۹	۰۱۷-۳۳۴۷۶۱۲۴	آقای قاضی
۱۳۳	گلزار رشت	۹۴۰۱	رشت، میدان باستانی شعار، اول بلوار گلزار	۰۱۳۱-۷۲۴۷۱۰۱۲	۰۱۳۱-۷۲۴۷۱۳	آقای بابک دولتی
۱۳۴	آمل	۹۴۳۱	آمل، خیابان امام خمینی، حد فاصل آفتاب ۱۸ و ۲۰	۰۱۲۱-۲۲۹۶۴۲۱-۸	۰۱۲۱-۲۲۹۶۴۳۵	آقای ملکی پاشا
۱۳۵	ساری	۹۴۰۲	ساری، خ فرهنگ، بعد از تقاطع قارن	۰۱۱-۳۳۲۵۹۷۶۲-۶	۰۱۱-۳۳۲۵۹۷۶۱	آقای اساسه
۱۳۶	بابل	۹۴۲۱	بابل، میدان ولایت، ابتدای خ مدرس، رو بروی شهرداری	۰۱۱۱-۲۱۹۷۱۴۱-۴	۰۱۱۱-۲۱۹۷۱۴۸	آقای عبدالمجید طاهری
۱۳۷	تنکابن	۹۴۲۲	تنکابن، خ امام خمینی، نبش شهید مروتی	۰۱۹۲-۴۲۱۰۲۶۱-۷۰	۰۱۹۲-۴۲۱۰۲۷۴	آقای غفوری
۱۳۸	اراک	۹۵۶۱	اراک، خ شهید رجایی، پلاک ۸۸۳۷	۰۸۶-۳۳۲۱۴۵۰۴-۱۰	۰۸۶-۳۳۲۲۵۹۵۷	آقای کریمی
۱۳۹	بندرعباس	۹۱۲۱	بندرعباس، خیابان امام خمینی، سه راه دلتگا، برج نیلوفر، طبقه همکف	۰۷۶-۳۳۲۳۵۳۰۲-۸	۰۷۶-۳۳۲۳۵۳۳۰	آقای گوری
۱۴۰	همدان	۹۲۲۱	همدان، خ جهان نما، رو بروی خ آزادی، پلاک ۱۵۳، برج شهیار، طبقه همکف	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۹۰-۲	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۸۹	آقای تریان
۱۴۱	خواجه رشیدهمدان	۹۲۲۲	همدان، خ شریعتی، نرسیده به چهارراه خواجه رشید، رو بروی کوچه نبوی، پلاک ۲۷۳	۰۸۱-۳۲۵۷۷۳۳۲	۰۸۱-۳۲۵۷۷۳۳۸	آقای سعید طاهری
۱۴۲	یزد	۹۵۴۱	یزد، خ امام خمینی، جنب کوچه شهید صدوقی، پلاک ۲۷۴	۰۳۵-۳۶۲۲۱۶۹۱-۲	۰۳۵-۳۶۲۶۹۵۲۵	آقای رشیدی
۱۴۳	جمهوری اسلامی یزد	۹۵۴۲	یزد، بلوار جمهوری اسلامی، نبش کوچه وحدت، پلاک ۷۹	۰۳۵-۳۵۴۸۲۰۳-۵	۰۳۵-۳۵۴۸۲۰۶	آقای زارع
۱۴۴	سمنان	۹۴۵۱	سمنان، خ مولوی، سه راه فرمانداری سابق، پلاک ۲۲۴	۰۲۳-۳۳۳۲۰۲۸۹	۰۲۳-۳۳۳۲۰۴۷۶	آقای شهاب
۱۴۵	شهرکرد	۹۵۷۱	شهرکرد، خ ملت، نرسیده به چهار راه بازار، پلاک ۳۹۲	۰۳۸۱-۲۲۷۷۵۸۳-۵	۰۳۸۱-۲۲۷۷۵۸۰	آقای یزدانی
۱۴۶	منطقه آزاد اروند	۹۸۵۱	منطقه آزاد اروند، بلوار شهید منتظری (شاهپور سابق) نبش خیابان امیری	۰۶۱-۵۳۲۲۶۷۲۴-۵	۰۶۱-۶۳۲۲۶۷۳۱	آقای بهرامی

شعب بانک سامان پاسخگوی همیشگی شما

شعب	شنبه تا چهارشنبه	باجه بعد از ظهر	پنجشنبه
شعب استان‌های تهران، فارس، اصفهان، آذربایجان شرقی، خراسان رضوی، قم و البرز	۸ تا ۱۶	-----	۸ تا ۱۳
شعبه هایپراستار	۸ تا ۱۸	-----	۸ تا ۱۳
فرودگاه امام خمینی (ره) و واحد CIP	۲۴ ساعته		۲۴ ساعته
شعب شهرستان و مناطق اروند	۷:۳۰ تا ۱۴	۱۶ تا ۱۸	۷:۳۰ تا ۱۳
شعبه منطقه آزاد قشم	۷:۳۰ تا ۱۴	۱۷ تا ۱۹	۷:۳۰ تا ۱۳
شعبه منطقه آزاد کیش	۷:۳۰ تا ۱۴	۱۷ تا ۱۹	۷:۳۰ تا ۱۳

لیست مشخصات مربوط به سرپرستی‌ها

نام	سمت	آدرس
عزیزاله عزیزی	سرپرست منطقه ۱	خیابان دزاشیب سه راه عمار، پلاک ۱۵۸-طبقه فوقانی شعبه دزاشیب- تلفن: ۲۲۳۹۷۶۳۹-نمابر: ۲۶۸۵۰۴۶۰
هادی صدیقی	سرپرست منطقه ۲	خیابان ولی عصر، بالاتر از خیابان دکتر شهید بهشتی، نبش کوچه کوزه گر، پلاک ۲۱۳۳، طبقه فوقانی شعبه پارک ساعی. تلفن: ۸۸۴۸۱۲۷۸-نمابر: ۸۸۴۸۱۴۰۱
محمد غفاری	سرپرست منطقه ۳	سعادت آباد- خ سرو غربی-میدان سرو- پ۷-طبقه فوقانی شعبه سرو- تلفن: ۲۲۰۷۵۴۹۸-نمابر: ۲۲۰۷۸۵۵۴
تقی لقمانی	سرپرست استان‌های مرکز	اصفهان - خیابان توحید میانی- نبش کوچه شهید نقی آبادی- پلاک ۵- ط اول - تلفن: ۰۳۱-۳۶۲۸۴۰۸۰-نمابر: ۰۳۱-۳۶۲۸۴۰۹۰
منصور صرافی	سرپرست استان‌های جنوب شرق	کرمان- خیابان سپهبد قره نی- نرسیده به میدان سپهبد قره نی (ژاندارمری سابق)- جنب تیمچه- پلاک ۲۱۶- تلفن: ۰۳۴-۳۲۲۶۷۹۶۰-نمابر: ۰۳۴-۳۲۲۶۶۳۲۴
احمد ابراهیمیان	سرپرست استان‌های شرق و شمال شرق	مشهد- بلوار سجاده- نبش سجاده۸- (خیابان لاله جنوبی)- ساختمان بانک سامان طبقه ۶- تلفن: ۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۴۳-۴۴
عبداله اصفهانی	سرپرست استان‌های شمال غرب	تبریز- خ امام خمینی- بالاتر از میدان شهید بهشتی، جنب کوی فرهنگ- پلاک ۵۲۱- طبقه چهار ساختمان شعبه تبریز- تلفن: ۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۲۳-نمابر: ۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۳۷
محمد نبی وفا	سرپرست استان‌های جنوب و جنوب غرب	شیراز، خ زند، بین خ فلسطین و ۲۰ متری سینما سعدی، ساختمان پاسارگاد تلفن: ۰۷۱-۳۲۳۱۹۴۵۷-نمابر: ۰۷۱-۳۲۳۱۹۴۶۶
سید حسین ایمانی	سرپرست استان‌های شمال	ساری- خیابان فرهنگ- بعد از سه راه قارن- طبقه فوقانی شعبه ساری- تلفن: ۰۱۵۱-۳۲۵۹۷۸۴-نمابر: ۰۱۵۱-۳۲۵۹۷۸۴
ابوالحسن گروسی	سرپرست استان‌های غرب	زنجان، میدان آزادی، ابتدای خ امام- تلفن: ۰۱-۳۳۳۶۵۸۶۰-نمابر: ۰۲۴-۳۳۳۶۵۸۶۴

نرخ سود سپرده‌های ارزی و ریالی

جدول نرخ سود سپرده‌های سرمایه‌گذاری مدت‌دار ارزی
از تاریخ ۹۳/۸/۲۹ (نرخ‌ها به درصد)

نوع ارز	۱ ماهه	۲ ماهه	۳ ماهه	۶ ماهه	۹ ماهه	۱ ساله
یورو	۲	۲/۵	۳/۲۵	۵	۵/۵	۶/۲۵
درهم امارات	۲	۲/۵	۳/۵	۴/۵	۵	۶
پوند انگلیس	-----	-----	۰/۶	۰/۸	-----	۱

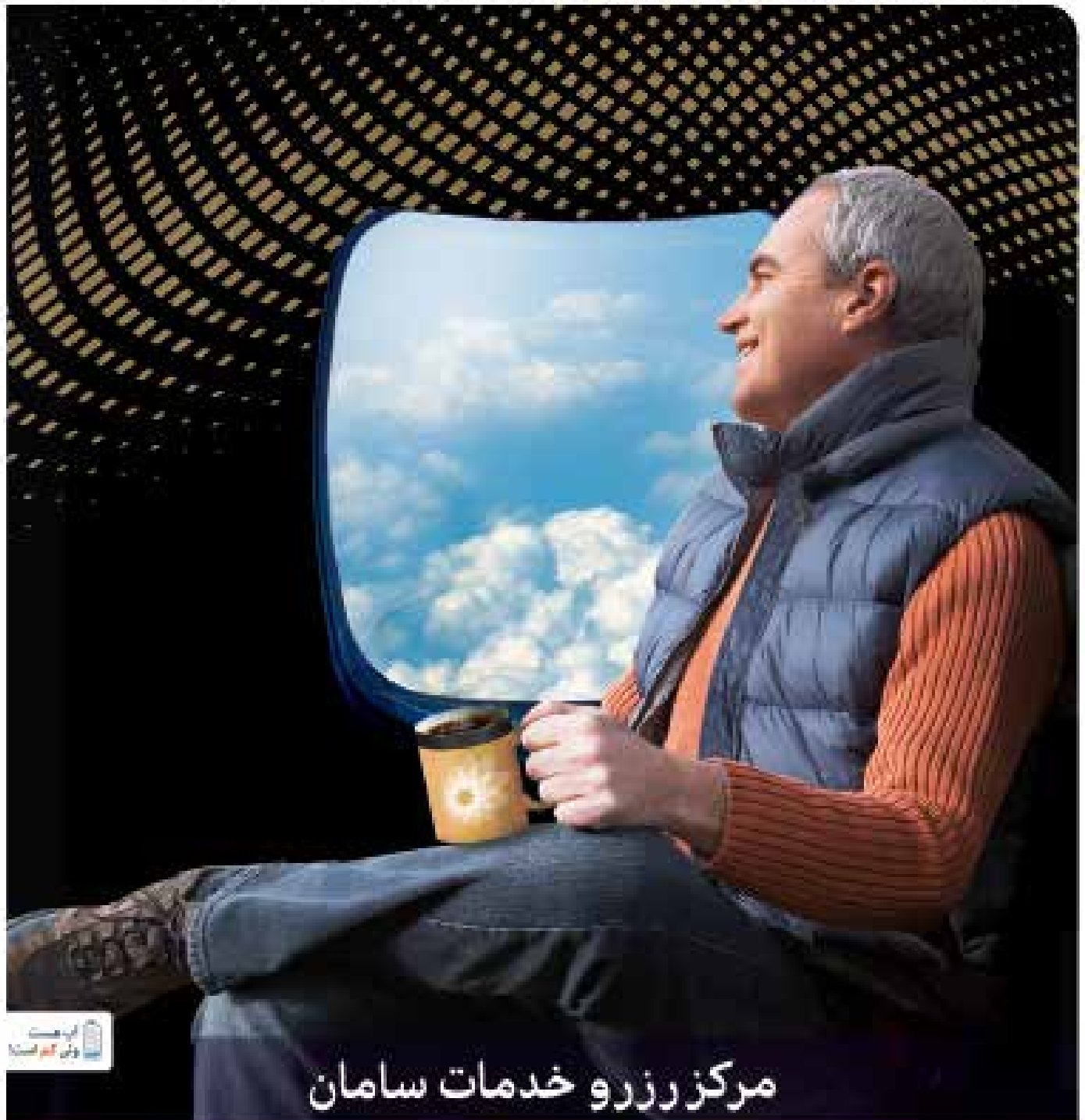
جدول نرخ سود علی‌الحساب سپرده‌های سرمایه‌گذاری
مدت‌دار ریالی از تاریخ ۹۳/۲/۱۳

نوع سپرده	نرخ سود سالانه
سپرده سرمایه‌گذاری کوتاه مدت	٪۱۰
سپرده کوتاه مدت ویژه سه ماهه	٪۱۴
سپرده کوتاه مدت ویژه شش ماهه	٪۱۶
سپرده کوتاه مدت ویژه ۹ ماهه	٪۱۸
سپرده بلندمدت یک ساله	٪۲۲

نرخ سود اندوخته‌های بیمه نامه عمر و تشکیل سرمایه سامان

اندوخته‌های با ریسک کم	نرخ سود فنی با تضمین ده ساله	نرخ سود قطعی سال ۱۳۹۲
اندوخته‌های با ریسک متوسط	٪۱۵	٪۱۸
اندوخته‌های با ریسک زیاد	٪۱۴	٪۱۹/۵
	٪۱۲	٪۲۵





مرکز رزرو خدمات سامان

رزرو هتل، فرودگاه و خارج از کشور | رزرو بلیت شرکت‌های هواپیمایی داخلی و خارجی | خدمات تشریفات فرودگاهی (CIP) و ترانسفر
رزرو تورهای داخلی و خارجی، لوکس، برتر و خصوصی به مناطق گردشگری ویژه | هماهنگی قرار ملاقات مشتریان برتر و مسئولین شعب
رزرو مراکز رفاهی شامل رستوران، آمپاکن ورزشی، کنسرت، سینما و ...



آپ هست
وین نام است

این کارت برنده است.

باشما هستیم

مرکز سامان ارتباط: ۰۲۱-۶۳۳۲۲
www.sb24.com

- قرعه‌کشی ماهانه ۱۱۵ جایزه نقدی به ارزش ۲۷۵ میلیون تومان
- افزایش امتیاز با تراکنش‌های بیشتر (سامانی و شتابی)
- مانده حساب بیشتر