

پیام هیئت مدیره و مدیر عامل به مجمع عمومی عادی

برنامه راهبردی سامان

در حوزه پیاده‌سازی برنامه‌های استراتژی بانک آنچه به عنوان اهم اقدامات در سال ۱۴۰۲ محقق شد به شرح زیر است:

- ۱- فراهم شدن بسترهای لازم برای عملیاتی شدن استراتژی بانک.
- ۲- تغییر مدل ارائه خدمات در سطح بانک.
- ۳- شناسایی پراکندگی گروه‌های اصناف و شرکتهای کوچک و متوسط در سطح کشور با همکاری آکادمی سامان.
- ۴- طبقه‌بندی شعب به چهار گروه تام، ویژه، گایا و مینا.
- ۵- تغییر تقسیم‌بندی سرپرستی‌های بانک به ۱۷ ناحیه.

با توجه به برنامه‌ریزی‌ها در راستای فروش محور شدن بانک تلاش کردیم با افزایش کارایی نیروهای فروش، کارهای عملیاتی را از سطح شعب خارج و زمان بیشتری برای نیروهای فروش ایجاد کنیم تا بتوانند به صورت گسترده در این مسیر گام بردارند.

در برنامه عملیاتی فروش جدید بانک سامان با تخصصی شدن خدمات قابل ارائه به چهار گروه شعبه‌ای تلاش می‌شود تا مشتریان بر اساس گروه تخصصی خود حداکثر راحتی و سرعت را در شعبه مربوط به خود تجربه کنند.

ما در حوزه مشتریان ویژه در سال ۱۴۰۲ گام بزرگی را برداشتیم و توانستیم یک بستر ارتباطی مختص مشتریان ویژه فراهم کنیم که مشتریان ویژه بتوانند در این بستر ارتباطی همه نیازهای عملیاتی بانکی خود را به صورت مستقیم با بانکدار خودشان در یک بستر امن ارتباطی در میان بگذارند.

گزارش سالانه هیئت مدیره به مجمع عمومی عادی سالانه

سال مالی منتهی به ۱۳۹۹/۱۲/۲۹



مهر تأیید سهام‌داران بر عملکرد بانک سامان در سال ۱۴۰۲



با سیم کارت سامانتل
متصل می مونی؛ تهران تا استانبول
در ایران و ترکیه؛ قیمت مناسب، کیفیت بی مانند

s a m a n t e l . i r





گروه مالی سامان

بانک سامان

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



پروژه الکترونیک سامان کیش

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



بیمه سامان

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



کارگزاری بانک سامان

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



صرافی سامان

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



اعتبارسنجی حافظ سامان ایرانیان

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



خدماتی آفتاب تجارت سامان

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



تأمین سرمایه کاردان

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



کیش سل پارس

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



پروژه شگران سامان

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



تندر نور

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





سلمان

صاحب امتیاز: بانک سامان
مدیر مسئول: فرشته ضرابیه
سر دبیر: ناصر بزرگمهر
مدیر فنی و هنری: مهدی نجفی

همیشه منتظر آثار شما هستیم

- از دریافت مقالات و دیدگاه‌های صاحب نظران استقبال می‌کنیم.
- از ارسال مطالب چاپ شده در مطبوعات خودداری شود.
- لطفا مطالب منابع در گیومه مشخص شود.
- مقالات ترجمه شده همراه با کپی اصل مقاله ارسال شود.
- مطالب ارسالی پس فرستاده نمی‌شود.
- لطفا مطالب تایپ شده و یا به صورت ایمیل ارسال شود.
- مقالات کوتاه و حداکثر برای ۴ صفحه نشریه تهیه شود.
- عکس و طرح مناسب همراه مقاله ارسال شود.
- عکس نویسنده یا مترجم همراه مقاله باشد.
- پی‌نوشت و هرگونه توضیح در مورد منابع در انتها قرار گیرد.
- کلماتی که مخفف نوشته می‌شود، یک بار کامل درج شود.
- تیترو سوتیترهای مناسب به وسیله نویسنده مشخص شود.
- مطالب چاپ شده الزاماً نظر رسمی مجله نیست.
- تا حد امکان از کلمات خارجی استفاده نشود و معادل فارسی به کار رود.
- اعداد به صورت عدد ریاضی نوشته شود.
- در نوشتن کلمات از رسم الخط جداسازی استفاده شود.
- از چاپ مقاله با ۲ امضا معذور هستیم.
- مجله در ویرایش و تلخیص مقالات آزاد است.

نشانی اداره مرکزی و مدیریت روابط عمومی

و صدای مشتریان بانک سامان:

تهران، خیابان شریعتی، نبش کوچه اتوبانک، برج سامان

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

Email: samanbankmag@gmail.com

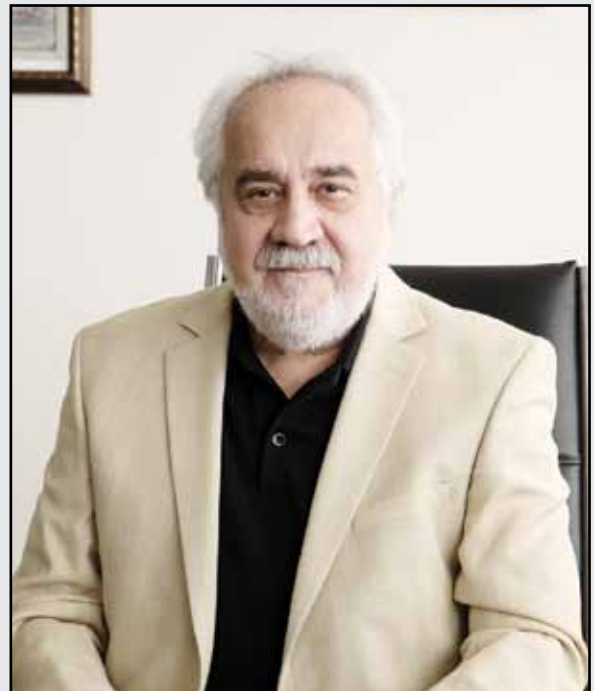
نشانی دفتر مجله سامان:

خیابان قائم مقام فراهانی، مقابل خیابان فجر، پلاک ۷۴

تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۴۸۷۹۰ فاکس: ۰۲۱-۸۸۸۳۷۴۸۳

- ۶ یادداشت سردبیر.....
- ۸ ارائه خدمات با رعایت اصول مشتری مداری.....
- ۱۲ داستان جعبه‌های جادویی قدردانی سازمانی.....
- ۱۴ تحول بانکداری: قدرت شعب دیجیتال بانکی.....
- ۱۶ تاربخچه و چرایی خانه‌های کوچک.....
- عوامل اثربخش بر تشویق استفاده مشتریان از خدمات بانکداری اینترنتی با مدل پذیرش
- تکنولوژی دیویس (مطالعه موردی بانک سامان)..... ۲۰
- گفتگو با همکاران پر تلاش شعبه خانه اصفهان..... ۲۵
- بررسی مدیریت استعداد و فرهنگ سازمانی بر بهره‌وری کارکنان..... ۳۱
- تیم شتاب قهرمان یازدهمین دوره مسابقات خواتن جام سامان..... ۳۴
- صندوق‌های پوشش ریسک..... ۳۶
- داستان اقتصاد ایران..... ۳۸
- بورس به تحصیلی دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد توسط بیمه سامان..... ۴۰
- انتخاب مدیر بیمه سامان به عنوان دبیر اول کارگروه حسابرسی سندیکای بیمه گران..... ۴۰
- خدمات رسانی و جلب رضایت بیمه گزاران از مأموریت های اصلی شبکه فروش است..... ۴۱
- پرتفوی شرکت بیمه سامان ۷۰ درصد رشد کرد..... ۴۱
- بیمه سامان، یک خدمت جدید بیمه ای رو کرد..... ۴۲
- صنعت بیمه مزیت مهمی برای ورود شرکت های فناور محور است..... ۴۳
- اپلیکیشن خدمات آنلاین بیمه سامان رونمایی شد..... ۴۴
- حمایت بانک سامان از بنیاد آمین آراسته..... ۴۵
- تمرینی برای حفظ تعادل میان کار و زندگی..... ۴۶
- نشست معرفی اصول برندینگ بانک سامان..... ۴۷
- مهر تأیید سهام داران بر عملکرد بانک سامان در سال ۱۴۰۲..... ۴۸
- یزدباف واحد برگزیده روز ملی صنعت و معدن..... ۴۹
- سپاس رفتار حرفه ای..... ۵۰
- برندگان سور سامانی..... ۵۲
- راه هایی برای تقویت مهارت ریدینگ (خواندن)..... ۵۴
- پرسش و پاسخ..... ۵۶
- وحشی-از گمشده تا پیدا شده، در مسیر پاسیفیک کرسر..... ۵۸
- ایکیگای را بخوانید تا ایکیگای خود را بیابید..... ۵۹
- کافه تک..... ۶۰

اهل نظر پاسبان اندیشه اند از گفتگو نهراسیم



ناصر بزرگمهر
nbozorgmehr@yahoo.com

به نام او که هر چه بخواهد همان می شود

شرق هنوز به رغم همه زخم های جانکاهی که خورده است و درگیری هایی که هر روز بر آن افزوده می شود و هر روز از این مرز به آن مرز هدایت می گردد و فشاری که پنج ابر قدرت اسلحه به دست بر آن وارد می آورند، می تواند هدیه شایسته ای به جهان آشفته امروز عرضه کند که البته این هدیه در مرحله اول، سفینه فضایی نیست، اسلحه و بمب اتمی نیست، فرهنگ و هنر است، حفظ سنت و آیین ها است. ترویج اخلاق و معرفت است.

یکی از عرضه کننده های این فرهنگ و هنر، هنرمندان و اندشمندان ایرانی هستند.

امروز وظیفه ماست که با تعالی فرهنگ های بومی خود، مشعل میهن فردوسی، رودکی، سعدی، حافظ، مولوی، ناصر خسرو و خیام را روشن نگهداریم.

در بحث فرهنگ و هنر و در قدیمی ترین اوراق به جای مانده در تاریخ می خوانیم که عالم از چه به وجود آمده و به چه منتهی می شود. این پاسخ از ازل و ابد را می خوانیم که عالم از آزادی به وجود می آید و در آزادی می آساید و در آزادی منحل می گردد.

دفاع از آزادی، این سیر وجود، مهم ترین مسئله ای است که در فرهنگ و هنر معاصر، مطرح می شود. هر هنرمندی و هر فرهنگ سازی، در هر زمانی و پیش از هر موقعیتی، در دوران ما، چشم به آزادی داشته است. کوشیده است از آن دفاع کند و به آن برسد.

هنرمند راستین امروز، رسالت دارد که برای احقاق این حق بزرگ نژاد شریف انسانی تا پای جان بکوشد.

هنرمندان واقعی و دست اندرکاران عرصه های مختلف فرهنگ، در همه

باید کم کم باور کنیم که گفتگو کردن تنها راه بقای ملت ها است. باید باور کنیم که مسیر گفتگو کردن از شاهراه فرهنگ و هنر و از طریق ابزار قدرتمند رسانه ها می گذرد.

باید باور کنیم که فرهنگ و هنر تنها به محفل های علمی، روشنفکری و دانشجویی مختص نیست.

باد باور کنیم که فرهنگ گفتگو کردن مربوط به همه مردمی است که می خواهند سالم و سازنده زندگی کنند.

باید باور کنیم که فرهنگ و هنر تنها زبان قابل فهم در گفتگوی تمدن ها است که مرز نمی شناسد و نیازی به هیچ ایسم و سیاستی ندارد.

باید تلاش کرد تا فرهنگ و هنر را در خور ارزش های این مردم و برای مردم کوچه و بازار به وجود آورد.

تعامل در جهان امروز درهم است و هنرمندان و اندشمندان و فرهنگسازان باید پیشقدم این تعامل و گفتگوی تمدن ها باشند.

هنرمند نمی تواند و نباید پسگام مردم حرکت کند، هنرمند و هنر باید پیشگام یا حداقل همگام با مردم جامعه خود و جامعه جهانی قدم بردارد.

در جایی خواندم که اهل نظر پاسبان اندیشه اند، یعنی پاسبان فرهنگ هستند، شاید در معنی فرهنگ به یک توافق خاص دست پیدا نکنیم، اما در یک معنای کلی، همه می دانیم فرهنگ معنویت است، اخلاق است، جوهر و حاصل فلسفه و دانش و ادبیات و تکنیک و سنت و مذهب است.

اگر صاحبان زور و زر در جهان امروز، مشرق زمین را رها می کردند و اگر می گذاشتند که مشرق برپای خود بایستد، این نبود و این نیست که هست.

جای جهان و خصوصا در کشور خودمان در حد توان کوشیده‌اند تا سنگی از دیواره بلند بارو بکنند و به آب روان دامنه قلعه بیفکنند. هنرمند بیش از هر کاری، در رویارویی با مردم، به آزادی اندیشه کرده است و برای آن تلاش کرده است.

هنرمند برای آزادی تلاش می‌کند، فریاد می‌زند، حرکت می‌کند، پوستر می‌کشد، عکس می‌گیرد، نقاشی می‌کند، دکور می‌سازد، لباس می‌دوزد، بازی می‌کند، شعر می‌سازد، آواز می‌خواند و... و کار می‌کند.

هنرمند دو ماراتن را برگزیده است، چراکه می‌پندارد فرهنگ و هنر باید که آزاد بیندیشد و هنرمندان و فرهنگ‌سازان ما برای آزادی اندیشه از دیرباز جان داده‌اند.

با آموزش، دیدن، شنیدن، اندیشیدن و شناختن، می‌توانیم به ساختن جامعه خود و جامعه جهانی کمر همت ببندیم.

باید انسان را، انسان سرشار از امید و استعداد را شناسایی کنیم و با عرضه فرهنگ و هنر، به بهداشت روان مردم کمک کنیم.

هنرمندان، فرهنگ‌سازان، اندیشمندان، معلمین و همه اساتید، در عرصه‌های مختلف از تئاتر تا فیلم و سریال، از موسیقی تا شعر، از قصه کوتاه تا رمان، از عکاسی تا نقاشی، از یک انشا ساده تا روزنامه نگاری حرفه‌ای، از یک تریبون تا منبر، از یک کلاس درس ابتدایی تا دانشگاه، و در همه صحنه‌های فرهنگی، هنری، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و امثالهم، درس زندگی کردن می‌دهند.

با همین آمد و رفت‌ها، با همین همایش‌ها، با همین سخنرانی‌ها، با همین کلاس‌های آموزشی، با همین دنیای مجازی، با همین لبخندهای ساده یک زندگی زاده می‌شود.

باید در صحنه و پشت‌صحنه فرهنگ و هنر به واژه‌های آرمانی و انسانی اندیشید، باید برای خدمت به مام میهن کمر همت بست، باید به گفتگوی تمدنها با هر روشی که می‌شناسیم فکر کرد.

ریگی از روی زمین برداریم

وزن بودن را احساس کنیم

وزن بودن را با همیشه بودن احساس کنیم

تصور نکنیم که با پایان گرفتن یک همایش، یک نمایش، یک سخنرانی،

یک کتاب خواندن، یک شعر شنیدن، همه‌چیز تمام می‌شود و پرده بسته می‌شود، باید پایان یک همایش و نمایش و کتاب و شعر، در من تماشاگر، در من خواننده، یک اتفاق به وجود بیاورد.

فرصت برای هنرمند و فرهنگ‌ساز و مخاطب، محدود است، زمان همیشه تنگ و بی‌بازگشت است، برای با هم بودن و به یکدیگر کمک کردن، روزگار مجال بسیار در اختیار ما نگذاشته است.

هنرمندان و فرهنگ‌سازان و مخاطبین آنها، در هر گردهمایی، باید از یکدیگر بیاموزند و این آموختن و تلاش برای یادگیری، خیابان درازی را پیش‌روی ما به تماشا می‌گذارد که اگر بارها و بارها از آن عبور کنیم، از دیدن و باز دیدن رهگذران ملول نمی‌شویم، در این خیابان دراز آموختن، هر بامداد یکدیگر را خواهیم دید و سلام خواهیم گفت، پیام خواهیم داد و انتظار خواهیم کشید. اگر عاشق آموختن باشیم، اگر گفتگو کردن را آغاز دانایی و توانایی بدانیم.

کنار یکدیگر کار کردن و هر روز در صدها شعبه سامانی، مردم را دیدن، یک فرصت تاریخی است.

همانطور که راننده محترم تاکسی از فرصت با مسافرین بودن بهره می‌برد و بیشترین اخبار را در گفتگوی آزاد با آنها رد و بدل می‌کند و بر تجربه دانایی خود می‌افزاید، ما هم در کنار مردم، با بخشی از مردم، با مشتریان عزیز سامانی، می‌توانیم در تبادل اندیشه بیاموزیم و نکته‌های بسیار برای تغییر، برای انعکاس به مدیران بالاتر، برای خدمات بهتر، فرا بگیریم.

ما در حوزه اقتصاد کار می‌کنیم، اما کدام فرهنگ و هنری است که بی‌نیاز از اقتصاد باشد، راه جامعه برتر از کوچه اقتصادی می‌گذرد، تلاش ما برای اینکه این کوچه به خیابانی دلگشا و راهگشا ختم شود بر هیچ کس پوشیده نیست.

روزهای آینده، از آن ملتی است که از گفتگو کردن نهراسد و به فرهنگ و هنر و مذهب و سنت‌های خود بیاندیشید و ببالد. آینده را با همه امیدها و تلاش‌هایش در حوزه صنعت و تجارت و تولید و اقتصاد و پول و سرمایه دریابد و باور کند که سپیده در همه آنست، که طلوع با آن است. هر روزتان طلوعی تازه باد.

ارائه خدمات با رعایت اصول مشتری مداری

گفت و گو: جعفر تکبیری



علامه طباطبائی دریافت کردم و کارشناسی ارشد را از دانشگاه الزهرا گرفتم. به تازگی مادر شدم و علاوه بر تجربه های تحصیلی و شغلی، تجربه های جدیدی را زمینه مادری هم کسب می کنم. داستان آشنایی من با بانک سامان به دوران دانشجویی باز می گردد. در اوایل دهه هشتاد، بانک ها و مؤسسات خصوصی مجوز فعالیت می گرفتند و صنعت بانکداری کشور در حال تحول بود. این موضوع برای من و دوستانم در دانشگاه هیجان انگیز بود و با علاقه اخبار مربوط به بانک ها را دنبال می کردیم و دوست داشتیم به اصطلاح "کارمند بانک" باشیم. به محض فارغ التحصیلی، در آزمون ورودی سه بانک خصوصی و دولتی شرکت کردم و در هر سه پذیرفته شدم. در انتخاب بانک سامان شک نکردم؛ چون به دلیل کاری قبلا وارد یکی از شعب بانک شده بودم و مجذوب فضای متفاوت و زیبای شعبه، برخورد خوب همکاران و جوانی بانک

با پیشرفت تکنولوژی، مرکز تماس به عنوان یک بخش مهم در شرکت ها و سازمان های معتبر معرفی شد و امروز به یک جایگاه غیرقابل انکار برای پاسخگویی و تعامل با مشتریان در سازمان ها رسیده است. مرکز تماس بانک سامان هم با شماره ۰۲۱۶۴۲۲ خدمات مختلفی را به مشتریان این بانک ارائه می کند و جایگاهی خاص در این بانک دارد. از این رو در این شماره از نشریه سامان، گفتگویی با رئیس و معاون اداره سامان ارتباط انجام دادیم که در ادامه می خوانید.

● خانم مشفق، رئیس اداره سامان ارتباط، با سپاس از زمانی که برای این گفتگو اختصاص دادید، لطفاً خودتان را معرفی کنید و بگویید که چه طور به بانک سامان پیوستید؟
من سارا مشفق هستم. مدرک کارشناسی اقتصاد نظری را از دانشگاه

است. هر سال شاهد ارتقای کیفیت تماس‌های پاسخ داده شده توسط همکاران مرکز هستیم. ارتباط تنگاتنگ ما با مشتریان باعث شده که همواره به دنبال اخذ بازخورد و ارزیابی عملکرد خود باشیم. به همین منظور بازخوردهای مشتریان از طریق نظرسنجی‌ها، امتیاز تماس‌ها جمع‌آوری می‌شود و کیفیت تماس‌های ضبط شده از نظر رعایت استاندارد مکالمه مورد بررسی قرار می‌گیرد. بر مبنای اطلاعات به دست آمده اصلاحات و اقدامات مناسب را طراحی و اجرا می‌کنیم. برنامه‌های آموزشی همکاران از بعد بانکی و رفتاری و ارسال پیامک پاسخ به مشتریان از جمله اقداماتی است با هدف افزایش کیفیت و بهبود فرایندهای سامان ارتباط انجام شده است تا از اینکه سؤالات مشتریان به بهترین شکل پاسخ داده می‌شوند اطمینان حاصل کنیم.

برای کاهش انتظار مشتریان پشت خطوط تلفن، چه اقدامی صورت گرفته است؟

انعطاف‌پذیری و چابکی در خدمات و گردش اطلاعات برای ما یک ضرورت است ما با استفاده از سرویسه‌ای IVR و ایجاد لایه‌های مختلف در ۶۴۲۲ مسیرهای متعددی را در اختیار مشتریان قرار دادیم که بدون ماندن در صف انتظار به پاسخ سؤالاتشان دست یابند یا سرویس موردنظرشان را دریافت کنند. به عنوان مثال می‌توانم از مسدودکردن کارت و رسیدگی به مغایرت‌ها نام ببرم. همچنین ما با ایجاد شبکه داخلی اطلاع‌رسانی سامانه Voc بولتن‌های اختصاصی و درخت دانش و برگزاری جلسات آموزشی همواره تلاش کرده‌ایم که گردش اطلاعات در مرکز با حداکثر سرعت انجام شود به طوری که در حال حاضر همکاران در هر نوبت کاری که باشند بلافاصله پس از ورود به سیستم متوجه آخرین اخبار و تغییرات خواهند شد و بر مبنای آن اطلاع‌رسانی می‌کنند.

● نحوه ارتباط شما با واحدهای دیگر بانک به چه صورت است؟
ارتباط با مشتریان به صورت ۳۶۵*۷*۲۴ سامان ارتباط را به منبع ارزشمندی از اطلاعات تبدیل کرده است. بازخوردهایی که مشتریان در خصوص محصولات بانک و نحوه ارائه خدمات بانک به ما اعلام می‌کنند را به واحدهای ذیربط در بانک اعلام می‌کنیم و در بسیاری مواقع سامان ارتباط اولین کانالی هست که مشتریان مشکلات نرم‌افزارها، قطعی‌ها و عدم کارکرد مناسب سرویس‌های بانک را به

شده بودم. از سال ۸۳ به خانواده دوست داشتنی سامان پیوستم و مدت کوتاهی در شعبه و سپس در اداره تازه تأسیس که نامش آن زمان بانکداری مدرن بود مشغول به فعالیت شدم. در آن سال‌ها خیلی از بانک‌ها حتی سیستم یکپارچه آنلاین نداشتند؛ اما بانک سامان، سرویس تلفن بانک و اینترنت بانک به مشتریان ارائه میکرد و کارت خرید با رمز دوم برای خریدهای اینترنتی تولید کرده بود. خدماتی نو که سؤالات زیادی را برای استفاده مشتریان ایجاد می‌کرد و پاسخگویی به آنها ضروری بود. با گسترش خدمات بانک سؤالات مشتریان هم بیشتر شد و نیاز به ایجاد یک مرکز تماس که به صورت ۳۶۵ روز سال، ۷ روز هفته به صورت ۲۴ ساعته فعالیت کند، احساس شد. در مهرماه ۱۳۸۷ دایره‌ای به نام سامان ارتباط با شماره ۶۴۲۲-۰۲۱ به شیوه امروزی ایجاد شد و تا به امروز من افتخار فعالیت در این اداره را دارم.

● مهمترین اقدامات شما و همکارانتان در اداره سامان ارتباط چیست و چه دستاوردهایی تاکنون داشته‌اید؟

من و همکارانم در سامان ارتباط همواره در تلاشیم که برای رعایت اصول مشتری‌مداری خدماتی را به مشتریان ارائه کنیم که بر اساس نیازهای مشتریان طراحی شده باشد. دستاوردهایی هم که تاکنون به دست آمده، بر همین اصل استوار است. براین اساس، مشتری‌مداری و افزایش رضایت مشتریان از خدمات ارائه شده همواره یکی از اهداف اصلی این مرکز بوده که به گواه امتیازات مشتریان و نظرسنجی‌های انجام شده به یکی از نقاط قوت سامان ارتباط تبدیل شده است. ما با برنامه‌ریزی‌هایی که هر سال انجام می‌دهیم از جمله آموزش همکاران مرکز، کاهش زمان صف انتظار، حفظ حریم خصوصی مشتریان در جهت حفظ و افزایش رضایتمندی مشتریان می‌کوشیم. سامان ارتباط جزء نخستین مرکز تماس‌های شبانه‌روزی در بانک‌های کشور است و به عنوان مرکز تماس پیشرو، همواره بر تکنولوژی‌محورکردن سرویس‌ها و استفاده از فناوری‌های نوین متمرکز بوده است. تاکنون چندین مرتبه زیرساخت‌ها و فناوری مورد استفاده را هم از نظر سخت‌افزاری و هم از نظر نرم‌افزارهای مورد استفاده مطابق تکنولوژی‌های روز دنیا ارتقا داده‌ایم. افزایش خطوط ارتباطی با استفاده از بستر sip trunk، باز طراحی تلفن بانک و تغییر سفر مشتری در ۶۴۲۲ از جمله این تغییرات است همچنین تکنولوژی جدید این امکان را در اختیار ما قرار داده است که برای انطباق با نیازهای جدید مشتریان، تغییرات آتی به صورت موردی با سرعت بیشتر و down time کمتر اجرا شوند. افزایش کیفیت خدمات ارائه شده از طریق سامان ارتباط برای ما یک اصل

آن اعلام می کنند. به محض تأیید مشکل توسط همکاران سامان ارتباط گزارش آن را به مدیریت های مربوطه اعلام می کند و این گزارش ها به سایر مدیریت ها کمک می کند که اقدامات لازم در جهت رفع مشکل و بهبود کیفیت خدمت ارائه شده به مشتریان را انجام دهند.

● هم اکنون چه خدماتی از سوی سامان ارتباط به مشتریان ارائه می شود؟

در راستای مشتری مداری، طیف گسترده ای از خدمات از طریق شماره ۰۲۱۶۴۲۲ به صورت تلفنی ارائه می شود که منحصر به سامان ارتباط نیست. برای مثال کارشناسان مشتریان برتر و ادارات صدای مشتریان و فروش غیرحضوری نیز از طریق همین بستر به ارائه خدمات به مشتریان می پردازند و شماره تماس بلو بانک و شرکت پرداخت الکترونیک سامان نیز از طریق ۶۴۲۲ اعلام می شود. بنابراین مشتریان حتی بدون نیاز به دانستن شماره دیگری از طریق لایه های ایجاد شده در ۶۴۲۲ به بخش هایی اختصاصی مورد نظر خود دست می یابند و البته این تمام ماجرا نیست در نظر داریم شبکه ارتباطی گسترده تری را از طریق شماره ۶۴۲۲ در خانواده سامان ایجاد کنیم. سامان ارتباط از بدو تأسیس تا کنون همواره پویایی و پشتکار را در دستور کار خود داشته است و دستاوردهای ذکر شده نتیجه کار تیمی شبانه روزی همکاران خوب من در سامان ارتباط است. ما بر این باور هستیم که مسیر رشد و یادگیری باید مستمر باشد تا بتوانیم بهترین تجربه را برای مشتریان خلق کنیم.

برنامه سامان ارتباط برای تحقق ارزش ها

علیرضا اوریات، معاون اداره سامان ارتباط هم که به تازگی به جمع همکاران این اداره اضافه شده است، در گفتگویی در خصوص مهمترین اقدامات اداره سامان ارتباط چنین گفت: مهمترین اقدامات ما در اداره سامان ارتباط عبارت است از:

پاسخگویی و راهنمایی به سؤالات عمومی مشتریان در خصوص آدرس و ساعات کاری شعب، نحوه دریافت یا شرایط و ضوابط بهره مندی از خدمات و محصولات بانکی، آخرین اخبار داخلی بانک از قبیل تأسیس یا تعطیلی شعب، بوجه ها و مراکز خدمات و غیره، ارائه خدمات منتخب بانکی غیرحضوری از طریق درگاه خدمات بانکی، مسدود کردن انواع کارت های بانکی (برداشت، اعتباری و بن کارت با نام صادره بانک سامان)، غیرفعالسازی

حساب کاربری مشتریان در نت بانک، موبایل و رمزین، فعالسازی خدمت پیام کوتاه بانکی پس از دریافت درخواست تلفنی مشتریان، اعلام رمز و سریال شارژهای تلفن همراه به مشتریان پس از انجام احراز هویت تلفنی از ایشان، دریافت درخواست رفع مغایرت های مشتریان که در هنگام استفاده از درگاه های الکترونیک برای ایشان اتفاق افتاده و ثبت درخواست مذکور در نرم افزار CRM پس از کنترل و حصول اطمینان، دریافت و ثبت مشکلات مرتبط با خرابی دستگاه های خودپرداز و ضبط کارت در خودپردازهای خارج از شعب در تمامی ساعات شبانه روز و اعلام آن به مدیریت بانکداری الکترونیک، اداره نقود و اوراق بهادار یا سرپرستی های مربوطه جهت اقدام مقتضی، اطلاع رسانی به مشتریان در شرایط غیرعادی ارائه خدمات به ایشان مانند کندی و قطعی سیستم های نرم افزاری و سخت افزاری بانک و غیره، پایش شاخص رضایت مشتریان از نحوه پاسخگویی کاربران، پیشنهاد و پیگیری اقدامات اصلاحی و پیشگیرانه از واحدهای مربوطه بر اساس تحلیل میزان درخواست های مشتریان به منظور بهبود شرایط و افزایش رضایت مشتریان، دریافت و ثبت شکایات و انتقادات مشتریان در ساعات غیراداری در سیستم نرم افزاری مدیریت شکایات CRM، دریافت و ثبت پیشنهادهای مطرح شده توسط مشتریان در ساعات غیراداری در سیستم نرم افزاری CRM بانک، ثبت اطلاعات مربوط به جزئیات تماس های وارده به سامان ارتباط و ثبت طبقه بندی موضوعات تماس های وارده به منظور ایجاد بانک اطلاعاتی از تماس های دریافتی؛ تهیه گزارش های منظم و تحلیلی در خصوص تماس های وارده به همراه پیشنهاد اقدامات اصلاحی و پیشگیرانه، رصد سامانه تعاملی کاشف به صورت مستمر و انجام اقدامات لازم، پشتیبانی مشتریان در خصوص مشکلات استفاده از خدمات تلفن بانک و در نهایت ارائه پیشنهاد/درخواست طراحی و ایجاد محصولات و سرویس های مبتنی بر نیازهای شناسایی شده در حوزه های محصولات قابل ارائه از طریق کانال غیرحضوری.

● مهمترین برنامه های این اداره در سال های آینده چیست؟

باتوجه به فرهنگ سازمانی بانک سامان که بر پایه مشتری محوری، نوآوری، کارایی، تعهد و مسئولیت اجتماعی بنا شده است، برنامه های اداره سامان ارتباط نیز در راستای تحقق این ارزش ها تدوین شده اند. برخی از مهمترین برنامه های ما در سال های آینده عبارتند از:

مهمترین برنامه های این اداره عبارت اند از: ارتقای هرچه بیشتر رضایت مشتریان، تقویت فرهنگ مشتری محوری، افزایش کارایی و بهره وری، توسعه خدمات نوآورانه و ارتقای مسئولیت های اجتماعی

ارتقای هرچه بیشتر رضایت مشتریان:

- کاهش محسوس زمان انتظار تماس مشتریان
- ارائه خدمات شخصی سازی شده به مشتریان
- استفاده از هوش مصنوعی و ربات های چت برای ارائه خدمات سریعتر و بهتر به مشتریان با استفاده از خدمات جدید در حوزه بانکی
- ارائه خدمات ۲۴ ساعته و ۷ روزه در تمامی کانال های ارتباطی
- جمع آوری و تحلیل نظرات و پیشنهادهای مشتریان برای بهبود مستمر خدمات

افزایش کارایی و بهره‌وری:

- استفاده از فناوری های نوین مانند سیستم های مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) و اتوماسیون فرایندها (RPA)
- بهینه سازی فرایندهای کاری و حذف مراحل غیرضروری و امور فاقد ارزش افزوده
- آموزش پرسنل برای انجام کارآمدتر وظایف خود
- استفاده از ابزارهای تحلیلی برای شناسایی و رفع نقاط ضعف در فرایندها

توسعه خدمات نوآورانه:

- ارائه خدمات جدید بانکی از طریق کانال ها و درگاه های جدید به خصوص الکترونیکی
- استفاده از هوش مصنوعی برای ارائه خدمات شخصی سازی شده به مشتریان
- ایجاد پلتفرم های جدید برای تعامل با مشتریان
- همکاری با استارت آپ ها و شرکت های نوآور برای توسعه خدمات جدید

تقویت فرهنگ مشتری محوری:

- ارائه آموزش های تخصصی به پرسنل در زمینه ارائه خدمات با کیفیت به مشتریان
- ترویج فرهنگ همدلی و احترام به مشتریان در بین پرسنل
- ایجاد سیستم های پاداش و تشویق برای پرسنلی که خدمات با کیفیتی به مشتریان ارائه می دهند
- جمع آوری و تحلیل نظرات و پیشنهادهای پرسنل در مورد چگونگی ارتقای خدمات به مشتریان

ارتقای مسئولیت های اجتماعی:

- کاهش مصرف انرژی و منابع در مرکز تماس به خصوص الکترونیکی نمودن فرایندهای داخلی
- استفاده از مواد اولیه و تجهیزات سبز در مرکز تماس
- علاوه بر این برنامه ها، ما در اداره سامان ارتباط به طور مداوم در حال رصد تحولات صنعت خدمات بانکی و نیازهای مشتریان هستیم تا برنامه های خود را متناسب با این تحولات و نیازها به روزرسانی کنیم. ما معتقدیم که با اجرای این برنامه ها می توانیم به عنوان یک مرکز تماس پیشرو در صنعت خدمات بانکی شناخته شویم و به بهترین نحو به نیازهای مشتریان خود پاسخ دهیم.
- باتوجه به فرهنگ سازمانی بانک سامان، در اجرای این برنامه ها به موارد زیر توجه خواهیم کرد:

- تمرکز بر ارائه خدمات با کیفیت به مشتریان
- احترام به مشتریان و حفظ حریم خصوصی آنها
- کار تیمی و همکاری بین پرسنل
- نوآوری و خلاقیت
- مسئولی پذیری و تعهد به مشتریان و ذینفعان
- ما مطمئن هستیم که با اتکا به این ارزش ها و با تلاش و پشتکار هم تیم هایم در اداره سامان ارتباط، می توانیم به اهداف خود در سال های آینده دست پیدا کنیم.

سخن پایانی شما؟

- در سامان ارتباط، ما به تعامل صمیمی و مبتنی بر احترام و همکاری متقابل با یکدیگر و با مشتریان ارزش زیادی قائل هستیم.
- ما به طور مرتب جلسات کاری برگزار می کنیم، دانش و تجربیات خود را به اشتراک می گذاریم، به یکدیگر کمک می کنیم و برای حل مشکلات پیچیده مشتریان با هم همکاری می کنیم.
- ما همچنین از طریق سیستم های ارتباطی مختلف در طول روز با یکدیگر در تماس و تعامل هستیم و از فرهنگ تشویق و قدردانی برای افزایش روحیه و انگیزه پرسنل و ارتقای کیفیت خدمات ارائه شده به مشتریان استفاده می کنیم. من و هم تیمی هایم در اداره سامان ارتباط به تعهد خود جهت ارائه بهترین خدمات به مشتریان، ارتقای سطح خدمات و رضایت آنها و همچنین تعامل سازنده و مثبت با همکارانمان افتخار می کنیم.





داستان جعبه‌های جادویی قدردانی سازمانی

هاله معتقد است چنین نگرشی به هر مدیری کمک می‌کند تا همکاران زیرمجموعه‌اش بتوانند چه از لحاظ فردی و چه از لحاظ تیمی رشد کنند و در نهایت سود این کار را هم سازمان می‌برد و هم همکاران.

ارزیابی عملکردهای ۶ ماهه کافی نیستند

هاله حسین‌زاده این‌گونه شرح می‌دهد که در اغلب سازمان‌ها، از جمله مجموعه‌ای که خودش سال‌هاست در آن مشغول به کار است، روال بر این بوده که هر ۶ ماه یکبار فرایندهایی برای ارزیابی عملکرد کارکنان اجرا شده و پس از جمع‌آوری نتایج، نقاط قوت همکاران تحسین شده و برای برطرف کردن نقاط ضعف آن‌ها برنامه‌هایی اجرا شود.

او معتقد است چنین فرایندی گرچه مفید است؛ اما چون بازخوردها در بازه‌های ۶ ماهه صورت می‌پذیرد، می‌تواند منجر به نادیده گرفتن بسیاری از کارهای خوب همکاران شود.

قدردانی‌های مستمر؛ فوت کوزه‌گری برای بهبود عملکرد همکاران

هاله با درک اهمیت قدردانی‌های مستمر، در ماه‌های گذشته تصمیم گرفت که با ترویج فرهنگ سپاس‌گزاری و قدردانی، آن‌ها هم در فواصل زمانی کوتاه‌تر کمک‌کننده تا رفتارهای خوب و خرده عملکردهای مطلوب همکاران از بین نرفته و فراموش نشوند.

یکی از کارهای مهمی که هاله انجام داده تعبیه یک جعبه قدردانی است. او اول هر ماه به هر یک از کارکنان ۴ برگه می‌دهد و آن‌ها می‌توانند هر زمان که یکی از همکارانشان عملکرد خوبی داشته، نام او و کاری که انجام داده است را روی برگه‌ها نوشته و داخل جعبه قدردانی بیندازند.

هاله حسین‌زاده، معاون بین‌الملل بانک سامان، در ماه گذشته مصاحبه‌ای با پلتفرم ریکو (پلتفرمی برای نهادینه‌سازی ارزش‌های سازمانی) داشته است که مشروح کامل آن را در زیر می‌خوانید:

هاله حسین‌زاده، معاون بین‌الملل بانک سامان است. او یکی از افرادی است که مراحل رشد حرفه‌ای خود در کارش را آهسته و پیوسته طی کرده است. در خلال این مسیر شغلی، قدردانی از همکاران، یکی از رویکردهای مهمی بوده که همواره دنبال کرده است. هاله در گفتگو با تیم اپلیکیشن ریکو درباره این رویکرد و تجربیاتش در این خصوص صحبت‌هایی کرده که در ادامه روایتی از آن را می‌خوانید:

هاله حسین‌زاده از گذشته تاکنون

هاله حسین‌زاده دانش‌آموخته رشته اقتصاد است. او پس از اتمام تحصیل، فعالیت‌های حرفه‌ای خود را در بانک سامان و از پایین‌ترین رده آغاز کرد و با شایستگی مرحله‌به‌مرحله ارتقا یافته و اکنون در سمت معاون بین‌الملل بانک سامان مشغول است.

ساختن روابط خوب؛ دغدغه‌ای از همان دوران آغاز به کار

یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های هاله حسین‌زاده از همان سال‌های اولیه همکاری با بانک سامان، این بوده است که بتواند روابط خوبی با همکارانش بسازد؛ او دوست داشت این رویه را تمرین کند تا اگر روزی خودش در جایگاه مدیریت قرار بگیرد، بتواند به مدیریت همدل تبدیل شود تا هر زمان مسئله‌ای برای کسی پیش آمد بتواند به‌خوبی حرف دل همکارانش را بشنود و از آنها حمایت کند.



تأثیر مثبت قدردانی‌ها بر مدیریت خشم همکاران

هاله بر این باور است که قدردانی کردن افراد از یکدیگر، یخ افراد را برای برقراری روابط مثبت می‌شکند و این موضوع بر روی بهبود ارتباطات بین کارکنان، بخصوص در مواقعی که بین آنها تعارض‌هایی شکل گرفته و یا دلخوری‌هایی پیش آمده که موجب خشم آنها شده، تأثیر شگرفی می‌گذارد. حسین زاده ادامه می‌دهد با آنکه در کنار جعبه قدردانی، جعبه‌ای هم برای خشم تعبیه شده است، اما معمولاً آن جعبه خالی می‌ماند! چون همکاران یاد گرفته‌اند در زمان وقوع تعارض، در فضایی مثبت با یکدیگر گفتگو کرده و مسئله را حل و فصل کنند. در حقیقت قدردانی‌ها کار خودش را می‌کند و باعث می‌شود همکاران نسبت به هم "حسن ظن" پیدا کنند و این موضوع در شرایط بحرانی، باعث افزایش اعتماد و امنیت روان‌شناختی آن‌ها به یکدیگر شده و مسائل در فضایی همدلانه‌تر و مسئولانه‌تری حل می‌شوند.

قدردانی، شکستن شاخ غول نیست!

هاله حسین زاده خودش بسیار خوش انرژی، اجتماعی و اهل ارتباط است. او می‌گوید برای قدردانی از یکدیگر لازم نیست حتماً کار خاص و خارق‌العاده‌ای انجام داد. گاهی می‌توان به بهانه‌های مختلف همکاران را غافلگیر کرد. با چیزهای خیلی خیلی ساده! مثل مهمان کردن همکار به یک قهوه یا موارد کوچکی مثل این‌ها. او به این قدردانی‌ها و ارتباطات مثبتی که بین همکاران می‌سازد، بسیار ایمان دارد و معتقد است این قدردانی‌ها باعث می‌شوند آن‌ها انگیزه بیشتری برای همکاری و همدلی پیدا کرده و یکدیگر را همانند اعضای "یک تیم" حس کنند.

هاله به تمام همکاران آموزش می‌دهد که چطور این کار را انجام دهند و چطور به جای استفاده از جملات کلی مثل "دمت گرم" و "مرسی که هستی"، با ذکر نمودن دلیل و اثر قدردانی، به قدردانی‌های اصیل‌تر روی بیاورند. در واقع او به زیر مجموعه خود می‌آموزد که همواره به سایر همکارانشان به دلیل کار خوبی که انجام داده‌اند، بازخورد تشویقی بدهند. هاله این جعبه قدردانی را آخر هر ماه باز می‌کند و نوشته‌های روی برگه‌ها را می‌خواند. او، به دلیل داشتن پست مدیریتی، بی‌شک دایره ارتباطی وسیع‌تری دارد. از این رو برای خودش ۱۰ برگه قدردانی در نظر می‌گیرد تا بتواند از افراد بیشتری قدردانی کرده و به عبارت بهتر خودش به الگویی برای سایر همکاران تبدیل شود.

نتایجی که آهسته‌آهسته نمایان شدند

تشویق همکاران برای قدردانی از یکدیگر باعث شد به مرور افراد به نقاط مثبت همکاری با یکدیگر بیشتر از قبل توجه کرده و انرژی بهتری به یکدیگر بدهند. به خصوص برای افرادی که درون‌گراتر بودند و شاید در بحث‌های ارتباطی سعی می‌کردند کمی دست‌به‌عصا تر راه بروند. هاله به دنبال آن است تا کاری کند کارکنان زیرمجموعه‌اش بتوانند راحت‌تر با یکدیگر ارتباط برقرار کنند.

در نهایت پس از بررسی کاغذها، به کسانی که بیشتر از همه از آنها قدردانی شده است، هدایای کوچکی به رسم یادگاری اهدا می‌شود. مثل خودکارهایی زیبا که اسم فرد روی آنها حکاکی شده و اگر همکاری برای بار دوم منتخب شد، یک کارت هدیه کوچک برای قدردانی دریافت می‌کند.



تحول بانکداری: قدرت شعب دیجیتال بانکی

| ترجمه شده در: شرکت توسعه خدمات الکترونیکی آدونیس |

استقرار تجهیزات سلف‌سرویس انجام دهند. ۶۰ درصد تراکنش‌ها را می‌توان با پایانه‌های هوشمند انجام داد. ۲۰ درصد باقی‌مانده مشتریان، خدمات خود را از طریق خدمات چهره به چهره باجه و گیشه، دریافت می‌کنند.

به طور مثال، با استفاده از یکی از محصولات شرکت Yihua، یعنی باجه هوشمند (STS)، در مقایسه با خودپرداز، تراکنش‌های پیچیده‌تر می‌توانند به تجهیزات سلف‌سرویس تغییر جهت دهند. با این فناوری‌های Yihua، و قدرت بیومتریک و تأیید از راه دور کارت‌های شناسایی، بانک می‌تواند از اکثر روش‌های شناخت مشتری خود، برای بازکردن حساب‌های بانکی، به صورت خودکار و فوری استفاده کند. با به کارگیری راهکارهای موجود چاپ کارت، مشتریان و بانک‌ها می‌توانند کارت‌های بانکی را با طرح‌های شخصی، در عرض چند دقیقه، سفارشی و شخصی‌سازی کنند. هرچه بازکردن حساب برای مشتریان آسان‌تر باشد، شما مشتریان بیشتری را برای خدمات بانکی خود خواهید داشت. بانک‌های زیادی ارتباط مؤثر استقرار تجهیزات سلف‌سرویس در لابی شعبه و یا حتی مناطق ارائه خدمات ۲۴ ساعته را، به عنوان راهی مؤثر برای گسترش کانال‌های خدمات بانکی، شاهد هستند.

ازادکردن وقت و زمان برای خدمات ارزش افزوده

با خودکارسازی تراکنش‌های معمول بانکی، بانک‌ها می‌توانند زمان و وقت متصدیان باجه‌های خود را برای تمرکز بر خدمات ارزش افزوده آزاد کنند.

چشم‌انداز بانکی در حال تجربه یک تغییر پارادایم به سمت وسوسه دیجیتالی شدن است. مؤسسات مالی به گونه‌ای فزاینده در حال تشخیص مزایای عظیمی هستند که با استقرار شعب بانک‌های هوشمند در نتیجه به کارگیری تجهیزات و کانال‌های سلف‌سرویس هوشمند حاصل می‌شود. این حرکت استراتژیک نه تنها پردازش تراکنش را ساده می‌کند، بلکه مسیرهای جدیدی را برای ارائه تجارب بیشتر مشتری و هدایت به سمت رشد درآمد، به وجود می‌آورد.

دگرگون شدن تراکنش‌ها با ماشین‌های هوشمند

شعب دیجیتال بانکی، مجهز به تجهیزات بانکداری هوشمند، در خط مقدم دگرگون کردن پردازش تراکنش‌ها هستند. این ماشین‌ها تجربه سلف‌سرویس یکپارچه، کاهش زمان انتظار و افزایش کارایی عملیاتی را در اختیار مشتریان قرار می‌دهند. مشتریان می‌توانند به راحتی حساب باز کنند، درخواست کارت بانکی بدهند، واریز، برداشت و انتقال وجه، و غیره را با سرعت مورد نظر خود انجام دهند، اموری که به کاهش قابل توجه ترافیک تردد در گیشه‌های سنتی منجر می‌شود.

بر اساس اعلام نظر شرکت تجهیزات بانکی GRG (هنگ‌کنگ) با مسئولیت محدود، «هنگامی که مشتریان از یک شعبه هوشمند بازدید می‌کنند، ۲۰ درصد آنان می‌توانند تراکنش‌های خود را در محل‌های



بهره‌وری عملیاتی و صرفه‌جویی

شعب بانکی دیجیتال علاوه بر بالا بردن تجربیات مشتری، به کارایی و بهره‌وری عملیاتی و صرفه‌جویی قابل توجهی در هزینه‌ها کمک می‌کند. با خودکارسازی تراکنش‌های معمول بانکی، بانک‌ها می‌توانند طبقه‌بندی و سطح کارکنان خود را بهینه کنند، خطاهای انسانی را کاهش دهند و هزینه‌های عملیاتی مرتبط با خدمات سنتی را به حداقل برسانند. این کارایی، به مدل بانکداری چابک‌تر و رقابتی‌تر تبدیل می‌شود.

سازگاری با تغییر رفتار مصرف‌کننده

تحول دیجیتالی بانکی فقط یک روند نیست، بلکه پاسخی است به تغییر رفتار مصرف‌کننده. مشتریان به طور فزاینده‌ای راحتی و انعطاف‌پذیری عرضه شده توسط کانال‌های دیجیتال را ترجیح می‌دهند. بانک‌های تجاری با پذیرش و استقبال از شعب بانکی دیجیتال، خود را در موقعیت مؤسسات آینده‌نگری که نیازهای در حال رشد مشتریان را درک می‌کنند و به آن جامه عمل می‌پوشانند، قرار می‌دهند. نتیجه آن که استقرار شعب بانکی دیجیتال که توسط تجهیزات بانکداری هوشمند هدایت و به جلو برده می‌شوند، حرکتی استراتژیک به شمار می‌رود که فراتر از پردازش تراکنش است. این امر، استفاده از فناوری برای افزایش تجربیات مشتری، گشودن جریان‌های درآمدی جدید و پیشرو ماندن در چشم‌انداز مالی است که به سرعت در حال تحول است. مؤسسات مالی‌ای که پذیرای تحول دیجیتال و استقبال از آن هستند، نه تنها کارشان را در حال حاضر رونق می‌بخشند، بلکه آینده عملیاتی خود را برای رویارویی با تغییرات پویای فردا نیز، تضمین می‌کنند.

منبع: کلایدستون منتشره در تاریخ ۲۰ نوامبر ۲۰۲۳

به جای مشغول بودن و درگیری با امور تکراری، متصدیان باجه‌ها می‌توانند تخصص خود را به ارائه مشاوره مالی شخصی، راهنمایی مشتریان در معاملات پیچیده، و رسیدگی به نیازهای مالی خاص، اختصاص دهند. این تغییر وضعیت نه تنها باعث افزایش رضایت مشتری می‌شود، بلکه بانک را نیز در جایگاه یک مشاور قابل اعتماد قرار می‌دهد.

فرصت‌های فروش متقابل

شعب دیجیتال بانکی، محیطی مناسب برای فروش متقابل محصولات متعدد بانکی فراهم می‌نماید. با توجه به این که متصدیان باجه‌ها دیگر درگیر مسئولیت‌های معاملاتی و تراکنشی نیستند، می‌توانند به صورتی فعال به مشتریان پردازند و فرصت‌هایی را برای توصیه و فروش متقابل طیف متنوعی از محصولات بانکی، شناسایی کنند. خواه، منظور بالا بردن حساب‌های پس‌انداز، یا گزینه‌های سرمایه‌گذاری و یا محصولات اعتباری باشد، متصدیان باجه‌ها می‌توانند تجربیات شخصی خود برای تطبیق پیشنهادها با نیازهای فردی مشتری را به کار گیرند.

افزایش تجارب مشتری

استقرار شعب بانکی دیجیتال به بهبود کلی تجربه مشتری کمک می‌کند. ماشین‌های سپرده هوشمند بانکی، ماشین‌های بازیافت نقدی انبوه شعبه، ماشین‌های باجه‌های هوشمند، ماشین‌های باجه تصویری، ماشین‌های نقش برجسته هوشمند و غیره، تماماً با در نظر گرفتن تجربه مشتری طراحی شده‌اند و این اطمینان را به وجود می‌آورند که مشتریان بتوانند به راحتی تراکنش‌های پیشرفته را هدایت و تکمیل کنند. این قابلیت دسترسی بالا، باعث ارتقای سطح رضایت مشتری و تقویت رابطه بانک با پایگاه مشتری خود می‌شود.



تاریخچه و چرایی خانه‌های کوچک

| دکتر علیرضا صابر فرد |

| مدیر روابط عمومی شرکت توسعه و عمران بهنادینا |

مناطق آمریکا مانند سانفرانسیسکو، نیویورک و منهتن قیمت خرید خانه بسیار بالاست و با سطح درآمد افراد تفاوت بسیاری دارد.

در ژاپن، خانه‌های کوچک به دلیل کمبود فضای شهری و تراکم جمعیت بالا، از دیرباز رایج بوده‌اند. از دهه ۱۹۸۰، معمارانی مانند کازوئو شینکای و تویو ایتو به طراحی خانه‌های کوچک با استفاده بهینه از فضا پرداخته‌اند. خانه‌های کپسولی و آپارتمان‌های کوچک در توکیو نمونه‌هایی از این روند هستند.

ژاپن کشوری است که بیشتر مردم در آن به کار و درآمد فکر می‌کنند، زنان خانه‌دار نیز از این امر مستثنا نیستند و شغلی برای خود فراهم می‌کنند. به همین دلیل خانه در فرهنگ ژاپنی به‌عنوان محلی برای خواب و کسب آرامش تعریف شده است. میهمانی‌ها در خانه افراد برگزار نمی‌شود؛ بلکه کافه‌ها و رستوران‌ها برای این کار در نظر گرفته می‌شود. خانه‌های ژاپنی‌ها متراژ کمی دارند و این امر برای افراد مسئله مهمی نیست. آمارها نشان می‌دهد در سال‌های اخیر، زوج‌های جوان ژاپنی به خانه‌های کوچک در مرکز شهر توکیو علاقه بیشتری نشان می‌دهند و این خانه‌های کوچک بدانگشتی را به خانه‌های بزرگ حومه شهر که ممکن است ارزان‌تر و با وام بیشتر و سهل‌الوصول‌تر باشد، ترجیح می‌دهند.

چین نیز برای حل بحران مسکن به سراغ خانه‌های پیش‌ساخته کوچکی رفته که کمتر از ۲۴ ساعت به هم وصل می‌شوند. در همسایگی چین، اما هنگ‌کنگ قرار دارد که به دلیل وضعیت اقلیمی و جغرافیایی و افزایش جمعیت مجبور شده است به سمت خانه‌های تابوتی یا کپسولی برود؛

خانه‌های کوچک متراژ یا مینی‌مال معمولاً به‌عنوان "خانه‌های کوچک" (Tiny House) شناخته می‌شوند که با استفاده از طراحی‌های خلاقانه و کارآمد، نیازهای سکونت ساکنین را در فضایی محدود برآورد می‌کنند. این خانه‌ها معمولاً دارای مساحت‌های کمتر از ۵۰ مترمربع هستند و می‌توانند در قالب آپارتمان‌های شهری، ویلاهای کوچک و یا خانه‌های پیش‌ساخته ارائه شوند.

تاریخچه ساخت خانه‌های کوچک متراژ در جهان:

در ایالات متحده، جنبش خانه‌های کوچک (Tiny House Movement) از اوایل دهه ۲۰۰۰ به شدت رشد کرد. این جنبش به دنبال بحران مسکن و رکود اقتصادی ۲۰۰۸، زمانی که بسیاری از مردم به دنبال گزینه‌های مقرون به صرفه‌تری برای زندگی بودند، شتاب گرفت. جی شافر، یکی از پیشگامان این جنبش در سال ۱۹۹۹ شرکت Tumble Tiny House Company را تأسیس کرد و به ساخت و ترویج خانه‌های کوچک مشغول شد.

کاهش نرخ مالکیت در آمریکا باعث شده تا افراد بیشتری به جمعیت اجاره‌نشین این کشور اضافه شوند. قدرت خرید خانه در آمریکا شاید همچنان مانند سابق باشد؛ اما جذابیت خرید خانه در آمریکا کاهش یافته است و افراد کمتری علاقه به پس‌انداز و خرید خانه دارند. در بسیاری از



تاریخچه ساخت خانه‌های کوچک متراژ در ایران:

ساخت خانه‌های کوچک متراژ در ایران به چندین دهه گذشته بازمی‌گردد و به‌عنوان پاسخی به چالش‌های مختلف اقتصادی، جمعیتی و شهری توسعه یافته است. این روند به‌ویژه در دهه‌های اخیر با افزایش جمعیت شهری، رشد قیمت مسکن و کمبود زمین شهری شدت بیشتری یافته است.

۱- دهه ۱۳۶۰ و ۱۳۷۰: در این دهه‌ها، با افزایش جمعیت شهری و مهاجرت روستائیان به شهرها، نیاز به مسکن ارزان قیمت و سریع الاحداث بیشتر احساس شد. این نیاز به ساخت و سازهای سریع و اقتصادی منجر به توسعه واحدهای مسکونی کوچک‌تر و ارزان‌تر شد.

۲- دهه ۱۳۸۰ و ۱۳۹۰: در این دوره، با افزایش جمعیت و همچنین تحولات اقتصادی، قیمت زمین و مسکن به‌طور قابل توجهی افزایش یافت. این امر باعث شد تا سازندگان به سمت ساخت واحدهای مسکونی کوچک‌تر و فشرده‌تر حرکت کنند تا بتوانند نیازهای جمعیت بیشتری را با هزینه کمتر برآورده کنند.

در واقع طرح خانه‌های نقلی یا میکرو آپارتمان‌ها مختص ایران و تهران نبوده و در بسیاری از شهرهای متراکم و گران اروپایی، آمریکایی و کشورهای توسعه یافته؛ مانند ژاپن و سنگاپور دیده می‌شوند.

توکیو، پاریس و لندن از جمله شهرهای توسعه یافته‌ای هستند که به دلیل کمبود فضای ساخت‌وساز و نیز جمعیت زیاد، با افزایش تقاضا به زندگی در "میکرو آپارتمان‌هایی" به مساحت ۸ مترمربع روبه‌رو شده‌اند.

در آمریکای لاتین نیز شهر سائوپائولوی برزیل و بوگوتا پایتخت کلمبیا شاهد بیشترین حجم ساخت‌وساز آپارتمان‌های کوچک متراژ ۱۰ تا ۱۵ مترمربع است.

علت شکل‌گیری:

۱- افزایش جمعیت شهری: افزایش جمعیت و مهاجرت به شهرها

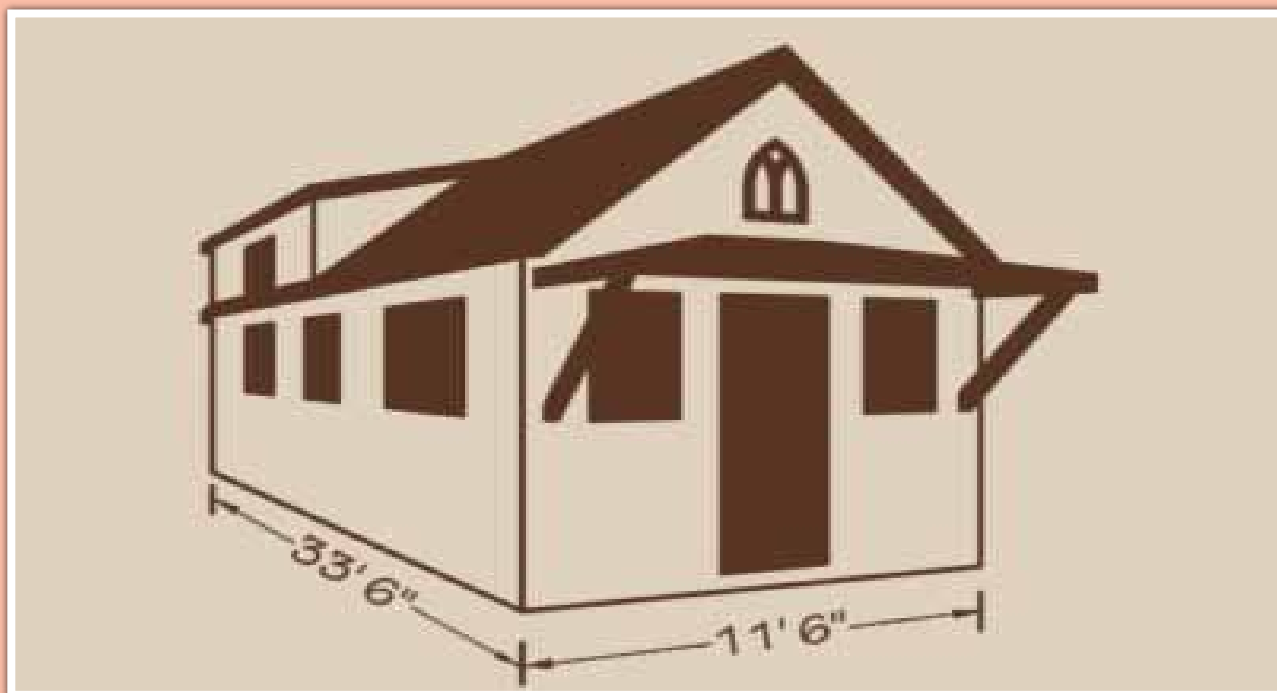
خانه‌هایی که کمتر از ۵ متر هستند.

اروپا، انگلیس و هلند نیز با چالش‌های مشابهی مواجه بوده‌اند. در لندن، خانه‌های کوچک و آپارتمان‌های با متراژ پایین از اوایل قرن بیستم برای کارگران و مهاجران ساخته شدند. در هلند، خانه‌های شناور و مدولار کوچک که بر روی کانال‌ها قرار می‌گیرند، نمونه‌های جالبی از این نوع مسکن هستند.

در آلمان با پروژه‌های مختلفی به مسئله مسکن پاسخ داده است. در برلین، خانه‌های کوچک متحرک و مدولار به‌عنوان راه‌حلی برای افزایش قیمت مسکن و کمبود فضا مطرح شده‌اند. این خانه‌ها معمولاً برای دانشجویان و جوانان مناسب هستند. آلمان نخستین پروژه آپارتمان‌های کوچک را در سال ۲۰۱۱ میلادی توسط یک پیمانکار در شهر فرانکفورت کلید زد. طراحی اولیه این آپارتمان‌ها به‌منظور استفاده دانشجویان صورت گرفت؛ اما نه تنها دانشجویان که کارمندان و شاغلان فرانکفورت نیز از خرید و اجاره این آپارتمان‌ها استقبال کردند.

در استرالیا و نیوزلند نیز خانه‌های کوچک به دلیل سبک زندگی ساده و مینیمالیستی و همچنین هزینه‌های پایین‌تر محبوبیت یافته‌اند. جنبش خانه‌های کوچک در این مناطق از اوایل دهه ۲۰۱۰ شروع به رشد کرده است و به عنوان یک راه‌حل برای مقابله با افزایش قیمت مسکن و نیاز به زندگی پایدار معرفی شده‌اند.

تاریخچه خانه‌های کوچک نشان می‌دهد که این نوع مسکن به‌عنوان پاسخی به چالش‌های اقتصادی و فضایی مسکن در کشورهای مختلف توسعه یافته است. این خانه‌ها با استفاده از فضا و کاهش هزینه‌ها، گزینه‌ای مقرون‌به‌صرفه و کارآمد برای بسیاری از افراد به شمار می‌آید. در هر کشور، توسعه این خانه‌ها با توجه به فرهنگ، نیازها و شرایط اقتصادی خاص آن منطقه شکل گرفته است.



خانه‌های کوچک متراژ در ایران به عنوان پاسخی به چالش‌های متعدد اقتصادی، جمعیتی و اجتماعی شکل گرفته‌اند. این خانه‌ها با توجه به افزایش جمعیت شهری، رشد قیمت مسکن و تغییرات در سبک زندگی به یک راه‌حل منطقی و مقرون به صرفه برای بسیاری از افراد تبدیل شده‌اند. سیاست‌های دولتی نیز در این روند نقش مهمی ایفا کرده و تلاش داشته‌اند تا با ساخت واحدهای مسکونی کوچک‌تر و اقتصادی نیاز به مسکن را در جامعه تأمین کنند.

قدرت صاحبخانه شدن در کشورهای مختلف:

خرید ملک یکی از آرزوهای همه افراد است. قدرت خرید خانه در کشورهای مختلف بسته به قیمت خانه، میزان تورم، سطح درآمد مردم، تسهیلات و سود بانکی متفاوت است. صاحبخانه شدن از مواردی است که دستخوش تفاوت‌های فرهنگی نیز شده است. در بسیاری از کشورهای غربی و اروپایی مردم علاقه‌ای به خرید خانه ندارند و اجاره‌نشینی را انتخاب می‌کنند.

سوئیس و آلمان به عنوان دو کشور پیشرفته اروپایی آمار عجیبی مبنی بر تعداد صاحبخانه‌ها ارائه می‌دهند. حتی در ثروتمندترین کشورهای دنیا که قدرت خرید خانه و پس‌انداز برای شهروندان وجود دارد، بیشتر افراد تمایل به اجاره‌نشینی دارند. رفاه اجتماعی و ثبات نرخ تورم در سوئیس و آلمان به عنوان توسعه‌یافته‌ترین کشورهای جهان زبانزد است؛ اما بیشتر شهروندان تمایلی به خرید خانه ندارند و خانه‌های اجاره‌ای را ترجیح می‌دهند. در کشورهای اروپایی شرایط و نرخ‌های ارائه شده برای وام‌های بانکی توسط اتحادیه اروپا اعلام می‌شود و میزان تورم افزایش چندانی در این کشورها ندارد.

۵۶ درصد از مردم سوئیس اجاره‌نشین هستند؛ اما در آمریکای لاتین فقط ۲۱ درصد از واحدهای مسکونی برای اجاره بوده و بیشتر مردم از

باعث افزایش تقاضا برای مسکن شده است. با توجه به محدودیت‌های زمین شهری، ساخت واحدهای مسکونی کوچک‌تر یک راه‌حل منطقی برای پاسخ به این تقاضاست.

۲- رشد قیمت زمین و مسکن: افزایش قیمت زمین و مسکن در شهرهای بزرگ ایران مانند تهران، مشهد و شیراز موجب شده تا بسیاری از خانوارها توانایی خرید واحدهای بزرگ‌تر را نداشته باشند و به سمت خرید یا اجاره واحدهای کوچک‌تر حرکت کنند.

۳- تغییر در ساختار خانواده: تغییرات اجتماعی و فرهنگی منجر به کاهش تعداد اعضای خانواده و افزایش تعداد خانوارهای تک‌نفره یا دونفره شده است. این تغییرات نیاز به واحدهای مسکونی کوچک‌تر را افزایش داده است.

۴- مقرون به صرفه بودن: خانه‌های کوچک متراژ به دلیل هزینه‌های پایین‌تر ساخت و نگهداری، گزینه‌ای مقرون به صرفه برای بسیاری از افراد و خانواده‌ها محسوب می‌شوند. این خانه‌ها به ویژه برای جوانان و نوجوانان و زوج‌های جوان مناسب هستند.

۵- سبک زندگی مینیمالیستی: افزایش گرایش به سبک زندگی مینیمالیستی و ساده‌زیستی نیز باعث شده تا بسیاری از افراد به سمت خانه‌های کوچک‌تر و کارآمدتر حرکت کنند. این سبک زندگی نه تنها هزینه‌های زندگی را کاهش می‌دهد؛ بلکه باعث کاهش مصرف منابع و انرژی نیز می‌شود.

۶- طرح‌های دولتی و سیاست‌گذاری‌ها: دولت در سال‌های اخیر با اجرای طرح‌هایی مانند مسکن مهر و مسکن ملی تلاش کرده تا نیاز به مسکن را برای اقشار مختلف جامعه تأمین کند. این طرح‌ها معمولاً بر ساخت واحدهای مسکونی با متراژهای کوچک‌تر متمرکز بوده‌اند تا بتوانند تعداد بیشتری واحد مسکونی را در زمان کمتری احداث کنند.

جمله شهروندان کلمبایی با هدف سرمایه‌گذاری نسبت به خرید خانه اقدام می‌کنند.

- طراحی و امکانات خانه‌های کوچک متراژ:

- طراحی:

خانه‌های کوچک متراژ با تمرکز بر استفاده بهینه از فضا، طراحی‌های خلاقانه و امکانات خاص گزینه مناسبی برای افرادی هستند که به دنبال سبک زندگی ساده و مقرون‌به‌صرفه هستند. برخی از جنبه‌های طراحی و امکانات این خانه‌ها شامل:

۱- استفاده بهینه از فضا: طراحی خانه‌های کوچک متراژ با هدف بهره‌برداری حداکثری از فضای موجود انجام می‌شود که شامل استفاده از مبلمان چندمنظوره، طبقه‌بندی دقیق فضاها و استفاده از فضای عمومی برای ذخیره‌سازی است.

۲- طراحی باز و نورگیر: برای جلوگیری از احساس تنگی و محدودیت، طراحی داخلی این خانه‌ها به طور باز و نورگیر انجام می‌شود. استفاده از پنجره‌های بزرگ و نور طبیعی برای افزایش احساس فضا و روشنایی داخلی ضروری است.

۳- طراحی مدولار: بسیاری از خانه‌های کوچک مدولار طراحی می‌شوند تا به راحتی قابل تغییر و تنظیم باشند. این طراحی به ساکنان اجازه می‌دهد تا با تغییر چیدمان، فضای موجود را به نحوی که به بهترین شکل نیازهایشان را برآورده کند، تنظیم کنند.

امکانات:

۱- آشپزخانه: آشپزخانه‌های چندکاره، کابینت‌های مخفی

۲- حمام فشرده: دوش‌های تلفیقی، سیستم‌های صرفه‌جویی در آب

۳- فضاهای خواب انعطاف‌پذیر: تخت‌های تاشو، تخت‌های مرتفع طراحی و امکانات خانه‌های کوچک متراژ بر استفاده بهینه از فضا، انعطاف‌پذیری و کارآمدی است. با استفاده از مبلمان چندمنظوره، فضاهای ذخیره‌سازی هوشمند و طراحی باز و نورگیر، این خانه‌ها می‌توانند زندگی راحت و کاربردی حتی در کوچک‌ترین فضاها را فراهم کنند. این اصول و تکنیک‌ها کمک می‌کنند تا خانه‌های کوچک متراژ به گزینه‌ای جذاب و کارآمد برای زندگی تبدیل شوند.

هر کدام از کشورها در ساخت خانه‌های با متراژ پایین، طراحی خاص خود را دنبال می‌کنند. به طور نمونه در ژاپن این خانه‌ها در فضایی به مساحت حدود ۱۰ مترمربع و در چندطبقه ساخته می‌شوند؛ مساحت این آپارتمان‌ها معمولاً بین ۲۵ تا ۴۵ مترمربع است.

در آمستردام هلند نیز خانه‌هایی دیده می‌شود با عرض بسیار کم، همچنین در اسکاتلند خانه‌هایی باریک با عرض چند متر و با ارتفاع بلند ساخته شده است.

در جهان آپارتمان‌های نقلی اگر چه از نظر مساحت با انتقادهای روبروست اما جانمایی این واحدهای مسکونی در مراکز شهری و مجاورت دانشگاه‌ها به دلیل کاهش فاصله محل زندگی با محل کار با استقبال جمعیت جوان به عنوان نیروی فعال کار و همچنین مشغول تحصیل روبرو شده است. تجربه دیگر کشورها نشان داده ساخت خانه‌های متراژ پایین در نقاط مختلف شهر می‌تواند تا حدودی عدالت اجتماعی را برقرار کرده و منجر به حفظ سرمایه قشر ضعیف جامعه و امیدی برای خانه‌دار شدن آنها و افزایش متراژ خانه‌هایشان در آینده باشد.

عرضه این واحدها با در نظر گرفتن همه نیازهای بهداشتی، پخت‌وپز و سکونت و همچنین متناسب با زیرساخت‌های شهری می‌تواند قیمت‌های بسیار زیاد بازار مسکن را تا حدود زیادی مدیریت کند. شیوه اجرا و مکان‌یابی برای استقرار این واحدها و چگونگی واگذاری نیز بسیار مهم است. آینده تمدن‌های جهان در گروی طراحی و ساخت مناسب شهری است و به طور حتم با توجه به رشد جمعیت و طراحی خوب و کارآمد، منازل مسکونی کوچک می‌تواند از مهم‌ترین اولویت‌های شهرسازی آینده باشد.

مزایای خانه‌های کوچک متراژ:

خانه‌های کوچک متراژ به دلیل ویژگی‌های منحصربه‌فرد و کارآمدی که دارند، از مزایای متعددی برخوردارند که آن‌ها را به گزینه‌ای جذاب برای بسیاری از افراد و خانواده‌ها تبدیل کرده است. برخی از این مزایا شامل:

۱- هزینه‌های کمتر ساخت و نگهداری

۲- بهره‌وری بیشتر از فضا: طراحی‌های چندمنظوره، ایجاد فضاهای ذخیره‌سازی مخفی

۳- سبک زندگی ساده‌زیستی: تمرکز بر کیفیت زندگی، کاهش استرس

۴- مزایای محیط‌زیستی و کاهش مصرف منابع طبیعی: خانه‌های کوچک متراژ به دلیل استفاده کمتر از مصالح ساختمانی و انرژی، اثرات زیست‌محیطی کم‌تری دارند و مصرف منابع طبیعی را کاهش می‌دهند.

۵- افزایش انعطاف‌پذیری: جابه‌جایی، استفاده‌های چندگانه

۶- سهولت در مدیریت و نگهداری

معایب خانه‌های کوچک متراژ:

در حالی که خانه‌های کوچک متراژ دارای مزایای متعددی هستند، چالش‌ها و معایبی نیز به همراه دارد که به طور مختصر می‌توان به موارد ذیل در این خصوص اشاره کرد:

۱- محدودیت فضا و حریم خصوصی: فضای محدود برای زندگی، کمبود فضای ذخیره‌سازی

۲- کمبود فضای ذخیره‌سازی

۳- محدودیت در طراحی و دکوراسیون: محدودیت در انتخاب مبلمان و دکوراسیون

۴- کاهش ارزش سرمایه‌گذاری: ارزش فروش پایین‌تر، تقاضای کمتر در بازارهای محلی

۵- مشکلات احتمالی سلامتی و روانی

۶- محدودیت در برگزاری میهمانی و میزبانی

راه‌حل‌ها جهت ساخت خانه‌های کوچک متراژ

برای ساخت خانه‌های کوچک متراژ در ایران، نیاز به اتخاذ رویکردهای نوآورانه و استفاده از تکنولوژی‌های پیشرفته است تا هم هزینه‌ها کاهش یابد و هم کیفیت و کارایی این خانه‌ها بهبود یابد. چند نمونه از راه‌حل‌های کلیدی شامل:

۱- استفاده از تکنولوژی‌های پیش‌ساخته

۲- مواد پایدار کم‌هزینه

۳- طرح‌ها و حمایت‌های دولتی: دولت می‌تواند با ارائه طرح‌های حمایتی مانند وام‌های کم‌بهره، تسهیلات مالی و کاهش مالیات ساخت‌وساز خانه‌های کوچک متراژ را تشویق و تقویت کند.

۴- آموزش و آگاهی‌بخشی



عوامل اثربخش بر تشویق استفاده مشتریان از خدمات بانکداری اینترنتی با مدل پذیرش تکنولوژی دیویس (مطالعه موردی بانک سامان)

خدمات مورد بررسی قرار گرفت. یافته‌های این تحقیق نشان داده است که مدل پذیرش تکنولوژی مدل مناسبی برای شرح رفتار استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی است و در واقع ادراکات فرد در مورد سهولت استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی و مفیدبودن این خدمات و نیز "خود اثربخشی" فرد در استفاده از رایانه با قصد استفاده از این خدمات رابطه مستقیم دارد.

۱. مقدمه

ریشه بانکداری به معنای امروزی این کلمه، می‌توان در دوره رنسانس ایتالیا و در شهرهای ثروتمند آن در شمال مانند فلورانس، ونیس و ژنوا یافت. خانواده‌های باردی و پروزی در ۴ میلادی بانکداری را در فلورانس با توزیع شعبات در بسیاری از بخش‌های دیگر اروپا گسترش دادند؛ و شاید مشهورترین بانک ایتالیا، بانک *medici*، باشد که توسط جیووانی مدیسی در سال ۱۳۹۷ میلادی تأسیس شد. اولین بانک سرمایه‌گذاری ایالتی شناخته شد، بانک سنت جورج (به ایتالیایی *Banco di san Giorgio*) در ژنوا ایتالیا در سال ۱۴۰۷، تأسیس شد. پیش از آن نیز هلندی‌ها در مناطق استراتژیک مثل بازارها و یا اسکله‌های بندر، چیزی شبیه پیت حلبی را وارونه روی زمین می‌گذاشتند که به آن بانک گفته می‌شد و با دریافت مبالغی یا پول خارجی را به حساب مشتری می‌گذاشتند و خود را بدهکار بازار می‌کردند و یا پول پرداخت می‌کردند تا هموطنانشان به خارج رفته تجارت کنند. در ایران هم شواهد و مدارکی وجود دارد که از زمان هخامنشیان، سبک صرفی وجود داشته که نظیر بانکداری امروزی بوده. به این ترتیب که شاه در هر ولایت شخصی را صرف دریافت امانات پولی قرار می‌داده. امروزه دیگر نه پیت حلبی و نه خود شخص طرف حساب دیگران نیستند.



| محمدرضا ملابراهیمی - بانکدار عملیات، شعبه ساری |

چکیده: این پژوهش با هدف شناسایی عوامل اثربخش بر تشویق استفاده مشتریان از خدمات بانکداری اینترنتی و با استفاده از مدل پذیرش تکنولوژی دیویس انجام گرفته است. طبق مدل پذیرش تکنولوژی، رفتار استفاده از یک تکنولوژی اطلاعاتی، به تشویق استفاده از یک سیستم خاص مربوط بوده و تشویق استفاده نیز به نوبه خود به وسیله میزان مفیدبودن تکنولوژی موردنظر از دیدگاه مصرف‌کننده و ادراکات وی در مورد سهولت استفاده از سیستم تعیین می‌شود. در واقع دیویس بیان می‌کند که ادراکات فرد در مورد مفیدبودن یک تکنولوژی خاص و سهولت استفاده از آن، در پذیرش تکنولوژی موردنظر، بسیار مهم هستند. در این پژوهش با استفاده از روش تحقیق "توصیفی - پیمایشی" نمونه‌ای متشکل از ۲۴۰ نفر از مشتریان بانک سامان مورد بررسی قرار گرفته و با استفاده از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی به بررسی عوامل مؤثر بر قصد استفاده مشتریان از خدمات بانکداری اینترنتی پرداخته شده است. در این تحقیق تأثیر متغیر خارجی، خود اثربخشی استفاده از کامپیوتر بر ادراکات فرد، در مورد سهولت استفاده و مفیدبودن این

صنعت بانکداری امروزه به سرعت در حال تغییر است. با توسعه اقتصاد بین‌المللی و رقابتی شدن بازارها، بانک‌ها نیز تحت تأثیر قرار گرفته‌اند، نیروی اصلی در این محیط تکنولوژی است که موجب شکستن موانع قانونی، جغرافیایی و صنعتی شده و محصولات و خدمات جدیدی ایجاد کرده است. بانکداری الکترونیک شامل کلیه کانال‌های الکترونیکی است که مشتریان برای دسترسی به حساب‌های خود و نقل و انتقال وجه بین حساب‌ها و یا پرداخت صورت حساب‌های خود از آن استفاده می‌کنند. این کانال‌ها شامل اینترنت، موبایل، تلفن، تلویزیون دیجیتال و دستگاه‌های خودپرداز است. در این تحقیق تأکید بر بانکداری الکترونیک از طریق اینترنت است. توجه روزافزون بانک‌های بزرگ در کشورهای توسعه‌یافته و کشورهای در حال توسعه به ارائه خدمات بانکی از طریق کانال‌های الکترونیک و توسعه بانک‌ها و مؤسسات مالی مجازی موجب افزایش رقابت در صنعت بانکداری شده است. به‌طوری‌که سایر بانک‌ها نیز در صدد توسعه رویکردهای مختلف بانکداری الکترونیک برآمده‌اند. در کشورهای در حال توسعه بانک‌ها معمولاً با بررسی خدمات ارائه شده توسط سیستم بانکی کشورهای توسعه‌یافته اقدام به تقلید از آنها و ارائه خدمات می‌کنند و به دلیل عدم انجام تحقیقات و بررسی‌های موردنیاز این‌گونه خدمات را به‌صورت ناقص به مشتریان خود ارائه می‌کنند. بدیهی است در صورت عدم استقبال مشتریان از سیستم‌های بانکداری الکترونیک ارائه این‌گونه خدمات با شکست مواجه خواهد شد. متأسفانه باتوجه به اهمیت این مسئله تاکنون هیچ‌گونه تحقیقی در مورد آن صورت نگرفته است. شناسایی عواملی که موجب می‌شود مصرف‌کننده قصد استفاده از یک تکنولوژی جدید مانند استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی را داشته باشد حائز اهمیت است. زیرا شناسایی این عوامل به بانکداران کمک می‌کند تا استراتژی‌های بازاریابی خود را برای ارتقای اشکال جدید سیستم‌های بانکداری الکترونیک به کار گیرند. بنابراین با هدف شناسایی عوامل اثربخش بر تشویق استفاده مشتریان از خدمات بانکداری اینترنتی، این طرح پژوهشی به بررسی کاربرد مدل پذیرش تکنولوژی در زمینه بانکداری اینترنتی می‌پردازد.

پیشینه نظری پژوهش

امروزه دیگر نمی‌توان اقتصاد را بدون بانک تصور کرد. پول از یک واسطه برای مبادله، دیگر به یکی از عوامل تولید تبدیل شده و بدون صنعت بانکداری، اقتصاد به شکل امروزی خود نمی‌تواند امیدی برای بقا داشته باشد. بانک‌های جهان در عصر حاضر تأثیرات بسیار زیادی روی اقتصاد جهانی می‌گذارند. عملکرد صنعت بانکداری در یک کشور جایگاه ویژه‌ای در تعیین مسیر اقتصاد دارد. افزایش رقابت، تغییر محیط کسب و کار و جهانی‌سازی از تغییرات عمده‌ای هستند که در صنعت خدمات مالی و بانکداری به وقوع پیوسته است. تقاضا برای خدمات مالی به سرعت در حال تغییر است و رفتار مشتریان نسبت به دهه قبل تغییر کرده است. با گذر مشتریان از مرحله بانکداری سنتی به بانکداری الکترونیک، استراتژی‌های جدیدی برای جذب مشتریان جدید و حفظ مشتریان کنونی لازم است. در ایران گسترش تدریجی دسترسی به اینترنت و در اختیار داشتن رایانه‌های خانگی توسط شرکت‌ها و اقشار مختلف مردم، نیازهای بالقوه‌ای را در زمینه دریافت خدمات بانکداری الکترونیک از طریق اینترنت آشکار کرده است. مشتریان می‌توانند برای دریافت ۹۰ درصد از کلیه محصولات و خدمات مالی از کانال‌های الکترونیک استفاده کنند.

استفاده از فناوری اطلاعات توسط بانک‌ها نیز در جهت بهبود ارائه خدمات در سراسر دنیا در حال افزایش است. با استفاده از سیستم‌های ارتباطات از راه دور و فناوری اطلاعات، یک بانک می‌تواند خدمات بهتری به مشتریان خود ارائه دهد و امکان انجام مبادلات بانکی را به‌صورت تعاملی برای مشتریان فراهم کند. ارائه خدمات الکترونیک باعث کاهش موانع ورود رقبا به این صحنه شده است. در مقایسه با هزینه ایجاد یک شعبه سنتی که حدود ۲۵ تا ۳۰ میلیون دلار است امروزه رقبا می‌توانند با ایجاد یک بانک اینترنتی با هزینه کمتر از ۱۰۰/۰۰۰ دلار و با هزینه نگهداری و وب‌سایت حدود ۲/۵ میلیون دلار برای ۵۰/۰۰۰ حساب به ارائه خدمات بانکی بپردازند.

تاریخچه بانکداری اینترنتی

اینترنت در سال ۱۹۷۰ توسط متخصصان دانشگاهی، به‌منظور اشتراک دریافت‌ها، توسعه یافت و تا سال ۱۹۹۳ محبوبیت اینترنت برای عموم و به‌خصوص تجاری که امید به گسترش مشتریان‌شان داشتند، افزایش پیدا کرد. عواملی که بانکداران را به سمت اینترنت متوجه ساخت عبارت بود از: مواجه شدن با مبالغ هنگفت، مشتریان زیان‌ده و رقابت بین غیربانکی‌ها. در سال ۱۹۹۴، بانک‌ها شروع به کاوش در اینترنت کردند تا به‌عنوان یک نظام تحویل‌داری پیشنهادی برای محصولات و خدمات‌شان، از بانکداری اینترنتی استفاده کنند. این نوع بانک برای هر تراکنشی قیمت کمتری از بانک‌های شعبه‌دار پیشنهاد کرد. همچنین به دسترسی بازارهای جهانی و آسایش بیشتر مشتریان توجه افزون‌تری نشان داد. تا ژانویه ۱۹۹۵، فقط ۲۴ بانک بر روی شبکه اینترنت وجود داشت. لیکن، به فاصله یک سال، ۸۰۰ بانک به این تعداد افزوده شد.

سابقه فعالیت‌های بانکداری الکترونیک در ایران به سال ۱۳۵۰ برمی‌گردد. در آن موقع بانک تهران با در اختیار گرفتن بین ۷ تا ۱۰ دستگاه خودپرداز در شعبه‌های خود، نخستین تجربه پرداخت خودکار پول را که فقط در شعب آن بانک نصب شده بودند برعهده داشتند. اواخر دهه ۱۳۶۰ بانک‌های کشور باتوجه به کاربرد رایانه شخصی و احساس نیاز به اتوماسیون عملیات بانکی، به رایانه‌ای کردن عملیات بانکی پرداختند.

طرح جامع اتوماسیون بانکی پس از مطالعه و بررسی‌های گوناگون در قالب پیشنهادی برای تحولی جامع در برنامه‌ریزی فعالیت‌های انفورماتیک بانک‌ها به مسئولان شبکه بانکی ارائه شد که با مصوبه مجمع عمومی بانک‌ها در سال ۱۳۷۲ طرح جامع اتوماسیون نظام بانکی شکلی رسمی به خود گرفت. در همان سال بانک مرکزی، شرکت خدمات انفورماتیک را به‌عنوان سازمان اجرایی طرح جامع انفورماتیک نظام بانکی تأسیس کرد. طی سال‌های ۱۳۷۲ و ۱۳۷۳ جرقه‌های ایجاد سوییچ ملی برای بانکداری الکترونیک زده شد و در همان زمان شبکه ارتباطی بین بانک ملی و فروشگاه‌های شهروند ایجاد شد. در خرداد ۱۳۸۱ مجموعه مقررات حاکم بر مرکز شبکه تبادل اطلاعات بین بانکی موسوم به شتاب به تصویب رسید. بدین‌سان اداره شتاب بانک مرکزی در تیرماه ۱۳۸۱ تأسیس و با هدف فراهم کردن زیرساخت بانکداری الکترونیک آغاز به کار کرد. شتاب با ایجاد ارتباط بین دستگاه‌های خودپرداز سه بانک رسماً متولد شد (بانک‌های کشاورزی، توسعه صادرات و صادرات ایران در پایلوت اولیه این طرح قرار داشتند و بانک‌های خصوصی سامان و کارآفرین نیز درخواست کردند که در آزمایش‌های اولیه شتاب حضور داشته باشند). هم‌اکنون بیشتر بانک‌های ایران رأساً و به‌طور مستقیم

طرح‌های بانکداری الکترونیکی خود را پیش می‌برند.

بانک‌ها سایت‌های خود را برای انتقال منابع، صورت‌حساب‌ها، رهن‌ها، وام‌های خودکار، محصولات بیمه، امنیت تجارت و غیره گسترش دادند. این مسئله به بانک‌ها اجازه داد تا به طور غیرمستقیم با مؤسسات غیربانکی رقابت کنند، SFNB که اولین بانک اینترنتی واقعی بود و در ۱۸ اکتبر ۱۹۹۵ به منظور انجام امور تجاری افتتاح شد، راه را برای توسعه بانکداری اینترنتی هموار ساخت. برای بانک‌ها اینترنت راهی به سوی فرصت‌های جدید بود تا بتوانند میدان دید و مشتری‌مداری‌شان را توسعه دهند. بر اساس آخرین تحقیقات به عمل آمده استفاده از اینترنت ظرف سه سال آینده، ۵۰ درصد افزایش می‌یابد که از جمله دلایل این افزایش فوق‌العاده می‌توان به پایین بودن قیمت رایانه‌های شخصی، اشاره کرد.

به دلیل اینکه کسب‌وکارها، از جمله بانک‌ها، سرمایه‌گذاری‌های کلانی را برای توسعه سیستم‌های اطلاعاتی و به کارگیری فناوری اطلاعات برای ارائه خدمات بهتر انجام می‌دهند، درک عواملی که موجب پذیرش این تکنولوژی می‌شود و ایجاد شرایطی که تحت آن فناوری اطلاعاتی موردنظر پذیرفته شود از مهم‌ترین عوامل در زمینه تحقیقات فناوری اطلاعات است. به عبارتی این مسئله که چرا افراد یک سیستم اطلاعاتی را می‌پذیرند و یا برعکس از آن استفاده نمی‌کنند از مهم‌ترین مباحث سیستم‌های اطلاعاتی است. طی دو دهه گذشته مطالعات زیادی در مورد عوامل مؤثر بر پذیرش سیستم‌های اطلاعاتی و فناوری اطلاعات انجام شده است. از میان تحقیقات انجام شده به نظر می‌رسد مدل پذیرش تکنولوژی دیویس در شرح رفتار استفاده از سیستم‌های اطلاعاتی بسیار مؤثر بوده است. این مدل تاکنون در بیش از ۱۰۰ تحقیق و در زمینه فناوری‌های گوناگون مورد استفاده قرار گرفته است. این تحقیقات نشان داده‌اند مدل پذیرش تکنولوژی چارچوب نظری مناسبی برای درک رفتار استفاده و پذیرش انواع سیستم‌های اطلاعاتی ارائه می‌دهد. این مدل در سال ۱۹۸۹ توسط فرد دیویس برای بررسی رفتار استفاده از رایانه ارائه شد. مبنای نظری این مدل از نظریه عمل قابل توجیه آجزن و فیشبین اقتباس شده است. مدل پذیرش فناوری قادر به توضیح رفتار فرد در حیطه وسیعی از تکنولوژی‌های کامپیوتری و انواع کاربران است.

مدل پذیرش پژوهش

مدل پذیرش تکنولوژی (TAM) اولین بار توسط دیویس در سال ۱۹۸۹ جهت پژوهش در زمینه روانشناسی اجتماعی مطرح شد. این مدل تئوریک همچنان به طور گسترده‌ای توسط محققان مورد استفاده قرار می‌گیرد. TRA و TPB دو تئوری پایه‌ای روانشناسی اجتماعی هستند که منجر به خلق TAM شدند. بر اساس تئوری TRA، عملکرد فرد در زمینه یک رفتار خاص توسط تصمیم رفتاری آن فرد برای مشغول شدن در آن فعالیت مشخص می‌شود. تئوری TPB بر این فرض دلالت دارد که نیت رفتاری فرد به انجام رفتارهای مختلف را می‌توان با نگرش فرد نسبت به آن رفتار، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری ادراک شده پیش‌بینی کرد. TAM به عنوان یک مدل فشرده، پیشگویانه و قدرتمند برای توضیح و پیشگویی رفتار در زمینه تصمیم‌گیری و پذیرش استفاده از یک تکنولوژی خاص خلق شده است.

این مدل ادعا می‌کند که تصمیم یک فرد برای استفاده از تکنولوژی به دو باور رفتاری بخصوص شامل سودمندی ادراک شده (Perceived usefulness) و آسانی استفاده ادراک شده (Perceived ease of use) بستگی دارد. سودمندی ادراک شده عبارت است از انتظار ذهنی

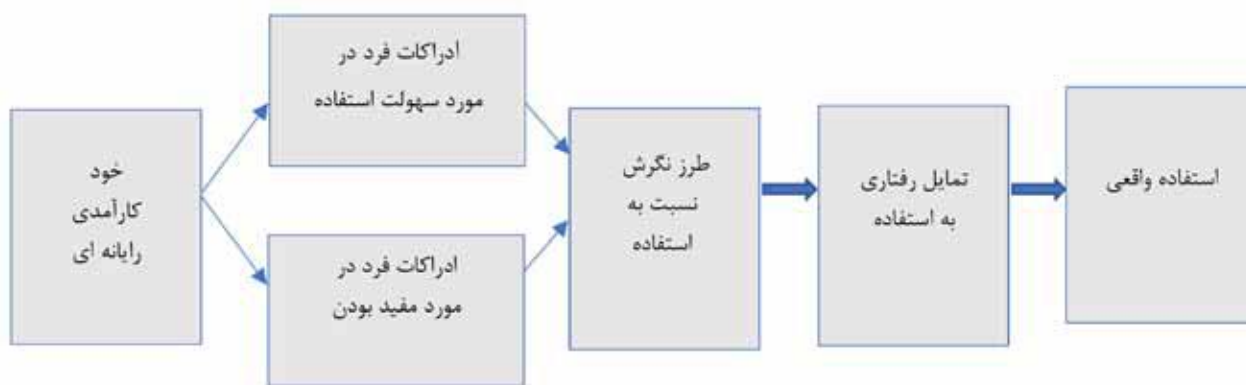
استفاده‌کننده یک تکنولوژی از این که استفاده از آن تکنولوژی خاص، عملکرد وی را بهبود بخشد. آسانی استفاده ادراک شده عبارت است از میزان انتظار فرد از این که استفاده از آن تکنولوژی، بی‌زحمت و آسان باشد. گذشته از این، مدل فوق ادعا می‌کند که سودمندی ادراک شده یک تکنولوژی، تحت تأثیر آسانی استفاده ادراک شده آن قرار دارد، چرا که هرچقدر استفاده از یک تکنولوژی برای یک فرد آسان‌تر باشد، آن تکنولوژی برای فرد سودمندتر به نظر خواهد رسید.

تحقیقات انجام شده نشان می‌دهد که مفید بودن درک شده تأثیر بسیار مهمی بر قصد استفاده دارد. در واقع دلیل اصلی استفاده افراد از سیستم‌های بانکداری اینترنتی این است که آنها این سیستم‌ها را برای انجام معاملات بانکی خود مفید می‌دانند. این دو عامل بر طرز نگرش فرد نسبت به استفاده از یک سیستم خاص تأثیر می‌گذارند و طرز نگرش بر تمایل رفتاری فرد به استفاده از سیستم موردنظر تأثیر می‌گذارد و تمایل به استفاده (تشویق مشتریان) به استفاده واقعی از سیستم منجر می‌شود. متغیر وابسته در این تحقیق قصد استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی است. لازم به ذکر است عواملی که بر پذیرش تکنولوژی‌های مختلف و فناوری‌های اطلاعاتی تأثیر می‌گذارند بسته به تکنولوژی موردنظر، کاربران مورد بررسی و شرایط موجود متفاوت است. یکی از مزایای مدل TAM برای درک رفتار استفاده از تکنولوژی‌های اطلاعاتی این است که این مدل چارچوبی را برای بررسی تأثیر متغیرهای خارجی بر استفاده از تکنولوژی موردنظر ارائه می‌دهد. یکی از متغیرهای مهمی که در ادبیات سیستم‌های اطلاعاتی بسیار مورد توجه قرار گرفته، متغیر تفاوت‌های فردی است. در واقع می‌توان گفت تفاوت‌های فردی نقش مهمی در به کارگیری هر نوآوری تکنولوژیکی به عهده دارد. مطابق ادبیات سیستم‌های اطلاعاتی تفاوت‌های فردی شامل شخصیت و ویژگی‌های دموگرافیکی یا جمعیت‌شناختی و متغیرهای وضعیتی است که به دلیل شرایط موردنظر مانند تجربه و آموزش موجب ایجاد تفاوت می‌شود. تحقیقات انجام شده نشان می‌دهد که متغیرهای تفاوت فردی شامل جنس، سن، میزان تحصیلات و خود اثربخشی استفاده از رایانه تأثیر مهمی بر پذیرش انواع فناوری‌های اطلاعاتی دارد. چون در این تحقیق به بررسی عوامل مؤثر بر پذیرش بانکداری اینترنتی می‌پردازیم و مشتریان بانک نیز از سن، جنس، سطح تحصیلات و موقعیت اقتصادی - اجتماعی بسیار متنوعی برخوردارند، از این رو بررسی تأثیر این متغیرها نتایج کمی برای بانکدارانی که به دنبال افزایش استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی در میان استفاده‌کنندگان هستند خواهد داشت. با توجه به این مطلب متغیر خود اثربخشی استفاده از رایانه به عنوان تنها متغیر خارجی تفاوت فردی برای بررسی انتخاب می‌شود.

متغیر وابسته در این تحقیق قصد استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی است. لازم به ذکر است عواملی که بر پذیرش تکنولوژی‌های مختلف و فناوری‌های اطلاعاتی تأثیر می‌گذارند بسته به تکنولوژی موردنظر، کاربران مورد بررسی و شرایط موجود متفاوت است. یکی از مزایای مدل TAM برای درک رفتار استفاده از تکنولوژی‌های اطلاعاتی این است که این مدل چارچوبی را برای بررسی تأثیر متغیرهای خارجی بر استفاده از تکنولوژی موردنظر ارائه می‌دهد. یکی از متغیرهای مهمی که در ادبیات سیستم‌های اطلاعاتی بسیار مورد توجه قرار گرفته، متغیر تفاوت‌های فردی است. در واقع می‌توان گفت تفاوت‌های فردی نقش مهمی در به کارگیری هر نوآوری تکنولوژیکی به عهده دارد. مطابق ادبیات

فرضیه‌های پژوهش

۱. خود اثربخشی استفاده از رایانه با ادراکات مشتریان در مورد مفید بودن استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی رابطه دارد.
۲. خود اثربخشی استفاده از رایانه با ادراکات مشتریان در مورد سهولت استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی رابطه دارد.
۳. ادراکات مشتری در مورد مفید بودن استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی با قصد استفاده از این خدمات رابطه دارد.
۴. ادراکات مشتریان در مورد سهولت استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی با قصد مشتریان به استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی رابطه دارد.
۵. ادراکات مشتریان در مورد سهولت استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی با مفید بودن این خدمات از دید مشتری رابطه دارد. مدل مورد استفاده در تحقیق حاضر مطابق نمودار شماره (۱) است.



نمودار ۱. مدل نظری تحقیق

اینترنتی این بانک استفاده کرده‌اند.

بانک سامان دارای ۱۳۵ شعبه است و روش‌ها در ۴ شعبه ساری، بابل، آمل و گرگان تکمیل شد.

حجم نمونه این پژوهش از طریق فرمول تعیین حجم نمونه از جامعه محدود محاسبه شده است. با توجه به این که حجم نمونه مورد نظر ۲۴۰ نفر محاسبه شد و بنابراین تحلیل داده‌ها با استفاده از اطلاعات ۲۴۰ نفر انجام شد.

شیوه نمونه‌گیری پژوهش

پس از اینکه حجم نمونه مشخص شد به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای چهار شعبه بانک سامان شعبه ساری، بابل، آمل و گرگان - انتخاب شد و در هر شعبه ۷۰ پرسش‌نامه به صورت تصادفی تکمیل شد که از این تعداد ۲۴۰ پرسش‌نامه قابل استفاده بود و برای تجزیه و تحلیل مورد استفاده قرار گرفت.

اعتبار درونی پژوهش

یکی از مزایای استفاده از مدل پذیرش تکنولوژی برای بررسی قصد استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی این است که در تحقیقات قبلی اعتبار آن مورد آزمون قرار گرفته است.

در تنظیم سؤالات پرسش‌نامه نیز از تحقیقات قبلی الهام گرفته شده و با توجه به اهداف تحقیق تغییراتی در آن اعمال شده است.

پرسش‌نامه این تحقیق از ۵ بخش تشکیل شده است. در ابتدای پرسش‌نامه سؤالاتی در مورد سن، میزان تحصیلات، جنسیت و دسترسی یا عدم دسترسی

سیستم‌های اطلاعاتی تفاوت‌های فردی شامل شخصیت و ویژگی‌های دموگرافیکی یا جمعیت‌شناختی و متغیرهای وضعیتی است که به دلیل شرایط مورد نظر مانند تجربه و آموزش موجب ایجاد تفاوت می‌شود. تحقیقات انجام شده نشان می‌دهد که متغیرهای تفاوت فردی شامل جنس، سن، میزان تحصیلات و خود اثربخشی استفاده از رایانه تأثیر مهمی بر پذیرش انواع فناوری‌های اطلاعاتی دارد. چون در این تحقیق به بررسی عوامل مؤثر بر پذیرش بانکداری اینترنتی می‌پردازیم و مشتریان بانک نیز از سن، جنس، سطح تحصیلات و موقعیت اقتصادی - اجتماعی بسیار متنوعی برخوردارند، از این رو بررسی تأثیر این متغیرها نتایج کمی برای بانکدارانی که به دنبال افزایش استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی در میان استفاده‌کنندگان هستند خواهد داشت. با توجه به این مطلب متغیر خود اثربخشی استفاده از رایانه به عنوان تنها متغیر خارجی تفاوت فردی برای بررسی انتخاب می‌شود.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف در زمره پژوهش‌های کاربردی قرار می‌گیرد و از جنبه نحوه گردآوری داده‌ها از نوع «توصیفی - پیمایشی» است. برای بررسی رابطه بین متغیرها و آزمون فرضیه‌ها از آمارهای توصیفی و استنباطی مناسب استفاده شده است. تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS و روش‌های آمار توصیفی و استنباطی صورت گرفته است. از آنجایی که متغیر وابسته اسمی دو حالته و متغیرهای مستقل ترتیبی یا اسمی بوده‌اند از χ^2 مربع کای و ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شده Φ و s^2 Crammer است.

روش گردآوری داده‌ها پژوهش

در این پژوهش از دو دسته اطلاعات اولیه و ثانویه برای دستیابی به هدف استفاده شده است.

الف) روش کتابخانه‌ای: در این پژوهش برای جمع‌آوری اطلاعات مربوط به پیشینه تحقیق و ادبیات موضوع از کتاب‌ها و مقالات تخصصی، پایان‌نامه‌ها و جستجو در پایگاه‌های اینترنتی استفاده شده است.

ب) روش میدانی: به منظور گردآوری داده‌ها مورد نیاز در بررسی عوامل مؤثر بر تشویق مشتریان از خدمات بانکداری اینترنتی از روش میدانی استفاده شده است. به این ترتیب که از طریق توزیع روش‌ها در شعب بانک سامان نسبت به جمع‌آوری داده‌ها اقدام شده است. جامعه آماری این پژوهش آن دسته از مشتریان بانک سامان هستند که از خدمات

پاسخگو به اینترنت پرسیده شده است. در بخش دوم سؤالات مربوط به سنجش نگرش مشتریان در مورد سهولت استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی در قالب طیف لیکرت گنجانده شده است. در بخش سوم سؤالات مربوط به ادراکات پاسخگو در مورد مفید بودن استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی آورده شده است. بخش چهارم پرسش نامه به سنجش طرز تفکر مشتری نسبت به استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی اختصاص دارد. در بخش پنجم سؤالات برای سنجش میزان خود اثربخشی فرد در استفاده از اینترنت جهت انجام کارهای بانکی آورده شده است و بخش انتهایی پرسش نامه مربوط به متغیر وابسته یعنی تشویق مشتریان از خدمات بانکداری اینترنتی است. با محاسبه آلفای کرونباخ ($\alpha = 0.83$) مشخص شد این پرسش نامه از پایایی قابل قبولی برخوردار است.

یافته‌های پژوهش

از ۲۴۰ نفر پاسخگو ۱۱۴ نفر به گروه سنی ۲۹-۲۰ سال، ۹۴ نفر به گروه سنی ۳۹-۳۰ سال و ۳۲ نفر به گروه سنی ۴۸-۴۰ تعلق داشتند. ۱۹۴ نفر از پاسخگویان مرد و ۴۶ نفر زن بودند. ۴۸ نفر از پاسخگویان دارای تحصیلات دیپلم، ۱۶ نفر دارای تحصیلات فوق دیپلم و ۱۷۶ نفر لیسانس و بالاتر بودند. از نظر دسترسی به اینترنت ۲۰۸ نفر به اینترنت دسترسی داشتند و ۳۲ نفر به اینترنت دسترسی نداشتند.

توصیف متغیر وابسته: از ۲۴۰ نفر پاسخگو ۱۸ نفر (۷/۵ درصد) قصد استفاده از این خدمات را نداشته و ۲۲۲ نفر (۹۲/۵ درصد) قصد استفاده از این خدمات را دارند.

برای بررسی روابط بین متغیرهای میزان تحصیلات فرد، جنس، دسترسی به اینترنت، سن، ادراکات فرد در مورد سهولت استفاده، مفید بودن درک شده، خود اثربخشی استفاده از رایانه و طرز تفکر فرد نسبت به استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی به منظور استفاده از این خدمات از آزمون کای اسکور و Phi و V کرامرز استفاده شده است.

نتایج تحلیل داده‌ها نشان داد که بین سن و قصد استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی ۲ رابطه معنی داری وجود دارد و آزمون X و V کرامرز نیز این رابطه را تأیید می‌کنند. در واقع افراد متعلق به گروه سنی ۲۹-۲۰ سال بیشترین تمایل به استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی را دارند، پس از آن گروه سنی ۳۹-۳۰ سال نیز تمایل زیادی به استفاده از این خدمات دارند و گروه سنی ۴۸-۴۰ تمایل کمتری به استفاده از این خدمات دارند. همچنین تحلیل داده‌ها نشان داد که بین جنس و قصد استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی رابطه معنی داری وجود ندارد. در حالی که نتایج تحلیل داده‌ها حاکی از آن بود که بین دسترسی به اینترنت و استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی رابطه وجود دارد. یعنی کسانی که به اینترنت دسترسی دارند تمایل بیشتری به استفاده از این خدمات نشان می‌دهند. همچنین رابطه معنی داری بین سطح تحصیلات و قصد استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی وجود دارد. یعنی آن دسته از پاسخگویانی که دارای تحصیلات لیسانس و بالاتر بودند تمایل بیشتری به استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی نشان دادند. می‌توان گفت دلیل این امر آن است که افرادی که دارای تحصیلات بالاتری هستند توانایی بیشتری در استفاده از اینترنت و رایانه دارند و بنابراین تمایل بیشتری به استفاده از این خدمات نشان می‌دهند.

آزمون فرضیه‌های پژوهش

همچنین نتایج تحلیل داده‌ها نشان داد که خود اثربخشی استفاده از رایانه با ادراکات مشتریان در مورد سهولت استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی رابطه دارد. ضریب همبستگی اسپیرمن محاسبه شده نیز این رابطه را تأیید می‌کند. به عبارتی هر چه فرد از توانایی بیشتری در استفاده از اینترنت برای انجام کارهای بانکی برخوردار باشد، از نظر وی استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی آسان‌تر

است. بنابراین فرضیه اول این پژوهش پذیرفته می‌شود.

از طرفی برای بررسی رابطه بین خود اثربخشی استفاده از رایانه و ادراکات مشتری در مورد مفید بودن استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی نیز به دلیل رتبه‌ای بودن هر دو متغیر از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شد. تحلیل داده‌ها وجود رابطه معنی دار بین این دو متغیر را تأیید کرد. به عبارتی هر چه خود اثربخشی فرد در استفاده از رایانه برای انجام کارهای بانکی بیشتر باشد، از نظر وی استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی مفیدتر است. بنابراین فرضیه دوم این پژوهش نیز پذیرفته می‌شود. برای بررسی فرضیه سوم مبنی بر این که بین ادراکات فرد در مورد مفید بودن استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی و قصد استفاده از این خدمات رابطه معنی داری وجود دارد، از آزمون مربع کای اسکور و فی و V کرامرز استفاده شد. تحلیل داده‌ها نشان داد که این دو متغیر رابطه معنی داری با یکدیگر دارند. به عبارتی هر چه فرد ادراکات مثبتی نسبت به مفید بودن استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی داشته باشد، تمایل و قصد او برای استفاده از این خدمات بیشتر می‌شود. بنابراین فرضیه سوم پژوهش حاضر نیز تأیید می‌شود. بین ادراکات فرد در مورد سهولت استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی و قصد استفاده از این خدمات نیز رابطه کاملاً معنی داری وجود دارد. آزمون مربع کای و فی و V کرامرز نیز این رابطه را تأیید می‌کنند. بنابراین فرضیه چهارم پژوهش حاضر نیز تأیید می‌شود. به عبارتی اگر از نظر مشتری بانک استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی ساده باشد، فرد تمایل رفتاری بیشتری به استفاده از این خدمات دارد. برای بررسی رابطه بین ادراکات فرد در مورد سهولت استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی و مفید بودن این خدمات از دید مشتری نیز از آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شد و رابطه بین این دو متغیر نیز معنی دار شد؛ بنابراین فرضیه پنجم پژوهش نیز تأیید شد. به عبارتی هر چقدر از دیدگاه فرد استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی آسان‌تر باشد، ادراکات مثبت بیشتری در مورد مفید بودن استفاده از این خدمات دارد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در این تحقیق متغیر خودکارآمدی استفاده از رایانه به عنوان یک متغیر خارجی که بر ادراکات فرد در مورد سهولت استفاده و مفید بودن درک شده تأثیر می‌گذارد مورد بررسی قرار گرفت. یافته‌های این تحقیق نشان داد که مدل پذیرش تکنولوژی مدل مناسبی برای درک قصد استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی است. به علاوه سهولت استفاده درک شده و ادراکات فرد در مورد مفید بودن استفاده از این خدمات با قصد استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی رابطه معنی داری دارد. این تحقیق همچنین نشان داد که متغیر خود اثربخشی استفاده از رایانه از طریق اثرگذاری بر سهولت استفاده ادراک شده و ادراکات فرد در مورد مفید بودن این خدمات بر قصد استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی تأثیر می‌گذارد. به عبارتی هر چه توانایی فرد در استفاده از اینترنت برای انجام کارهای بانکی بیشتر باشد، ادراکات مثبت تری در مورد مفید بودن استفاده از این خدمات و سهولت استفاده از این خدمات دارد. به دلیل این که سهولت استفاده درک شده و مفید بودن درک شده بر قصد استفاده کاربران از فناوری‌های جدید تأثیر می‌گذارد. بنابراین مسئولین بانک‌ها باید با استفاده از تبلیغات مناسب و بازاریابی درست بر ادراکات مشتریان خود تأثیر بگذارند تا تمایل مشتریان به استفاده از این خدمات را افزایش دهند. همچنین مسئولین بانک‌ها می‌توانند با برگزاری دوره‌های آموزشی خود اثربخشی افراد را در استفاده از رایانه و سیستم‌های بانکداری اینترنتی افزایش دهند. زیرا همان‌طور که اشاره شد افرادی که خود اثربخشی بالاتری در استفاده از رایانه و اینترنت دارند از آمادگی بیشتری برای استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی برخوردار هستند.

منابع در آرشو مجله موجود هستند.

بانک سامان
Saman Bank



گفتگو با همکاران پرتلاش شعبه خانه اصفهان:

چمدنی که عاشق کار است

گفتگو: جعفر تکبیری

شعبه به صورت هفتگی شناسنامه و تیلو شعبه را رصد کرده و با برگزاری جلسه با همکاران (خصوصاً پرسنل محترم فروش و فروش تخصصی) اقدام به بررسی آمار و ارقام مربوطه می‌کنیم و در راستای کاهش انحرافات منفی و افزایش انحرافات مثبت در شاخص‌های عملکردی شعبه نسبت به هدف ماهیانه؛ کلیه راهکارها و برنامه‌های پرسنل حتی آن مواردی که شاید در نگاه اول بی‌اهمیت به نظر برسد را مورد چالش قرار می‌دهیم و از پرسنل می‌خواهیم با ذکر دلیل از اهمیت راهکار ارائه شده خود دفاع کنند. نهایتاً موارد مهم را جمع‌بندی و برنامه شعبه و همکارانی که مستقیم در مدیریت و اجرای آن پروژه سهیم هستند، مشخص می‌کنیم. این همکاران به صورت روزانه عملکرد خود را به مسئولین شعبه گزارش و در خصوص رفع مشکلات و چالش‌هایی که در طول روز در راستای اجرای برنامه مربوطه با آن سروکار داشته‌اند از مسئولین شعبه و سایر همکاران کمک می‌گیرند. نهایتاً شعاری که در این شعبه همیشه مطرح بوده این است که علی‌رغم شلوغی زیاد شعبه و اینکه این شعبه از طیف شعب خدمات ده است و همکاران به طور کامل در طول روز و از همان لحظه که درب شعبه باز می‌شود تا زمان تعطیلی شعبه با ازدحام و شلوغی و همه‌مهم مشتریان درگیر هستند؛ با برنامه‌ریزی سعی بر آن داریم از دل همین شلوغی‌ها به اهداف خود دست یابیم و وقت خود را به روزمرگی و صرفاً پاسخگویی به سؤالات و ارائه خدمات بی‌نتیجه (بی‌نتیجه از این منظر که امکان انجام این خدمات به صورت غیرحضور و وجود داشته و انجام آن در شعبه فقط موجب ازدست‌رفتن زمان همکاران و نتیجتاً عدم امکان مذاکره و بازاریابی مشتریان هدف می‌شود) به مشتریان نگذرانیم، بلکه با ایجاد نیاز در آنها و ارائه خدمات و مشاوره مالی و بانکی، آنها را مجذوب بانک سامان و وفادار به بانک سامان نماییم.

مستأجران همچنین در خصوص نحوه همکاری کارکنان شعبه با یکدیگر گفت: روابط همکاران در شعبه مبتنی بر پایه احترام و صمیمیت بوده و حس و روحیه همدلی و همکاری و کمک به یکدیگر در بین پرسنل این شعبه همیشه جلوه می‌کند، چرا که به دلیل حجم زیاد کار در شعبه اگر این گونه نباشد، کارکردن برای همه سخت می‌شود و خدا را شکر همه دوستان در این زمینه درک بالایی داشته و حتی پرسنل جدیدالورود به شعبه نیز پس از اندک زمانی کارکردن در این شعبه متوجه این ویژگی برجسته و روحیه همدلی در این شعبه شده و این مطلب را به زبان می‌آورند.

رئیس شعبه خانه اصفهان سپس در خصوص تلاش برای تحقق اهداف استراتژی ۱۴۰۴ هم عنوان کرد: همان‌طور که عرض کردم ما در این شعبه سعی بر آن داریم که در راستای استراتژی سامان ۱۴۰۴ بیشتر مشاور مشتریان گروه هدف بانک باشیم و ابتدا با ایجاد نیاز و سپس ارائه راهکارها و مشاوره‌های مالی و بانکی برای ایشان ارزش افزوده ایجاد کرده و در راستای پیشبرد اهداف مالی و سودآوری آنها موجبات وفاداری و حس رضایت آنها را فراهم کنیم. نتیجه این موضوع تعامل بیشتر مشتریان و تمرکز امور مالی آنها به صورت انحصاری در بانک سامان شده و موجبات دسترسی ما به اهداف خود را فراهم می‌کند. بنده به بشخصه به بازاریابی دهان‌به‌دهان و این که اصطلاحاً مشتری خوب بهترین بلندگوی تبلیغ است اعتقاد دارم و در حرفه خود از این استراتژی نهایت استفاده را کرده‌ام.

وی سپس ادامه داد: به نظر من پروژه سامان ۱۴۰۴ به شعب کمک کرد تا با برنامه‌ریزی دقیق‌تر و گرفتن بازخورد در بازه‌های زمانی کوتاه‌تر از



علیرضا مستأجران، رئیس شعبه

در این شماره از نشریه سامان پای گفتگو با همکاران پرتلاش شعبه خانه اصفهان نشستیم. شعبه‌ای در شمال شهر اصفهان که یک باجه خدمات نیز در شهر مورچه‌خورت دارد.

علیرضا مستأجران، رئیس شعبه خانه اصفهان، ۴۳ ساله، با تحصیلات فوق‌لیسانس و ۱۸ سال است که در بانک سامان مشغول به فعالیت است. او در خصوص آخرین وضعیت شعبه خانه اصفهان به خبرنگار ما گفت: شعبه خانه اصفهان تنها شعبه بانک سامان در شمال شهرستان اصفهان بوده و شاید یکی از دلایل اصلی شلوغی همیشگی شعبه همین موضوع باشد. همچنین شعبه دارای مرکز خدماتی در شهرک صنعتی مورچه‌خورت در فاصله ۴۰ کیلومتری شهر اصفهان است که در واقع صرفاً بابت سرویس‌دهی به ۱۵,۰۰۰ نفر پرسنل گروه صنعتی انتخاب - اسنوا (بزرگ‌ترین شرکت در صنعت لوازم‌خانگی الکترونیک در ایران و از مشتریان مطرح مدیریت محترم بانکداری شرکتی) ایجاد شده است. همچنین این شعبه به دلیل وسعت بعد جغرافیایی در پوشش اصناف حقیقی؛ بیشترین و متنوع‌ترین طیف مشتریان در صنوف مختلف را داراست. در زمینه مشتریان حقوقی نیز شرکت‌های فعال در صنعت کشت و دام، صنایع فلزی، صنایع لاستیک و همچنین شرکت‌های فعال در حوزه تولید دارو، از عمده مشتریان حقوقی این شعبه هستند. شعبه خانه اصفهان جز شعب موقت ارزی بوده و فعالیت ارزی آن معطوف به مشتریان فعال در حوزه دارو شده است. تعداد پرسنل شعبه شامل ۱۴ نفر در شعبه خانه اصفهان و ۲ نفر در مرکز خدمات مورچه‌خورت و نیز ۲ نفر از همکاران عزیز و پرتلاش آفتاب تجارت (جمعاً ۱۸ نفر) است. وی در خصوص ترکیب مشتریان این شعبه هم گفت: ترکیب مشتریان شعبه خانه اصفهان شامل ۲۲,۰۰۰ نفر مشتری خرد، ۵۶۰ نفر مشتری ممتاز، ۱۲۰ نفر مشتری ویژه و ۳ نفر مشتری خاص بوده و ترکیب منابع بلند مدت و ارزان قیمت شعبه به ترتیب ۶۰٪ و ۴۰٪ است.

رئیس شعبه خانه اصفهان در خصوص نحوه هدایت و برنامه‌ریزی برای پیشبرد اهداف شعبه و تحقق اهداف هم عنوان کرد: بنده به همراه معاون

برسم. روزهای نخست استخدام در بانک از بهترین و زیباترین روزهای زندگی من به حساب می‌آمد، چون به بزرگ‌ترین آرزوی زندگی خود رسیده بودم. هنوز هم بعد از ۱۳ سال بانک سامان جزو اولین اولویت‌های زندگی من است.

وی به مشکلات و چالش‌های کار در شعبه خانه اصفهان اشاره کرد و گفت: از چالش‌های شعبه خانه اصفهان سقف کوتاه شعبه و تهویه نامناسب است و از نظر من جذابیت آن شلوغی و ازدحام همیشگی شعبه از قشرها و فرهنگ‌های مختلف مشتریان است.

خانم جمشیدی همچنین گفت: تعامل با همکاران و ریاست شعبه همیشه همراه با احترام و دوستانه و به‌دوراز هرگونه حاشیه است و من به‌عنوان بانکدار فروش تخصصی همواره پیگیر برای بازاریابی مشتریان حقوقی و فروش کلیه محصولات که می‌توان به شرکت و پرسنل آن ارائه داد، هستم. علاوه بر این می‌کوشم با مشتری‌ها در کمال احترام و خودرویی تعامل کنم و انجام درخواست‌ها و امور مشتریان در اسرع وقت است.

بانک سامان فرصتی برای گسترش دانش است

علی سبزواری از همکاران فروش شعبه خانه اصفهان است که سه سال است در بانک سامان مشغول به فعالیت است و در همین مدت کوتاه توانسته به‌عنوان یکی از فینالیست‌های فستیوال پلنت خود را مطرح کند. وی در خصوص پیوستن خود به بانک سامان گفت: آغاز کار در بانک سامان برایم یک فرصت مهم برای گسترش دانش حسابداری و مالی بود که با هیجان و انگیزه زیادی آغاز شد. در آغاز فعالیت، تمرکز بر تسلط در فرایندها و فرصت برای آشنایی با ساختارهای مالی و اقتصادی بانک، من را به جذب و یادگیری عمیق‌تر تشویق کرد. با گذر زمان، با استفاده از دانش به‌دست‌آمده و تجربیات کسب شده در حوزه‌های مختلف مالی و حسابداری، توانسته‌ام نه‌تنها مهارت‌های تخصصی خود را تقویت کنم، بلکه بهبودهای مداوم در روندها و فرایندهای سازمانی بانک سامان را نیز تجربه کنم. این سازمان با ارزش که همواره به نوآوری و بهبود پایدار تمایل داشته، محیطی فراهم کرده که هر روز با احساس تعهد و شور بیشتر به کار خود ادامه دهم.

سبزواری سپس ادامه داد: از جذابیت‌های امور روزانه می‌توان به ارتباط مستقیم با مشتریان و کمک به حل مسائل مالی آن‌ها، مشارکت در تصمیم‌گیری‌های مهم، بهبود خدمات بانکی و ارائه پیشنهادها برای بهبود فرایندها و افزایش بهره‌وری مشتریان آن‌ها اشاره کرد و همچنین هر روز با فرصت اشاره کرد.

بانکدار فروش شعبه خانه اصفهان همچنین در خصوص تنظیم روابط کاری خود با همکاران شعبه گفت: با احترام و اعتماد بالا، تعامل اثربخش و کارآمدی با همکاران و رئیس و معاون شعبه رفتار می‌کنم. سعی بر استفاده از تجربیات گران‌قدر رئیس و معاون شعبه در خصوص حل مشکلات داشتم‌ام چرا که باتجربه‌ترین افراد در شعبه هستند. همیشه سعی می‌کنم به شفافیت و احترام در ارتباطاتم با آن‌ها تأکید کنم و سعی دارم قدردان اعتماد آن‌ها به خودم باشم و جواب اعتماد آن‌ها را به بهترین شکل بدهم.

وی ادامه داد: هدف و برنامه‌ام در راستای سامان ۱۴۰۴ بهبود تجربه مشتریان مرتبط با درگاه‌های غیر حضوری سامان و افزایش بهره‌وری فروش محور بانک است و سعی دارم با برقراری ارتباط موثر با مشتریان حقیقی و حقوقی و معرفی محصولات بانکمان به نحوه صحیح در

عملکرد و جایگاه خود در دسترسی به اهداف؛ سرعت رشد خود و در نتیجه رشد بانک را چندین برابر نمایند. همان‌طور که نتیجه این مهم را در انتهای سال ۱۴۰۲ ملاحظه کردیم.

مستأجران همچنین افزود: در خصوص خدمات و ابزارهای الکترونیکی نیز همیشه بانک سامان پیشرو بوده و هست. مشتریان این شعبه نیز با کمک و پاسخگویی لحظه‌به‌لحظه پرسنل عملیات و فروش و خصوصاً راهبر یا بهتر بگویم راهبران شعبه (همه همکاران در ارائه توضیحات و راهنمایی در زمینه استفاده از ابزارهای الکترونیک شامل همراه بانک و نت بانک شرکتی و... با تمام توان و صمیمانه پاسخگویی مشتریان شعبه هستند) در استفاده از ابزارهای الکترونیک و خدمات غیرحضوری، به این سمت و سو سوق داده شده‌اند و علی‌رغم اینکه همچنان این شعبه پرازدحام‌ترین شعبه بانک سامان اصفهان است؛ ولی حجم زیادی از امور وقت‌گیر و زمان‌بر مشتریان به لطف خدمات غیرحضوری و درگاه‌های غیر شعبه‌ای کاسته شده است.

وی همچنین در خصوص فروش بیمه نیز گفت: در خصوص فروش بیمه نیز باتوجه به حجم بالای پرونده‌های تسهیلات کارت اعتباری سازمانی و انعقاد قرارداد با بیش از ۱۵ سازمان و شرکت بزرگ در این زمینه در سال‌های قبل، همیشه رتبه اول را در فروش محصولات بیمه‌ای (بیمه مانده عمر بدهکار تسهیلات) هم از نظر تعداد و هم مبلغ در بین شعب اصفهان داشتیم.

رئیس شعبه خانه اصفهان در پایان این گفتگو اظهار کرد: با بیان همه موضوعات بالا مشخص است که شعبه خانه اصفهانی که در سال ۱۳۹۰ تأسیس شده از لحاظ فضا و امکانات و چینش و دکوراسیون قدیمی آن زمان، دیگر پاسخگوی حجم فعالیت فعلی مشتریان نیست. ازایه خدمت به بیش از ۱۵,۰۰۰ نفر پرسنل گروه صنعتی انتخاب به‌عنوان بزرگترین مشتری کلان شهر اصفهان و همچنین سایر خدمات متنوع و دغدغه برانگیز به مدیران اجرایی و رده میانی این شرکت در شعبه و از طرفی تک شعبه بودن در شمال شهر اصفهان باعث شده تا این شعبه در تمام روزها و فصول سال با شلوغی و ازدحام مشتریان درگیر باشد. ضمن اینکه به نظر بنده این شعبه هنوز هم از نظر بازاریابی و جذب مشتریان اصناف و SME بسیار جای کار دارد. البته در زمینه جابجایی شعبه جهت بهبود فضا و شرایط محیطی که از دغدغه‌های مدیران محترم بانک میباشد تلاشی‌هایی شده ولی متأسفانه این موارد در شهرستانها همیشه زمانبر بوده و شاید به عمر کاری بنده در این شعبه وصال ندهد. در پایان جا دارد ابتدا از زحمات و تلاشهای کلیه پرسنل عزیز و محترم شعبه و خصوصاً همکاران عزیزم در مرکز خدمات مورچه خورت و همچنین از مشاوره و رهنمودهای مدیران محترم بانک و نیز جناب آقای مجاهدی سرپرست محترم ناحیه ۱۴ و کارشناسان و همکاران آن سرپرستی محترم صمیمانه تشکر و قدردانی کنم.

از دوران دبیرستان عاشق کار در بانک بودم

افروز جمشیدی بانکدار فروش تخصصی شعبه خانه اصفهان است که با ۳۶ سال سن، ۱۳ سال است که در بانک سامان کار می‌کند.

او می‌گوید که بزرگ‌ترین آرزویش در دوران دبیرستان استخدام در بانک بوده و روزها بعد از تعطیل شدن از دبیرستان به شعب بانک‌هایی که در مسیر خانه بودند می‌رفته و شرایط استخدام در آن بانک را می‌پرسید. خانم جمشیدی ادامه می‌دهد: بسیاری از کارکنان بانک با این پرسش من را مورد تمسخر قرار می‌دادند؛ اما سرانجام توانستم به آرزوی خودم



مصطفی هادیان



علی نیک پور



علی سبزواری

مورچه خورت مشغول به خدمت هستیم همیشه پیگیر احوال و کمی و کاستی های ما بودند و در صورت امکان به ما سر می زنند. دیگر همکاران عزیزم در شعبه خانه اصفهان از آقای خدابخش معاونت محترم و دیگر عزیزان که از چندی قبل هم با بعضی از آنها در یک شعبه بودیم رابطه ای صمیمی و دوستانه داریم و روزها و ساعات خوب و خوشی را در کنار هم خاطره سازی کردیم.

نیک پور سپس گفت: به نظر من تمرکز بانک سامان با تصمیم مدیران ارشد و برنامه ریزی در رابطه با استراتژی سامان ۱۴۰۴ روی سه معقوله بانکداری ویژه و خدمات به گروه اصناف و شرکت های متوسط و همچنین تمرکز روی بانکداری بین المللی یک دیدگاه کاملاً روشن در بازار رقابتی بانک ها و جهت گرفتن سهم بیشتر بازار است که قطعاً بنده و دیگر همکاران جهت پیشبرد این هدف در قالب جذب مشتریان که بتوانند برای بانک سامان سودآور باشند تلاش کرده و خواهیم کرد.

وی در خصوص نحوه ارتباط با مشتری نیز گفت: با این دیدگاه با مشتری روبرو می شوم که مشتری هیچ گونه اطلاعاتی در رابطه با خدمات بانکی ندارد و برای انجام کارها و خدمتی که به راحتی می تواند از طریق نرم افزار موبایل انجام دهد و بلد نیست به شعبه مراجعه می کند و البته بنده و همکارم آقای محسنی عزیز با کمی صبر سعی بر راهنمایی و آموزش مشتری داریم تا برای دفعه بعدی خودش بتواند کارهایش را با موبایل انجام دهد.

نیک پور در این خصوص خاطره ای از یک مشتری عنوان کرد و گفت: یادم میاد چند سال پیش به مشتری که سن و سالش هم زیاد بود به باجه من مراجعه کرد که خیلی عصبانی بودن، درخواست انتقال وجه بیش از سقف مجاز و داشتن که بنده توضیح کامل بهشان دادم و راهنماییشون کردم؛ ولی بنده خدا فکر می کرد نمی خواهم انجام بدم بعدش صداشو برد بالا بهم گفت پاشو پاشو اگه جرات داری بیا بیرون تا بهت بگم. خلاصه ایشونو آروم کردیم و رفتن ولی تا الان یه خاطره شده که هروقت یه شوخی بین همکاران میشه میگیم پاشو پاشو بیا بیرون تا بهت بگم!!!

به کار بانک علاقه خاصی دارم

مصطفی هادیان بانکدار عملیات شعبه خانه اصفهان است. وی از علاقه خود به پیوستن به بانک از دوران دبیرستان می گوید: من از دوران دبیرستان علاقه خاصی به کار در بانک داشتم و از همان زمان هدفم کار

راستای فروش محصولاتمان کمک کنم.

سبزواری در ادامه خاطرنشان کرد: معتقدم که تعامل مؤثر با مشتریان مبتنی بر احترام، شناخت دقیق از نیازهایشان و ارائه راه حل هایی سازگار با اهدافشان است. من سعی دارم همواره به شیوه های نوین برای ارتباط با مشتریان بهره ببرم و از ابزارهای فناوری اطلاعات برای بهبود خدمات استفاده کنم و ارزش افزوده معقولی ارائه دهم.

شوخی هایی که باعث شد احساس غریبی نکنم

علی نیک پور ۳۳ ساله، فارغ التحصیل کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی و دارای ۶ سال سابقه کار در بانک سامان است که هم اکنون به عنوان مسئول مرکز خدمات مورچه خورت در حال فعالیت است.

وی در خصوص روزهای نخست پیوستن خود به شعبه خانه اصفهان گفت: هیچ وقت فراموش نمی کنم دقیقاً یک روز مانده به تاریخ شروع کارم در شعبه محترم خانه اصفهان به خودم گفتم یک سری به شعبه بزنم تا با همکاران و جو شعبه آشنا شوم. وقتی وارد شعبه شدم خود را به معاون وقت شعبه آقای جمشید باقری معرفی کردم و ایشان با روی باز من را به باقی همکاران معرفی کردند و تک تک عزیزان را لیخنند به بنده خوشامد گفتند و بعضی از دوستان با شوخی های بجا و بامزه سعی کردن تا احساس غریبی و استرس همان لحظه اول از من دور شود و احساس راحتی کنم که جا داره از تک تکشون کمال تشکر و قدردانی را داشته باشم.

نیک پور در خصوص تعامل خود با مشتریان هم گفت: در طول روز با مشتریان زیادی در ارتباط هستیم که هر کدام از آنها به نوبه ای شخصیت و برخورد متفاوتی دارند. بعضی خوش برخورد و متین و برخی تندرو و کمی عصبی که البته خرده های نمی شود گرفت. چون با کمی تأمل می شود فهمید استرس و مشکلات درونی و بیرونی آدم ها بی تأثیر بر طرز برخورد آنها نیست. بشخصه سعی بر این دارم که بتوانم لحظه کمی که در خدمتشان هستم با یک شوخی کوچک و بجا از آن حال و هوا درشان بیاورم و با لیخنند بدرقه شان کنم.

مسئول باجه مورچه خورت سپس گفت: جا دارد از رئیس شعبه محترم شعبه خانه اصفهان جناب آقای مستأجران که اگر بخوام در یک جمله توصیفشان کنم می گویم "انسانی شریف، خوش رو، دلسوز، کاربلد و مدیری با دانش" تشکر کنم. با اینکه بنده و دیگر همکارم در باجه



افروز جمشیدی



میلاد قربانی



مهدی زمین پرداز

ایجاد حاشیه و رعایت سلسله مراتب است.

وی در خصوص تعامل خود با مشتریان هم گفت: ارتباط و تعامل بنده با مشتریان همیشه با خوش رویی و اجابت درخواست‌های ایشان با تمام توان بوده و معتقدم که مشتریان ما ولی نعمت ما هستند. علاوه بر این من همواره پیگیری و بازاریابی مشتریان حقوقی و ترغیب مشتریان خرد حقیقی جهت استفاده از خدمات الکترونیک و غیر حضوری بانک را سرلوحه کار قرار داده‌ام.

وی خاطره‌ای جالب از افتتاح شعبه حافظ اصفهان هم گفت: سال ۱۳۸۹ اولین روزهای کاری بنده مصادف شد با افتتاح شعبه حافظ اصفهان. مقرر شد من و یکی از همکاران که بنده هیچ شناختی از ایشان نداشتم به شعبه حافظ مراجعه و شعبه را جهت خدمات‌رسانی به مشتریان طی دو، سه روز باقیمانده تا افتتاح آماده کنیم. البته بنده قبل از استخدام با کلیه پرسنل شعب اصفهان آشنایی کامل را داشتم. خلاصه جهت آماده سازی شعبه جارو و دستمال را سپردیم به این بنده خدا و هر دفعه هم یک درخواست مثل گرفتن کیک و آبمیوه از سوپر مارکت روبروی شعبه را هم داشتم. شعبه آماده افتتاح شد. روز افتتاحیه همکاران با کت و شلوار شیک به شعبه مراجعه و مستقیم رفت پشت میز رئیس شعبه نشست. من هم رفتم جلو میز ایستادم و با خنده بهش گفتم چه تیپی زدی حسین آقا، پاشو این میز جای شما نیست، خنده ای کرد گفت اتفاقاً این جای منه، منم خندیدم رفتم پی کار خودم. چند دقیقه ای نگذشته بود که سرپرست محترم وقت به همراه چند نفر دیگر به شعبه آمدند و حسین آقای ما را بعنوان رئیس شعبه معرفی کردند. کاش بودید و حال من را می‌دیدید. طی چند دقیقه رفتار خودم را نسبت رئیس شعبه مرور کردم. یاد لحظه‌ای افتادم که چهارپایه را گرفته بودم و ایشان را فرستاده بودم بالای چهارپایه جهت تمیز کردن شیشه‌های شعبه. ایشان حسین شکوه نیا رئیس شعبه، بانکدار بانکداری شرکتی اصفهان و چند سالی هم بعنوان سرپرست شعب استان‌های مرکز مشغول به خدمت بودند و در حال حاضر برای دومین بار بازنشسته شدند.

از شعبه خانه اصفهان ممنونم

میلاد قربانی درجه عابد دیگر بانکدار فروش شعبه خانه اصفهان است. وی در خصوص روزهای نخست پیوستن خود به بانک سامان گفت: روزهای نخست استخدام غالباً بر همه افراد جدیدالاستخدام

در بانک بود و بسیار خوشحالم که در خدمت یکی از بهترین بانک‌های ایران هستم.

وی سپس ادامه داد: برخورد با افراد مختلف از نظر اخلاق، سواد و تیپ شخصیتی بسیار برایم جذاب هست؛ چون می‌توانم با آدم‌های مختلف ارتباط بگیرم.

بانکدار عملیات شعبه خانه اصفهان با بیان اینکه رابطه بسیار خوب و صمیمی بین همکاران شعب وجود دارد، گفت: به نظر من همکاری و کمک در کارها بهترین روش برای پیش برد هدف‌های بانک و تعامل با همکاران محترم است. رئیس شعبه بسیار رابطه خوب با پرسنل دارند و به بهترین شکل ممکن همکاران را راهنمایی میکنند. بهترین تعامل را نیز با رئیس شعبه دارم.

هادیان سپس گفت: همواره تلاش می‌کنم با اخلاق خوب و احترام و با سرعت و دقت کار مشتری انجام شود و بتوانم مشتری جدید برای سازمانم جذب کنم.

وی در پایان گفت: امیدوارم بانک سامان وام و تسهیلات جدیدی برای همکاران در نظر بگیرد که همکاران بدون دغدغه فکری از لحاظ مالی بتوان به بانک سامان خدمت کنند و در آخر تشکر از بانک سامان به‌خصوص همکارانی که در این مدت به من کمک کردند و در کنار هم روزهای خوبی رو داشته و خواهیم داشت.

وقتی رئیس شعبه را بالای چهارپایه فرستادم

مهدی زمین پرداز ۴۳ ساله ۱۴ سال است که در بانک سامان فعال است و هم اکنون بانکدار فروش تخصصی شعبه خانه اصفهان است.

وی در خصوص احساس خود از کار در بانک سامان و همچنین چالش‌های پیش‌روی خود گفت: اگر بخواهم صادقانه بگویم همیشه احساسم نسبت به بانک سامان بسیار خوب و مثبت بوده چرا که همیشه رضایت شغلی از کارم را داشته‌ام. از چالش‌های شعبه خانه اصفهان هم سقف کوتاه شعبه تهویه نامناسب، فضای کم جهت مشتریان و از جذابیت‌های این شعبه اینکه شما در هر ساعتی از روز چه صبح قبل از ورود و چه بعدازظهر هنگام خروج حتماً یک مشتری پشت در شعبه هست که از شما فقط یک سؤال دارد.

زمین پرداز همچنین در خصوص تعامل با همکاران نیز گفت: تعامل با همکاران همیشه با احترام و دوستانه و مناسب با روحیه فرد مقابل و عدم

تمرکز بر جذب مشتریان جدید خصوصاً اصناف و مشتریان SME و منابع جدید، شعبه و به‌طور کلی بانک را در جهت تحقق اهداف هدایت کند. بانکدار فروش شعبه خانه اصفهان در خصوص تعامل با مشتریان هم گفت: بر اساس تجربه کلی که در این فرصت در بانک به دست آوردم، مشتریان به‌طور کلی به دنبال احترام و برخورد در شأن هستند و به نظر بنده بهترین تعامل با مشتری شنونده بودن نیازهایش و برطرف کردن آنها در یک فضای صمیمی و محترمانه است. بدین طریق مشتری بانک وفادار شده و مشتری بالقوه جذب بانک می‌شود.

وی در پایان گفت: در ابتدای تقسیم همکاران بین شعب چون شعبه خانه اصفهان از محل زندگی‌ام نسبت به بقیه شعب دورتر بود اولویت ذهنی‌ام این شعبه نبود همان ابتدای تقسیم اول اسم بنده خوانده شد و گفته شد خانه اصفهان ولی در طی این مدت حضور به‌خاطر همکاران عالی این شعبه یک حس همدلی موجود و رئیس معاون‌های عالی‌تری که در این شعبه وجود داشت الان که در نزدیکی جابه‌جایی هستم اصلاً دوست ندارم از این شعبه بروم خصوصاً اینکه ارتقای پستی از عملیات به فروشم رو هم در همین شعبه به دست آمد و یک جورایی مدیون این شعبه هستم. همچنین وجود همکارانی هم سن و سال خودم همچون آقای هادیان و سبزواری و عباسی و لطفی که همیشه نسبت به بنده داشتند خصوصاً زمانی که کلر شعبه بودم که از هیچ کمکی دریغ نکرد باعث شد نسبت به ادامه راهم در بانک مصمم‌تر از قبل باشم.

یک استرسی غالب است که خب طبیعی هم هست وقتی به یک محیط جدیدی وارد می‌شویم که یک اشتباه می‌تواند آخرین اشتباه باشد. مزید بر علت می‌شود تا هم نگران بود هم با وسواس و دقت بیشتری کارکرد ولی خب الان بعد از سه سال کارکردن در کنار همکاران عالی شعبه خانه اصفهان دیگر حس یک خانواده را داریم و باهم راحت‌تریم و با افزایش دانش بانکی و بخش‌نامه‌ای با یک آسایش بیشتری در سرکار حاضر می‌شویم.

وی ادامه داد: معمولاً امور بانکی یک حالت روتین دارند؛ ولی به دلیل وجود تنوع کاری و مشتریان متفاوت از حالت یک‌نواختی محض خارج و بر جذابیت کار می‌افزاید.

قربانی در خصوص تعامل خود با همکاران و مشتریان هم گفت: به نظر خودم بهترین روش تعامل، اخلاق درست، احترام به همکار و کمک‌کردن به همکار در مواقعی که خودمان کار آن‌چنانی نداریم و آن همکار کار بیشتری در آن مقطع دارد، است. با این وسیله هم خودمان یک حس خوب پیدا می‌کنیم، هم آن همکار کمی دلگرمی هم به کار هم به زندگی بیشتری پیدا می‌کند. بهترین تعامل را هم با رئیس شعبه به نظرم انجام امور محوله با دقت و مطابق بخشنامه است.

وی سپس گفت: در جهت تحقق استراتژی بانک به نظرم تمرکز را باید گذاشت. در جهت هدایت مشتریان که عمدتاً مشتریان عادی نیز هستند به سمت درگاه‌های الکترونیک است تا همکار شعبه با فرصت بیشتری بتواند با





بررسی مدیریت استعداد و فرهنگ سازمانی بر بهره‌وری کارکنان

| احسین استادی - مسئول مرکز خدمات، شعبه مشهد |

می‌گیرند، بیشتر درگیر و سازنده هستند. کارکنان بااستعداد به موفقیت شرکت کمک می‌کنند. کارفرمایان باید محیط کارآمدی را برای کارکنان برای دستیابی به اهداف خود ارائه دهند. کارفرمایان و کارکنان ارزش را بر اساس هزینه‌ها و منافع مادی یا نامشهود انتقال می‌دهند (کورتز و جانستون، ۲۰۲۰؛ کروپانزانو و میچل، ۲۰۰۵)

در محل کار، این نظریه را می‌توان در تعاملات کارمند و کارفرما به کار برد، جایی که کارکنان در ازای تلاش و وفاداری خود به دنبال پاداش‌هایی مانند شناخت، فرصت‌های رشد و پاداش هستند.

سازمان‌هایی که به طور مؤثر استعداد خود را مدیریت می‌کنند، می‌توانند یک چرخه مثبت از مشارکت کارکنان ایجاد کنند که در آن کارکنان احساس ارزشمندی و انگیزه برای عملکرد در سطح بالا می‌کنند. این به نوبه خود می‌تواند فرهنگ سازمانی را تقویت کند و به افزایش بهره‌وری کارکنان کمک کند (Paais & Pattiruhu, ۲۰۲۰)

فرهنگ سازمانی مثبت می‌تواند حس تعلق و تعهد را در بین کارکنان تقویت کند و فرهنگ همکاری و بهبود مستمر را ترویج دهد. در زمینه مدیریت استعداد، فرهنگ سازمانی مثبت می‌تواند احساس امنیت و این باور را برای کارکنان ایجاد کند که سازمان به رفاه آنها متعهد است که می‌تواند منجر به افزایش مشارکت کارکنان و سطوح بالاتر بهره‌وری شود (صالح و آتان، ۲۰۲۱)

مشارکت کارکنان که نشان‌دهنده میزان مشارکت و سرمایه‌گذاری کارکنان در کارشان است، عاملی حیاتی در به حداکثر رساندن بهره‌وری کارکنان است (Sopiah et al, ۲۰۲۰). هنگامی که کارکنان در کار خود مشارکت دارند، به احتمال زیاد احساس مالکیت و مسئولیت دارند که می‌تواند منجر به افزایش تلاش و بهبود عملکرد شود. مشارکت کارکنان همچنین می‌تواند منجر به افزایش رضایت شغلی شود که می‌تواند انگیزه و تعهد کارکنان را به سازمان افزایش دهد (حسین و همکاران، ۲۰۱۸). با ایجاد یک چرخه مثبت از مشارکت کارکنان، سازمان‌ها می‌توانند

سازمان‌های مدرن از کیفیت پرسنل خود برای شکست دادن رقبا سوءاستفاده می‌کنند و درعین حال سهم بازار خود را حفظ می‌کنند این رقابت سالم، انگیزه و شکار استعدادها در بازار کار برای به دست آوردن مزیت رقابتی را تقویت کرده است.

مدیریت استعداد شامل اجزای متعددی از جمله استخدام مؤثر، مدیریت عملکرد، آموزش و توسعه و حفظ است. بااین حال، بیشتر مطالعات بر چگونگی جذب، آموزش، توسعه و حفظ استعدادها و نحوه کمک مؤثر آنها به سازمان بدون درک پیشینه فرهنگی چنین سازمان‌هایی تمرکز دارند.

فرهنگ سازمانی قوی که از توسعه و رشد کارکنان حمایت می‌کند، می‌تواند افراد بااستعداد را جذب و حفظ کند. علاوه بر این، فرهنگی که بر یادگیری و رشد تأکید می‌کند، به تنوع و فراگیری ارزش می‌دهد و یک محیط کاری مثبت را تقویت می‌کند، می‌تواند انگیزه و حمایتی را برای کارمندان فراهم کند که برای بهترین عملکردشان نیاز دارند. سازمان‌هایی با پیشینه‌های فرهنگی قوی، احساس تعلق را در میان کارکنان ایجاد می‌کنند که می‌تواند منجر به سطوح بالاتری از مشارکت، تعهد و رضایت شود (گارمان، ۲۰۰۶).

باتوجه به اینکه وقتی افراد بااستعداد درگیر امور سازمانی می‌شوند، سازمان‌ها می‌توانند فرهنگی پویاتر و نوآورانه‌تر ایجاد کنند. یک نیروی کار بااستعداد زمانی که در فرایند چشم‌انداز یک سازمان شرکت می‌کند، می‌تواند دیدگاه‌ها، ایده‌ها و رویکردهای جدیدی را برای حل مشکلات به ارمغان بیاورد که می‌تواند سازمان را به جلو سوق دهد. علاوه بر این، زمانی که سازمان‌ها برای توسعه کارکنان خود سرمایه‌گذاری می‌کنند، می‌توانند فرهنگ یادگیری و رشد مستمر ایجاد کنند که می‌تواند به حفظ رقابت‌پذیری سازمان در بلندمدت کمک کند.

در زمینه مدیریت استعداد، تئوری تبادل اجتماعی پیشنهاد می‌کند که کارکنان زمانی که پاداش‌های منصفانه را برای مشارکت‌هایشان در نظر

انگیزه و بهره‌وری کارکنان را افزایش دهند و درعین حال به توسعه فرهنگ سازمانی مثبت نیز کمک کنند. از طریق مدیریت مؤثر استعدادهای خود، سازمان‌ها می‌توانند فرهنگ بهبود مستمر را ایجاد کنند که در آن کارکنان احساس ارزشمندی و انگیزه برای عملکرد در سطح بالا می‌کنند که می‌تواند باعث موفقیت طولانی مدت شود.

با وجود نقش ارزشمند استعدادها در توسعه یک سازمان، (جیمو و کی، ۲۰۲۲) ادامه دادند که ایجاد یک محیط کاری مساعد از اهمیت بیشتری برخوردار است؛ بنابراین لازم است مدیران منابع انسانی نه تنها بر جذب استعدادها تمرکز کنند، بلکه اطمینان حاصل کنند که محیط و جو مناسب لازم برای شکوفایی استعدادها در دسترس است. (Harsch & Festing, ۲۰۲۰)

جدای از کاهش شانس فرسایش شغلی در میان کارکنان، رضایت کارکنان یک تأثیرگذار اساسی برای بهره‌وری کارکنان است (Enaworu و همکاران، ۲۰۱۸). کارمندان راضی معمولاً کار خود را با خوشحالی و بدون خطا انجام می‌دهند. مفهوم کلی این امر این است که، در حالی که هماهنگی سازمانی ارتقاء یابد، ضایعات کاهش می‌یابد. از طریق رضایت کارکنان، تعهد شغلی نتایج حاصل می‌شود (آرولدوس و همکاران، ۲۰۲۱). به طور ناخودآگاه، کارکنان راضی به سازمان خود وابسته می‌شوند. آنها خود را گسترش دهنده کسب و کار می‌دانند و بنابراین تلاش می‌کنند تا موفقیت آن را تضمین کنند که اکنون با موفقیت آنها مرتبط است. این سناریو بیشتر توسط پنیو و همکاران تایید شده است (۲۰۰۸)، که خاطر نشان کرد برای بقای سازمانها در عصر کنونی پویایی کسب و کار، آنها باید تعهد کارکنان خود را به دست آورند.

علی‌رغم مزایای مدیریت استعداد برای پیشرفت سازمان‌ها، تفتی و همکاران (۲۰۱۷) اشاره کردند که موانع متعددی در برابر آن وجود دارد. از جمله این موانع می‌توان به موانع ساختاری، محیطی، رفتاری و مدیریتی اشاره کرد. استدلال (۲۰۱۱) در مقیاس گذاری از طریق این موانع استدلال می‌کند که همسویی اهداف سازمانی با مؤلفه‌های مدیریت استعداد به طور مؤثر می‌تواند موانع را به طور مؤثر برطرف کند. لونا-آروکاس، دانویلا-دل واله و لارا (۲۰۲۰) دریافتند که استراتژی‌های وفاداری تا حدی واسطه مدیریت استعداد و یک سیستم جبران خوب است. ابازید (۲۰۱۸) و حلولی و اجلالی (۲۰۱۵) نیز به این نتیجه رسیدند که جذب و مدیریت کارکنان تأثیر عمده‌ای بر تعهد سازمانی دارد. به طور مشابه، مطالعات آلپارسلان و سائر (۲۰۲۰) نشان داد که مدیریت استعداد یک پیش‌بینی‌کننده مهم رضایت و تعهد است.

فرهنگ سازمانی

فرهنگ سازمانی نقش بسزایی در مدیریت استعداد و بهره‌وری کارکنان دارد. یک فرهنگ سازمانی مثبت و سالم می‌تواند استعدادها را برتر را جذب، حفظ و درگیر کند، درحالی‌که یک فرهنگ منفی می‌تواند کارکنان را از خود دور کند و بر بهره‌وری تأثیر منفی بگذارد (Paais & Pattiruhu, ۲۰۲۰).

یکی از راه‌های مهمی که فرهنگ سازمانی بر مدیریت استعداد تأثیر می‌گذارد، تأثیر آن بر تعهد و رضایت کارکنان است. زمانی که کارکنان احساس می‌کنند برایشان ارزش قائل هستند و مشارکت‌هایشان به رسمیت شناخته می‌شود، به احتمال زیاد درگیر و متعهد به سازمان هستند، این به نوبه خود منجر به سطوح بالاتری از بهره‌وری و عملکرد کارکنان می‌شود (راهاجو و همکاران، ۲۰۱۸).

روش دیگری که فرهنگ سازمانی بر مدیریت استعداد تأثیر می‌گذارد، تأثیر آن بر توسعه کارکنان و پیشرفت شغلی است. سازمان‌هایی با فرهنگی که برای توسعه کارکنان ارزش قائل هستند و آنها را تشویق می‌کنند، احتمالاً کارکنانی دارند که انگیزه یادگیری و رشد دارند و در نتیجه احتمال ارتقا و پیشرفت در شرکت بیشتر است. این نه تنها به نفع کارمند بلکه به سازمان نیز می‌رسد، زیرا جریان ثابتی از کارکنان آموزش دیده و بسیار ماهر را تضمین می‌کند (Nasution و همکاران، ۲۰۱۸).

علاوه بر این، فرهنگ سازمانی همچنین نقش بسزایی در نحوه برخورد سازمان‌ها با کارمندان دارد.

از سوی دیگر، فرهنگ سازمانی منفی می‌تواند تأثیر معکوس بر مدیریت استعداد و بهره‌وری کارکنان داشته باشد (اولافسن و همکاران، ۲۰۲۱). زمانی که کارکنان احساس می‌کنند برایشان ارزشی قائل نیستند یا مشارکت‌هایشان به رسمیت شناخته نمی‌شود، کمتر درگیر و متعهد به سازمان هستند. این می‌تواند منجر به سطوح پایین‌تر بهره‌وری و عملکرد کارکنان و نرخ جابه‌جایی بالاتر شود.

مطالعات مختلف رابطه‌ای بین فرهنگ سازمانی، مدیریت استعداد و بهره‌وری کارکنان پیدا کرده است. برای مثال، مطالعه‌ای توسط صالح و آتان (۲۰۲۱) رابطه مثبت و معناداری بین رضایت کارکنان و شیوه‌های مدیریت استعداد پایدار در میان کارمندان بخش آموزش عالی در شمال لبنان نشان داد. به همین ترتیب فرهنگ سازمانی میانجیگری معناداری را بین آنها نشان می‌دهد. علاوه بر این، در مطالعه دن هارتوگ و همکاران (۲۰۰۴) دریافتند که فرهنگ سازمانی مثبت به طور مثبت با مشارکت کارکنان مرتبط است که به نوبه خود با بهره‌وری کارکنان ارتباط مثبت دارد. این مطالعه نشان می‌دهد که سازمان‌هایی که ایجاد فرهنگ مثبت را در اولویت قرار می‌دهند، به احتمال زیاد کارکنانی درگیر دارند که انگیزه دارند بهترین عملکرد را داشته باشند. مطالعه نوه و همکاران (۲۰۱۳) نشان داد که فرهنگی که برای توسعه کارکنان ارزش قائل است به طور مثبت با رضایت شغلی کارکنان و تعهد به سازمان مرتبط است. این مطالعه همچنین نشان داد که کارکنانی که از فرصت‌های توسعه شغلی خود راضی بودند، به احتمال زیاد دارای سطوح بالاتری از عملکرد شغلی بودند. با توجه

مشارکت کارکنان، یا میزان مشارکت کارکنان و مشارکت آنها در فرایندهای تصمیم‌گیری و هدف‌گذاری، می‌تواند بر رابطه بین فرهنگ سازمانی و بهره‌وری تأثیر بگذارد (لاسرادو و کاسم، ۲۰۲۱). هنگامی که کارکنان در ایجاد و شکل‌دادن به فرهنگ سازمانی مشارکت دارند، به احتمال زیاد احساس مالکیت و همسویی با ارزش‌ها و اهداف شرکت می‌کنند که می‌تواند منجر به سطوح بالاتر انگیزه و تعهد شود. این به نوبه خود می‌تواند منجر به بهبود بهره‌وری شود، زیرا کارکنان بیشتر درگیر کار خود هستند و سرمایه‌گذاری می‌کنند.

علاوه بر این، زمانی که کارمندان درگیر فرایندهای تصمیم‌گیری و هدف‌گذاری هستند، بیشتر احساس استقلال می‌کنند که می‌تواند انگیزه و مشارکت آنها را افزایش دهد. این می‌تواند منجر به سطوح بالاتر بهره‌وری شود، زیرا کارکنان به احتمال زیاد ابتکار عمل را به دست می‌گیرند و راه‌حل‌های خلاقانه‌ای برای مشکلات ارائه می‌دهند. مشارکت دادن کارکنان در شکل‌دهی و اجرای فرهنگ سازمانی می‌تواند به رابطه مثبت بین فرهنگ سازمانی و بهره‌وری منجر شود، زیرا تعهد و

مشارکت آنها را افزایش می‌دهد (کاویانا و همکاران، ۲۰۱۸).

تحقیقات نشان داده است که وقتی کارکنان احساس کنند که در فرایند تصمیم‌گیری صدایی دارند و کمک‌هایشان ارزشمند است، به احتمال زیاد به سازمان متعهد هستند و نگرش مثبتی نسبت به کارشان دارند. این می‌تواند منجر به افزایش رضایت شغلی و انگیزه شود که می‌تواند منجر به سطوح بالاتر بهره‌وری شود. (پارک و همکاران، ۲۰۱۶) دریافتند که مدیریت مشارکتی با عملکرد سازمانی درک شده و فرهنگ نوآورانه سازمانی رابطه معناداری دارد. به طور مشابه، (Tian & Zhai, ۲۰۱۹) دریافتند که تصمیم‌گیری مشارکتی با سود مبتنی بر بهره‌وری همبستگی قوی دارد.

طبق گفته کامرون و کوین (۲۰۰۶)، فرهنگ سازمانی مثبت با ارزش‌ها، هنجارها و باورهای مشترکی مشخص می‌شود که رفتار کارکنان و فرایندهای تصمیم‌گیری را هدایت می‌کند. در چنین فرهنگی، کارکنان بیشتر در رشد و توسعه حرفه‌ای خود احساس ارزشمندی، انگیزه و حمایت می‌کنند. این با دیدگاه دنیسون و میشا (۱۹۹۵) که بر رابطه بین فرهنگ سازمانی و شیوه‌های مدیریت استعداد تأکید می‌کند، همسو است. هنگامی که سازمان‌ها برای ایجاد یک فرهنگ قوی و حمایتی که برای رشد و توسعه کارکنان ارزش قائل است، سرمایه‌گذاری می‌کنند، محیطی ایجاد می‌کنند که افراد با استعداد را جذب و حفظ می‌کند. فرهنگ مثبت، ارتباطات باز، همکاری و احساس هدف را ترویج می‌کند که محرک‌های کلیدی مشارکت و عملکرد استعدادهای هستند. کارکنان به احتمال زیاد با انگیزه، متعهد و مایل به مشارکت دادن مهارت‌ها و تخصص خود در اهداف سازمانی هستند. با پرورش فرهنگ مثبت، سازمان‌ها می‌توانند شیوه‌های مدیریت استعداد را تقویت کنند، به عنوان مثال با استخدام، انتخاب، آموزش و توسعه شغلی. فرهنگی که برای رشد کارکنان ارزش قائل است و مشارکت‌های فردی را به رسمیت می‌شناسد، استعدادهای را برای شکوفایی و شکوفایی در سازمان تشویق می‌کند. این به نوبه خود منجر به بهبود اکتساب استعداد، حفظ و عملکرد کلی سازمانی می‌شود. برای بهره‌برداری از این یافته‌ها، سازمان‌ها باید تلاش‌ها برای ایجاد و حفظ یک فرهنگ سازمانی مثبت را در اولویت قرار دهند. این را می‌توان از طریق تعهد رهبری، همسویی ارزش‌ها با اهداف سازمانی، فراهم کردن فرصت‌هایی برای توسعه کارکنان، پرورش یک محیط کاری حمایتی، و شناسایی و پاداش دادن به استعدادهای به دست آورد. با سرمایه‌گذاری بر روی یک فرهنگ مثبت که برای رشد و توسعه کارکنان ارزش قائل است، سازمان‌ها می‌توانند به طور مؤثر استعدادهای برتر را جذب، پرورش دهند و حفظ کنند و در نتیجه مزیت رقابتی در بازار به دست آورند.

دنیسون (۱۹۹۰) و کوتر و هسکت (۱۹۹۲) به طور گسترده رابطه بین فرهنگ سازمانی و عملکرد را بررسی کرده‌اند. آنها پیشنهاد کردند که یک فرهنگ سازمانی قوی و مثبت محیطی را تقویت می‌کند که مشارکت، رضایت و تعهد کارکنان را ارتقا می‌دهد. فرهنگی که برای همکاری، ارتباطات باز و نوآوری ارزش قائل است، می‌تواند کارکنان را ترغیب کند تا در تلاش‌های خود برای دستیابی به اهداف سازمانی فراتر از آن عمل کنند. فرهنگ سازمانی مثبت این قدرت را دارد که رفاه کارکنان و رضایت شغلی را افزایش دهد و در نهایت منجر به سطوح بالاتر بهره‌وری و عملکرد کلی شود. هنگامی که کارکنان در محیط کاری خود احساس ارزش و حمایت می‌کنند، به احتمال زیاد انگیزه، وفادار و متعهد

به موفقیت سازمان خواهند بود. این به نوبه خود منجر به افزایش کارایی، خلاقیت و احساس قوی‌تر مالکیت بر کار آنها می‌شود. سازمان‌هایی که توسعه فرهنگ مثبت را در اولویت قرار می‌دهند، اغلب بهبود روحیه کارکنان و کاهش نرخ ترک خدمت را مشاهده می‌کنند. زمانی که کارکنان احساس کنند با مأموریت و ارزش‌های سازمان مرتبط هستند، احتمالاً در شرکت باقی می‌مانند و انرژی خود را برای مشارکت در موفقیت آن سرمایه‌گذاری می‌کنند.

تعامل بین مشارکت کارکنان و فرهنگ سازمانی مثبت در استفاده از پتانسیل کامل کارکنان و بهینه‌سازی نتایج بهره‌وری بسیار مهم است. فرناندز و مولدوگازیف (۲۰۱۳) دریافتند که ابتکارات توانمندسازی کارکنان، از جمله مشارکت در فرایندهای تصمیم‌گیری، تأثیر مثبتی بر نگرش و عملکرد کارکنان دارد. به طور مشابه، سعید، الماس، انور و نسیم (۲۰۱۴) بر اهمیت فرهنگ سازمانی در تقویت تعهد و حفظ کارکنان تأکید کردند و در نهایت به بهره‌وری سازمانی کمک کرد. برای افزایش بهره‌وری، سازمان‌ها باید به طور فعال مشارکت کارکنان را با فراهم کردن بسترهایی برای مشارکت، جلب نظر کارکنان، و توانمندسازی کارکنان برای مشارکت در فرایندهای تصمیم‌گیری تشویق و حمایت کنند. این را می‌توان با ایجاد یک فرهنگ سازمانی مثبت که به صدای کارکنان ارزش می‌دهد، همکاری و کار تیمی را تشویق می‌کند و تأثیر مشارکت کارکنان را بر نتایج بهره‌وری تشخیص می‌دهد، به دست می‌آید. با استفاده از هم‌افزایی بین مشارکت کارکنان و فرهنگ سازمانی، سازمان‌ها می‌توانند محیط کاری ایجاد کنند که به کارکنان انگیزه می‌دهد، احساس تعلق و تعهد آنها را ارتقا می‌دهد و در نهایت سطح بهره‌وری را افزایش می‌دهد. نتایج تجزیه و تحلیل چندین مفهوم نظری و مشارکت در زمینه‌های مدیریت استعداد، تعهد کارکنان و فرهنگ سازمانی ارائه می‌دهد. آنها بینش‌های ارزشمندی را در مورد روابط بین مدیریت استعداد، تعهد کارکنان، فرهنگ سازمانی و بهره‌وری و رضایت کارکنان ارائه می‌دهند. یافته‌ها نشان می‌دهد که سازمان‌ها باید بر بهبود شیوه‌های مدیریت استعداد، پرورش فرهنگ سازمانی مثبت و مشارکت دادن کارکنان در فرهنگ برای بهبود نتایج کارکنان تمرکز کنند. به طور خاص، رابطه مثبت معنادار یافت شده بین مدیریت استعداد و تعهد کارکنان از این ایده حمایت می‌کند که شیوه‌های مدیریت استعداد مؤثر می‌تواند منجر به افزایش تعهد کارکنان شود که اهمیت سرمایه‌گذاری سازمان‌ها در استراتژی‌های مدیریت استعداد برای بهبود تعهد کارکنان را برجسته می‌کند.

مطالعات نشان داده است که میزان مشارکت کارکنان در سازمان بر رابطه بین فرهنگ سازمانی و بهره‌وری کارکنان تأثیر دارد. نتایج حاکی از آن است که وقتی کارکنان بیشتر در سازمان مشارکت داشته باشند، تأثیر قوی‌تری بر فرهنگ سازمانی دارند و این می‌تواند منجر به سطوح بالاتر بهره‌وری کارکنان شود. می‌توان انتظار داشت، سازمان‌هایی که دارای فرهنگ قوی و همسو با ارزش‌ها و باورهای کارکنان خود هستند، احتمالاً سطوح بالاتری از بهره‌وری کارکنان را تجربه می‌کنند. نتایج همچنین حاکی از آن است که وقتی کارکنان کمتر در سازمان مشارکت دارند، رابطه بین فرهنگ سازمانی و بهره‌وری کارکنان ضعیف‌تر می‌شود. این نشان می‌دهد که سازمان‌ها برای دستیابی به سطوح بالاتر بهره‌وری کارکنان و ایجاد یک فرهنگ سازمانی مثبت که از بهره‌وری کارکنان حمایت می‌کند، باید مشارکت کارکنان را ارتقا دهند.



تیم شتاب

قهرمان یازدهمین دوره مسابقات فوتسال جام سامان

مقام چهارم: صیاد
تیم اخلاق: چکاوک
بهترین بازیکن: هادی ایرانی پور
آقای گل: هادی ایرانی پور
بهترین دروازه بان: محمدباقر قجاوند
بازیکن اخلاق: میثم آب نیکی

یازدهمین دوره مسابقات فوتسال جام سامان با حضور ۱۰ تیم و با برگزاری ۲۸ بازی از ۲۴ خردادماه آغاز و در تاریخ ۱۵ تیرماه به پایان رسید. در پایان مسابقات، عناوین زیر کسب شد:

تیم قهرمان: شتاب
مقام دوم: شاهکار
مقام سوم: درنا





صندوق‌های پوشش ریسک

مقدمه

صندوق‌های پوشش ریسک (hedge funds)، توجه سرمایه‌گذاران و نشریات مالی را در دهه ۱۹۹۰ به خود جلب کردند. در طی دوره پر رونق بازار، دارایی‌های مالی این سازمان‌ها با سبک سرمایه‌گذاری متهورانه و دنده خلاص مترادف گردیدند که برخی موفقیت‌های چشمگیر و برخی ناکامی‌های مثال‌زدنی را برای آنها ایجاد نمود.



| آرش آذین‌فر |
| بانکدار فروش شعبه امل |

اشخاص ثروتمند محدود می‌شد. امروزه صندوق‌های پوشش ریسک اگرچه هنوز هم از ترکیب مواضع خرید عادی و فروش استقراضی استفاده می‌کنند؛ ولی بسیاری از موارد دیگر مربوط به آنها تغییر کرده است و عموماً این تغییرات در راستای متهورتر شدن آنها بوده است. صندوق‌های پوشش ریسک در حال حاضر در طیف وسیعی از اوراق بهادار در سراسر جهان سرمایه‌گذاری می‌کنند. از سهام و اوراق قرضه سنتی گرفته تا اختیار معامله‌ها، قراردادهای آتی ارز و کالا از اهرم به منظور کسب سود بیشتر از طریق افزایش دارایی‌های موجود برای سرمایه‌گذاری استفاده می‌شود که این افزایش در برخی موارد ۲۰ تا ۳۰ برابر است. با تغییر تعداد این صندوق‌ها، مشتریان آنها نیز تغییر یافته است در حال حاضر سرمایه‌گذاران که بزرگ‌ترین منبع جدید پول هستند وارد صندوق‌های پوشش ریسک می‌شوند برآورد می‌شود که هم اکنون

مفهوم صندوق‌های پوشش ریسک

در سال‌های پیشین، صندوق‌های پوشش ریسک کلاسیک فقط به خرید و فروش استقراضی سهام و اوراق قرضه انتشار یافته در بازارهای ایالات متحده مبادرت می‌کردند. واژه پوشش ریسک از این حقیقت ناشی شده است که بخش زیادی از ریسک مربوط به مالکیت سهام و اوراق قرضه از طریق مواضع فروش استقراضی اوراق بهادار مربوط پوشش داده می‌شد. این صندوق‌ها بدون توجه به جهت کلی بازار برای پول‌سازی طراحی می‌شدند. اگر چه در عمل همیشه دستیابی به هدف مزبور امکان‌پذیر نبود از اهرم (یعنی) وجوه استقراضی نیز غالباً استفاده می‌کردند که این عمل عمدتاً برای فراهم نمودن ودیعه مورد نیاز فروش استقراضی اوراق بهادار صورت می‌گرفت. صندوق‌های پوشش ریسک از لحاظ تعداد اندک بودند و مشارکت در آنها تقریباً به طور کامل به

بیش از ۱۰۰ میلیارد دلار در بیش از ۳۰۰۰ صندوق پوشش ریسک سرمایه‌گذاری شده است.

کسب منافع بیشتر با صندوق‌های پوشش ریسک

نسل جدیدی از مدیران صندوق‌های پوشش ریسک نیز پا به عرصه گذاشته‌اند، درحالی‌که صندوق‌های پوشش ریسک در تلاش برای کسب سود عمدتاً از قیمت‌های متفاوت بین اوراق بهادار مختلف استفاده می‌کردند، ولی در حال حاضر بسیاری از این صندوق‌ها به دنبال شناسایی قیمت‌های غیرواقعی در بین کل گروه‌های دارایی‌ها هستند. این صندوق‌های پوشش ریسک بزرگ (macro hedge funds) شرط‌بندی‌های بزرگی انجام می‌دهند که مثلاً نرخ‌های بهره در آمریکا کاهش خواهد یافت یا ارزش درهم امارات در برابر پوند انگلیس افزایش خواهد یافت. وقتی این پیش‌بینی‌ها واقعیت پیدا کند، این شرط‌بندی‌های کلان می‌تواند برای صندوق‌های مزبور بازدهی‌های بسیار زیادی را ایجاد کند. در مقابل، در معرض ریسک زیان‌های بزرگ نیز قرار می‌گیرند. صندوق‌های پوشش ریسک بزرگ اما به دلیل آشفته ساختن بازارهای مالی جهانی به‌واسطه سفته‌بازی‌های متهورانه خود مورد سرزنش قرار گرفته‌اند.

ساختار صندوق‌های پوشش ریسک

صندوق‌های پوشش ریسک معمولاً در قالب شرکت‌های تضامنی خصوصی ایجاد می‌شوند. آنها به دو طریق از مقررات دولتی سرپیچی می‌کنند. یا تعداد شرکا خود را حداکثر به ۱۰۰ نفر محدود می‌کنند و یا برای این که حداقل ۲۵ میلیون دلار دارایی تحت مدیریت خود داشته باشند از سرمایه‌گذاران خود (که عمدتاً افراد ثروتمند هستند) می‌خواهند که حداقل ۵ میلیون دلار سرمایه برای سرمایه‌گذاری در دارایی‌ها و نهادهای مالی در اختیار آنها قرار دهند. در هر یک از این موارد، صندوق‌های پوشش ریسک مجاز نیستند که سرمایه‌گذاری‌های خود را تا سطح عموم ارتقا دهند. در نتیجه آنها مانند شرکت‌های سرمایه‌گذاری ملزم به افشا نتایج عملکرد هزینه‌ها و یا ترکیب سبد سرمایه‌گذاری خود نیستند. از نظر تنوع‌بخشی آنها با محدودیت مواجه نیستند؛ بنابراین نسبت به شرکت‌های سرمایه‌گذاری، سبدهای سرمایه‌گذاری متمرکز شده‌تری را می‌توانند در اختیار داشته باشند. عملکرد تعدیل نشده با ریسک موضوعی است که همواره برای صندوق‌های پوشش ریسک مهم بوده است. مشتریان این صندوق‌ها بدون توجه به شرایط کلی بازار، انتظار دارند مدیران آنها نرخ‌های بازدهی دورقمی ایجاد کنند. همان‌گونه که در بازارهای با کارایی بالا می‌توان انتظار داشت، تعداد بسیار کمی از صندوق‌های پوشش ریسک قادرند تا این انتظارات متوقعانه در خصوص بازدهی را برآورده کنند. اگرچه حداقل به‌صورت غیررسمی به‌دست‌آوردن اطلاعات جامع در خصوص عملکرد این صندوق‌ها دشوار است؛ اما نرخ‌های بازدهی تا ۱۲۰ درصد در سال‌های خوب و نرخ‌های بازدهی سالانه مستمر بالاتر از ۲۰ درصد برای صندوق‌های پوشش ریسک موفق گزارش گردیده است.

معایب صندوق‌های پوشش ریسک

متأسفانه، ابهام موجود در اطلاعات مربوط به صندوق‌های پوشش ریسک این موضوع را مخدوش می‌کند که چه اطلاعات یکپارچه‌ای

در خصوص عملکرد این صندوق‌ها وجود دارد؛ یعنی صندوق‌های با عملکرد ضعیف به بیان ساده مغازه خود را تعطیل می‌کنند و اطلاعات مربوط به نرخ‌های بازدهی آنها از پایگاه‌های اطلاعاتی مشاوران پاک می‌شود و در نتیجه تصویر بهتری از عملکرد کلی آنها نسبت به آنچه که واقعاً رخ داده است ارائه می‌گردد. اگرچه برخی از صندوق‌های پوشش ریسک استراتژی‌های محافظه‌کارانه و کاملاً کنترل شده با ریسک را دنبال می‌کنند، اما به‌طورکلی سرمایه‌گذاری در این صندوق‌ها با ریسک زیادی روبرو است.

به‌خصوص صندوق‌های پوشش ریسک بزرگ نتایج کاملاً متغیری را به دست آورده‌اند. در سال ۲۰۱۴ بسیاری از این صندوق‌ها با شرط‌بندی در مورد این که نرخ‌های بهره در آمریکا و ارزش ین ژاپن در مقابل دلار آمریکا کاهش خواهد یافت، میلیارد‌ها دلار زیان متحمل شدند. مفتضح‌ترین ورشکستگی در مورد صندوق‌های پوشش ریسک در سال ۱۹۹۴ و در صندوق ۶۰۰ میلیون‌دلاری رخ داد که شرکت مدیریت سرمایه اسکین (Askin Capital Managenent) آن را اداره می‌کرد. در آن ورشکستگی خردکننده، سرمایه‌گذاران که شامل چندین مؤسسه بزرگ بودند، دریافتند که با شکست استراتژی به‌شدت اهرمی مشتقه‌های اوراق رهنی، دارایی‌های خود را از دست داده‌اند. کمبود اطلاعات در مورد سبدهای سرمایه‌گذاری و نتایج عملکرد صندوق‌های پوشش ریسک نظارت بر ریسک و ارزیابی عملکرد آنها را برای سرمایه‌گذاران دشوار ساخته است. ایجاد معیارها یا مبنای مناسب برای بسیاری از صندوق‌های پوشش دشوار است. سرمایه‌گذاران عمدتاً درک بسیار اندکی از این موضوع دارند که چگونه سرمایه‌گذاری آنها در این صندوق‌ها با سایر سرمایه‌گذاری‌های آنان در سبد سرمایه‌گذاری کلی تناسب پیدا می‌کند.

صندوق‌های پوشش ریسک از دیدگاه کمیسیون بورس و اوراق بهادار ماهیت قانونمند نبودن صندوق‌های پوشش و اندازه درحال‌رشد آنها توجه قانون‌گذاران را به خود جلب کرده است. بانک‌های مرکزی به‌خصوص درباره تأثیر این صندوق‌ها بر ثبات بازارهای مالی بین‌المللی نگران شده‌اند. در ایالات متحده با متهورتر شدن صندوق‌های پوشش ریسک در جلب مشتریان بالقوه، کمیسیون بورس و اوراق بهادار (SEC) این پرسش را مطرح می‌کند که صندوق‌های پوشش ریسک در ارتقای وضعیت خودشان تا چه اندازه باید از آزادی عمل برخوردار باشند. این که آیا صندوق‌های پوشش ریسک می‌توانند در سال‌های آتی نیز به گریز خود از نظارت دولت ادامه دهند یا خیر، مشخص نیست.

جمع‌بندی

علی‌رغم این ریسک‌ها و محدودیت‌ها، سرمایه‌گذاران و افراد ثروتمند به سرمایه‌گذاری خود در انواع مختلف صندوق‌های پوشش ریسک ادامه می‌دهند. تطمیع بازدهی زیاد همواره و سوسه‌انگیز است. مدیران موفق صندوق‌های پوشش ریسک در گذشته و حال کادر افسانه‌ای وال‌استریت، شامل میشل اشتاین هارت، جولین رابرتسون و جورج سوروس در میان سایرین هستند. مطالعه صندوق‌های پوشش ریسک تصویر جالبی از تکنیک‌های مورد استفاده مدیران سرمایه‌گذاری متهورانه ارائه می‌دهد. تصویری که معمولاً در صندوق‌های سنتی‌تر سرمایه‌گذاری در اوراق حقوق صاحبان سهام نمی‌توان یافت.



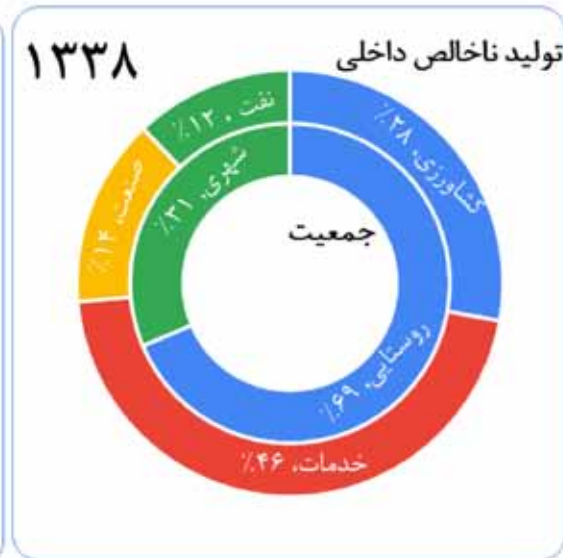
ایران پساکودتا

نهضت ملی نفت، فارغ از هدف سیاسی آن یعنی ملی کردن صنعت نفت، برای محمدرضا شاه تجربه‌ای بزرگ در زمامداری بود که از او یک ارباب سیاست ساخت. ظرف چند ماه تقریباً همه صداهای مخالف ساکت شد. قراردادهای جدیدی با آمریکا در حوزه نفت بسته شد. این دوره همچنین با کمک‌ها، آموزش‌ها و مستشاری‌های نظامی آمریکا همراه بود. ورود هرچه بیشتر آمریکا به ایران در دوره جنگ سرد مستلزم ریشه‌کن کردن بقایای حزب توده بود. از این رو، آمریکا بر خلاف میل خود چشمانش را بر روی خودکامگی‌ها و فسادهای حکومت ایران می‌بست.

با خوابیدن گردوخاک‌ها، نوبت به برنامه‌های توسعه‌ای رسید که با اصلاحات ارضی شروع شد و به انقلاب سفید انجامید.

اصلاحات ارضی

اقتصاد در دهه ۱۳۳۰ همچنان متکی به کشاورزی بود و قریب به ۳۰٪ تولید و ۷۰٪ جمعیت را به خود اختصاص می‌داد. اما کشاورزی همچنان ساختار سنتی خود را داشت. نیمی از زمین‌های زراعی متعلق به مالکان بزرگ بود که اعیان، خان‌های ایلات، نخبگان استانی و تاجران بازاری بودند. تغییر مناسبات ارباب و رعیت در ایران و اصلاح در مالکیت زمین‌های کشاورزی از دوران مشروطه دغدغه قانون‌گذاران بود.



می‌رسید که روشنفکران در مقابله با نیروهای اپوزیسیون، در کنار رژیم قرار گرفته‌اند و این برای آنها ناخوشایند بود. از این رو مخالفت روشنفکران بیش از آنکه مبنایی عقلانی و استدلالی داشته باشد، ریشه در مسائل سیاسی داشت.

۱۵ خرداد تنها از این جهت نقطه عطف تاریخی نبود که شخصیت جدید و ناشناخته آیت الله خمینی را به جامعه معرفی کرد، بلکه موجب شد روحانیون و نیروهای مذهبی از روشنفکران در مخالفت با رژیم پیشی بگیرند و روشنفکران یا به انفعال گرایند و یا مانند نهضت آزادی به دنبال مذهبی‌ها حرکت نمایند.

دستاوردها و پیامدها

بی‌تردید ایده اصلاحات ارضی از دل اندیشه‌های سوسیالیست‌ها درآمده بود. حزب توده در جریان پلنوم خود در مهر ۱۳۲۱ در تهران پیشنهادهای زیادی درباره سیاست‌های کشاورزی ارائه کرده بود از قبیل: «توزیع دوباره زمین‌های دولتی و خالصه، خرید دارایی‌ها و مالکیت بزرگ خصوصی توسط دولت و فروش مجدد آنها به افراد بی‌زمین با نرخ پایین» که به وضوح با اصلاحات ارضی تفاوت چندانی نداشت. جبهه ملی هم توزیع مجدد زمین‌ها را به عنوان مقدمه انجام اصلاحات اجتماعی معرفی کرده بود.

تصور بر این بود که با انتقال مالکیت به کشاورزان، انگیزه تولید افزایش خواهد یافت و این امر به افزایش تولید کشاورزی کمک خواهد کرد. اما در عمل چنین نشد. تا سال ۱۳۴۵ یعنی در پایان اولین مرحله اصلاحات ارضی تقریباً ۱۴۰۰۰ روستا (۳۰ درصد روستاها) میان بیش از نیم میلیون خانواده (۳۰ درصد جمعیت روستایی) توزیع شده بود. اما تکه‌های زمین تخصیص داده شده به کشاورزان غالباً آقدری نبود که به درد زراعت سودآور (حتی با معیارهای پیشاصنعتی) بخورد، آن هم در کشوری که منابع آب محدود، و آیش متوالی زمین داشت و بازدهی محصول اندک بود.

مراحل دوم و سوم اصلاحات ارضی محافظه‌کارانه‌تر بود و به ملاکان اجازه داد زمین‌های زراعی بیشتری را برای خود نگاه دارند. همچنین دولت نیز غالباً در ارائه وام کافی و فراهم آوردن ماشین‌آلات برای شرکت‌های تعاونی نوظهور کشاورزی ناکام بود. تا سال ۱۳۴۷ بیش از ۸۵۰۰ شرکت تعاونی روستایی ایجاد شده بود ولی تعداد خیلی کمی از آنها قدرت رقابت اقتصادی داشتند.

طبقه جدید ملاکین (از جمله اربابان و واسطه‌های پول‌دار) در سال‌های بعد شروع کردند به خرید زمین‌های کوچک از روستاییان و آنها را به شرکت‌هایی تبدیل کردند که ربطی به اقتصاد سنتی روستایی نداشتند.

این امر موجب شد که در دهه ۱۳۵۰ روستاها باری بر دوش دولت شده بودند و دیگر مثل قرون گذشته واحدهای تولیدی کشاورزی نبودند. هزاران روستا و دهکده کوچک و خوداتکاء و غالباً منزوی که بزرگ‌ترین شان چند هزار نفر جمعیت داشتند و کوچک‌هایشان شامل چند خانوار می‌شدند، به آرامی رو به زوال رفتند. روستاها به زودی تبدیل به مصرف‌کنندگان اقلام پاره‌ای و خواروبارهای دولتی شدند و نیروی کار جوان خود را به شهرهای می‌فرستادند تا کمک‌خرج خانواده باشند. در میانه دهه ۱۳۵۰ برای اولین بار ایران واردکننده غلات و سپس واردکننده دیگر اقلام خوراکی شد.

محمدرضا شاه قبل از کودتای ۲۸ مرداد چندین بار از اصلاحات ارضی سخن گفته بود. اما نخستین لایحه توسط منوچهر اقبال در سال ۱۳۳۸ به مجلس داده شد که توسط مالکان بزرگ به نفع خود تغییر یافت. در دی ۱۳۴۰، علی امینی برابر فرمان محمدرضا شاه تغییرات اساسی در لایحه مجلس داد و به اطلاع ملت رساند. پس از کناره‌گیری علی امینی از نخست‌وزیری، اسدالله علم به لایحه دوم بخشی افزود که زمین‌های مازاد خریداری شده از مالکین به رعایای شاغل بر روی آنها فروخته شود. این لایحه سوم همراه با ۵ لایحه دیگر در ۶ بهمن ۱۳۴۱ به همه‌پرسی گذاشته شد که بر روی هم انقلاب سفید نام گرفتند. در این همه‌پرسی برای نخستین بار در تاریخ ایران، زنان نیز به پای صندوق‌های رأی آمدند. پس از همه‌پرسی، اصلاحات ارضی در سه مرحله به اجرا درآمد: (۱) خریداری زمین‌های مازاد از مالکان بزرگ، (۲) تقسیم درآمد یا فروش املاک استیجاری و اجاره ۹۹ ساله املاک موقوفه به کشاورزان، و (۳) فروش املاک استیجاری.

اصول شش‌گانه

- اصل اول: اصلاحات ارضی و الغای رژیم ارباب‌ورعیتی
 - اصل دوم: ملی کردن جنگل‌ها و مراتع
 - اصل سوم: فروش سهام کارخانه‌های دولتی به عنوان پشتوانه اصلاحات ارضی
 - اصل چهارم: سهم کردن کارگران در سود کارخانه‌ها
 - اصل پنجم: اصلاح قانون انتخابات ایران به منظور دادن حق رأی به زنان و حقوق برابر سیاسی با مردان
 - اصل ششم: ایجاد سپاه دانش
- سال‌های بعد به تدریج ۱۳ اصل دیگر به آن اضافه گردید.

مخالفان

مهم‌ترین مخالفان انقلاب سفید، روحانیون و در رأس آنها آیت‌الله خمینی قرار داشتند. آیت‌الله خمینی نخست، ۱۷ بهمن با تلگرافی به شاه از شرط نشدن اسلام برای رأی دهندگان و دادن حق رأی به زن‌ها اظهار نگرانی کرد. شاه در پاسخ «توجه او را به وضعیت زمانه و تاریخ و همچنین به وضع سایر ممالک اسلامی دنیا جلب کرد». پاره‌ای از دیگر نظرات آیت الله خمینی عبارت بودند از:

- در قوانین ایران همه‌پرسی پیش‌بینی نشده است.
- لوایح شش‌گانه مبهم‌اند.
- اکثریت جامعه ایران قوه تشخیص فهم این اصول را ندارند.
- مردم زمان کافی برای اندیشیدن درباره آنها را ندارند.
- محیط آزاد برای رأی‌دادن در ایران وجود ندارد.

در حالی که ۹۱٫۵ درصد مردم در همه‌پرسی ۶ بهمن ۱۳۴۱ به انقلاب سفید رأی مثبت داده بودند، اما پس از اعتراض روحانیون، شعله‌های اعتراضات نیز روشن شد. اعتراضات در مشهد و قم به درگیری‌های خیابانی انجامید و حکومت برای سرکوب آنها مجبور به حمله به مدرسه فیضیه قم در ۲ فروردین ۱۳۴۲ شد و چندین روحانی به قتل رسیدند. آیت الله خمینی عید نوروز را عزای عمومی اعلام کرد. مأموران امنیتی یکبار در ۱۵ خرداد اقدام به دستگیری او کردند اما نهایتاً در ۴ آبان ۱۳۴۳ پس از اعتراض آیت الله خمینی به کاپیتولاسیون او را دستگیر کرده و به ترکیه تبعید کردند.

اما از آنجاکه اصول انقلاب سفید برآمده از آرمان‌های روشنفکران بود، اما به واسطه شیوه اعلان و اجرای آن، موجی از بی‌اعتمادی نسبت به نیت حکومت پدیدآمده بود. شعار جبهه ملی دوم «اصلاحات آری، استبداد نه» به‌خوبی گواه این تعارض بود. شاید دلیل دیگر مخالفت روشنفکران این بود که فکر می‌کردند حکومت این ایده‌ها را از آنان دزدیده است و «لقلقه زبان» خودکرده است.

واقعیت دیگری که روشنفکران را به مخالفت با اصلاحات اصیل اجتماعی و اقتصادی وامی‌داشت، این بود که با بالاگرفتن مخالفت روحانیون، چنین به نظر



بورسیه تحصیلی دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد توسط بیمه سامان

شرکت بیمه سامان در راستای ایفای تعهدات اجتماعی و مسئولیت‌های خود در قبال توسعه علم و دانش، مطابق با شیوه‌نامه اجرایی بورس، صنعت و مشاغل سازمان امور دانشجویان وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، اقدام به جذب و حمایت از دانشجویان نخبه و مستعد در مقطع کارشناسی ارشد در رشته‌های علوم داده و هوش مصنوعی کرده است. به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، پذیرش دانشجو در رشته‌های بورسیه شرکت بیمه سامان به صورت سراسری انجام می‌شود و همه داوطلبانی که حائز شرایط عمومی و اختصاصی باشند، مجاز به انتخاب رشته‌های دارای شرایط بورسیه خواهند بود؛ بنابراین گزارش، در مرحله نخست، سه برابر ظرفیت اعلام شده از متقاضیان بورس تحصیلی دعوت به عمل خواهد آمد که پس از انجام مصاحبه و بررسی‌های صورت گرفته گزینش نهایی صورت خواهد گرفت بر اساس این گزارش، دانشجویان پذیرفته شده بورسیه به مدت ۴ نیمسال تحصیلی، تحت حمایت مالی شرکت بیمه سامان برابر با حداقل حقوق پایه مصوب وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی به علاوه بیمه درمان خواهند بود. فارغ التحصیلان دوره بورسیه مقطع کارشناسی ارشد، در اولویت انتخاب جهت بورسیه در مقطع دکترا طبق شرایط مورد نظر شرکت بیمه سامان هستند. تجهیز سرمایه‌های انسانی تا افق ۱۴۰۵ به علوم داده و دانش هوش مصنوعی، یکی از اهداف و برنامه‌های راهبردی شرکت بیمه سامان به شمار می‌رود. این گزارش حاکی است؛ شرکت بیمه سامان در راستای چارچوب HR Strategy برنامه‌هایی را تعیین کرده که از جمله آن‌ها می‌توان به بورسیه کردن کارکنان گروه بیمه سامان برای تحصیل در خارج از کشور در مقاطع کارشناسی ارشد و دکتری در حوزه Data Science و AI و نیز بورسیه کردن سالانه ۱۰ نفر از فارغ التحصیلان ممتاز مقاطع کارشناسی و کارشناسی ارشد دانشگاه‌های معتبر برای مقاطع کارشناسی ارشد و دکتری در دوره‌های مرتبط با علوم داده و هوش مصنوعی اشاره کرد.



انتخاب مدیر بیمه سامان به عنوان دبیر اول کارگروه حسابرسی سندیکای بیمه‌گران

رزیتا صالحی، مدیر حسابرسی داخلی شرکت بیمه سامان به انتخاب اعضا به عنوان دبیر اول کارگروه حسابرسی داخلی سندیکای بیمه‌گران ایران انتخاب شد. به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، سندیکای بیمه‌گران ایران یک نهاد صنفی با عضویت ۴۰ شرکت بیمه‌ای کشور بوده که دارای ۱۸ کارگروه تخصصی است. هر کدام از این کارگروه‌های تخصصی دارای دو دبیر بوده که با نظر اعضای کارگروه‌ها انتخاب می‌شوند. در همین راستا روز ۳۱ اردیبهشت ماه سال جاری، انتخابات کارگروه‌های تخصصی سندیکای بیمه‌گران ایران به صورت آنلاین برگزار شد. در نتیجه این انتخابات، رزیتا صالحی، مدیر حسابرسی داخلی شرکت بیمه سامان به انتخاب اعضا به عنوان دبیر اول کارگروه حسابرسی داخلی سندیکای بیمه‌گران ایران انتخاب شد. رزیتا صالحی، عضو انجمن حسابداران خبره و عضو انجمن حسابرسان داخلی است و سابقه فعالیت در مؤسسه حسابرسی و حسابرسی داخلی صنعت بیمه را دارد. دبیران کارگروه‌های سندیکای بیمه‌گران، به عنوان هماهنگ‌کننده امور کارگروه تخصصی موظف‌اند با همکاری سندیکا نسبت به تعیین دستور جلسه متناسب با موضوعات و مسائل روز و موارد ارجاعی شورای عمومی و دعوت از اعضای کارگروه برای برگزاری جلسات اقدام کنند.





خدمت‌رسانی و جلب رضایت بیمه‌گزاران از مأموریت‌های اصلی شبکه فروش است

مدیرعامل شرکت بیمه سامان با بیان این که عمده فروش شرکت‌های بیمه از طریق نمایندگان و کارگزاران انجام می‌شود، گفت: خدمت‌رسانی و جلب رضایت بیمه‌گزاران در راستای اهداف سازمان و از مأموریت‌های اصلی شبکه فروش است. به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، احمدرضا ضرابیه در دیدار رؤسای شعب سراسر کشور با تأکید بر لزوم افزایش سهم خرده‌فروشی به‌ویژه در رشته‌های عمر، موبایل، درمان خانواده و آتش‌سوزی، افزود: بخشنامه‌های استراتژیک سازمانی، نقشه راه همه ارکان سازمان به‌ویژه شبکه فروش است.

عبدالرسول عطایی معاون اجرایی شرکت بیمه سامان نیز در این دیدار ضمن تشریح اهداف و برنامه سال ۱۴۰۳ در شرکت، گفت: افزایش فروش و بهبود خدمات‌رسانی به مشتریان از مسیر ارائه خدمات دیجیتال و توسعه حضور در بازارهای بین‌المللی می‌گذرد. در ادامه این نشست که با حضور مدیرعامل و جمعی از مدیران ارشد شرکت بیمه سامان برگزار شد، مشکلات و مسائل مربوط به شعب موردبحث و بررسی قرار گرفت.

پرتفوی شرکت بیمه سامان ۷۰ درصد رشد کرد

مدیرعامل شرکت بیمه سامان با اعلام رشد ۷۰ درصدی پرتفوی این شرکت در سال گذشته، تأکید کرد که رشد ۷۰ درصدی فروش در سال جاری نیز هدف‌گذاری شده است.

به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، احمدرضا ضرابیه در گردهمایی بزرگ شبکه فروش این شرکت که با حضور گسترده اعضای شبکه فروش در هتل اسپیناس پالاس تهران برگزار شد، تصریح کرد که همه ظرفیت‌های گروه مالی سامان در اختیار شبکه فروش شرکت بیمه سامان قرار گرفته، بنابراین ضرب‌آهنگ رشد فروش در شرکت بیمه سامان مداوم و پایدار خواهد بود. به گفته وی، در فضای موجود که رقابت باتکیه بر فناوری است، باید از پتانسیل‌های گروه مالی سامان به شکل حداکثری جهت هم‌افزایی هر چه بیشتر استفاده کرد. ضرابیه، حداکثر کردن منافع قانونی شبکه فروش را هدف مهم شرکت بیمه سامان دانست و افزود: ایستایی، منس سامان نیست و با توسعه زیرساخت در همه بخش‌ها به‌ویژه حوزه فناوری اطلاعات، سرعت رشد شرکت و ارتقای کیفیت خدمات سامان بیش از پیش خواهد بود.

مدیرعامل شرکت بیمه سامان، تأکید کرد: اعتبار بیمه سامان، مدیون همکاری اثربخش شعب و شبکه فروش شرکت در خدمات‌رسانی شایسته به مشتریان بوده و افزایش سرمایه اجتماعی سامان نتیجه پیاده‌سازی رویکرد مشتری‌محور در همه حوزه‌ها و سال‌ها تلاش و مجاهدت برای خدمت‌رسانی در شأن و خالصانه به مردم عزیز کشورمان است. در این گردهمایی بزرگ شبکه فروش بیمه که با حضور مدیرعامل و مدیران ارشد گروه بیمه سامان تشکیل شد، از خدمات برترین‌های سامان قدردانی و به آنها لوح تقدیر اهدا شد.



بیمه سامان، یک خدمت جدید بیمه‌ای رو کرد



افراد وابسته به آنها، بسته به نوع بیمه‌نامه امکان سرمایه‌گذاری و دریافت مستمری را برای بیمه‌شدگان فراهم کرده که این امر نیز پاسخی مهم به رفع نگرانی‌های افراد برای دوران بازنشستگی است.

آراء، افزود: شرکت بیمه سامان در طرح بیمه مستمری این امکان را فراهم کرده تا بیمه‌گزاران با پرداخت حق بیمه متناسب، این نوع بیمه‌نامه را خریداری کنند و دغدغه‌های دوران کهن‌سالی خود را کاهش دهند. وی، توضیح داد: در بیمه‌نامه مستمری سامان، بیمه‌گزار پس از خرید بیمه‌نامه عمر و تشکیل سرمایه و پرداخت حق بیمه حداقل به مدت ۵ سال، امکان تبدیل اندوخته این بیمه‌نامه به بیمه‌نامه مستمری و دریافت دو پوشش اضافی فوت به هر علت و فوت ناشی از حادثه در صورت درخواست بیمه‌گزار را دارد.

معاون فنی بیمه‌های زندگی شرکت بیمه سامان افزود: پوشش اصلی بیمه‌ای ارائه شده در این محصول، مستمری است و پوشش‌های تکمیلی قابل‌ارائه در این محصول پوشش‌های فوت بیمه شده به هر علت و فوت ناشی از حادثه بیمه شده است. آراء، گفت: در طرح بیمه مستمری، بیمه سامان مبلغی را به صورت مستمری تا یک مدت معین و یا در زمان حیات بیمه شده معادل مبلغ مندرج در جدول تعهدات مربوطه به ذی‌نفعان بیمه‌نامه پرداخت می‌کند. به گفته وی، درعین حال در صورت فوت بیمه شده به هر علت، سرمایه فوت آن سن معادل مبلغ مندرج در جدول تعهدات مربوطه به ذی‌نفعان بیمه‌نامه پرداخت می‌شود؛ بنابراین بیمه‌شده با تهیه بیمه عمر مستمری می‌تواند این دو پوشش تکمیلی فوت به هر علت و فوت ناشی از حادثه را به طور هم‌زمان دنبال کند.

این گزارش می‌افزاید، بیمه‌شدگان و علاقه‌مندان به تهیه این پوشش بیمه‌ای با مراجعه به شعب و نمایندگی‌های شرکت بیمه سامان می‌توانند اقدام به تهیه این بیمه‌نامه جذاب کنند.

معاون فنی بیمه‌های زندگی شرکت بیمه سامان اعلام کرد که این شرکت در راستای معرفی بیشتر ظرفیت‌ها و توانمندی بیمه‌ای، توسعه محصولات بیمه‌ای مطابق با نیازهای بازار و رفع دغدغه مالی افراد در زمان بازنشستگی، بیمه مستمری را روانه بازار کرد.

به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، شیما آراء گفت: امروزه استفاده از انواع بیمه‌نامه‌های عمر و زندگی، به عنوان یکی از ابزارهای مهم در آینده‌نگری و توزیع ریسک، جایگاه قابل توجهی را در بین افراد به خود اختصاص داده است. به گفته وی، واقعیت این است که پایداری و بهبود شرایط اقتصادی افراد در جوامع، ارتباط مستقیمی با کیفیت زندگی آنها دارد و باتوجه به تغییرات پیوسته در بازارهای مالی و اقتصادی، بیشتر افراد به دنبال راهکارهایی هستند تا آنها را در برابر نوسانات و ریسک‌های مالی مختلف، محافظت کند. معاون فنی بیمه‌های زندگی شرکت بیمه سامان افزود: در این بین، بیمه‌نامه‌های عمر علاوه بر اینکه افراد را در یک حاشیه امن مالی قرار می‌دهند، خدمات و پوشش‌هایی را برای بیمه‌گزاران، بخصوص در دوران کهن‌سالی فراهم می‌کنند که دیگر ابزارهای مالی چنین توانایی را ندارند. به اعتقاد آراء، در یک نگاه کلی، میزان حمایت‌های بیمه‌های پایه و صندوق‌های بازنشستگی در دوران بازنشستگی چندان پاسخگوی نیازهای واقعی افراد نیست و از همین روی، ضرورت یک بیمه‌نامه عمر که بتواند نیازهای افراد را به خوبی برطرف کند و با شرایط اقتصادی کشور هماهنگ باشد، بیش از پیش حس می‌شود.

وی اظهار داشت: شرکت بیمه سامان با هدف رفع دغدغه‌ها و نگرانی‌های موجود و با الگوبرداری از محصولات بیمه‌ای روز دنیا در زمینه بیمه‌های زندگی، محصولات متنوعی را طراحی و در اختیار مشتریان خود قرار داده است. معاون فنی بیمه‌های زندگی شرکت بیمه سامان اذعان داشت که این شرکت در کنار ارائه پوشش‌های بیمه‌ای برای بیمه‌شدگان و



صنعت بیمه مزیت مهمی برای ورود شرکت‌های فناور محورا است

زیرساخت‌های قابل اتکایی دارند؛ زیرا تمامی آنها از پرسنل آموزش دیده استفاده می‌کنند، بنابراین مزیت مناسبی برای شرکت‌های فناور محور ایجاد می‌کند. وی، با اشاره به رقابتی بودن بازار بیمه‌گری در کشور، گفت: شرکت‌های بیمه‌ای در زمینه ارائه خدمات و فروش بیشتر محصولات بیمه‌ای به خصوص در فضای آنلاین با یکدیگر رقابت می‌کنند و این موضوع بازار خوبی را برای شرکت‌های فناور ایجاد کرده تا بتوانند خدمات خود را به یک جمعیتی از شرکت‌های بیمه‌ای که منابع مالی در اختیار دارند ارائه کنند.

بیمه مرکزی نوآوری را با آغوش باز می‌پذیرد

مدیرعامل شرکت بیمه سامان، سندیکای بیمه‌گران ایران را یک نهاد قوی در صنعت بیمه دانست و توضیح داد: این نهاد صنفی در بسیاری از حوزه‌هایی که نیاز به تغییر و تحول در قوانین و مقررات وجود دارد، اثرگذار بوده و می‌تواند با ارکان بالادستی صنعت بیمه هماهنگی‌های خوبی را ایجاد کند. ضرابیه، با تأکید بر اهمیت بیمه مرکزی به عنوان نهاد ناظر صنعت بیمه و شورای عالی بیمه به عنوان نهاد قانون‌گذار این صنعت، افزود: این دو نهاد فعال علاقه‌مند به ورود شرکت‌های فناور محور به صنعت بیمه و رشد نمایندگان هستند. وی، اذعان داشت: در حال حاضر نوآوری‌ها در صنعت بیمه توسط شبکه فروش و نمایندگان اتفاق می‌افتد و خیلی از شرکت‌های فناور بیمه‌ای می‌توانند نماینده و کارگزار صنعت بیمه شوند؛ زیرا این صنعت را به خوبی می‌شناسند و نقاط ضعف آن را هم به خوبی شناسایی کرده‌اند و می‌توانند راه‌حل‌های خوبی را هم ارائه دهند.

مدیرعامل شرکت بیمه سامان با تأکید بر اینکه شرکت‌های بیمه‌ای وظیفه دارند بستر ارتقای شبکه فروش را فراهم کنند، اضافه کرد: شرکت بیمه سامان به دنبال استفاده از فناوری برای توانمندتر کردن نمایندگان و شبکه فروش است تا کسب‌وکار آنها قوی‌تر و بزرگ‌تر شود. به اعتقاد ضرابیه، همراهی با نمایندگان بیمه یکی از اصلی‌ترین درگاه‌های ورود به صنعت بیمه برای شرکت‌های فناور محور است.

مدیرعامل شرکت بیمه سامان اظهار داشت که صنعت بیمه به تغییراتی به مراتب بیشتر از این نیاز دارد و باتوجه به علوم داده باید تحلیل‌هایی را حتی قبل از خسارت داشته باشند که مبتنی بر آمار و احتمال و با انجام عملیات بیمه‌گری فرایندهای سخت و پیچیده‌ای مثل ارزیابی خسارت را از بین ببرد. ضرابیه گفت: صنعت بیمه نیاز به توسعه دارد و این موضوع با استفاده از بیمه خرد و بیمه‌گری درون‌سازی شده می‌تواند به حوزه‌هایی ورود کند که تا به حال از آن طریق و از آن کانال محصول بیمه فروخته نشده است.

وی، با بیان اینکه بیمه‌های تجهیزات الکترونیک یکی از فضاها بسیار مناسب در کشور است، افزود: شرکت بیمه سامان در این حوزه قدم‌هایی را برداشته؛ اما باید توجه کرد که بازار این بیمه‌ها بزرگ بوده و نیاز به شرکت‌های بیمه مبتنی بر فناوری در این زمینه وجود دارد.

مدیرعامل شرکت بیمه سامان با اشاره به ورود شرکت‌های فناور به صنعت بیمه طی سال‌های اخیر گفت: هنوز پتانسیل‌های استفاده نشده زیادی به منظور استفاده شرکت‌های فناور در صنعت بیمه وجود دارد و این یک مزیت برای ورود بازیگران جدید به این عرصه است.

به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، احمدرضا ضرابیه، در کارگاه چالش‌ها و فرصت‌های ورود شرکت‌های فناوری به صنعت بیمه در بیست و هفتمین دوره نمایشگاه بین‌المللی الکامپ، گفت: صنعت بیمه باتوجه به تغییراتی که در کشور انجام می‌شود می‌تواند از فرصت حضور در این دست نمایشگاه‌ها، برای معرفی پتانسیل‌های این صنعت به شرکت‌های نوآور استفاده کند. وی با بیان اینکه صنعت بیمه ۲۰۰ هزار نفر نیروی انسانی فعال دارد، عنوان کرد: نیمی از این نیروی انسانی، نمایندگان شرکت‌های بیمه‌ای هستند، اما پتانسیل کشور از بُعد تعداد نمایندگان به مراتب بیشتر است و نسبت تعداد نمایندگان بیمه به کل جمعیت کشور می‌تواند افزایش یابد.

مدیرعامل شرکت بیمه سامان، ارزیابان خسارت را از جمله فعالان صنعت بیمه برشمرد که به صورت مستقل از این صنعت و برای حفظ منافع بیمه‌گران امر ارزیابی خسارت را انجام می‌دهند. به اعتقاد ضرابیه، صنعت بیمه فرصت‌های زیادی برای شرکت‌های فناور دارد؛ چراکه در حال حاضر بالای ۴۰ شرکت بیمه در کشور حضور دارند و بر تعداد آنها افزوده هم می‌شود.

وی، با تأکید بر اینکه صنعت بیمه داده‌های بسیار زیادی در رشته‌های مختلف دارد، توضیح داد: شرکت‌های بیمه‌ای در زمان صدور بیمه‌نامه و پرداخت خسارت، اطلاعات زیادی را دریافت می‌کنند و اگر صنعت بیمه بتواند این اطلاعات را نسبت به رشته‌های بیمه‌ای، اموال بیمه‌گذار و حتی وضعیت سلامتی بیمه‌گذار تطبیق دهد تحلیل بسیار خوبی خواهد داشت. مدیرعامل شرکت بیمه سامان، ادامه داد: بسیاری از شرکت‌های اقتصادی دیتاهای متنوعی دارند؛ اما مهم این است صنعت بیمه دیتاهایی که از رشته‌های بیمه‌ای مختلف به دست می‌آورند را کنار یکدیگر بگذارند مجموعه داده‌های با اهمیتی را در اختیار خواهد داشت که شرکت‌های فناور محور می‌توانند با استفاده از این دیتاها الگوهای رفتاری تنظیم کنند و خدمات متنوعی را به صنعت بیمه ارائه دهند.

وی، با اشاره به خدمت محور بودن شرکت‌های بیمه‌ای، اظهار داشت: شرکت‌ها بیمه‌ای باتوجه به آمار و احتمال، محاسبات صدور بیمه‌نامه را انجام می‌دهند و فرایند کار و مدل کسب‌وکار آنها باتوجه به تحول دیجیتال و علوم داده به راحتی قابل تغییر است، بنابراین همین مسئله برای فعالین حوزه فناوری که علاقه‌مند به برهم زدن دگرگونی در صنعت بیمه هستند موقعیت بسیار جالبی را فراهم می‌کند. ضرابیه، گفت که صنعت بیمه بسترهای مناسبی برای شرکت‌های فناور محور دارد و تقریباً همه عملیات این صنعت مبتنی بر سیستم‌های مدیریت برنامه‌ریزی منابع سازمانی انجام می‌شود که با بهره‌گیری از آنها حوزه‌های مختلف کاری ایجاد می‌شود. مدیرعامل شرکت بیمه سامان اظهار داشت: شرکت‌های بیمه‌ای



اپلیکیشن خدمات آنلاین بیمه سامان رونمایی شد

در ادامه این مراسم، سید میثم بهشتیان، مدیر فناوری اطلاعات شرکت بیمه سامان هم گفت: اپلیکیشن شرکت بیمه سامان که به منظور تجمیع همه خدمات قابل ارائه به مشتریان و به منظور تسریع و تسهیل خدمات دهی به آنها طراحی شده، دقت و کیفیت فعالیت‌ها را افزایش خواهد داد.

وی افزود: در فاز نخست، اپلیکیشن خدمات آنلاین شرکت بیمه سامان، خدمات مربوط به بیمه‌های درمان و بیمه‌های زندگی را ارائه می‌دهد و در هر فصل، امکانات تازه‌ای به آن افزوده می‌شود.

مدیر فناوری اطلاعات شرکت بیمه سامان، با اشاره به اینکه خدمات باشگاه مشتریان و کیف پول دیجیتال نیز برای نخستین بار بر روی این اپلیکیشن راه‌اندازی شده است، اظهار کرد: با این امکانات، علاوه بر امکان رتبه‌بندی مشتریان و تعریف خدمات ویژه مشتریان وفادار، سرعت و دقت پرداخت‌ها و ارائه خدمات مالی نیز بهبود خواهد یافت.

اپلیکیشن خدمات آنلاین شرکت بیمه سامان در بیست و هفتمین دوره نمایشگاه بین‌المللی ال‌کامپ و با حضور علی استادهاشمی رئیس کل بیمه مرکزی، محسن پورکیانی دبیرکل سندیکای بیمه‌گران ایران و احمدرضا ضرابیه مدیرعامل شرکت بیمه سامان، رونمایی شد.

به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، احمدرضا ضرابیه در این مراسم با بیان اینکه خدمات الکترونیک شرکت با هدف بزرگ‌تر کردن شبکه فروش طراحی شده است، اعلام داشت که شرکت بیمه سامان به دنبال فروش مستقیم نیست.

وی، با اشاره به اینکه فروش از طریق اپلیکیشن شرکت بیمه سامان، با اتصال به کد نمایندگان صورت می‌گیرد، اظهار کرد: با این روش، هم کارمزد نماینده پرداخت می‌شود و هم دامنه کسب‌وکار او بزرگ‌تر خواهد شد.



حمایت بانک سامان از بنیاد امین آراسته



یادگیری این دانش‌آموزان کمک شایانی نموده است. همکاری بانک سامان با بنیاد امین آراسته، نمونه‌ای از تعهد این بانک به انجام مسئولیت‌های اجتماعی خود است که این حمایت‌ها نه تنها به توانمندسازی و شکوفایی استعدادها و دانش‌آموزان و دانشجویان کم‌برخوردار کمک می‌کند، بلکه در ارتقای سطح سرمایه انسانی و توسعه پایدار کشور نیز نقشی اساسی ایفا می‌نماید. حمایت‌های بانک سامان از بنیاد امین آراسته، صرفاً به ارائه کمک‌های مالی و یا برگزاری برنامه‌های آموزشی و توانمندسازی محدود نمی‌شود. این حمایت‌ها، تأثیر عمیقی بر زندگی فردی، خانوادگی و اجتماعی دانش‌آموزان و دانشجویان تحت پوشش این بنیاد گذاشته و به آنها در رسیدن به اهداف و آرزوهایشان یاری رسانده است. در حال حاضر بنیاد امین آراسته در نظر دارد به‌منظور توسعه و گسترش افق‌های فکری دانش‌آموزان و دانشجویان خود با حمایت و همراهی نیکوکاران حقیقی و حقوقی، امکاناتی نظیر برگزاری دوره‌های آموزشی و بوت‌کمپ‌های مختلف، تور بازدید از کسب‌وکارهای مختلف به‌منظور آشنایی بورسیه‌ها با فضای کسب‌وکار، در اختیار قرار دادن لپ‌تاپ و انواع کتاب‌های آموزشی برای بورسیه‌ها فراهم نماید. توسعه افق فکری به دانش‌آموزان و دانشجویان کمک می‌کند تا با دیدگاه‌ها و ایده‌های جدید آشنا شده، خلاقیت و نوآوری خود را پرورش داده و برای آینده خود آماده شوند هم چنین افزایش افق فکری نه تنها به پیشرفت تحصیلی آنها کمک می‌کند؛ بلکه آنها را برای ورود به جامعه و حل چالش‌های آینده نیز آماده می‌سازد؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت آموزش نیروی جوان متخصص به پیشرفت کشورمان ایران و ساخت آینده‌ای روشن‌تر کمک شایانی می‌کند. در مسیر رشد جوانان آینده‌ساز ایران زمین همراه ما باشید.

سایت بنیاد امین آراسته:

aminarasteh.org

شماره کارت: ۷۶۸۰-۱۴۳۹-۸۶۱۰-۶۲۱۹

تلفن: ۰۲۱-۲۲۱۷۰۶۳۸

بانک سامان در راستای ایفای مسئولیت اجتماعی خود، همواره در کنار دغدغه‌مندان اجتماعی جامعه گام برداشته و با حمایت از سازمان‌ها و بنیادهای نیکوکاری، به یاری توانمندسازی و شکوفایی استعدادها و این مرزوبوم شتافته است. یکی از نمونه‌های بارز این حمایت‌ها، همکاری مستمر این بانک با بنیاد امین آراسته است.

بنیاد امین آراسته در سال ۱۳۸۸ بر اساس دغدغه و مسئولیت اجتماعی زنده‌یاد امین و بانو آراسته با هدف حمایت از دانش‌آموزان و دانشجویان مستعد کم‌برخوردار شروع به فعالیت کرده و از آن زمان تا امروز با همراهی نیکوکاران حقیقی و حقوقی توانسته به توانمندسازی حدود ۲۰۰۰ دانش‌آموز و دانشجو کمک کند.

این بنیاد با ارائه خدمات آموزشی، تحصیلی، مشاوره‌ای و توانمندسازی، زمینه را برای شکوفایی استعدادها و ارتقای سطح زندگی این آینده‌سازان فراهم می‌آورد.

بانک سامان با درک اهمیت رسالت بنیاد امین آراسته، در طی سال‌های گذشته با ارائه کمک‌های مالی و غیرمالی به این بنیاد، در مسیر تحقق اهداف آن یاری رسانده است. این حمایت‌ها شامل موارد زیر بوده است: ارائه بورسیه تحصیلی: بانک سامان با اعطای بورسیه تحصیلی به دانش‌آموزان و دانشجویان تحت پوشش بنیاد امین آراسته، بار سنگینی از هزینه‌های تحصیلی این عزیزان را بر دوش گرفته و به آنها در ادامه تحصیل و رسیدن به آرزوهایشان کمک کرده است.

حمایت از برنامه‌های آموزشی و توانمندسازی: بانک سامان در برگزاری دوره‌های آموزشی، کارگاه‌های مهارت‌آموزی و برنامه‌های توانمندسازی شغلی برای دانش‌آموزان و دانشجویان تحت حمایت بنیاد امین آراسته مشارکت فعال داشته است. این برنامه‌ها به این افراد در کسب مهارت‌های لازم برای ورود به بازار کار و یافتن شغل مناسب یاری می‌رساند.

تجهیز نمایندگی‌های بنیاد: بانک سامان در راستای تعهدات اجتماعی خود، اقدام به تجهیز شعبه خرم‌آباد امین آراسته کرده است. این امر به ارتقای کیفیت آموزشی و توانمندسازی و محیطی مناسب برای



مسابقه آشپزی بین الملل

تمرینی برای حفظ تعادل میان کار و زندگی

| متن برگرفته از همسای مدیریت بانکداری بین الملل |

البته که برنده و بازنده بودن تو این مسابقه هیچ معنایی ندارد و ما فقط می‌خواهیم به حال خوب بین بچه‌های تیم مون و شماها تقسیم کنیم که گذران زندگی مون در کنار این همه مشغله عطر و طعم بهشتی بگیره و هر روز صبح که از خواب بلند میشیم میایم سرکار با حال خوب و روی گشاده بیایم. بالطبع این حال خوبمون به صورت زنجیره‌وار روی همدیگه و تمام مشتری هامون انتقال پیدا می‌کنه و در نهایت به یک هماهنگی خارق‌العاده بین کار و زندگی می‌رسیم. راستی شماها برای تمرین این ارزش شگفت‌انگیز چه ایده‌های خلاقانه و جذاب دارید تا با همدیگه هماهنگی و تعادل کار و زندگی رو تمرین کنیم.

گروه‌ها به این ترتیب بودند:

گروه گیله وا: سبک غذا شمالی

گروه داژیار: سبک غذا ایرانی

گروه Remy: سبک غذا سستی

گروه Lake Como: سبک غذا ایتالیایی

گروه Vesta: سبک غذا یونانی

گروه تاملی: سبک غذا ترکی

گروه جاماندگان: سبک غذا امریکایی

نوبتی هم باشه، نوبت چالش خردادماه در ارتباط با یکی دیگه از ارزش‌های بانک مون با عنوان "تعادل میان کار و زندگی" هست که به نظر ما می‌تونه یکی از مهم‌ترین، قشنگ‌ترین و سازنده‌ترین ارزش‌ها باشه؛ به تعبیر ما تعادل میان کار و زندگی، ایجاد نوعی هماهنگی بین کار، مسئولیت‌های سازمانی و از سوی دیگه، زندگی شخصی و خانواده مونه. اینکه بتونیم به همه بخش‌های زندگی توجه کنیم و تجربه شیرینی در کنار سازمان برای خودمون و عزیزان مون خلق کنیم. به نظر مون انجام این کار مئه راه‌رفتن روی یه لبه باریک هستش که بایستی به کمک همدیگه اون رو تمرین کنیم که یه وقت به یه سمت نیافتیم. قطعاً هر بخشی در بانک به یه نحوی می‌تونه اینو تمرین کنه، ما در بین الملل تصمیم گرفتیم طی مراسمی، مسابقه تیمی آشپزی ملل در مدیریت بین‌الملل داشته باشیم. این‌طوری هم کار تیمی رو کنار همدیگه تمرین می‌کنیم هم با مسابقه چالشی لذت‌بخش آشپزی به بخش مفرح زندگی که اونم خوردنی و خوراکیه می‌پردازیم. گفتنی است از داورهای خیلی دوست‌داشتنی هم برای این رویداد دعوت کردیم.





نشست معرفی اصول برندینگ بانک سامان

جلسه مشترک کمیسیون برندینگ و تجارت، پولی، بانکی و بیمه اتاق مشترک ایران و ایتالیا روز سه‌شنبه ۱۲ تیرماه ۱۴۰۳ با موضوع برندینگ بانک سامان در برج سامان برگزار گردید.

در این جلسه آقای نوری (رئیس کمیسیون برندینگ)، آقای ماچیان (نایب‌رئیس اول کمیسیون برندینگ)، خانم حسین‌زاده (رئیس کمیسیون تجارت، پولی، بانکی و بیمه و همچنین معاون بین‌الملل بانک سامان)، آقای خسروشاهی (نایب‌رئیس اول کمیسیون تجارت، پولی، بانکی و بیمه) و خانم احمدی (نایب‌رئیس دوم کمیسیون تجارت، پولی، بانکی و بیمه) و تعداد زیادی از اعضای اتاق و همچنین خانم توانا (دبیر کمیسیون برندینگ) و آقای وسمقی (دبیر کمیسیون تجارت، پولی، بانکی و بیمه) از اتاق مشترک ایران و ایتالیا حضور داشتند. همچنین از بانک سامان، هاله حسین‌زاده، معاون بین‌الملل بانک سامان، پیمان نادری، مدیر سرمایه انسانی بانک سامان، فرنود حسینی، مدیر روابط عمومی بانک سامان و مصطفی مزینانی، مسئول اداره تجربه کارکنان کار بانک سامان حضور داشتند. در ابتدای جلسه پس از معرفی مختصر شرکت‌کنندگان، آقای حسینی مدیر روابط عمومی بانک سامان به عنوان اولین سخنران به بررسی حوزه‌های استراتژی مدیریت روابط عمومی پرداخته و پیرامون ارتباطات داخلی از جمله ارائه خدمات شایسته و باکیفیت به واحدهای کسب‌وکار و زمینه‌های توسعه این نوع خدمات، ارتباط با ذی‌نفعان بانک مانند برنامه‌ریزی و اقدام در مورد تبلیغات و برندینگ برای مشتریان هدف مانند رسانه‌ها، سهام‌داران، بخش‌های خصوصی، دولتی و... ارتقای جایگاه برند، معرفی خدمات و تسهیلات موجود و همچنین ارتباطات درون‌گروهی از جمله خلق و ایجاد فضاهای کاری مشترک و هم‌افزایی جهت ارتقای برند بانک سامان توضیحات مبسوطی ارائه کردند.

در ادامه هاله حسین‌زاده معاون بین‌الملل بانک سامان در مورد Keyword بانک سامان، ضمن بیان توضیحات لازم، از شرکت‌کنندگان درخواست بیان دیدگاهشان راجع به این موضوع را داشته و با مشارکت

اعضا پاسخ‌های مناسبی دریافت کردند.

در بخش بعدی پیمان نادری مدیر سرمایه انسانی بانک سامان مباحثی را پیرامون موارد انجام شده در جهت ایجاد رضایت‌مندی کارکنان، حمایت از ایده‌پردازی و پرورش ایده‌ها در سازمان در قالب برگزاری رویدادهای هر ساله برای بررسی و پایش ایده‌های برتر و در نهایت اجرایی کردن ایده‌ها و همچنین ایجاد اپلیکیشن "همسا" به عنوان یک پلتفرم اختصاصی برای اتصال بخش‌های مختلف سازمان و البته شنیدن صدای کارکنان بانک سامان حتی به‌صورت ناشناس، سخنانی را ایراد نمودند.

ایشان همچنین وفاداری کارمندان به سازمان را بسیار بالا و نرخ خروج کارمندان را کمتر از ۲,۵ درصد در سال ارزیابی کرده که بیشترین دلیل آن را مهاجرت بر شمردند.

همچنین جلسه با پرسش و پاسخ نیز همراه بود که به پرسش‌های اعضا توسط کارشناسان بانک سامان پاسخ‌های مقتضی داده شد.

در ادامه مصطفی مزینانی، مسئول اداره تجربه کارکنان بانک سامان نیز سخنانی در مورد چشم‌انداز (vision) بانک سامان یعنی وفادار کردن مشتریان و کارمندان با خلق بهترین تجربه و مبتنی بر سه اصل راحتی، سرعت و اعتماد بیان نمودند.

در ادامه خانم حسین‌زاده از پیشنهاد برگزاری جلسه دو کمیسیون به‌صورت مشترک و حضور اعضا تشکر و در مورد پلتفرم همسا گفتند به دلیل اینکه کارکنان بانک می‌توانند به‌صورت ناشناس پیام‌های خود را ارسال نمایند، انتقادات و در برخی موارد بیان آن‌ها به دلیل حضور مدیران ارشد بانک در پلتفرم مربوط در ابتدا از نگاه برخی همکاران مطلوب نبود؛ اما به‌مرور زمان انتقال این‌گونه پیام‌ها به بخش‌های مختلف سازمان باعث سازندگی بیشتر گردید.

جلسه همچنین با پذیرایی از اعضا همراه بود و در پایان پس از تشکر آقای نوری از حضور و مشارکت خوب اعضا و سخنرانی کارشناسان محترم و استقبال میزبان با گرفتن چند عکس یادگاری به پایان رسید.



مهر تأیید سهام‌داران بر عملکرد بانک سامان در سال ۱۴۰۲

صورت‌های مالی سال ۱۴۰۲ به تصویب اکثریت قاطع سهام‌داران رسید. براین اساس و با تصویب سهام‌داران، سود تقسیمی هر سهم بانک سامان مبلغ ۷۰ ریال در نظر گرفته شد. این در حالی است که بانک سامان در سال گذشته با رشد ۳۶ درصدی در سود، سود هر سهم را به مبلغ ۶۹۴ ریال رساند. جزئیات برگزاری این مجمع و تصمیمات سهام‌داران به تفصیل در سایت کدال اطلاع‌رسانی شده است.

مجمع عمومی عادی سالانه بانک سامان در تاریخ ۲۰ تیر ۱۴۰۳ برگزار و صورت‌های مالی بانک، با رأی اکثریت سهام‌داران به تصویب رسید. به گزارش سامان رسانه، در ابتدای این مجمع که با حضور نزدیک به ۶۲,۷ درصد سهام‌داران تشکیل و به رسمیت رسید، پیام هیئت‌مدیره بانک سامان که تشریح دستاوردها و موفقیت‌های بانک در سال گذشته بود، قرائت شد و در ادامه پس از قرائت گزارش حسابرس قانونی،





یزدباف واحد برگزیده روز ملی صنعت و معدن

شرکت یزدباف به عنوان یکی از واحدهای برگزیده روز ملی صنعت و معدن انتخاب شد. به گزارش سامان رسانه، در مراسم روز ملی صنعت و معدن از شرکت یزدباف به عنوان واحد برگزیده روز ملی صنعت و معدن تقدیر شد.

در این مراسم، حاج محمد ضرابیه، بنیان‌گذار بانک سامان به عنوان مدیرعامل شرکت یزدباف، تندیس شرکت برگزیده را از دست وزیر صنعت، معدن و تجارت دریافت کرد.



یزدباف، کیمیا پلی استر قم، پوشاک مهیار، فرش نکین مشهد و جهان اروم ایاز به عنوان واحدهای برگزیده روز ملی صنعت و معدن انتخاب شدند



سپاس رفتار حرفه‌ای

همه شما عزیزان در شعب بانک سامان در جهت رضایت مشتریان تلاش کرده و موجبات خشنودی مشتریان را فراهم می‌کنید تا آنها بتوانند

با خیالی آسوده و امن به امور بانکی خود بپردازند. در این میان برخی از مشتریان از همکارانی که حسن خلق و پیگیری مؤثری داشته‌اند، در خرداد ماه به‌صورت کتبی تقدیر کرده‌اند. ما به‌رسم سپاس و قدردانی، اسامی این عزیزان را در نشریه سامان منتشر می‌کنیم.

با تشکر

مدیریت سرمایه انسانی بانک سامان

ردیف	کد پرسنلی	نام و نام خانوادگی	محل خدمت	تصویر
۹	۴۰۰۰۸۲	علیرضا مرادشاهعلی بیگلر	شعبه دکتر بهشتی	
۱۰	۳۸۴۰۴۸	سید محمد میر حسینی نیری	شعبه دکتر بهشتی	
۱۱	۳۹۸۰۷۴	زهرا زارع ویشه سرائی	شعبه دکتر بهشتی	
۱۲	۳۸۷۱۰۸	زینب محمدی	شعبه دکتر بهشتی	
۱۳	۳۸۷۱۲۲	فریبا جلیل نیا	شعبه دکتر بهشتی	
۱۴	۳۸۵۱۵۲	علی شیرملکی	شعبه دکتر بهشتی	
۱۵	۳۹۱۱۶۴	بهنام عظیمی	شعبه دکتر بهشتی	

ردیف	کد پرسنلی	نام و نام خانوادگی	محل خدمت	تصویر
۱	۳۹۱۰۳۰	هدیه حاجی لو	شعبه دکتر بهشتی	
۲	۳۹۱۱۷۵	محمدرضا شادیان	شعبه دکتر بهشتی	
۳	۳۸۶۱۴۴	مهدی عربیان	شعبه دکتر بهشتی	
۴	۳۹۲۲۴۷	عطاءاله فرحان اسدی	شعبه دکتر بهشتی	
۵	۳۸۹۰۶۱	زهرا کشمیری	شعبه دکتر بهشتی	
۶	۳۹۰۲۱۶	عبداله عباس زاده کلاهرودی	شعبه دکتر بهشتی	
۷	۳۸۸۰۶۴	مجتبی خدادادی	شعبه دکتر بهشتی	
۸	۳۹۰۱۸۵	آمنه سادات حسینی	شعبه دکتر بهشتی	

نقطه شروع

برای پذیرندگان بانک سامان

از این پس دارندگان دستگاه کارت خوان، با ورود به سامانیوم (باشگاه مشتریان بانک سامان) مستقیماً وارد **رده برنزی** خواهند شد.





سامانیوم
Samanium

قرعه‌کشی‌های سور سامانی

یکی از پرتیر و پرتیرترین و مهیج‌ترین بخش‌های سامانیوم، قرعه‌کشی‌های سور سامانیوم است.

هر یک از اعضای سامانیوم می‌توانند با مصرف امتیاز سامانی و خرید شانس، در این قرعه‌کشی شرکت کنند و در هر دوره برنده جوایز میلیونی و متفاوتی شوند.

آنچه باید درباره قرعه‌کشی‌های سور سامانیوم بدانید

● سور سامانیوم در سال جدید به صورت ماهانه برگزار می‌شود. اولین دوره سور سامانیوم در قالب جدید از اردیبهشت ۱۴۰۳ با جوایز بزرگ‌تر آغاز شد.

● برای سور سامانیوم در مرداد ماه، چهار دستگاه گوشی Nothing Phone ۲ و ۱۰ ساعت هوشمند CMF Watch Pro در نظر گرفته شده است.

● شما سامانیومی‌های عزیز با توجه به امتیازهای سامانی که کسب کرده‌اید می‌توانید با خرید شانس، در این قرعه‌کشی شرکت کنید.

● رتبه افراد در تعداد شانس تأثیر دارد؛ به صورتی که هر خرید یک ضریب می‌گیرد.

● شانس افرادی که در رده برنزی هستند با خرید هر یک شانس، ۲ برابر می‌شود. برای رده نقره‌ای هر شانس ۵ برابر و در نهایت در رده طلایی، شانس افراد ۱۰ برابر می‌شود. پس هر چه امتیاز وفاداری بیشتری کسب کنید و رتبه خود را افزایش دهید می‌توانید شانس خود را بیشتر کنید.

● قرعه‌کشی‌های سور در نیمه اول هر ماه برگزار شده و اسامی برندگان از طریق سایت بانک و شبکه‌های اجتماعی منتشر می‌شود.

● در انتها به این نکته توجه داشته باشید که اگر در طول یک سال شمسی امتیازهای خود را استفاده نکنید، در انتهای سال، همه امتیازهای سامانی شما کسر خواهد شد.



برندگان سورسامانی





سامان جمشیدی

آموزش زبان با سامان

راه‌هایی برای تقویت مهارت ریدینگ (خواندن)

یابید و این لغات هنگام نوشتن و صحبت کردن بسیار کمک‌کننده‌اند؛ بنابراین، مهارت خواندن همان قدر که مؤثر است، فرایندی لذت‌بخش است. اگر دوست داشته باشید در مدت‌زمان کوتاهی هم مطلبی یاد بگیرید هم مهارت ریدینگ زبان انگلیسی را تقویت کنید، از متون کوتاه و ساده شروع کنید. از این نوع متون را می‌توانید در سایت‌ها و کتاب‌های مختلف پیدا کنید. اما فراموش نکنید که تقویت ریدینگ باید هدفمند باشد. پس حتماً تکنیک‌های ذکر شده در مقاله را مطالعه و پیاده‌سازی کنید. برای اینکه یک متن را به‌خوبی متوجه شوید و بحث اصلی آن را در مدت‌زمان مشخصی دریابید لازم است از ابتدا مراحل را تمرین کنید. پس از چند ماه تمرین، به‌سادگی بیشتر این مراحل را به‌صورت ذهنی و سریع انجام خواهید داد؛ بنابراین، یک متن متناسب سطح خودتان یا اندکی سخت‌تر انتخاب کنید و مراحل زیر را به ترتیب دنبال کنید. کلمات کلیدی عنوان متن را های‌لایت کنید. بر اساس کلمات کلیدی یا تصاویر متن برای خودتان بارش فکری انجام دهید و بنویسید این متن می‌تواند در ارتباط با چه موضوعاتی و در چه حوزه‌ای باشد. پاراگراف‌های متن را شماره‌گذاری کنید. کلمات کلیدی هر جمله را

یکی از بهترین راه‌ها برای تسلط بر لغات و ساختارهایی که یادگیری و فهم آنها برای ما دشوار است، انجام تمرین reading است. ما در موقعیت‌های مختلف در زندگی مان به مهارت ریدینگ نیاز داریم. در همین راستا، به روش‌های تقویت مهارت ریدینگ نیاز داریم که متناسب اهداف ما از خواندن باشد. وقتی قرار است در امتحان شرکت کنیم، تندخوانی به کمکمان می‌آید تا بتوانیم حجم زیادی از مطالب را به‌درستی به ذهن بسپاریم. در زبان انگلیسی نیز همین مهارت‌ها وجود دارند و به دلیل اینکه ما فراگیران زبان دوم یا سوم این زبان هستیم، لازم داریم برای تقویت مهارت خواندن روش و منابع مناسبی انتخاب کنیم تا بتوانیم بهتر مطالب انگلیسی را متوجه شویم. البته این مهارت در آزمون‌های مختلف بین‌المللی مانند آیلتس نیز کاربردی است. همان‌طور که در مقالات پیشین به آن اشاره کردیم، از میان چهار مهارت زبان انگلیسی، ریدینگ مهارتی دریافتی است. یعنی شما با خواندن یک متن اطلاعاتی دریافت می‌کنید. ریدینگ می‌تواند صامت یا بلند باشد. وقتی با چشم از روی متن بخوانید این نوع خواندن صامت است و زمانی که از روی متن به نحوی بخوانید که دیگران صدای شما را متوجه شوند، این بلند خواندن است. مهارت خواندن باعث می‌شود به دانش بالای لغات دست



های لایت کنید (تقویت مهارت ریدینگ با scanning)

زیر کلمات ناشناخته خط بکشید و معنای آن را در جمله حدس بزنید. یا سعی کنید جمله را بدون آن کلمه متوجه شوید.

به جمله اول و جمله آخر هر پاراگراف و ارتباط آن با پاراگراف بعدی دقت کنید. موضوع بحث هر پاراگراف را در یک یا دو کلمه بنویسید. متن را دوباره بخوانید و یک جدول با ۳ ستون (ردیف‌ها به تعداد پاراگراف‌های متن) رسم کنید (تقویت مهارت ریدینگ با skimming)

ستون سمت راست را به شماره پاراگراف، ستون وسط را به نوشتن کلمات کلیدی هر پاراگراف و ستون آخر را برای خواندن مجدد و نوشتن جزئیات بیشتر اختصاص دهید.

با استفاده از جدولی که نوشته‌اید، هر پاراگراف را به زبان خودتان بازنویسید. سعی کنید از مترادف کلمات کلیدی استفاده کنید.

کلمات ناشناخته را در دیکشنری جستجو کنید و اطلاعات مشخصی از آن کلمه را برای خود یادداشت کنید. مرتبط با موضوع ریدینگ، متنی بنویسید و سعی کنید از کلماتی که یاد گرفته‌اید به درستی استفاده کنید و سپس آن را برای خود به صورت شفاهی توضیح دهید.

به‌مرور زمان خواهید آموخت که کدام بخش متن مهم‌تر است و دیدگاه نویسنده مثبت، منفی، مشکوک یا علمی است. اگر پیام‌زید به اجزای هر پاراگراف دقت کنید، مهارت ریدینگ برایتان ساده می‌شود.

موضوعات برای خواندن انتخاب کنید که با آن آشنایی دارید. یا اگر به نویسنده خاصی علاقه‌مندید سعی کنید تمامی آثار او را بخوانید. اگر هنگام خواندن به مشکل برمی‌خورید، ابتدا به فایل صوتی آن گوش کنید.

نگران کلمات، جملات، اصطلاحات یا قسمت‌هایی که متوجه نمی‌شوید نباشید.

هر صفحه که می‌خوانید خلاصه‌ای بنویسید و یا به صورت پیام صوتی آن را ضبط کرده و سپس به آن گوش دهید.

قسمت‌هایی که قبلاً خوانده‌اید را دوباره بخوانید و به قسمت‌های جدید ربط دهید.

به صورت کلی، می‌بایست برنامه‌ای منظم که بتوان آن را در طی زمان انجام داد و رها نکرد، شروع کرد و با رویکردی که توضیح داده شد و در طی زمان، نسبت به تقویت این مهارت اقدام نمود.



پرسش و پاسخ

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

● جواد محمدی - کارشناس تعالی و مدیریت فرایندها، مدیریت بهبود و کیفیت

همونطور که اشاره کردید، با پدیده سرعت سرسام آور رشد فناوری مواجهیم و نکته اول اینه که بپذیریم در عمل نمی‌تونیم همیشه و تحت هر شرایطی خودمون رو کاملاً به‌روز نگه داریم چون منابع محدودی داریم پس بهتره کمال‌گرا نباشیم و به دریافت اطلاعات در حد نیاز رضایت بدیم؛ به این منظور تصور می‌کنم راهکارهای زیر مؤثر واقع بشه:

۱. انتخاب دو یا سه رسانه معتبر در زمینه تخصصی مدنظرمون که به صورت مستمر، اخبار و اطلاعات به‌روز اون حوزه رو در اختیارمون قرار بده؛
۲. تخصیص زمان مشخص (روزانه یا هفتگی) به مطالعه تخصصی؛
۳. حضور در اجتماع‌های (Community) مرتبط از گروه‌های تخصصی موجود در لینکدین و تلگرام و... گرفته تا رویدادها، کنفرانس‌ها و دوره‌های آموزشی مرتبط به منظور تبادل نظر، دانش و تجربه.

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

به نظرم یکی از چالش‌های کسب و کار در سال‌های آتی، همراه شدن

و اما سؤال این ماه: باتوجه به سرعت زیاد تغییرات فضای کسب و کارها، مخصوصاً در حوزه فناوری، شما برای به‌روز بودن خودتان چه می‌کنید؟

● حمید روشنی - بازرس تطبیق و مبارزه با پول شویی، مدیریت تطبیق و مبارزه با پول شویی

فضای کسب و کار در عرصه جهانی و تا حدودی در ایران به شکلی داره توسعه پیدا می‌کنه که قابل تصور نیست. شده مثل زمان او مدن تلگراف و تلفن و اینترنت. الان هم دنیا داره به سمت تکمیل فناوری‌های خودش از طریق علوم جدید مثل نانو، روباتیک، متافیزیک و هوش مصنوعی و... پیش میره. من به شخصه از طریق دنبال کردن اخبار و آموزش‌های حضوری و غیرحضوری سعی می‌کنم خودم رو به‌روز نگه دارم و تا حد ممکن از اتفاقات جدید باخبر بشم.

● جواد خانکش زاده فرد - کارشناس بیمه و مالیات، مدیریت حسابداری و خزانه داری

تغییر دادن شیوه تفکر و درک این حقیقت که حتماً راه‌های بهتری وجود دارد می‌تواند کمک کند که با شیوه جدیدی وظایف را به انجام برسانیم. ایجاد تفکر کارآفرینی یعنی بیزینس شما بازتابی از خود شما است.

با تکنولوژی‌ها و فناوری‌های پیش رو هست که هم می‌تواند به عنوان فرصت و هم به عنوان تهدید برای هر سازمانی باشد. به نظر می‌رسد برای آنکه یک سازمان از این فرصت استفاده نماید، لازم است تک‌تک افراد آن سازمان آگاهی‌های لازم را در این ارتباط به‌دست آورند. به بیان دیگر بایستی شریطی از طرف سازمان فراهم گردد که آموزش‌های لازم در اختیار همه افراد قرارگیرد. در حوزه شخصی نیز می‌بایست به جای تقابل، آموزش‌های لازم را در این حوزه مدنظر قرار داد. به نظرم بهترین راهکار ممکن در میانه حرکت کردن است، بدین معنی که از تکنولوژی‌ها و مفاهیم جدید برای تقویت بنیان‌ها استفاده نمود ضمن اینکه از غرق شدن در این حوزه پر عمق جلوگیری کرد. به فراخور هر نیازی می‌توان از این چشمه جوشان، جرعهای مناسب نوشید.

● محمدعلی رزمی آرا- کارشناس روش‌های اعتباری و ارزی، مدیریت بهبود و کیفیت

درسته رشد تکنولوژی و فناوری‌ها در زمان ما خیلی سرعت گرفته ولی این نباید باعث ایجاد استرس در ما بشه. به هر حال زندگی هر فردی بنا بر سبک زندگی و شرایط و جایگاه و اجتماعی فرد و... در حوزه محدودی با تکنولوژی‌ها در ارتباط هست. نباید فکر کنیم باید از هر فناوری و تکنولوژی سر در بیاریم و اگر این طور نشد سرخورده بشیم. لذا تلاش جهت افزایش آگاهی در خصوص فناوری‌های لازم زندگی خودمون با اطلاع از فرصت‌ها و تهدیدهای اون می‌تونه ضمن ایجاد آرامش روانی‌مون، ما رو به‌روز نگه داره.

● زهرا پروینی قریق - کارشناس فروش غیرحضوری، مدیریت جذب و فروش

باتوجه به سرعت زیاد تغییرات فضای کسب‌وکارها، مخصوصاً در حوزه فناوری باید همسو با این تغییرات پیش برویم که راهکارهای زیر جهت این موضوع می‌تواند موثر باشد :

۱. مطالعه روزانه کتاب و مقاله در حوزه تخصص و حرفه خودتان؛
۲. عضو شدن در گروه‌های اجتماعی در حوزه‌های مورد نظر
۳. یادگیری مطالب جدید در حوزه‌های تخصصی مربوط
۴. گوش دادن به پادکست‌ها
۵. تسلط به زبان انگلیسی
۶. داشتن دوستانی در رده‌های سنی پایین‌تر چون آنها با جدیدترین تکنولوژی‌های روز بیشتر آگاه هستند.

● امین شرعلی پور دهگانی - بانکدار فروش، شعبه بازار

قاعدتاً شخص باید بتونه خودش رو با تغییرات وفق بده و در حالت بهتر با اون تغییرات همراه بشه. یک مثال خوب در این زمینه آژانس‌های تاکسی تلفنی بودند که با اومدن اسنپ و تپسی و... کم‌کم از بین رفتند و رانندگانی در این شغل ماندگار شدند که می‌تونستند با گوشی‌های هوشمند کار کنند و این مسئله‌ها لزوم همراه‌بودن با تغییرات رو به ما یادآوری میکنه.

راهکارهای بنده: ۱. پیگیری آخرین تغییرات از صفحات موجود در یوتیوب، لینکدین و ... ۲. جست‌وجوی اطلاعات بیشتر در مورد فناوری جدید جا افتاده و کار کردن با آن حتی به‌صورت خیلی ابتدایی مانند فناوری هوش مصنوعی ۳. عضویت در گروه‌های اینچنینی و گفت‌وگو با اعضای مطلع گروه ۴. گفت‌وگو با دوستانی که در این زمینه کار می‌کنند یا بسیار علاقه مند هستند

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

۱- گوش دادن به اخبار فناوری روز دنیا ۲- ارتباط داشتن با انواع رسانه‌های اجتماعی ۳- انگیزه داشتن جهت یادگیری موارد به‌روز در سطح جهان ۴- پیگیر بودن کنفرانس‌های علمی ۵- ارتباط داشتن با افراد مختلف جهت کسب تجارب آنها

● عادل برزگری - بانکدار عملیات، شعبه اروند

تکنولوژی همواره در حال پیشرفت است و کسب‌وکارها باید همیشه به دنبال به‌روز شدن در زمینه تکنولوژی باشند که نیازمند یک تغییر سازمانی اساسی است؛ چرا که بهبود فرایندها و استفاده از تکنولوژی‌های جدید باعث می‌شود که کسب‌وکاران بتواند در برابر رقبای خود مقاومت کند. اغلب سازمان‌ها به اشتباه فکر می‌کنند که یک‌بار به راحتی می‌توانند یک محصول یا خدمت جدید ارائه دهند و از آن به مدت طولانی برای کسب درآمد استفاده کنند؛ اما واقعیت این است که در دنیای امروز، رشد و پیشرفت کسب‌وکارها به روزرسانی مداوم نیاز دارد. با رشد اقتصاد جهانی و دسترسی به فناوری‌های جدید، رقابت در بین کسب‌وکارها همواره در حال افزایش است؛ بنابراین، به‌روز بودن در زمینه تغییرات صنعت، فناوری‌ها و نیازهای مشتریان برای رقابت در بازار کار ضروری است.



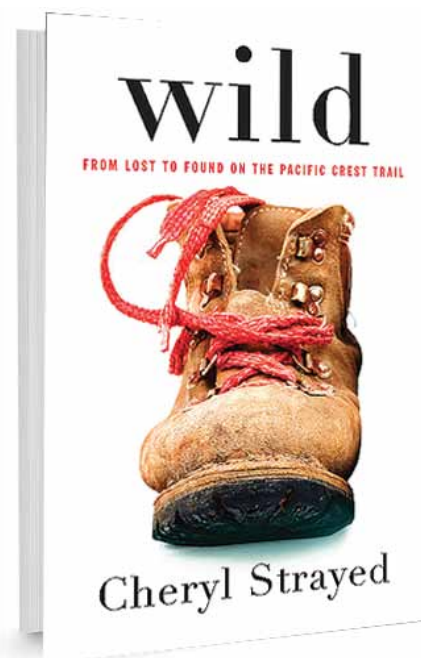
اثر شرل استرید

مترجم: میعاد بانکی

Wild:

From Lost to Found on the Pacific Crest Trail

By Cheryl Strayed



درباره کتاب

که علاقه‌مند به ماجراجویی‌های طبیعت و پیاده‌روی‌های طولانی هستند، مناسب است. همچنین افرادی که با چالش‌های زندگی دست‌وپنجه نرم می‌کنند و به دنبال امید و بازسازی روحی هستند، می‌توانند از خواندن این کتاب لذت ببرند و درس‌های ارزشمندی بیاموزند.

درباره نویسنده

شریل استرید نویسنده شماره ۱ پرفروش نیویورک تایمز است. کتاب او "Wild: From Lost to Found on the Pacific Crest Trail" به یک فیلم نامزد اسکار تبدیل شد. پرفروش‌ترین مجموعه او از ستون‌های "شکر عزیز" به نام "چیزهای زیبای کوچک"، برای یک نمایش تلویزیونی اقتباس شده و به‌عنوان نمایشنامه‌ای که همچنان در سینماهای سراسر کشور به صحنه می‌رود، مطرح است. کتاب‌های دیگر استرید شامل رمان تحسین‌شده "مشعل" و مجموعه پرفروش "Brave Enough" است که بیش از صد نقل‌قول الهام‌بخش او را گرد هم می‌آورد. کتاب‌های او بیش از ۵ میلیون نسخه در سراسر جهان فروخته و به چهل زبان ترجمه شده است. مقالات و داستان‌های کوتاه او که برنده جایزه شده‌اند، در نشریاتی همچون The Best American Essays، نیویورک تایمز، مجله واشنگتن پست، ووگ و جاهای دیگر منتشر شده است. استرید همچنین دو پادکست موفق به نام‌های "Dear Sugars" که به همراه استیو آلموند مجری آن بوده و "Sugar Calling" را نیز ساخته است.

کتاب "وحشی"، اثری از شرل استرید، نخستین بار در سال ۲۰۱۲ منتشر شد. شرل استرید در بیست و دو سالگی تصور می‌کرد که همه چیز را از دست داده است. پس از مرگ مادرش، اعضای خانواده‌اش از یکدیگر فاصله گرفتند و ازدواج خودش نیز خیلی زود به نابودی کشیده شد. چهار سال بعد، در زمانی که دیگر هیچ چیز برای از دست دادن نداشت، جسورانه‌ترین تصمیم زندگی‌اش را گرفت. او بدون هیچ آموزش و تجربه‌ای و تنها با نیروی اراده، بیش از هزار مایل را به‌تنهایی از کالیفرنیا تا اورگان و ایالت واشنگتن پیاده طی کرد.

کتاب "وحشی" که با تعلیق، شوخ‌طبعی و صمیمیتی مثال‌زدنی نوشته شده، به شکلی هنرمندانه به ترس‌ها و لذت‌های زن جوانی می‌پردازد که علی‌رغم شرایط بسیار سخت، سفری را آغاز کرد که ابتدا او را به آستانه جنون کشاند، سپس قدرتی بی‌همتا را در او به وجود آورد و در نهایت، مرهمی بر زخم‌هایش شد.

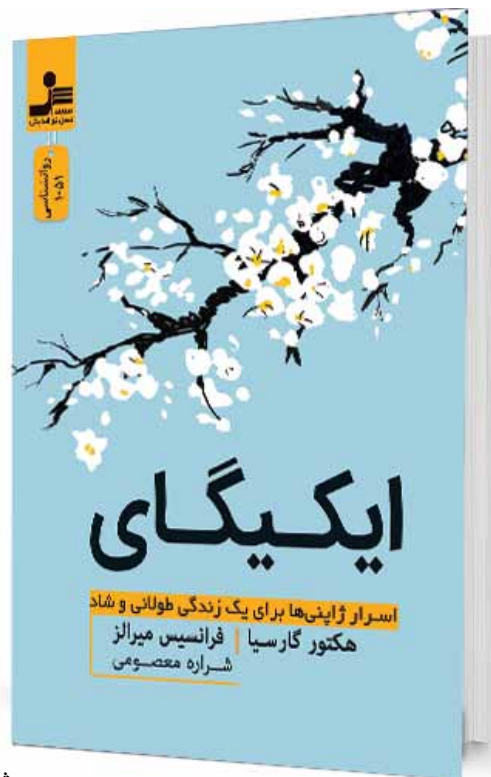
کتاب وحشی اثر شرل استرید به ۳۰ زبان دنیا ترجمه شده است و به مدت ۱۲۶ هفته در لیست پرفروش‌ترین آثار دنیا بوده است. این کتاب توسط میعاد بانکی ترجمه شده و در اختیار مخاطبان قرار گرفته است.

این کتاب مناسب چه افرادی است؟

کتاب "وحشی" مناسب افرادی است که به دنبال الهام گرفتن از داستان‌های واقعی و قدرت اراده انسان هستند. این کتاب برای کسانی



شهلا اجاقى، رئیس دایره ضمانت نامه‌های
ارزی مدیریت بانکداری بین الملل



ایکیگای را بخوانید تا ایکیگای خود را بیابید

باعث شد بر یکی از ترس‌هایم نیز غلبه کنم. بنده بارها در کلاس‌های آموزش شنا ثبت‌نام کرده‌ام؛ ولی به دلیل ترس از قسمت عمیق استخر هیچ‌گاه قادر به یادگیری نبودم و به بهانه‌های مختلف از شرکت در کلاس‌ها امتناع می‌کردم؛ ولی بعد از خواندن این کتاب، مجدداً در کلاس آموزش شنا ثبت‌نام کردم و هفته‌ای ۳ بار با اشتیاق کامل ساعت ۵ صبح، قبل از شروع ساعت کاری، به مدت یک ساعت در کلاس‌های آموزش شنا شرکت می‌کنم و به جای ترسیدن، از انجام این کار لذت می‌برم که به نظر خودم واقعاً قدم بزرگی در زندگی‌ام برداشته‌ام، چون به‌خاطر ترسی که همیشه داشتم از یادگیری شنا به طور کامل کناره‌گیری کرده بودم. از همه مهم‌تر اینکه بنده تصمیم گرفتم در اولین فرصتی که بتوانم از پس هزینه سفر به اوکیناوا (Okinawa) ببرم، به آنجا سفر کنم تا بتوانم از تجربیات ساکنین آنجا در بهتر شدن نحوه زندگی‌ام بهره‌مند شوم.

در ضمن این اولین بار است که شروع به نویسندگی برای یک مجله کرده‌ام. احتمالاً این شجاعت هم از خواندن همین کتاب ناشی شده است. بنده به چند نفر از همکاران نیز این کتاب را معرفی کرده‌ام؛ ولی تصمیم گرفتم از طریق مجله سامان به‌تمامی همکاران معرفی نمایم تا شاید باعث شود آرزوهایشان را به واقعیت تبدیل کنند. بانک سامان! واقعاً ممنونم که در انتخاب هدیه این قدر توانا بودی. ما همیشه "با هم هستیم".

یکی از کارهای قشنگ بانک سامان هدیه کردن کتاب به پرسنل است، اگرچه این هدیه برای بعضی از پرسنل و من جمله خود بنده به این دلیل که کتاب‌خوان نیستم، جذاب نبود. به همین دلیل تمامی کتاب‌هایی را که هدیه گرفتم به خواهرم دادم؛ چون برعکس من علاقه شدیدی به کتاب‌خواندن دارد. یک روز به‌صورت اتفاقی کتاب "ایکیگای" را در کتابخانه‌ام دیدم و برایم سؤال شد که "ایکیگای" به چه معناست؟ به همین دلیل شروع به خواندن چند صفحه اول این کتاب کردم و آن‌قدر برایم جذاب بود که با وجود خستگی، همان شب تقریباً نصف کتاب را خواندم و در طی دو روز به اتمام رساندم. یک اتفاق جالب و مهم در حین خواندن این کتاب برایم پیش آمد. خواندن این کتاب باعث شد ایده‌ای که سال‌ها در ذهن داشتم در همان شبی که شروع به خواندن کردم، عملی کنم. بنده همیشه دوست داشتم طراحی لباس انجام بدهم، ولی فقط دوست داشتم و بابت این موضوع هیچ اقدامی نکرده بودم. این کتاب آن‌قدر به من انرژی داد که همان شب در اوج خستگی (چون اصولاً وقتی خسته‌ام، هیچ کاری انجام نمی‌دهم)، قلم و کاغذ برداشتم و اولین طراحی لباسم را روی کاغذ پیاده کردم. اگرچه به دلیل ضعیف بودن قدرت نقاشی‌ام، طراحی لباسم خیلی ابتدایی شد؛ ولی همین که پس از سال‌ها علاقه به این کار، جمله‌های این کتاب باعث شد همان لحظه قلم و کاغذ بردارم و یکی از رؤیاهایم را عملی کنم واقعاً شگفت‌انگیز بود و این نشان از قدرت تأثیر کلمات این کتاب بود. علاوه بر این، این کتاب

کافه تک

Café Tech

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

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

سلام به همراهان کافه تک

این ماه هم قصد داریم به یکی از سؤالات متداول به هنگام خرید هر نوع دستگاه از مجموعه کامپیوترهای شخصی پاسخ بدیم:

واحد پردازش گرافیکی (GPU) چیست و چه کاربردی دارد؟

واحد پردازش گرافیکی (Graphics Processing Unit) که به اختصار GPU نامیده می‌شود، قلب تپنده پردازش گرافیکی در کامپیوترها است. این قطعه قدرتمند در رایانه‌های شخصی، ایستگاه‌های کاری حرفه‌ای و کنسول‌های بازی یافت می‌شود و وظیفه سنگین خلق و نمایش تصاویر باکیفیت بالا را بر عهده دارد. در حقیقت، GPU مسئول پردازش جزئیات مرتبط با تصاویر مثل رنگ‌ها و شکل‌ها است. به زبان ساده‌تر، GPU تراشه‌ای است که یا به صورت جداگانه روی کامپیوتر نصب می‌شود یا مستقیماً در برد اصلی کامپیوتر (مادربورد) قرار دارد. این واحد پردازش گرافیکی شامل تعداد زیادی از عملگرهای کوچک است که هر کدام به صورت هم‌زمان کار می‌کنند تا تصاویر را سریع‌تر و با دقت بیشتری نسبت به CPU که واحد پردازنده مرکزی (Central Processing Unit)

کامپیوتر است، پردازش کنند. به همین دلیل است که بازی‌های کامپیوتری و برنامه‌های طراحی گرافیکی با GPU سریع‌تر و روان‌تر کار می‌کنند. واحد پردازش گرافیکی از نظر قرارگیری روی مادربورد به دو دسته اصلی تقسیم می‌شود:

واحد پردازش گرافیکی داخلی: GPUهای داخلی که به طور معمول روی مادربورد در کنار CPU قرار می‌گیرند، برای مصارف عمومی مانند کارهای اداری، وب‌گردی و تماشای ویدئو مناسب هستند. این نوع GPU به دلیل مصرف انرژی پایین در لپ‌تاپ‌ها و کامپیوترهای کم‌مصرف مناسب برای کارهای روزمره استفاده می‌شوند.

واحد پردازش گرافیکی مجزا: GPUهای مجزا، پردازنده‌های گرافیکی قدرتمندی هستند که به صورت مستقل روی مادربورد نصب می‌شوند و برای اجرای کارهای گرافیکی سنگین مانند بازی‌های پیشرفته و طراحی حرفه‌ای مناسب هستند. این نوع GPU به طور معمول در کامپیوترهای گیمینگ و ایستگاه‌های کاری حرفه‌ای یافت می‌شود که به قدرت پردازش گرافیکی بالایی نیاز دارند.

معیار	واحد پردازش گرافیکی (GPU)
کاربرد اصلی	پردازش سنگین داده‌های گرافیکی و محاسبات موازی
تعداد هسته‌ها	تعداد زیاد هسته با قدرت پایین‌تر
محاسبات	عملیات پیچیده با تعداد محدودی داده
کاربرد رایج	بازی‌های ویدئویی، طراحی گرافیکی، مدل‌سازی 3D، یادگیری ماشین
مصرف انرژی	ممکن است مصرف انرژی بالاتری داشته باشند، به‌خصوص در مدل‌های پیشرفته
سرعت حافظه	دارای سرعت حافظه بالا برای پردازش داده‌های گرافیکی
اندازه و قدرت حرارتی	ممکن است بزرگ‌تر باشند و گرمای بیشتری تولید کنند
تعداد ترانزیستورها	بیشتر، متمرکز بر قدرت پردازش موازی

تفاوت GPU و کارت گرافیک

ویدئو را انجام می‌دهد. در مقابل، کارت گرافیک بردی است که در داخل کیس کامپیوتر نصب می‌شود و GPU را به همراه اجزای دیگر مانند حافظه و سیستم خنک‌کننده در خود جای می‌دهد. این برد به مادربرد متصل می‌شود و رابطی بین GPU و سایر اجزای سیستم مانند CPU و حافظه را فراهم می‌کند. جدول زیر به طور خلاصه، تفاوت‌های کلیدی بین GPU (واحد پردازش گرافیکی) و کارت گرافیک را نشان می‌دهد:

واژه‌های GPU و کارت گرافیک اغلب به جای هم استفاده می‌شوند، اما تفاوت دقیقی بین این دو وجود دارد که برای انتخاب درست سخت‌افزار مورد نیازتان بسیار مهم است. واحد پردازش گرافیکی تراشه‌ای است که وظیفه اصلی پردازش تصاویر و گرافیک را در کامپیوتر بر عهده دارد. این تراشه وظایف متعددی از جمله رندر تصاویر سه‌بعدی، اعمال افکت‌های گرافیکی و پردازش

ویژگی	کارت گرافیک	واحد پردازش گرافیکی
تعریف	قطعه سخت‌افزاری مجزا که شامل GPU، حافظه اختصاصی و سایر اجزای مکمل است	میکرو پردازنده تخصصی در پردازش داده‌های گرافیکی
نقش	اتصال به مادربرد و ارائه خروجی تصویر به نمایشگر	مسئول پردازش محاسبات گرافیکی و تصاویر
جایگاه	یک کارت مجزا که در اسلات PCI Express مادربرد قرار می‌گیرد	بخشی از کارت گرافیک یا مجتمع در مادربرد
کاربردها	بازی‌های ویدئویی، طراحی گرافیکی، ویرایش ویدئو، رندرینگ	محاسبات گرافیکی، پردازش موازی داده‌ها، یادگیری ماشین
تولید گرما و خنک‌سازی	ممکن است گرمای بیشتری تولید کند و به سیستم خنک‌کننده قوی‌تری نیاز داشته باشد	تولید گرمای کمتر به دلیل فعالیت‌های تخصصی
قیمت	قیمت متغیر بر اساس مدل و قابلیت‌های کارت	هزینه معمولاً با قیمت کل سیستم حساب می‌شود
قابلیت ارتقا	قابلیت ارتقا و تعویض را دارد	ارتقای محدود به دلیل متصل بودن به سیستم
پهنای باند حافظه	دارای پهنای باند حافظه بالاتر برای پردازش سریع‌تر داده‌های گرافیکی	معمولاً پهنای باند کمتری نسبت به کارت‌های گرافیک مجزا دارد
پشتیبانی نرم‌افزاری	پشتیبانی گسترده از نرم‌افزارهای گرافیکی و بازی‌های پیشرفته	ممکن است با محدودیت‌هایی در پشتیبانی نرم‌افزارهای تخصصی مواجه شود

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه / بانه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمابر	نام مسئول شعب / بانه ها
۱	آفریقا	۸۰۱	تهران، بزرگراه آفریقا، نرسیده به چهارراه جهان کودک، پلاک ۳۱	۸۸۷۴۴۵۷-۶۱	۸۸۷۳۷۷۳	شاهرخ نیری
۲	مرکزی	۸۰۲	تهران، خیابان انقلاب، بین چهارراه کالج و چهارراه ولیعصر، پلاک ۸۰۳	۶۶۹۵۸۹۳۳-۶۶۹۵۹۰۵۰	۶۶۹۷۱۰۶۱	محمد سلگی
۳	اصفهان	۸۰۳	اصفهان، خیابان فردوسی، نبش خیابان منوچهری، ساختمان امیر، پلاک ۱۳	۰۳۱-۳۲۲۳۰۴۲۴-۷	۰۳۱-۳۲۲۳۰۴۲۸	جمشید باقری
۴	باغ فردوس	۸۰۴	تهران، خیابان ولیعصر، نرسیده به میدان تجریش، روپروی باغ فردوس، پلاک ۲۹۴۴	۲۲۷۴۰۷۷۵	۲۲۷۴۰۷۱۵	نیما گیلانی
۵	پاسداران	۸۰۵	تهران، خیابان پاسداران، مقابل بوستان ششم، جنب برج سفید، پلاک ۲۵۰	۲۲۵۹۵۶۵۸	۲۲۵۹۷۵۴۰	مهدی عبدلی ویشه
۶	بازار	۸۰۶	تهران، بازار بزرگ، خیابان ۱۵ خرداد غربی، بین چهارراه گلوبندک و خیابان ابوسعید، پلاک ۶۸۱	۵۵۵۷۵۷۳۸-۹	۵۵۵۷۶۴۹۵	امین بیگلری
۷	صادقیه	۸۰۷	تهران، ضلع جنوب شرقی فلکه اول صادقیه، پلاک ۹۱۸	۴۴۲۵۵۵۱۸-۲۰	۴۴۲۵۵۵۱۷	شادمان غفوری
۸	اقدسیه	۸۰۸	تهران، خیابان اقدسیه (موحد دانش)، نبش کوچه نسیم، پلاک ۶۳	۲۲۸۳۳۰۵۶-۲۲۸۳۳۲۴۹	۲۲۸۳۳۲۴۵	حیدررسانی فر
۹	میرداماد	۸۰۹	تهران، خیابان میرداماد، نرسیده به میدان مادر، پلاک ۱۴۸	۲۲۹۲۴۵۰۱-۴	۲۲۹۲۴۴۶۳	امیر گیلانی فر
۱۰	دکتر فاطمی	۸۱۰	تهران، خیابان دکتر فاطمی غربی، روپروی خیابان هشت بهشت، نبش کوچه شیخار (ششم)، پلاک ۱۴۰	۸۸۹۸۲۱۸۱-۸۴	۸۸۹۸۲۱۹۴	نغمه خسروی
۱۱	سعادت آباد	۸۱۱	تهران، خیابان سعادت آباد، میدان کاج، پلاک ۱۳	۲۲۰۸۶۱۹۵-۲۰۰	۲۲۰۸۷۷۰۸	فاطمه دولت آبادی فراهانی
۱۲	جنت آباد	۸۱۲	تهران، خیابان جنت آباد جنوبی، پایین تر از میدان چهار باغ، نبش خیابان لاله غربی، ساختمان سمرقند، پلاک ۴۷	۴۴۴۹۵۲۰۱-۱۲	۴۴۴۹۵۲۸	مهدی طلایی
۱۳	خیابان دولت	۸۱۳	تهران، خیابان دولت، نرسیده به چهارراه پاسداران، پلاک ۱۸	۲۲۷۶۴۲۸۲-۷	۲۲۷۸۱۰۶۹	سمانه دانشمند
۱۴	میدان ونگ	۸۱۴	تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از میدان ونگ، نبش خیابان برادران شرقی، پلاک ۲۴۷۷	۸۸۲۰۵۵۵۵-۹	۸۸۲۰۵۴۴۸	حمید نودست
۱۵	ایران زمین	۸۱۵	تهران، شهرک غرب، خیابان ایران زمین، مجتمع ایران زمین، پلاک ۱۳ و ۱۴	۸۸۵۷۶۶۰۵-۱۰	۸۸۵۷۱۲۱۵	فرشته قانع
۱۶	ارنک ایرانیان	۸۱۶	تهران، بلوار فرحزادی، نبش اردوگان غربی، مجتمع ارنک ایرانیان، پلاک ۱	۲۲۳۵۹۲۷۵-۷۸	۲۲۳۵۳۵۱۶	آزاده روشن
۱۷	یافت آباد	۸۱۷	تهران، بزرگراه آیت اله سعیدی، یافت آباد شرقی، بازار میل ایران، پلاک ۲۰۲ و ۲۰۵	۶۶۲۱۱۰۱۴-۱۷	۶۶۲۳۷۱۱۰	امین کاهه
۱۸	شهر ری	۸۱۸	شهری، میدان شهری، خیابان ۲۴ متری زکریای رازی (بیات)، پلاک ۲۵۷	۵۵۹۷۰۷۳۲-۵۵۹۷۰۷۳۸	۵۵۹۷۰۷۳۰	افشین فرج زاده
۱۹	ظفر	۸۱۹	خیابان ظفر، بعد از خیابان کازرون شمالی، پلاک ۱۲۸	۲۶۶۴۵۹۱۶-۲۶۶۴۵۷۱۵	---	صد رضا زاده
۲۰	آفریقای شمالی	۸۲۰	تهران، خیابان نفوس ماندلا (آفریقا)، بالاتر از خیابان اسفندیار، نبش شمالی خیابان شهید سعیدی، پلاک ۱۵۸	۲۶۲۱۹۶۵۸-۲۶۲۱۹۹۰۸	۲۶۲۱۹۷۱۳	نسرین خوش صحبت
۲۱	جام جم	۸۲۱	تهران، خیابان ولیعصر، نرسیده به چهارراه پارک وی، نبش کوچه ترکش دوز، پلاک ۲	۲۶۲۱۰۹۱۲-۱۴	۲۶۲۱۰۹۱۷	فرهاد عطایی فر
۲۲	پیروزی	۸۲۲	تهران، خیابان پیروزی، نبش خیابان عادل	۳۳۳۲۳۱۴۰-۲	۳۳۳۲۳۱۴۳	عباس دانش بقا
۲۳	ولنجک	۸۲۳	تهران، خیابان ولنجک، خیابان چهاردهم، پلاک ۷	۲۲۴۴۱۳۲۷-۳۱	۲۲۱۷۲۵۹۰	امیرعلی جدیدی
۲۴	خیابان آذربایجان	۸۲۴	تهران، خیابان آزادی، نبش خیابان آذربایجان، پلاک ۱۰۴۶	۶۶۰۶۷۸۸۲-۶۶۰۶۷۸۸۴-۶	۶۶۰۶۷۸۸۰	روح اله صفری
۲۵	شهرک اکباتان	۸۲۵	شهرک اکباتان، فاز یک، خیابان نفیسی، روپروی مخاریات، پلاک ۵۹	۴۰۴۴۹۶۹۰۳-۴۰۴۴۹۶۹۲۵	۴۴۹۶۹۵۴۳	نیما رسولی
۲۶	میدان آرژانتین	۸۲۶	تهران، میدان آرژانتین، اول خیابان بهمن، پلاک ۲۱	۸۸۵۱۶۶۴۰-۸۸۵۱۷۴۱۸	۸۸۵۱۷۳۸۱	محمد رضا البرزی
۲۷	خیابان ملت اکباتان	۸۲۷	تهران، خیابان سعدی جنوبی، خیابان اکباتان، پلاک ۹۳	۳۳۹۹۸۰۰۵-۷ و ۱۲	۳۳۹۹۸۰۰۹	حسام حاجی حیدری
۲۸	قیطریه	۸۲۸	تهران، بلوار ۳۵ متری قیطریه، روپروی پارک قیطریه، پلاک ۸۵	۲۲۲۳۴۳۲۷-۸	۲۲۲۳۴۳۲۵۸	فازنین رحیمی
۲۹	ملاصدرا	۸۲۹	تهران، خیابان ملاصدرا، بعد از خیابان شیراز، پلاک ۱۳۲	۸۸۶۳۵۰۱۷-۸۸۶۳۴۴۸	۸۸۶۳۶۷۳۱	فاطمه حیاتی
۳۰	خیابان سید جمال الدین اسد آبادی	۸۳۰	تهران، خیابان سید جمال الدین اسد آبادی، نبش شمالی خیابان ۴۹، پلاک ۴۳۳	۸۸۶۱۷۹۳۵-۸۸۶۱۰۲۹۶	۸۸۶۱۸۳۲۷	بهنام عسگری علویچه
۳۱	میدان قزوین	۸۳۱	تهران، خیابان کارگر جنوبی، ضلع شمال شرقی میدان قزوین، پلاک ۱۸	۵۵۴۸۱۱۲۲-۴-۸	۵۵۴۸۱۱۷۹	-
۳۲	خیابان دکتر بهشتی	۸۳۲	تهران، خیابان شهید دکتر بهشتی، بعد از چهارراه سه رودی، پلاک ۱۳۸	۸۸۵۱۲۶۰۳-۸	۸۸۷۴۶۶۹۹	سید محمد میرحسینی نیری
۳۳	خیابان کارگر شمالی	۸۳۳	تهران، خیابان کارگر شمالی، بالاتر از خیابان دکتر فاطمی، پلاک ۱۶۱۵	۸۸۹۹۱۳۴۵-۸	۸۸۹۹۱۳۵۰	علی سیروس
۳۴	فلکه سوم تهرانپارس	۸۳۴	تهران، خیابان حجربن عدی، بالاتر از فلکه سوم تهرانپارس، نبش خیابان ۲۱۴ شرقی، پلاک ۱۳۰	۷۷۳۷۰۱۸۶	۷۷۳۷۰۴۴۱	ارسلا نی آزار
۳۵	خیابان ولیعصر - پارک ساعی	۸۳۵	تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از خیابان شهید دکتر بهشتی، نبش کوچه کوزه گر، پلاک ۲۱۳۳	۸۸۵۶۹۶۵۰-۸۸۷۰۹۴۸۱-۲	۸۸۵۶۹۶۶	رضا جلالی
۳۶	فلکه اول تهرانپارس	۸۳۶	تهران، فلکه اول تهرانپارس، ابتدای خیابان حجربن عدی، نبش خیابان ۱۴۸ غربی، پلاک ۳۲	۷۷۷۲۳۲۵۰-۵۴	۷۷۷۲۳۲۵۵	سلیمان بیات
۳۷	بازار کفاشها	۸۳۷	تهران، بازار بزرگ تهران، سیزه میدان، بازار کفاشها، نبش بازار خاها، پلاک ۶۴	۵۵۱۵۱۸۰۲-۴-۵	۵۵۱۶۱۰۷۳	وحید میرزاخانی
۳۸	الهییه	۸۳۸	تهران، خیابان ولیعصر، خیابان شهید فیاضی، بعد از خیابان کوهیار، پلاک ۶۹	۲۶۲۰۰۹۶۲-۶۳	---	مژگان طرفه نژاد
۳۹	متبریه	۸۳۹	تهران، خیابان ولیعصر، میدان متبریه، خیابان میری، نبش نبش پست ناظمی، پلاک ۵۳	۶۶۴۹۱۰۷۵-۸۷-۸۷	۶۶۴۹۱۰۷۳	حسن صالحی کیا
۴۰	شهرک راه آهن	۸۴۰	تهران، اتوبان همت غرب، شهرک گلستان، بلوار امیرکبیر، نرسیده به چهارراه کلهها، پلاک ۵۳	۴۴۷۳۸۹۵۹-۴۴۷۳۸۹۶۹	۴۴۷۳۷۸۸۸	محسن باقری نیا
۴۱	میدان نبوت	۸۴۱	تهران، بزرگراه رسالت، خیابان آیت، ضلع جنوب غربی میدان نبوت، پلاک ۵۶۰	۷۷۹۴۰۴۲۸-۹	۷۷۹۴۰۴۱۸	حمیدرضا خیری
۴۲	دلاوردان	۸۴۲	تهران، میدان رسالت، خیابان هنگام، بلوار دلاوردان، بین چهارراه آزادگان و تکاوران، پلاک ۳۷۵	۷۷۲۱۳۴۸۸-۷۷۲۱۸۹۳۹۱	۷۷۲۱۳۷۷۷	زهرا کسرانی پور
۴۳	شهران	۸۴۴	تهران، میدان دوم شهران، ابتدای خیابان یکم پلاک ۴	۴۴۳۲۷۹۷۱-۴۴۳۲۸۱۴۷	۴۴۳۲۸۳۲۹	عباس آهنگری کیوی

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه/پاچه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمابر	نام مسئول شعبه/پاچه ها
۴۴	بلوار فردوس	۸۴۵	تهران، بزرگراه شهید ستاری، بلوار فردوس شرقی، پلاک ۴۳۴	۴۴۰۰۳۸۵-۶	۴۴۰۰۶۸۳۶	سارا گلدوست موندی
۴۵	فرودگاه امام خمینی	۸۴۶	تهران، کیلومتر ۳۰ اتوبان تهران - قم، فرودگاه بین المللی امام خمینی، سائن ورودی	۵۵۷۸۴۰۸-۹	۵۵۷۸۴۱۰	مصطفی کریمی
۴۶	میدان تجریش	۸۴۷	تهران، میدان تجریش، خیابان شهرداری، پلاک ۸۱	۳۶۸۵۸۷۰۶-۳۶۸۵۸۷۰۳	۳۶۸۵۸۳۱۶	رضا جلیل زاده
۴۷	نازی آباد	۸۴۸	تهران، نازی آباد، خیابان مدائن، پلاک ۱۱۶ و ۱۱۸	۵۵۳۳۱۰۰۴-۷	۵۵۳۵۶۰۵۱	علی اکبر عینی
۴۸	سرو	۸۴۹	تهران، سعادت آباد، بلوار سرو غربی، نبش شمال شرقی میدان سرو، پلاک ۷۷	۲۲۰۹۴۳۵۶	---	احسان ملامحمدی
۴۹	ترمینال ۲ فرودگاه مهرآباد	۸۵۲	تهران، فرودگاه بین المللی مهرآباد، ترمینال ۲، زیر پارکینگ طبقاتی	۴۴۶۹۰۰۹-۴۴۶۳۱۳۹۷	۴۴۶۲۲۵۲	مصطفی کریمی
۵۰	امین حضور	۸۵۳	تهران، میدان بهارستان، خیابان مصطفی خمینی، خیابان امیرکبیر شرقی، نبش کوچه جاویدی، پلاک ۱۴۰	۳۳۴۴۳۷۱۱-۳۳۴۴۳۷۰۴	۳۳۱۳۳۸۱۴	روح اله سیاوشی
۵۱	مولوی	۸۵۴	تهران، خیابان مولوی شرقی، نبش کوچه شهید علی اکبر قاسمی، پلاک ۵۱۸	۵۵۱۵۳۷۳۷-۵۵۱۵۶۱۰۹	۵۵۱۵۴۷۲۹	تیمور طاهری
۵۲	خیابان لواسانی	۸۵۵	تهران، کابرتابه، خیابان لواسانی غربی، نبش دوراهی آریا، پلاک ۳	۲۲۸۱۶۶۹۲-۳-۵	۲۲۸۱۶۶۸۹	حمید زهرونه
۵۳	تهرانسر	۸۵۶	تهران، تهرانسر، بلوار اصلی، نبش خیابان ۱۴	۴۴۵۸۷۵۹۶-۴۴۵۸۷۵۸۶	۴۴۵۱۷۶۶۲	مجید صادقی دستک
۵۴	هایپر استار	۸۵۷	تهران، بزرگراه شهید باکری جنوب، مرکز خریدهایپر استار	۴۴۱۶۷۱۸۵-۶	۴۴۱۶۷۱۹۹	راحله خواجه
۵۵	آصف	۸۵۸	تهران، زعفرانیه، بلوار یزدانی، نبش غربی خیابان ماکولنی پور، پلاک ۱۹	۳۶۸۰۲۳۲۷-۳۶۸۰۲۳۳۰	۳۶۸۰۲۹۰۱	علیرضا رحیمی خو
۵۶	میدان حسین آباد	۸۵۹	تهران، چهارراه پاسداران، میدان حسین آباد، ساختمان مهدی، پلاک ۱۲۰	۲۲۹۶۰۰۱۳-۲۲۹۵۹۹۷۹	۲۲۹۵۹۹۰۹	محمود احسنی
۵۷	مقدس اردبیلی	۸۶۱	تهران، خیابان مقدس اردبیلی، نبش خیابان فرخ، پلاک ۱	۳۶۸۰۲۴۵۳-۳۶۸۰۲۴۰۹	۳۶۸۰۲۴۶۱	میرحسین آقاچانی
۵۸	خیابان ولیعصر - زرتشت	۸۶۲	تهران، بالاتر از میدان ولیعصر، نرسیده به خیابان زرتشت، نبش کوچه ناصر، پلاک ۱۷۷۷	۸۸۸۰۵۷۵۳-۸۸۹۰۶۱۷۸	۸۸۸۰۷۵۹۲	مونا رضایی
۵۹	خیابان دزاشیب - سه راه عمار	۸۶۳	تهران، میدان قدس، انتهای خیابان شهید کبیری (دزاشیب)، سه راه عمار، پلاک ۱۵۸	۲۲۷۵۳۹۱۴-۱۸	۲۲۷۵۳۹۱۳	احسان کیانی
۶۰	خیابان جمهوری	۸۶۵	تهران، خیابان جمهوری، بین خیابان ولی عصر و شیخ هادی، پلاک ۸۵۲	۶۶۹۷۳۶۹۴-۶۶۹۷۳۶۹۲	۶۶۹۷۳۶۹۸	حسن رنجبر قلیچی
۶۱	یهی- قائم مقام	۸۶۶	خیابان شهید بهشتی، بعد از بزرگراه مدرس، پلاک ۲۷۵	۸۸۵۳۶۲۸۹-۸۶۱۲۲۱۶۰	---	رضا محمدقاسمی
۶۲	دهکده المپیک	۸۶۷	تهران، بلوار دهکده المپیک، خیابان شهید مهدی یعقوبی، پلاک ۲	---	---	فاطمه حاجی بابائی
۶۳	قلهک	۸۶۸	خیابان دکتر شریعتی، بالاتر از دوراهی قلهک، پلاک ۱۴۲۵	۲۲۶۰۱۵۳۷-۲۲۶۰۳۶۱۳	۲۲۶۰۹۷۰۳	هومن رسولی
۶۴	ستارخان	۸۶۹	تهران، محله توحید، خیابان کوثر سوم، خیابان ستارخان، پلاک ۸۰	۶۶۴۵۳۲۴۱-۶۶۹۲۸۱۶۲	۶۶۵۷۶۷۵	بهوش قاسمی
۶۵	پونک	۸۷۰	تهران، بزرگراه اشرفی اصفهانی، بالاتر از میدان پونک، نبش کوچه ۱۹، پلاک ۱	۴۴۴۶۲۵۱۰	۴۴۴۶۲۸۱۵	سارا فوقی
۶۶	مژده	۸۷۱	تهران، خیابان نیاوران، خیابان شهید مقدسی (مژده)، خیابان میری، پلاک ۴	۲۲۷۱۶۵۱۶-۲۲۷۱۶۳۵۱	۲۲۷۱۶۲۹۳	احمد عهدی
۶۷	لاله زار	۸۷۲	خیابان لاله زارنو، نرسیده به خیابان منوچهری پلاک ۴۷۱	۳۶۸۷۰۴۵۸-۳۶۸۷۰۳۱۷	۲۲۵۳۰۱۴۶	داریوش خداداد
۶۸	میدان هفت تیر	۸۷۳	میدان هفت تیر، بالاتر از مسجد الجواد، پلاک ۲۷۵	۸۸۸۱۵۳۶۰-۸۸۸۱۵۸۹۰	۸۸۸۴۶۱۹۰	امیر ضیاء
۶۹	نیاوران	۸۷۴	تهران، نیاوران، خیابان شهید باهنر، رویروی پارک باهنر، پلاک ۱۴۸	۳۶۱۱۷۱۹۲-۹۳	۳۶۱۱۷۱۹۵	واله سعیدی
۷۰	بلوار ۲۴ متری سعادت آباد	۸۷۵	تهران، سعادت آباد، میدان فرهنگ، بلوار ۲۴ متری، نبش کوچه چهارم غربی، پلاک ۱۸	۲۲۳۷۸۸۵۶-۷	۲۲۳۵۷۶۰۵	بناترین بابائی
۷۱	خیابان آقازریگی - الهیه	۸۷۶	تهران، خیابان الهیه، خیابان شهید آقازریگی، نبش خیابان استانبول، پلاک ۳۷	۲۲۶۹۶۵۵۱-۲	۲۲۶۹۶۵۵۳	زهره انوار
۷۲	بزرگراه فتح	۸۷۷	تهران، بزرگراه فتح، جاده قدیم کرج، بعد از شیر پاسدویزه، مجتمع تجاری تهران، پلاک ۲۳۸	۶۶۸۱۵۶۶۹-۶۶۸۱۵۷۹۸	۶۶۸۱۶۰۰۸	مهدی تک دهقان
۷۳	شهر قدس	۸۷۸	شهر قدس، بلوار ۴۵ متری انقلاب، رویروی پارک آزادگان، پلاک ۳۸	۴۶۸۳۲۲۳۰-۴۶۸۳۲۲۳۸	۴۶۸۳۲۲۴۱	مرتضی باغستانی
۷۴	دروس	۸۷۹	تهران، خیابان شریعتی، منطقه دروس، بلوار شهرزاد، خیابان شیدایی، کوچه اسپند، پلاک ۲	۲۶۶۴۰۳۲۰-۲۶۶۴۰۳۲۴	۲۶۶۴۰۳۰۸	کژال آیت النبی
۷۵	بلوار مرزداران	۸۸۱	تهران، شهرک ژاندارمری، بلوار مرزداران، بین ایتار و دانش، پلاک ۱۳۶	۴۴۲۱۱۰۴۰-۴۴۲۱۱۳۶۹	۴۴۲۱۱۸۴۱	متصوره رضاییان مقدم
۷۶	بلوار کشاورز	۸۸۲	تهران، بلوار کشاورز، بین خیابان وصال شیرازی و نادری، پلاک ۱۷۸	۸۸۹۸۳۱۵۴-۶	۸۸۹۸۳۱۵۷	فرخ فرجی
۷۷	بلوار دریا	۸۸۳	تهران، خیابان سعادت آباد، بلوار دریا، نبش خیابان رامشه، پلاک ۵۰	۸۸۵۷۸۱۷۱-۸۸۰۷۱۲۰۲	۸۸۳۶۶۷۹	محمود لک
۷۸	گیشا	۸۸۴	تهران، کوی نصر (گیشا)، نبش خیابان نوزدهم، پلاک ۲۶۲	۸۸۴۸۵۷۸۴-۵	۸۸۴۸۵۷۸۷	محمدرضا پیشگاه هادیان
۷۹	جهان شهر کرج	۹۰۱	کرج، میدان سپاه، اول بلوار جمهوری، نبش لیلوفر، پلاک ۱	۰۲۶-۳۴۴۶۱۱۵-۱۷،۲۰	۳۴۴۸۱۴۴۵-۰۲۶	رضا حاجی پور
۸۰	میدان توحید کرج	۹۰۲	کرج، خیابان شاه عباسی، بین میدان توحید و میدان قدس، برج سامان، طبقه همکف	۰۲۶-۳۴۲۰۶۴۷۱-۴	۰۲۶-۳۴۲۵۸۶۲	جبار رضائی دره نیجه
۸۱	شهریار	۹۰۴	شهریار، خیابان ولیعصر، ضلع شرقی میدان امام خمینی (نبش خیابان محسنی)	۶۵۲۶۹۰۲۱-۲۳-۳۶	۶۵۳۸۹۶۲	جواد علی بخشی
۸۲	مهرشهر کرج	۹۰۵	کرج، مهرشهر، بلوار شهرداری، فاز دو، نبش خیابان ۲۰۸، پلاک ۵۴۳	۰۲۶-۳۳۴۱۷۹۰۷	۰۲۶-۳۳۴۱۷۹۰۸	خامعلی کریمی ایبازنی
۸۳	قم	۹۰۰۱	قم، بلوار امین، نبش کوچه ۴۱	۰۲۵-۳۲۹۴۰۶۰۲ ۰۲۵-۳۲۹۳۳۱۱۳	۰۲۵-۳۲۹۱۶۶۱۶	حامد سرخوش
۸۴	فلکه جهاد - قم	۹۰۰۲	قم، فلکه جهاد، خیابان ۱۹ دی، پلاک ۵۵۵ و ۵۵۷	۰۲۵-۳۷۷۰۸۸۴۰-۲	۰۲۵-۳۷۷۰۵۹۴۹	اکبر مردانی
۸۵	شیراز	۹۱۰۱	شیراز، خیابان زند، حذفاصل خیابان های فلسطین و هفت تیر (۲۰ متری سینما سیدی)، ساختمان پاسارگاد، پلاک ۲۹۶	۰۷۱-۳۳۳۱۹۵۲۲-۵-۶-۷	۰۷۱-۳۳۳۱۹۵۱۳	مهرزاد نظری

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه/پاچه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمایر	نام مسئول شعب/پاچه ها
۸۶	قصر دشت	۹۱۰۳	شیراز، خیابان قصر دشت، سه راه خلد برین، پلاک ۷۵	۰۷۱-۳۶۲۷۹۱۸۰ ۰۷۱-۳۶۲۷۹۲۲۶	۰۷۱-۳۶۲۷۹۱۲۱۶	عبدالکریم ستوده
۸۷	معالی آباد شیراز	۹۱۰۴	شیراز، معالی آباد، بلوار شریعتی، نبش کوچه ۳۷	۰۷۱-۳۶۳۴۱۳۹۷	۰۷۱-۳۶۳۴۱۴۰۶	روح الله پورملاکته
۸۸	پاسداران شیراز	۹۱۰۵	شیراز، بلوار پاسداران، حد فاصل خیابان میث و تقاطع شهید مطهری، ساختمان سامان	۰۷۱-۳۸۳۳۸۱۱-۳	۰۷۱-۳۸۳۳۷۰۸۰	مهدی ملاشعش
۸۹	بندر عباس	۹۱۲۱	بندر عباس، بلوار امام خمینی، سه راه دلتا، برج بلور، طبقه همکف	۰۷۶-۳۲۲۳۵۳۰۲-۳	۰۷۶-۳۲۲۳۵۳۰۳۰	علیرضا ساردوئی
۹۰	زاهدان	۹۱۳۱	زاهدان-خیابان امیرالمومنین مابین امیرالمومنین ۲۷ و ۲۹	۰۵۴-۳۳۳۳۸۲۷۹	---	حمیده شه بخش
۹۱	یوشهر	۹۱۴۱	یوشهر، میدان امام خمینی، ابتدای خیابان فرودگاه، پلاک ۳۷	۰۷۷-۳۳۵۶۲۳۱۹-۲۴	۰۷۷-۳۳۵۶۲۳۲۵	غلامرضا فرشیدفر
۹۲	قزوین	۹۲۰۱	قزوین، خیابان خیام شمالی، پلاک ۵۶۰	۰۲۸-۳۳۳۵۷۳۰۵-۶	۰۲۸-۳۳۳۵۸۰۹۵	محمد جهانگیری پاشاکی
۹۳	همدان	۹۲۲۱	همدان، خیابان جهان نما، رویروی خیابان آزاد، برج شهباز، طبقه همکف، پلاک ۱۵۳	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۹۰-۲	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۸۹	محسن سعیدی
۹۴	کرمانشاه	۹۲۴۱	کرمانشاه، میدان فردوسی، جنب بیمارستان معتضدی، پلاک ۱۲	۰۸۳-۳۷۷۵۹۵۹۱-۶۱	۰۸۳-۳۷۷۵۹۵۹۷۱	مهرداد مرادی
۹۵	ایلام	۹۲۶۱	ایلام، خیابان طالقانی، رویروی فرمانداری، پلاک ۳۵۱	۰۸۴-۳۳۳۳۳۱۷۳	۰۸۴-۳۳۳۳۳۱۵۲	سجاد کلهر کاظمی
۹۶	سنندج	۹۲۷۱	سنندج، چهارراه فلسطین، بلوار سید قطب، پلاک ۳	۰۸۷-۳۳۲۴۵۴۳۲-۳	۰۸۷-۳۳۲۴۵۴۲۶	حسین عبدیان
۹۷	خرم آباد	۹۲۸۱	خرم آباد، خیابان علوی، نرسیده به میدان امام، پلاک ۴۲۲	۰۶۶-۳۳۳۳۵۵۹۱-۲	۰۶۶-۳۳۳۳۵۵۹۱	بیژن ابراهیمیان
۹۸	مشهد	۹۳۰۱	مشهد، بلوار احمد آباد، ۳۰ متری اول احمد آباد (خیابان رضا)، نبش کوچه رضای دوم	۰۵۱-۳۸۴۴۳۲۰۳	۰۵۱-۳۸۴۴۳۹۱۴	ناصر مختاری فارمد
۹۹	مدرس مشهد	۹۳۰۲	مشهد، بلوار مدرس، نبش مدرس ۵، پلاک ۳۷	۰۵۱-۳۳۲۸۳۸۰۰-۵	۰۵۱-۳۳۲۴۱۰۴۶	سارا زارعی
۱۰۰	سجاد مشهد	۹۳۰۳	مشهد، بلوار سجاد، نبش سجاد ۸ (خیابان لاله جنوبی)	۰۵۱-۳۷۶۴۸۲۰۸-۹	۰۵۱-۳۷۶۴۸۰۴۶	الله سازگار
۱۰۱	قرنی (مشهد)	۹۳۰۴	مشهد، بلوار قرنی، مابین چهارراه ابوطالب و قرنی، پلاک ۲۸	۰۵۱-۳۷۱۲۵۸۰۲-۸	۰۵۱-۳۷۱۲۵۸۰۹	مجید امیری دولتی
۱۰۲	بلوار هاشمیه (مشهد)	۹۳۰۵	بلوار شهید صامی، حدفاصل بلوار کوثر و هاشمیه، بین شهید صامی و ۲۴ و ۲۶، پلاک ۱۵۸	۰۵۱-۳۸۸۴۳۳۶۷ ۰۵۱-۳۸۸۴۵۸۱۱	---	محمد مقانی
۱۰۳	نیشابور	۹۳۱۶	نیشابور، خیابان امام خمینی (ره)، بین امام خمینی ۲۲ و ۲۴، پلاک ۱۳۸۸	۰۵۱-۳۳۴۹۴۱۳۰۱۵	۰۵۱-۳۳۴۹۴۱۶	علی ابراهیمیان
۱۰۴	بجنورد	۹۳۲۱	بجنورد، تقاطع بلوار امام خمینی (ره) و میرزا رضا کرمانی	۰۵۸-۳۳۲۴۴۳۲۰	۰۵۸-۳۳۲۴۷۳۴۸	یاسر محمودخانی
۱۰۵	گلشهر رشت	۹۴۰۱	رشت، ابتدای بلوار گلشهر، ضلع شرقی میدان باستانی شاعر	۰۱۳-۳۳۱۱۴۷۱۰۱۲	۰۱۳-۳۳۱۱۴۷۱۳	سید بابک دولتی میله سرا
۱۰۶	ساری	۹۴۰۲	ساری، خیابان فرهنگ، بعد از سه راه قارن، به طرف میدان شهدا	۰۱۱-۳۳۳۵۹۷۲۰۵	۰۱۱-۳۳۳۵۹۷۱۱	سید عبدالعزیز طاهری
۱۰۷	بابل	۹۴۲۱	بابل، میدان ولایت، ابتدای خیابان مدرس، رویروی شهرداری	۰۱۱-۳۲۱۹۷۱۴۰-۴۱	۰۱۱-۳۲۱۹۷۱۴۸	ابوذر اساسه
۱۰۸	آمل	۹۴۳۱	آمل، خیابان امام خمینی (ره)، حد فاصل آفتاب ۱۸ و ۲۰	۰۱۱-۴۴۲۹۶۴۲۱-۲۷	۰۱۱-۴۴۲۹۶۴۳۵	اسفندیار حدیدی
۱۰۹	گرگان	۹۴۴۱	گرگان، خیابان ولیعصر (عج)، بین عدالت ۸ و ۱۰	۰۱۷-۳۳۳۶۹۰۰۳-۵	۰۱۷-۳۳۳۶۹۰۱۶	سمیه نظریان
۱۱۰	سمنان	۹۴۵۱	سمنان، میدان مشاییر، ابتدای بلوار قدس جنب بانک صادرات	۰۲۳-۳۳۳۶۱۱۸-۱۹-۲۲	---	---
۱۱۱	کرمان	۹۵۰۱	کرمان، خیابان شهید قرنی، نرسیده به میدان شهید قرنی، نبش کوچه قرنی ۸	۰۳۴-۳۳۳۳۳۸۶-۷	۰۳۴-۳۳۳۳۷۶۶۰	ابوالقاسم نصیری
۱۱۲	میدان کوثر (کرمان)	۹۵۰۲	کرمان، میدان کوثر، ابتدای بلوار آزادگان	۰۳۴-۳۴۴۷۶۶۱	۰۳۴-۳۴۴۷۶۶۲	مالک قادری
۱۱۳	رفسنجان	۹۵۱۱	رفسنجان، ابتدای خیابان مطهری، بعد از پل فجر، ساختمان محمد عسگری	۰۳۴-۳۴۳۲۱۰۳-۵	۰۳۴-۳۴۳۲۱۰۲	علی اکبر ابوطالبی باقرآباد
۱۱۴	زاینده رود	۹۵۲۱	اصفهان، خیابان توحید میانی، نبش کوچه شهید تقی آبادی، پلاک ۵	۰۳۱-۳۶۲۸۲۵۷۴	۰۳۱-۳۶۲۸۲۵۰۹	احسان جمشیدیان
۱۱۵	چهارباغ بالا	۹۵۲۲	اصفهان، میدان آزادی، خیابان چهارباغ بالا، نبش کوچه بهار آزادی، پلاک ۱۶۹	۰۳۱-۳۱۳۳۷۴۴۲-۳	۰۳۱-۳۶۲۸۲۵۰۹	مجید سیف الدینی
۱۱۶	خیابان حافظ اصفهان	۹۵۲۳	اصفهان، میدان امام (نقش جهان)، ابتدای خیابان حافظ، پلاک ۳۳	۰۳۱-۳۳۲۰۹۴۷۷-۹	۰۳۱-۳۳۲۰۹۴۷۷	سمیرا سبزه زار
۱۱۷	خانه اصفهان	۹۵۲۴	اصفهان، شهرک خانه اصفهان، خیابان گلستانه، پلاک ۶۰	۰۳۱-۳۴۳۲۲۷۱	۰۳۱-۳۴۴۱۳۸۸	علیرضا مستاجران
۱۱۸	سیتی سنتر اصفهان	۹۵۲۵	اصفهان، بزرگراه شهید وحید دستجردی، مقابل ورودی جنوبی شهرن، مجتمع سیتی سنتر اصفهان، طبقه همکف	۰۳۱-۳۶۵۱۶۸۴۱-۲	۰۳۱-۳۶۵۱۶۸۴۳	روزبه سلیمی
۱۱۹	یزد	۹۵۴۱	یزد، خیابان امام خمینی (ره)، نبش کوچه شهید صدوقی، پلاک ۲۷۴	۰۳۵-۳۶۲۲۱۶۹۱-۲	۰۳۵-۳۶۲۲۱۶۵۲۵	محمدحسین مداحزاده
۱۲۰	بلوار جمهوری اسلامی یزد	۹۵۴۲	یزد، بلوار جمهوری اسلامی نبش کوچه محمود آباد، رو به روی برج آسمان	۰۳۵۳۳۰۲۱۴۰-۴۹	---	محمدرضا زارع
۱۲۱	اراک	۹۵۶۱	اراک، خیابان شهید رجایی، پلاک ۸۸۲۷	۰۸۶-۳۳۲۱۴۴۰۴-۵	۰۸۶-۳۳۲۲۵۹۵۷	طاهر کریمی
۱۲۲	تبریز	۹۶۰۱	تبریز، خیابان امام، بالاتر از چهارراه شهید بهشتی، نبش کوی فرهنگ، پلاک ۵۲۱	۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۰۰-۲۰	۰۴۱-۳۳۳۷۵۱۶۰	محمدرضا مریخی آذری
۱۲۳	ولیعصر تبریز	۹۶۰۲	تبریز، خیابان ولیعصر (عج)، حدفاصل فلکه بازار و ایرادک، پلاک ۱۶	۰۴۱-۳۳۳۲۲۴۰۹	۰۴۱-۳۳۳۰۱۱۵۵	علیرضا محمودی
۱۲۴	۱۷ شهریور تبریز	۹۶۰۳	تبریز، ابتدای خیابان ۱۷ شهریور جدید، جنب ساختمان آبان، پلاک ۱۴	۰۴۱-۳۵۵۷۳۶۷۰-۲	۰۴۱-۳۵۵۷۳۶۷۳	اروج میرزانی
۱۲۵	استاد شهریار تبریز	۹۶۰۴	تبریز، ابتدای جاده اتل گلی، نبش کوی الهی پرست، پلاک ۳	۰۴۱-۳۳۲۹۳۲۶۲	۰۴۱-۳۳۲۹۳۲۱۰	محمدعلی رضائی اقدم
۱۲۶	بازار تبریز	۹۶۰۵	تبریز، خیابان جمهوری اسلامی، ابتدای خیابان دارانی (شهید مدنی)، پلاک ۱۴۲۷	۰۴۱-۳۵۲۴۴۰۴۹	۰۴۱-۳۵۲۴۴۰۶۳	احمد رنجبری
۱۲۷	ارومیه	۹۶۲۱	ارومیه، خیابان کاشانی، رویروی مرکز بهداشت، پلاک ۱۵۶	۰۴۴-۳۳۲۴۴۳۱۱	۰۴۴-۳۳۲۴۴۰۳۹۲	شهاب امامی
۱۲۸	خیابان سرداران ارومیه	۹۶۲۲	ارومیه، خیابان سرداران، جنب کوچه شهید صفوی (کوچه تلفنخانه سابق)، پلاک ۱۶۹	۰۴۴-۳۳۲۵۰۵۳۳-۲۴	۰۴۴-۳۳۲۷۸۴۶	مسعود نامی فر
۱۲۹	اردبیل	۹۶۴۱	اردبیل، خیابان شیخ صفی، پلاک ۱۶۰	۰۴۵-۳۳۲۵۲۶۰۱-۵	۰۴۵-۳۳۲۵۲۰۰۱	ناصر هوشیاری
۱۳۰	زنجان	۹۶۸۱	زنجان، میدان آزادی، ابتدای خیابان امام، ساختمان ممتاز	۰۲۴-۳۳۳۲۰۶۵۴-۵	۰۲۴-۳۳۳۲۷۷۳۳	حمید رضا فروری
۱۳۱	اهواز	۹۷۰۱	اهواز، خیابان شهید چمران (کیانپارس)، حد فاصل خیابانهای ۳ و ۴ شرقی، پلاک ۳۰۵	۰۶۱-۳۳۹۲۰۵۲۴۰۶	۰۶۱-۳۳۹۲۰۷۴۵۰	حسین سپندار
۱۳۲	کیش	۹۸۰۱	کیش، خیابان فردوسی، مرکز تجاری کیش، طبقه همکف	۰۷۶-۴۴۴۵۴۹۰۰-۹۵	۰۷۶-۴۴۴۵۴۹۰۰	پیمان خیاطی
۱۳۳	قشم	۹۸۲۱	قشم، بلوار ولیعصر (امام قلی خان)، رویروی مجتمع تجاری خلیج فارس، ساختمان گلدریس	۰۷۶-۳۵۲۴۶۶۴۰-۴۱	۰۷۶-۳۵۲۴۶۶۴۰	عباس اطهری
۱۳۴	اروند	۹۸۵۱	آبادان، بلوار شهید منتظری (شاپور سابق)، نبش خیابان امیر کبیر (امیری)	۰۶۱-۵۳۲۲۶۷۲۴-۵	۰۶۱-۵۳۲۲۶۷۲۱	حمید گنجیزیان

شعب بانک سامان پاسخگوی همیشگی شما

ساعت کاری شعب		
شعبهٔ فرودگاه امام خمینی (ره) و واحد CIP		۲۴ ساعته
شعب		پنج شنبه
شعبه کیش	۷ تا ۱۳:۰۰	۷ تا ۱۲:۳۰
اروند	۱۵ تا ۱۳	۱۵ تا ۱۲:۱۵
شعبه اهواز	۱۵ تا ۱۳	۱۵ تا ۱۲:۱۵
شعبه قشم	۷ تا ۱۳:۱۵	۰۰ تا ۸:۱۲
سایر شعب	۱۵ تا ۷:۱۴	۱۵ تا ۷:۱۲

سرپرستی‌ها				
ردیف	عنوان سرپرستی	نام سرپرست	نشانی	شماره تلفن
۱	سرپرستی ناحیه ۱	الهه میرزایی	تهران، میدان تجریش، خیابان شهرداری، پلاک ۸۱، طبقه سوم	۲۶۸۵۹۲۰۶-۲۶۸۵۹۱۱۵-۲۶۸۵۹۱۱۸
۲	سرپرستی ناحیه ۲	متین اقبال زاده		
۳	سرپرستی ناحیه ۳	بایک برومند	بزرگراه رسالت، خیابان آیت، ضلع جنوب غربی میدان نبوت، پلاک ۵۶۰، طبقه فوقانی شعبه میدان نبوت - کد پستی: ۱۶۴۸۸۷۳۱۱	۷۷۹۱۲۱۵۴-۷۷۹۱۰۱۱۹-۷۷۹۱۵۰۰۹
۴	سرپرستی ناحیه ۴	بهاره علیاری		۷۷۹۱۷۱۳۱
۵	سرپرستی ناحیه ۵	حسین یوسفی پور		۷۷۹۱۰۱۱۲
۶	سرپرستی ناحیه ۶	مهدی عامری	خیابان سید جمال الدین اسدآبادی، نبش کوچه چهل و نهم، پلاک ۴۳۳، نیم طبقه شعبه سیدجمال الدین اسدآبادی - کد پستی: ۱۴۴۴۹۳۳۵۷۳	۸۸۶۱۶۴۸۵-۸۸۶۲۹۰۶۷-۸۸۰۴۲۳۱۴
۷	سرپرستی ناحیه ۷	مریم طرفی نژاد		۸۸۰۳۳۱۴۴-۸۸۰۶۲۸۸۳
۸	سرپرستی ناحیه ۸	مجتبی قنبرزاده	بزرگراه همت غرب، شهرک گلستان، بلوار امیر کبیر، نرسیده به چهارراه گلها، پلاک ۵۳، طبقه فوقانی شعبه شهرک راه آهن - کد پستی: ۱۴۴۴۷۱۴۴۴۱	۴۴۷۳۹۱۱۱-۴۴۷۶۸۷۸۹
۹	سرپرستی ناحیه ۹	مهدی احمدی		۴۴۷۳۷۹۸۰-۴۴۷۶۸۷۸۷
۱۰	سرپرستی ناحیه ۱۰	علی حمیدیا	برج سامان، طبقه ۱۵، مدیریت جذب و فروش	
۱۱	سرپرستی شعب استان‌های شمال	محمود ملکی	ساری خیابان فرهنگ بعد از سه راه قارن به طرف میدان شهدا	۰۱۱-۳۳۲۵۹۷۸۱-۳۳۲۵۹۷۸۶-۳۳۲۵۹۷۸۴
۱۲	سرپرستی شعب استان‌های شمال غرب	غلامرضا نیکمهد	تبریز خیابان امام بالاتر از چهارراه شهید بهشتی نبش کوی فرهنگ پلاک ۵۲۱	۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۴۰-۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۳۸
۱۳	سرپرستی شعب استان‌های شرق و شمال شرق	مهدی توزنده جانی	مشهد، بلوار سجاد، نبش سجاد ۸، ط اول	۱۱۲-۱۱۴-داخلی ۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۴۴۰۵
۱۴	سرپرستی شعب استانهای مرکز	مجاهدی	اصفهان خیابان توحید میانی نبش کوچه شهید تقی آبادی پلاک ۵	۰۳۱۳-۶۲۸۲۱۱۲-۰۳۱۳-۶۲۸۲۱۱۰
۱۵	سرپرستی ناحیه ۱۵	مهدی باقی	برج سامان، طبقه ۱۵، مدیریت جذب و فروش	
۱۶	سرپرستی شعب استان‌های جنوب و جنوب غرب	علیرضا پاک‌نژاد	شیراز، بلوار پاسداران (زهری)، حدفاصل خیابان بعثت و تقاطع مطهری، ساختمان سامان، طبقه اول	۰۷۱-۳۸۴۴۶۴۷۰
۱۷	سرپرستی شعب استان‌های جنوب شرق	احمد شریعتمداری	کرمان، خیابان سپهبدقزنی، نرسیده به میدان سپهبدقزنی، نبش کوچه قرنی ۸	۰۳۴۴-۲۲۳۸۷۹۴

دفاتر بانکداری اختصاصی				
نام دفتر	نام مسئول دفتر	کد دفتر	نشانی	شماره تماس
سرپرستی دفاتر بانکداری اختصاصی	محمد حسین افضلی	-	تهران-خیابان شریعتی-بالاتر از سیدخندان-نبش کوچه اتوبانک- پلاک ۱۰۰۵-برج سامان- طبقه ۱۵	۰۲۱-۲۲۳۳۰۰۰۰ داخلی (۳۹۱۱)
دفتر بانکداری اختصاصی زعفرانیه	احسان مهدی‌پور	۸۶۴	تهران-زعفرانیه-خیابان یکتا- ابتدای خیابان طاهری-پلاک ۳	۰۲۱-۲۲۱۶۵۳۸
دفتر بانکداری اختصاصی تبریز	نادر جهانگیرزاده سوره	۸۶۴۱	تبریز-خیابان ولیعصر- فلکه ایرداک- اول خیابان سعدی- برج مبین - طبقه ۸	۰۴۱-۳۳۳۱۶۲۲۰
دفتر بانکداری اختصاصی مشهد	حمید طوسی	۸۶۴۲	مشهد- بلوار سجاد- نبش سجاد هشتم- ساختمان بانک سامان- طبقه هفتم	۰۵۱-۳۷۶۸۱۷۱۶
دفتر بانکداری اختصاصی قم	امیر محمدهاشمی	۸۶۴۳	قم-بلوار امین-نبش کوچه ۴۱ ساختمان بانک سامان-طبقه دوم	۰۲۵-۳۲۴۰۰۴۴۱
دفتر بانکداری اختصاصی اصفهان	صابر ملبوس باف	۸۶۴۴	اصفهان-خ توحید جنوبی- بعد از چهار راه پلیس - ساختمان زیوار- طبقه پنج - واحد ۵۰۱	۰۳۱-۳۱۳۲۲۴۴۷

دفاتر بانکداری شرکتی بانک سامان

نام دفتر	نشانی	تلفن	نمایر	نام رئیس
دفتر بانکداری شرکتی شهر مشهد	مشهد، بلوار سجاد، بین چهارراه بزرگمهر و بهار، نبش خ لاله، ساختمان بانک سامان، طبقه دوم	۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۳۹ و ۴۱	۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۴۰	نقیسه سلماسی
دفتر بانکداری شرکتی واحد اصفهان	اصفهان، خیابان توحید میانی، نبش کوچه تقی آبادی، ساختمان بانک سامان، طبقه اول	۰۳۱-۳۶۲۳۴۰۷۰	۰۳۱-۳۶۲۸۶۰۲۸	زهرا ایلخانی
دفتر بانکداری شرکتی تهران	تهران، خیابان شریعتی، نبش کوچه اتو بانک، پلاک ۱۰۰۵، برج سامان	۰۲۱-۲۲۳۳۰۰۰۰ داخلی ۳۵۶۶	-----	آقای عرب اسدی

سریع، اسان، مطمئن، آنلاین

بیمه تجهیزات الکترونیک سامان



خرابی



سرقت



حوادث

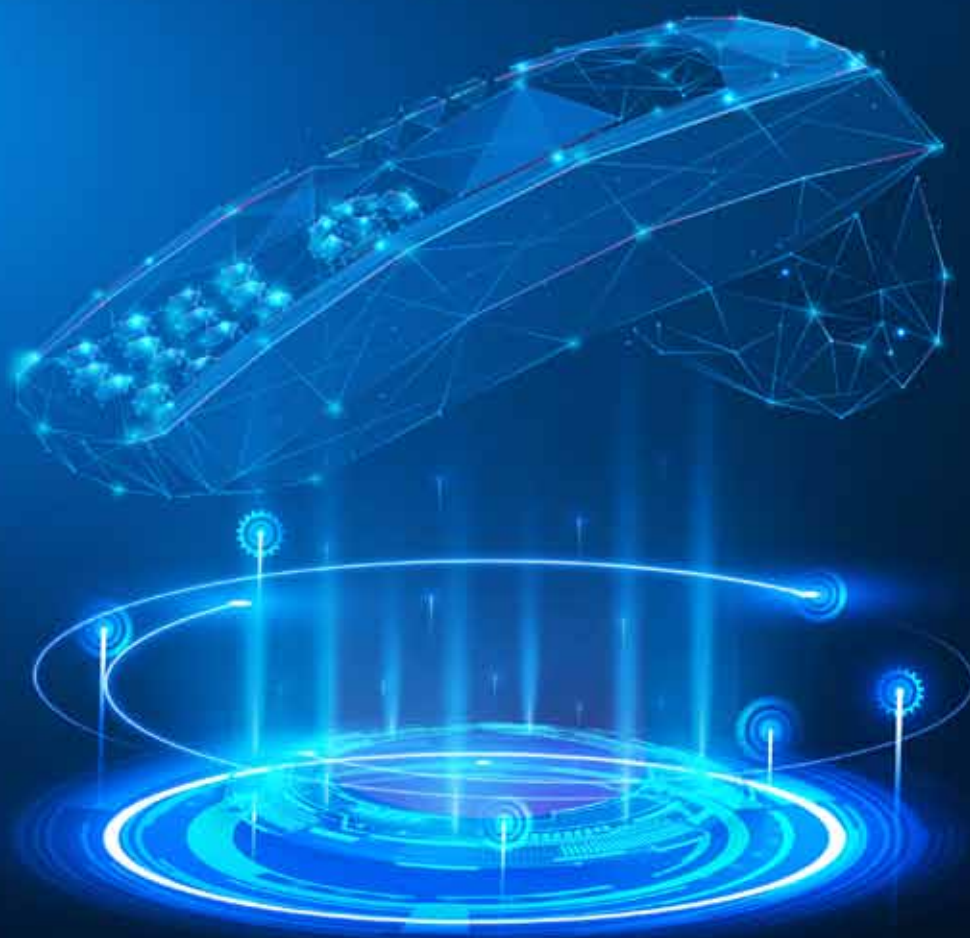
QR CODE را اسکن کنید



جهت خرید آنلاین



تعمیرات تخصصی برندهای مطرح پوز



شرکت قندرنور

+98(21) - 77444464

WWW.THUNDER-LIGHT.COM





اسامی ۲۲۰ برنده قرعه کشی بهار وین کارت

۲۰ جایزه یک میلیارد ریالی و ۲۰۰ جایزه صد میلیون ریالی

باشماه تیم

مرکز سامان ارتباط: ۰۲۱-۶۴۲۲
www.sb24.ir

برای مشاهده اسامی به وبسایت مراجعه کنید.