

سال نوزدهم، شماره ۱۹۳
تیر ۱۴۰۲

بانک سامان
Saman Bank

بانک سامان
Saman Bank



حمایت بانک سامان از رقابت‌های بین‌المللی
تنیس مردان (جام فیوچرز)

شانسی، برات جایزه داره!



جوابی:
یک کارت خرید ۵ میلیون تومنی دیجی کالا
و کارت های خرید ۵۰۰ هزار تومنی دیجی کالا





گروه مالی سامان

پوداخت الکترونیک سامان کیش

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



بیمه سامان

تهران، خیابان سیدجمال الدین اسدآبادی، پلاک ۴۳۳
تلفن: ۰۲۱-۸۹۴۳ نمابر: ۰۲۱-۸۸۷۰۲۰۴
www.si24.ir



کارگزاری بانک سامان

تهران، بلوار آفریقا، خیابان ناهید غربی، پلاک ۳۱
تلفن: ۰۲۱-۴۳۰۲۴۰۰ نمابر: ۰۲۱-۸۸۷۴۶۸۹
www.samanbourse.com



صرافی سامان

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



اعتبارسنجی حافظ سامان ایرانیان

تهران، خیابان شریعتی، نرسیده به همت، نبش خیابان اتوبانک، برج سامان
تلفن: ۰۲۱-۲۲۳۱۰۰۰ نمابر: ۰۲۱-۴۱۷۲۶۰۰۱
www.icbs.ir



خدماتی آفتاب تجارت سامان

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



تأمین سرمایه کاردان

تهران، خیابان نلسون ماندلا، خیابان ظفر غربی پلاک ۲۸۱ کد پستی ۱۹۶۸۶۳۴۷۷۹۵
تلفن: ۰۲۱-۹۶۶۲۱۱۰۰ نمابر: ۰۲۱-۹۶۶۲۱۱۳۳
www.kardan.ir



کیش سل پارس

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



پردازشگران سامان

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



تندر نور

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





سلمان

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

همیشه منتظر آثار شما هستیم

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

نشانی اداره مرکزی و مدیریت روابط عمومی

و صدای مشتریان بانک سامان:

تهران، خیابان شریعتی، نبش کوچه اتوبانک، برج سامان

تلفن: داخلی: ۳۸۴۳-۲۲۳۳۰۰۰-۰۲۱ سایت: www.sb24.ir

نشانی دفتر مجله سامان:

خیابان قائم مقام فراهانی، مقابل خیابان فجر، پلاک ۷۴

تلفن: ۸۸۸۴۸۷۹-۰۲۱ فاکس: ۸۸۸۳۷۴۸۳-۰۲۱

۶	یادداشت سردبیر.....
۸	سبیدی کامل از انواع خدمات ارزی.....
۱۱	برگزاری تور جهانی تنیس با حمایت بانک سامان.....
۱۲	جلب رضایت مشتری؛ بهترین روش بازاریابی.....
۱۴	عوامل مؤثر بر اعطای تسهیلات قرض الحسنه.....
۱۷	پرسش و پاسخ.....
۱۸	خسته از تصمیم!.....
۱۹	مدیران بزرگ چگونه کارکنانشان را ارتقا می‌دهند؟.....
۲۰	معرفی خدمات بانک سامان به بنگاه‌های کوچک و متوسط.....
۲۲	تأمین مالی و ارزیابی فعالیت‌های بازاریابی.....
۲۷	کانون گرم شعبه.....
۳۲	بالا تر از استانداردهای جهانی.....
۳۶	آزمون‌های بین‌المللی زبان انگلیسی.....
۳۸	معرفی کتاب.....
۳۹	جشنواره ورزشی بانوان سامان.....
۴۰	سامان؛ بانک محبوب نمایشگاه ایران اگر وفود.....
۴۲	برندگان سوربهاره ۱۴۰۲.....
۴۴	تقدیرنامه‌ای از جانب مشتری.....
۴۴	تقدیر شورای شهر از همکاران سامانی.....
۴۵	سپاس رفتار حرفه‌ای.....
۴۶	دست به چرخه زیستی حیوانات نزنید.....
۴۷	اهمیت پژوهش در توسعه مدیریت شهری.....
۴۸	تحقق اقتصاد سبز نیازمند نگاه جدی.....
۴۹	معافیت مالیاتی انگیزه‌ای برای تولید بیشتر.....
۵۰	توسعه مباشرت کسب و کار خانوادگی.....
۵۱	معیار کلیدی توسعه پایدار.....
۵۲	ایمنی در گروه‌هوشمندسازی.....
۵۳	بستر سازی برای تولید داروهای گیاهی.....
۵۴	یارانه و تورم تله شوم اقتصاد ایران.....
۵۶	سپ ۲۰ ساله شد.....
۵۷	اسامی برندگان قرعه کشی بهار ۱۴۰۲ وین کارت.....
۶۲	شعب بانک سامان.....

مسیر دانایی از آموزش، تحقیق و پژوهشی می گذرد



ناصر بزرگمهر
nbozorgmehr@yahoo.com

به نام او که هر چه بخواد همان می شود

دست چندی که هر مزخرفی را به زبان می آورند و قومیت ها را مورد تمسخر قرار می دهند و یا بسیاری از چهره های هنری و ورزشی که خزعبلات خود را به اسم کتاب چاپ می کنند و با صف خرید مواجه می شوند و یا امثال این افراد نگاهی بیندازیم تا بفهمیم در حوزه خرد و دانایی چکاره ایم؟

اصلا کافی است هر کس در دنیای مجازی امروز که عین واقعی است و به لایک های مطالب خودش نگاهی بکند تا تکلیف روشن شود، وقتی یک مطلب جدی در دنیای مجازی نوشته می شود، چند نفر می خوانند؟ وقتی تصویری خاص و یا شوخی مطرح می شود چند نفر نگاه می کنند و یا می خوانند؟ همین تفاوت ساده را در هر موضوعی می توان به عنوان نشانه هایی از یک فرهنگ مورد توجه یک تحقیق و پژوهش قرار داد.

تفاوت تعداد بازدیدکننده و دیدار و خواندن در دنیای مجازی مثلا (اینستاگرام یا فیسبوک یا توئیتر) وقتی از دانایی بنویسیم، با زمانی که یک تصویر خاص بگذاریم، حتما به عوامل متعددی مربوط می شود و قرار هم نیست که فرمول اینشتین یا اندیشه افلاطون به تعداد تصویری برهنه یا کمبدی و یا حادثه ای خاص مورد توجه قرار گیرد، اما داشتن یک نسبت معقول در خواندن و نخواندن، دیدن و ندیدن مثل هر موضوع اجتماعی و اقتصادی و فرهنگی و علمی و تاریخی می تواند تفاوت جوامع را در توسعه و پیشرفت و آینده بهتر مشخص نماید.

در شماره گذشته (۱۹۲) از مدیریت توانایی و مدیریت دانایی گفتم و نوشتم که (توانا بود هر که دانا بود) تنها یک مصرع ساده از یک بیت شعر نیست، شعاری است که در طول سال ها و قرن ها با خون و فرهنگ هر ایرانی عجین شده است و توانایی در دانایی است و از دانش، دل پیر، می تواند برنا و جوان شود.

اما وقتی از مدیریت دانایی حرف می زنیم، حتما باید از خودمان پرسیم که مخاطب دانایی کیست؟ و از دانایی چه می خواهیم؟ و جامعه دانا چه ویژگی هایی دارد؟ و ابزار دانایی چیست؟ و اگر دانا شدیم چه اتفاقی رخ خواهد داد؟ و پایان راه دانایی کجاست؟ و صدها سوال دیگر که در حوزه دانایی می تواند مطرح باشد و به همان نسبت هم می توانیم در مورد نادانی و تاثیرات آن سوال مطرح کنیم و در نهایت از توانایی بگوییم و لذت ببریم.

دانایی و نادانی، دانش و خرد، عقل و سلیقه و ده ها واژه دیگر در جهان امروز نقشه کاربرد دارند؟

خودمان را خسته نکنیم، نگاهی به آمار جهانی در حوزه های گوناگون و مقایسه ملت ها و کشورها از خوردن و خوابیدن تا تیراژ روزنامه و مجله و کتاب خواندن، از تورم و اقتصاد تا سبک زندگی، تکلیف را روشن کرده است.

کافی است به آمار (لایک) سلبریتی ها و تلوها و یا حتی هنرپیشه های

سرزمین را به توسعه یافتگی نزدیک می‌کند، تصمیمات (ما) خدایی و براساس نظریات کارشناسی و بر مبنای آمار و اطلاعات دقیق و بدون فیلتر و با تحقیق و پژوهش است.

حوزه تحقیق و پژوهش همراه با آموزش، اولین نیاز جامعه انسانی توسعه یافته است، اتومبیل نشانه توسعه یافتگی است، ساخت چهارچرخ و یک بدنه و فرمان با موتور و یا بی موتور می‌تواند یک اختراع اولیه با تحقیق و یا بدون پژوهش تلقی شود که البته ساده ترین ابزار مکانیکی هم تحقیق و پژوهش خاص خود را می‌طلبد، اما اتومبیل هوشمند کم مصرف ایمن بدون تحقیق و پژوهش‌های دقیق امکانپذیر نیست، و از همه مهمتر نحوه استفاده از همان اتومبیل مکانیکی ساده هم نیاز به آموزش دارد، آنچه امروز ترافیک و نحوه رانندگی ما را به چنین آشفته بازاری تبدیل کرده است در نبودن آموزش خلاصه می‌شود.

موتورسیکلت‌هایی که با کپی کردن و بصورت مکانیکی با دو چرخ و یک موتور به بازار عرضه می‌شوند را می‌توان تا ابد ادامه داد، اما بدون تحقیق و پژوهش نمی‌توان موتورسیکلت کم مصرف بدون آلودگی تولید کرد و از همه مهمتر بدون آموزش موتورسواران، نمی‌توان شهرها را از نحوه غلط رانندگی آن‌ها و مرگ و میرشان رها کرد.

اتومبیل و موتورسیکلت، مثالهای ساده و قابل لمس هر روزه ماست، فرهنگ دانایی و نادانی در لحظه با ماست، از خودمان تا خانه همسایه جاری است، وجود ۱۶ میلیون پرونده در قوه قضاییه نشانه دانایی نیست. هر گوشه از زندگی فردی و اجتماعی نیاز به توجه و تحقیق دارد. دولت‌ها برای توسعه یافتگی در طول تاریخ ناچارند به خوان اول و دوم برگردند، پژوهش، آموزش، پرورش، خوان‌های اولیه هستند، رستم هم که باشیم مجبوریم دیر یا زود به این خوان‌ها برگردیم.

سیستم اقتصادی، مالی، پولی و بانکی هم برای گذر از هفت خوان سخت خود، نیاز به تحقیق و پژوهش و آمار و آموزش دارد. این آموزش دوسویه است، از من کارمند و مدیر و رییس آغاز و باید تا مشتری و ارباب رجوع ادامه یابد.

جهان امروز بدون آموزش گامی به جلو بر نمی‌دارد و بدون تحقیق و پژوهش، توسعه نمی‌یابد. زیر بنای تحقیق و توسعه، آمار واقعی است. بانک سامان مفتخر است که از روز آغازین فعالیت خود، آموزش کارکنان و ادامه راه را تا مشتریان در سرفلوحه اهداف خود داشته است. بی شک تلاش‌های انجام گرفته، همه توان و توشه راه یاران ما نیست. افق‌های دور را نشانه گرفته ایم، باشد که با کمک مشتریان عزیز خانواده سامان، و اتکا به خداوند و نیروی جوان، بتوانیم آینده بهتری را با دانایی، دانش، آموزش، تحقیق و پژوهش به سرانجام مطلوب برسانیم.

باید باور کنیم که تاریخ چند هزارساله، فرهنگ نمی‌آورد، فرهنگ همراه با تمدن و یا بی تمدن در مجموعه پازلی یک انسان آغاز و در خانواده به عنوان اولین گروه اجتماعی شکل می‌گیرد و در دایره‌های بزرگتری چون خانه، مجموعه آپارتمانی، کوچه، محله، ناحیه، منطقه، ده، روستا، شهرک، شهر، استان و یک کشور در بستر خیابان، دبستان، دبیرستان، دانشگاه، اداره، بانک، مرکز خرید، بازار میوه و تره بار، استادیوم، مترو، اتوبوس، صف خرید، مهمانی خانوادگی، جمع یاران و هزاران محل دیگر خود را به سادگی به نمایش می‌گذارد.

در بررسی فرهنگ دانایی و نادانی باید مواظب (جعلیات) باشیم، جعل تاریخ با همه ملت‌ها همراه است، خوشبخت مردمی هستند که اندیشه می‌کنند و تفاوت جعل تاریخ با واقعیت تاریخی را تشخیص می‌دهند و از این مرحله عبور می‌کنند. جامعه بدون اندیشه در خودش می‌ماند و در گرداب ساخته شده توسط خودش غرق می‌شود.

برای گذر از مرحله جعل تاریخ و برای رسیدن به مرحله دانایی باید از گذرگاه‌های بسیار سخت عبور کرد و گردنه‌های کوچک و بزرگ را پشت سر گذاشت، در همه مراحل این جاده پیچیده و طولانی تاریخی، فقط تحقیق و پژوهش است که می‌تواند ما را در همه حوزه‌ها به سرمنزل مقصود برساند.

تحقیق و پژوهش تنها در حوزه کشف داروی کرونا و یا انرژی هسته ای و ساختن موشک صدمتری نیاز یک جامعه نیست.

تحقیق و پژوهش به عنوان سنگ بنای اول و فونداسیون همه مواردی که به ذهن من و شما در این لحظه و در همه حوزه‌های علمی، صنعتی، اقتصادی، اجتماعی، آموزشی، پزشکی، هنری، ورزشی، فلسفی، مذهبی، فرهنگی، تاریخی و آنچه می‌شناسیم و نمی‌شناسیم، می‌رسد، الزامی است. هیچ حرکتی در تاریخ تمدن بدون زیربنای تحقیق و پژوهش به سرانجام مطلوب در توسعه نرسیده است.

برای این که کاری بزرگ در تاریخ اختراعات و تحول جوامع به ثمر رسیده باشد، با هزینه کرد در حوزه تحقیق و پژوهش آغاز شده است، و این نشانه ابتدایی اهمیت مخترعین شخصی و جمعی و دولت‌ها به موضوع تحقیق و پژوهش است.

هرگونه تغییر اجتماعی بدون جمع آوری اطلاعات اولیه و آماری از جامعه و با عبور از مرحله تحقیق و پژوهش در مورد چرایی و چگونگی هر موضوعی که به آن فکر کنیم، به ثمر نرسیده و نتیجه بخش نخواهد بود.

دولت‌های متمدن و توسعه یافته در اتاق‌های دربسته و با تصمیم گیری‌های (من) شیطانی، راه به جایی نبرده و نمی‌برند، آنچه که یک

سپیدی کامل از انواع خدمات ارزی

| گفت‌وگو: هاشم راعی |

• در آغاز خودتان را معرفی نمایید؟

حسین کورش پسندیده هستم، ۴۸ ساله، دارای مدرک دکتری اقتصاد مالی از دانشگاه تهران و علاقه‌مند به پژوهش و تحقیق در موضوعات اقتصادی روز در حوزه‌های ارز و رمزارز، بلاک‌چین و هوش مصنوعی و...

• از سوابق خودتان بگویید و مسیر شغلی را تا رسیدن به جایگاه فعلی، برای خواننده‌های نشریه سامان تشریح کنید؟

باعث افتخار من است که از کارکنان اولیه مؤسسه اعتباری سامان اقتصاد و بانک سامان بوده و کار خود را از شعبه آغاز نمودم. مسیر شغلی اینجانب بعد از متصدی امور بانکی و معاونت شعبه، در واحد امور بازرسی و حسابرسی داخلی در سمت‌های معاون مدیر و مدیر امور تا انتهای دهه ۹۰ ادامه یافت و پس از آن به مدت ۳ سال در شرکت آفتاب تجارت سامان به‌عنوان مدیرعامل مشغول به کار بودم.

از سال ۹۳ هم‌زمان با قبولی در مقطع دکتری به‌عنوان مدیر شعب، به مدت ۵ سال با بانک ایران‌زمین همکاری داشتم و در سال ۹۹ به‌عنوان معاون مالی بلوبانک و از خرداد ۱۴۰۰ به‌عنوان مدیرعامل و عضو هیئت‌مدیره صرافی سامان مشغول به خدمت هستم.

• صرافی سامان را به‌صورت اجمالی معرفی کنید و از تاریخچه، علت تأسیس و گستره فعالیت صرافی سامان برای ما بگویید؟

شرکت صرافی سامان، با هدف ارائه خدمات ارزی برای اشخاص حقیقی و حقوقی با بهره‌گیری از سه اصل سرعت، دقت و اطمینان در آبان ۱۳۸۳ پس از اخذ مجوزهای لازم از بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران تأسیس و راه‌اندازی شد.

فعالیت صرافی سامان از همان بدو تأسیس با هدف گسترش حجم معاملات بین‌المللی، عملیات ارزی را به‌عنوان یک محور اصلی در برنامه استراتژیک شرکت تعیین و در این خصوص تلاش‌های گسترده‌ای را آغاز کرد. با همین دیدگاه حتی در شرایط سخت تحریم‌های اقتصادی این هدف مهم مورد توجه ویژه قرار گرفت و در طول این سال‌ها با برنامه‌ریزی مسنجم و ارائه خدمات ارزشمند و گسترده عملیات ارزی در زمینه واردات و صادرات و انتقال وجوه ارزی متقاضیان فعالیت کرد. شرکت صرافی سامان با بهره‌مندی از امکانات و تجربیات ارزشمند مدیران بخش ارزی سیستم بانکی کشور به‌ویژه بانک سامان و با برنامه‌ریزی استراتژیک برای شرکت و همچنین تشکیل اتاق فکر در جهت استفاده از تحلیل‌های بنیادی و تکمیلی به‌منظور احراز مقام شایسته در بازار مبادلات ارزی در عرصه بین‌المللی، هوشمندانه به جلو حرکت می‌کند و با استفاده از توان تخصصی خود در داخل کشور و اخذ مجوزهای مورد نیاز، گستره فعالیت‌های خود را به طور مستمر توسعه داده است.

صرافی سامان با برخورداری از کارکنان متخصص علاوه بر ارائه خدمات ارزی، در عرصه جهانی نیز توانسته با استفاده از روش‌ها و ابزارهای مالی،



باتوجه به اینکه صرافی سامان بر حسب حجم عملیات در طول سال‌های اخیر، یکی از سه شرکت صرافی برتر کشور بوده، گفت‌وگویی داشتیم با حسین کورش پسندیده، مدیرعامل صرافی سامان که ماحصل آن را در ادامه می‌خوانید:

عمده مشتریان صرافی سامان، در گروه شرکت‌های تأمین‌کننده کالاهای اساسی و دارویی کشور قرار دارند

از تأیید فیش ثبت سفارش/خدمت از سوی بانک مرکزی از طریق شعب بانک سامان با مراجعه به سیستم نیما برای خرید ارز موردنیاز خود اقدام نماید.

از جمله مزیت‌های خرید از شرکت صرافی سامان، سرعت عمل بالا در ارائه رسید ارزی به مشتریان محترم است. باتوجه به درخواست مشتری در ارزهای سامانه نیما و ارزهای تخصیص‌یافته توسط بانک مرکزی و همچنین نیاز مشتری و ارز مقصد طبق قوانین و مقررات اجرایی بانک مرکزی و دستورالعمل‌های مقابله با پول‌شویی، انواع تبدیلات ارزی به یورو، درهم و... قابل انجام است.

عملکرد خوب سالانه شرکت صرافی سامان در سال ۱۴۰۱ - ثبت شده در سامانه سنا - به‌وضوح نشانگر اطمینان و اعتماد مشتریان محترم ارزی بانک سامان در نظام بانکی و غیربانکی است که این خود نیز نشان‌دهنده توان عملیاتی و اجرایی بالای کارگزاران، شبکه ترستی و نیروی متخصص و پویای این شرکت در صنعت صرافی در نظام بانکی و غیربانکی است.

رفع تعهدات ارزی:

تحریم‌های ظالمانه آمریکا علیه کشور و محدودیت منابع ارزی، دولت را ناگزیر به الزام صادرکنندگان به بازگرداندن ارز حاصل از صادرات به چرخه اقتصادی کرد؛ مطابق بخشنامه‌های بانک مرکزی، همه صادرکنندگان کالا به خارج از کشور موظف‌اند، ارز ناشی از صادرات را دوباره به چرخه اقتصادی کشور بازگردانند. مکانیزم رفع تعهد ارزی باتوجه به نیاز مشتریان در این خصوص در صرافی سامان در داخل و خارج از کشور فراهم است.

- دریافت اسکناس در داخل کشور و خرید ارز در سامانه

باتوجه به فعالیت این شرکت در بازار متشکل ارزی امکان خرید ارز

امکانات ویژه‌ای جهت جلوگیری از زیان‌های احتمالی و حتی ایجاد سودآوری فراهم آورد. این شرکت با رعایت تمامی ضوابط و مقررات بین‌المللی و استفاده از قابلیت‌های حرفه‌ای خود و ارتباط مناسب با شرکت‌ها و مجموعه‌های بزرگ کشور و بانک‌های تراز اول بین‌المللی توانسته نقش بسیار مؤثری در پیشبرد فعالیت‌های اقتصادی کشور داشته باشد.

• مهم‌ترین خدمات صرافی سامان چه مواردی هستند؟

در صرافی سامان خدمات متعددی به مشتریان عرضه می‌گردد که اگر بخواهم به مهم‌ترین آنها اشاره کنم باید به موارد زیر اشاره کنم.

خدمات ترستی:

یکی از مهم‌ترین منابع تأمین ارز برای مشتریان بانک سامان، شرکت‌های صادراتی هستند که ظرفیت همکاری با این شرکت‌ها افزایش پیدا کرده و فرصت‌های مناسبی برای مدیریت وجوه ارزی‌شان و همچنین تأمین ارز مشتریان بانک سامان از این شرکت‌ها فراهم شده است. با استفاده از تجربه سال‌ها فعالیت و آگاهی از نیاز ایشان، شرکت صرافی سامان خدمات دریافت و پرداخت وجوه را به این شرکت‌ها ارائه می‌دهد. شرایط تحریمی سال‌های اخیر، این شرکت‌ها را برای دریافت وجوه حاصل از فروش خود ملزم به استفاده از حساب‌های کارگزاری نموده است.

باتوجه به این نکته و جهت مساعدت، همواره شرکت صرافی سامان همچون اهرم فعالی جهت رفع نیازهای ارزی آنها فعالیت داشته و با ایجاد شبکه ترستی، کارگزاری وسیع و فعال در کشورهای شرق آسیا و کشورهای همسایه مثل ترکیه و امارات در چارچوب ضوابط قانونی، اعلام آمادگی نموده است. رشد تولید و افزایش صادرات در سال‌های جاری و تزریق ارز در سامانه نیما توسط آنها و حجم فعالیت بالای شرکت صرافی سامان، از همکاری درخشان این شرکت‌ها و شرکت صرافی سامان گواهی می‌دهد.

خدمات سامانه نیما:

نوسانات شدید بازار ارز در سال‌های گذشته، بسیاری از واردکنندگان و صادرکنندگان کالا و خدمات را تحت تأثیر قرار داد و همین امر دولت را بر آن داشت به منظور ایجاد نظام یکپارچه معاملات ارزی و جلوگیری از قاچاق ارز و خروج سرمایه‌های کشور، سامانه نیما را راهاندازی کند. شرکت صرافی سامان مفتخر است اعلام کند از اردیبهشت ۱۳۹۷ در نظام یکپارچه معاملات ارزی فعال بوده و با حذف واسطه‌گران و بدون محدودیت با کنترل منابع و مصارف در راستای تأمین ارز واردکنندگان کالا و صادرکنندگان کالا در زمینه خرید و فروش ارز همچون بازوی بانک مرکزی ج.ا.ی در این صنعت حضور داشته است. به منظور تشریح خدمات قابل ارائه نیمایی صرافی سامان باید گفت مشتری می‌تواند پس





- بهبود کیفیت وبسایت شرکت.

• راه‌های ارتباطی مشتریان برای بیان ایده‌ها، انتقادات و شکایات را معرفی نمایید؟

شرکت صرافی سامان ضمن موفقیت در دستیابی به اهداف کمی خود، همواره در تلاش بوده که نسبت به ارتقای کیفیت ارائه خدمت به مشتریان اقدام نماید، لذا از طریق انجام نظرسنجی‌ها، برگزاری جلسات حضوری با مشتریان، وبسایت و... در بهبود راه‌های ارتباطی خود با مشتریان جهت بیان ایده‌ها، انتقادات و شکایات کوشا است.

تلفن: ۰۲۱-۴۱۰۱۱

وبسایت: www.se24.ir

تلگرام: Samanexchange

اینستاگرام: samanexchange

• اگر صحبت دیگری با خوانندگان نشریه سامان دارید، بفرمایید؟
ضمن تشکر از شما بابت فراهم نمودن فرصت این مصاحبه، برای سامان و سامانیان آرزوی موفقیت‌های روزافزون می‌کنم.

حاصل از صادرات به صورت اسکناس برای صادرکنندگان مهیا است (واریز اسکناس به حساب ارزی شرکت صرافی سامان توسط شعب بانک سامان یا تحویل اسکناس توسط نماینده شرکت به صورت حضوری در شعبه صرافی).

- دریافت ارز با منشأ بانکی و یا منشأ تراسستی خارج از کشور و خرید ارز در سامانه

امکان خرید ارز با منشأ بانکی (طبق قوانین و بخشنامه‌های بانک سامان) و همچنین امکان خرید ارز با منشأ غیربانکی و استفاده از خدمات تراسستی کارگزاران صرافی سامان نیز فراهم است.

• در صورت امکان، برخی از مهم‌ترین مشتریان و رقبای صرافی سامان را نام ببرید؟

عمده مشتریان صرافی سامان در گروه شرکت‌های تأمین‌کننده کالاهای اساسی و داروی کشور بوده و صرافی بانک‌های بزرگ از رقبای جدی ما هستند.

• از مهم‌ترین مزیت‌های صرافی سامان نسبت به صرافی‌های رقیب بگویید؟

باتوجه به اینکه همواره یکی از سیاست‌های مهم شرکت صرافی سامان افزایش سهم بازار از طریق بهبود خدمات و کاهش هزینه‌های مشتری و توسعه شبکه کارگزاری شرکت صرافی در خارج، توسط نیروی انسانی نخبه و متعهد بوده، می‌توان این موارد را از مزیت‌های مهم این شرکت نسبت به رقبا دانست.

• دستاوردهای برجسته صرافی سامان را تشریح نمایید؟

شرکت صرافی سامان بر حسب حجم عملیات در طول سال‌های اخیر، یکی از سه شرکت صرافی برتر کشور بوده و در سال ۱۴۰۱ نیز نسبت به سال‌های گذشته بیشترین حجم عملیات ارزی خود را ثبت نموده است.

• اهداف و برنامه‌های صرافی سامان برای سال‌های آتی چیست؟

- خلق ارزش برای سهام‌داران، کارکنان، مشتریان و سایر ذی‌نفعان
- افزایش سهم از بازار شرکت‌های صرافی
- انعقاد قرارداد با شرکت‌های پتروشیمی، فولاد و سایر شرکت‌های صادراتی به منظور ارائه حساب‌های تراسستی جهت واریز وجوه ارزی حاصل از صادرات آنها
- جذب و نگهداشت نیروهای انسانی نخبه
- استمرار و بهبود آموزش ضمن خدمت کارکنان
- تقویت زیرساخت‌های مالی و اداری
- تقویت زیرساخت‌های امنیتی و حفاظتی
- نوآوری و تنوع در ارائه خدمات صرافی در چارچوب مقررات و دستورالعمل‌های بانک مرکزی ج.ا.ا.
- ارتقا و تقویت جایگاه برند صرافی سامان نسبت به رقبا
- توسعه زیرساخت‌های فناوری اطلاعات
- تقویت کنترل‌های داخلی و امور حقوقی شرکت
- ارتقای بخش تحقیق و توسعه شرکت صرافی



برگزاری تور جهانی تنیس با حمایت بانک سامان

و در نهایت این دیدار با نتیجه (۳-۶، ۷-۵ و ۴-۶) به نفع تنیسور ایتالیایی به پایان رسید و جایزه خود را از دست فرشته ضرابیه معاون توسعه زیرساخت بانک سامان و داود عزیزی رئیس فدراسیون تنیس دریافت کرد. همچنین هفته دوم رقابت‌های تنیس فیوچرز تهران با قهرمانی تنیسور روسیه‌ای همراه شد؛ در دیدار نهایی هفته دوم، دنیس کلاک از روسیه برابر هم‌وطنش اریک آرتیونیان ۲ بر صفر پیروز شد و عنوان قهرمانی را از خود کرد. شایان‌ذکر است، این مسابقات پس از وقفه ۸ ساله به میزبانی کشورمان و با حمایت بانک سامان ابتدا در جزیره کیش آغاز شد و سپس در تهران ادامه یافت و در پایان هر هفته به نقرات برتر ۱۵ هزار دلار جایزه نقدی اهدا شد. گفتنی است تمامی مسابقات این جام به نام تور جهانی تنیس مردان (فیوچرز) ITF WORLD TENNIS TOUR M15 TEHRAN - ۲۰۲۳ در مجموعه ورزشی انقلاب برگزار شد.

مسابقات تور جهانی تنیس با حضور بیش از ۷۰ ورزشکار خارجی از ۲۱ کشور جهان با حمایت بانک سامان در تهران برگزار شد. به گزارش سامان رسانه، تور جهانی تنیس از تاریخ ۱۴ الی ۲۸ خردادماه، در دو هفته و با حمایت بانک سامان برگزار شد. در طول این مسابقات، تنیسورهایی از کشورهای ایران، رومانی، فرانسه، روسیه، آلمان، هند، الجزایر، برزیل، لهستان، ایتالیا، آمریکا، آرژانتین، سوئد، ژاپن، اکراین، جمهوری چک، انگلستان، بلاروس، اردن، آفریقای جنوبی، بلغارستان و سوریه در تهران به مصاف یکدیگر رفتند. در دیدار پایانی مسابقات هفته اول که با حضور فرشته ضرابیه معاون توسعه زیرساخت بانک سامان، سید محمد پولادگر معاون ورزش قهرمانی وزارت ورزش و جوانان، سید مناف هاشمی دبیرکل کمیته ملی المپیک و سید شمس‌الدین حسینی نماینده مجلس شورای اسلامی برگزار شد، لورنزو بوچی از ایتالیا به مصاف الکساندر استاتر از آمریکا رفت.



گفت‌وگو با بانکدار فروش تخصصی شعبه امین حضور : جلب رضایت مشتری؛ بهترین روش بازاریابی

| گفت‌وگو: هاشم راعی |

امین حضور فعالیت خود را آغاز کردم. از سال ۱۳۹۶ با شروع طرح سامان ۱۴۰۰ سه دوره متوالی در طرح تلاش در شعبه بهشتی توانستم جزء نفرات برتر شوم و در سال ۱۴۰۰ باتوجه به نقش پررنگ در دسترسی به اهداف شعبه در شعبه دکتر بهشتی به پیشنهاد ریاست شعبه جناب آقای حیدرهای موفق به دریافت لوح سپاس از معاونت محترم بانکی شدم.

در بدو ورود نیز در سال ۱۳۹۲ به عضویت تیم فوتسال بانک در آمدم که مقام‌های متعددی را در مسابقات مختلف کسب نمودیم؛ منجمه کسب مقام سوم کانون بانک‌های خصوصی، کسب مقام قهرمانی مسابقات کارگری کشوری و کسب نایب‌قهرمانی تورنمنت بانک‌ها.

• از جذابیت‌های کارتان بگویید؟

به نظر بنده از جذابیت‌های نقش کاربران فروش تخصصی در طرح سامان ۱۴۰۰، تشکیل پرتفوی ارزی و اعتباری برای هر بانکدار بود که می‌توانست تمامی محصولات بانک را برای مشتریان خود تعریف کند و فروش متقاطع که یکی از اصول راهبردی در پیشبرد اهداف شعبه است را پیاده‌سازی نماید. از سال ۱۳۹۶ با تغییر استراتژی بانک و پیاده‌سازی طرح سامان ۱۴۰۰ با قرارگرفتن در نقش بانکدار فروش تخصصی، چالش‌ها و جذابیت‌های جدیدی در شعبه ایجاد شد. صادقانه بگویم در ابتدا انجام هم‌زمان فعالیت‌های ارزی و اعتباری کار سخت و پیچیده‌ای بود که رفته‌رفته با برگزاری دوره‌های آموزشی توسط آکادمی سامان افزایش دانش و تجربه، این نقش بسیار پررنگ، در دسترسی به اهداف شعبه نمایان شد. به‌گونه‌ای

که در زمان انجام امور ارزی مشتریان، به‌راحتی می‌توانستم محصولات اعتباری بانک را به مشتریان پیشنهاد داده و همچنین محصولات متنوع‌تری باتوجه به نیاز مشتری ارائه دهم.

به‌خاطر دارم قبل از اجرای طرح سامان ۱۴۰۰ در شعبه بهشتی، آقای البرزی ریاست وقت تأکید زیادی به تشکیل پرتفوی ارزی و اعتباری و فروش متقاطع داشتند و به‌صورت هفتگی انجام امور محوله را پیگیری می‌کردند که این امر برای من که در ابتدای مسیر یادگیری مباحث ارزی و اعتباری بودم خیلی سخت بود؛ ولی خوشبختانه توفیق بود در هر دو حوزه ارز و اعتبار کار کنم و به تخصص لازم دست پیدا کنم و از ایشان ممنونم که باعث شدند در هر دو حوزه بتوانم



باتوجه به درخواست رئیس شعبه امین حضور برای تقدیر از آقای مهدی اکبری، بانکدار فروش تخصصی این شعبه به دلیل مشارکت در دستیابی به اهداف تعیین شده شعبه و تأیید آن توسط معاون محترم بانکی و بازاریابی، به‌منظور قدردانی از این همکار و بهره‌گیری از تجارب ایشان مصاحبه‌ای با ایشان ترتیب دادیم که می‌توانید مشروح آن را در زیر بخوانید.

• خودتان را معرفی کنید؟

مهدی اکبری هستم، ۳۶ ساله، دارای مدرک کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی و بانکدار فروش تخصصی شعبه امین حضور. از سال ۱۳۹۲ به مجموعه بانک سامان پیوستم و تا به امروز در شعب بازار، شهری و دکتر بهشتی مشغول بوده‌ام و از مردادماه ۱۴۰۱ در شعبه

از جذابیت‌های نقش
کاربر فروش تخصصی،
تشکیل پرتفوی
ارزی و اعتباری برای
هر بانکدار است
که می‌تواند تمامی
محصولات بانک را برای
مشتریان خود تعریف
کند

اعتقاد داریم که شعبه
همانند یک تیم فوتبال
است که اگر تمامی افراد
با هم متحد و همدل
باشند با همکاری به تمامی
اهداف مدنظر دست پیدا
خواهند کرد

رشد کنم.

● به اختصار بفرمائید، منظور از اهداف شعبه چیست و چه عواملی باعث شد رئیس شعبه درخواست تقدیر از شما را به دلیل مشارکت در دستیابی به اهداف تعیین شده ارائه نماید؟

در ابتدای حضورم در شعبه امین حضور، تعدادی از مشتریان فقط از خدمات اعتباری یا ارزی بانک استفاده می کردند که طی جلسات متعددی که با مشتریان داشتم تلاشم بر این بود که مشتریان از تمامی محصولات قابل ارائه بانک مطلع شوند و خوشبختانه این امر میسر شد و اکثریت مشتریان در حال حاضر از تمامی خدمات ارزی، اعتباری و ریالی بانک استفاده می کنند. تمامی این تلاش ها در دستیابی به اهداف شعبه بسیار نقش داشت و خوشبختانه در اسفندماه سال ۱۴۰۱ توانستیم با همکاری تمامی همکاران خوبم در شعبه امین حضور و درایت ریاست محترم شعبه، جناب آقای گیلانی فر رتبه اول در دستیابی به اهداف بانک را کسب نماییم.

● نحوه تعامل شما با سایر همکاران چگونه است؟

همواره و همیشه تلاشم بر این بوده و هست که ارتباط خوب و متقابلی را با همکارانم داشته باشم و کار تیمی را سرلوحه خود قرار داده ام؛ چون اعتقاد دارم که شعبه همانند یک تیم فوتبال است که اگر تمامی افراد با هم متحد و همدل باشند با همکاری هم به تمامی اهداف مدنظر دست پیدا خواهند کرد.

● جایگاه پست شما در پروژه سامان ۱۴۰۴ چیست؟

به نظر بنده کاربران فروش تخصصی در طرح ۱۴۰۴ نقش مهمی را در موارد زیر دارند:

۱- تمرکز در حفظ بالاترین سهم بازار در بخش بین الملل که می توانند با ارائه خدمات مناسب و باتوجه به شرایط ارزی حاکم بر کشور نقش بسزایی در حفظ مشتریان فعلی و جذب مشتریان جدید داشته باشند.

۲- تمرکز بر کسب و کارهای هدف اصناف شرکت های SME جهت ارائه خدمات اعتباری

۳- تمرکز استراتژیک بر مشتریان ویژه که در حال حاضر تعدادی از شعب با استفاده از بانکدار ویژه، به صورت روزانه این نوع از مشتریان را شناسایی و جذب می کنند؛ باتوجه به اینکه یکی از موارد مهم در دستیابی به اهداف شعبه جذب منابع است به نظر من بانکداران ویژه می توانند در این امر نقش مهمی را ایفا کنند. همچنین در هر شعبه، می توان از بین اعضای هیئت مدیره شرکت های مشتری شعبه، تعداد زیادی از این افراد را جذب کرد.

● در صورتی که خاطره خوبی از حضورتان در شعبه دارید، بفرمایید. این خاطره مربوط به سال ۱۳۹۷ و زمانی است که من در شعبه شهید

بهشتی، مشغول بودم که در آن سال شرایط ارزی کشور مساعد نبود. مهلت ۳۰ روزه فیش یک مشتری در حال تمام شدن بود و باید در روز آخر اعتبار فیش، مجدداً باید برایش فیش می گذاشتیم تا مدیریت بین الملل در صورت امکان، برای مشتری ارز تأمین کند، سامانه نیما قطع بود و تا ساعت ۹ شب در شعبه مانده بودیم تا برای ایشان یک درخواست خرید ارز در سامانه نیما بگذاریم و مشتری به خاطر اینکه بارش به گمرک رسیده بود و از ترس اینکه ما موفق نشویم و مجبور شود دو ماه دیگر صبر کند و مجدداً درخواست دیگری بدهد استرس شدیدی داشت؛ ولی ما موفق شدیم ساعت ۸ و نیم شب درخواست مورد نظر مشتری را بگذاریم و با کمک همکاران مدیریت بین الملل هم دو روز بعد ارز مشتری تأمین شد و باتوجه به اینکه مشتری از نزدیک در جریان انجام کارهای خودش قرار داشت و تلاش های ما را دید حس خوبی به شعبه ما و بانک ما پیدا کرد و حتی سپرده ها و فعالیت های دیگر خودش مثل ضمانت نامه را از بانک های دیگر به شعبه ما آورد. به نظر من این روش یعنی تلاش برای کسب رضایت مشتری، بهترین روش بازاریابی است.

● اگر صحبت دیگری دارید بفرمایید.

تشکر می کنم از مدیران ارشد بانک که در دو سال اخیر، حمایت خوب و بی نظیری از همه کارکنان داشتند. یک پیشنهاد هم داشتم که در صورت امکان، امیدوارم برآورده شود؛ تفکیک وظایف و سمت ها در شعبه در حال حاضر به این صورت است: بانکدار عملیات، بانکدار فروش و بانکدار فروش تخصصی. نکته ای که وجود دارد آن است که بین این سمت ها به لحاظ درآمدی تقریباً تفاوت چندانی وجود ندارد و انگیزه کارکنان برای رشد کاهش می یابد. پیشنهاد من این است که مثل ادوار گذشته، پست هایی مثل رئیس دایره الکترونیک یا رئیس کلر احیا شود یا رتبه بالاتری بین فروش تخصصی و معاون شعبه نیز ایجاد شود.



آرش آذین‌فر
بانکدار فروش،
شعبه آمل



عوامل مؤثر بر اعطای تسهیلات قرض الحسنه

کارکرد قرض الحسنه در قرآن به معنی قرض دادن و امری مقدس ارزشمند معرفی شده که باعث کمک به اقشار ضعیف و رفع معضلات اجتماعی می‌شود. همچنین قرض الحسنه علاوه بر تأمین نیازهای اساسی با تغییر الگوی تولید، ایجاد اشتغال و کاهش انحصارات، آثار ثانویه‌ای خواهد داشت که می‌تواند از این طریق اثر مثبتی بر رشد اقتصادی بلندمدت داشته باشد. براین اساس رهیافت اثرگذاری تسهیلات اعطایی قرض الحسنه بر رشد اقتصادی دارای اهمیت خاصی است که می‌تواند در تعیین خط مشی‌های کلان مرتبط با مؤلفه رشد اقتصادی اثرگذار واقع شود.

مالی به‌عنوان یک ابزار مفید برای گسترش ظرفیت تولیدی اقتصاد عمل می‌کند. این دیدگاه نظری، بعدها توسط گلدسمیت^۳ در سال ۱۹۶۹، شاو^۴ در سال ۱۹۷۳ و مک‌کینون^۵ در سال ۱۹۷۳ مورد پشتیبانی قرار گرفت. آنها بیان کردند که تأمین مالی واسطه‌ای یک ابزار اولیه و ضروری اثرگذار بر رشد اقتصادی کوتاه‌مدت و بلندمدت است. واسطه‌گری مؤسسات مالی می‌تواند با هزینه کمتری پس‌انداز را به سرمایه‌گذاری تبدیل و وجوه

در ادبیات نظری مربوط به تأثیر تسهیلات اعطایی قرض الحسنه بانک‌ها بر رشد اقتصادی، می‌توان "فرضیه عرضه هدایت"^۱ شومپتر^۲ را فرضیه پیش‌گام در این زمینه دانست. شومپتر در سال ۱۹۳۴، بیان می‌کند که تخصیص کارای پس‌اندازها از طریق شناسایی و گسترش اعطای اعتبار به کارآفرینان با بهترین شانس موفقیت در فرایند تولید، در بلندمدت رشد اقتصادی را تسریع می‌بخشد. از نظر شومپتر، خدمات واسطه‌ای

مازاد در بخش‌های مختلف را به بخش‌های موردنیاز تخصیص دهد؛ به عبارت دیگر واسطه‌گری مالی می‌تواند منجر به تخصیص کارآمدتر منابع شود. به طور کلی بانک‌ها با جذب نقدینگی و اعطای تسهیلات، یکی از منابع مالی مهم و قابل‌دسترس برای بنگاه‌ها محسوب می‌شوند. از بعد نظری، به کارگیری صحیح و بهینه جریان وام و اعتبار می‌تواند افزایش سرمایه‌گذاری تولید و اشتغال و در نتیجه رشد اقتصادی را به دنبال داشته باشد.

تسهیلات قرض‌الحسنه یکی از ابزارهای مناسبی است که در نظام اقتصادی اسلام جهت تحقق "حرمت ربا" در نظر گرفته شده است. با وجود این که انتقال مالکیت در آن رایگان نیست، طلب سود در قرض جایگاهی ندارد و با ماهیت آن ناسازگار است. اهتمام بدین مهم؛ به گونه‌ای است که خداوند وام‌دادن به غیر را قرض‌دادن به خود به حساب آورده است چنان که می‌فرماید: *مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضَاعَفَهُ لَهُ أَضْعَافًا كَثِيرَةً وَاللَّهُ يَقْبِضُ وَيَبْسُطُ وَإِلَيْهِ تُرْجَعُونَ*؛ کیست که به خدا قرض نیکو دهد تا خدا بر آن چند برابر بیفزاید؟ خداست که تنگدستی دهد و توانگری بخشد و شما به سوی او باز گردانده می‌شوید (سوره بقره آیه ۲۴۵). درباره آثار اقتصادی مثبت قرض‌الحسنه گفته می‌شود که با انتقال دوره‌ای درآمدها از ثروتمندان به نیازمندان و عدم درخواست سود، منافعی را برای نیازمندان به دنبال خواهد داشت توزیع درآمد را دست خوش تغییر قرار خواهد داد. همچنین قرض‌الحسنه با اثرگذاری طولی که خواهد داشت علاوه بر تأمین نیازهای اساسی با تغییر الگوی تولید، ایجاد اشتغال و کاهش انحصارات آثار ثانویه‌ای خواهد داشت که می‌تواند از این طریق اثر مثبت بر رشد اقتصادی بلندمدت داشته باشد. بر این اساس، رهیافت اثرگذاری تسهیلات اعطایی قرض‌الحسنه بر رشد اقتصادی و وضعیت دارای اهمیت خاصی است که می‌تواند در تعیین خط مشی‌های کلان مرتبط با مؤلفه رشد اقتصادی اثرگذار واقع شود.

اثرات تسهیلات اعطایی قرض‌الحسنه

پرویز سعیدی در سال ۱۳۸۸، به ارزیابی نقش تسهیلات شبکه بانکی بر رشد و توسعه اقتصادی استان گلستان پرداخت. جامعه آماری این پژوهش همه بانک‌های فعال استان گلستان طی سال‌های ۱۳۷۷ تا ۱۳۸۵ (شامل ۱۱ بانک تجاری و تخصصی) بوده است. نتایج این مطالعه نشان داد که تسهیلات بانکی به عنوان مکمل سرمایه تولیدکننده می‌تواند نقش مهمی در سرمایه‌گذاری و رشد تولید در استان داشته باشد و ضریب مدل بیانگر آن است که ۱٪ افزایش در تسهیلات بانکی استان می‌تواند ارزش افزوده (رشد اقتصادی) استان را به میزان ۰/۲۷ درصد افزایش دهد. محمد نژاد و همکاران در سال ۱۳۹۴، با استفاده از روش‌های آزمون علیت گرنجری، آزمون تصحیح خطای برداری و آزمون ARDL به تحلیل روابط پویا میان اعتبارات بانکی و رشد اقتصادی در بخش‌های نفتی و غیرنفتی برای دوره ۱۳۷۰ الی ۱۳۸۹ که در این میان بیشترین رشد ناشی از تسهیلات اعطایی مربوط به بخش کشاورزی است، پرداختند. نتایج نشان داد که تسهیلات اعطایی، رشد اقتصادی در بخش غیرنفتی اقتصاد ایران را بیشتر تحت‌تأثیر قرار می‌دهد که در این میان بیشترین رشد ناشی از تسهیلات اعطایی مربوط به بخش کشاورزی است.

علوی در سال ۱۳۹۵، در خصوص سازوکار انتقال پولی در ایران مبتنی بر دیدگاه نئوکینزین‌ها مطالعه‌ای را انجام داده است. وی با استفاده از

معادله منحنی فیلپس تعمیم‌یافته، معادله تقاضای کل و معادله برابری غیرپوششی برای دوره زمانی ۱۳۴۰ تا ۱۳۸۰ و هم چنین به کمک روش اقتصادسنجی "خودرگرسیون میانگین متحرک انباشته" درمی‌یابد که مبنای نظری حاکم بر الگوسازی سازوکار انتقال پولی در ایران مبتنی بر دیدگاه نئوکینزین‌ها است.

تقوی و لطفی در سال ۱۳۹۶، در مقاله خود نشان دادند که نرخ ذخیره قانونی تأثیر منفی بسیار کمی بر نرخ رشد حجم سپرده بانک‌ها مانده تسهیلات اعطایی دارد. آنها به این نتیجه رسیدند که وجود مجرای سیاست پولی در ایران تأیید می‌شود، اما با توجه به ناچیز بودن آن می‌توان گفت سیاست پولی و کارکرد مجرای اعتباری عملاً فاقد کارایی است. شریفی رنانی، کمبجانی و شهرستانی در سال ۱۳۸۹، در تحقیق خود با عنوان "بررسی سازوکار انتقال پولی در ایران رویکرد خودرگرسیون برداری ساختاری" به بررسی کانال‌های نرخ ارز اعتباری و قیمت دیگر دارایی‌ها شاخص قیمت مسکن در ایران پرداختند. نتایج تجربی حاصل از تخمین روابط بین متغیرها با استفاده از رویکرد خودرگرسیون برداری ساختاری (SVAR) مبتنی بر داده‌های آماری فصل دوم سال ۱۳۸۸ تا فصل اول سال ۱۳۸۷ مورد بررسی قرار گرفت. نتایج تحقیق آنها گویای این واقعیت است که وقتی از نسبت قانونی به عنوان متغیر سیاستی استفاده شود هم در میان‌مدت و هم در بلندمدت کانال نرخ ارز مؤثرترین کانال در انتقال سیاست پولی بر تولید ناخالص داخلی اسمی بوده است. در مدل دیگری که بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی به عنوان متغیر سیاستی استفاده شده است در کوتاه‌مدت و میان‌مدت کانال شاخص قیمت مسکن مؤثرترین کانال در انتقال بوده است؛ ولی در بلندمدت هیچ یک از کانال‌ها در انتقال پولی نقشی نداشته‌اند.

کوتارلسی و همکاران در سال ۲۰۱۶، در ۲۴ کشور تحت مطالعه خود برای دوره ۱۹۷۳ الی ۱۹۹۶ و با تکنیک پانل دیتا شواهدی برای اثرگذاری معنادار تسهیلات بانکی بر توسعه مالی و رشد اقتصادی مشاهده نکردند. طاهیر و همکاران در سال ۲۰۱۵، با استفاده داده‌های سال‌های ۱۹۷۳ الی ۲۰۱۳ و تکنیک هم‌انباشتگی جوهانسن جوسیلیوس نشان دادند که تسهیلات بانکی اثر منفی بر رشد اقتصادی پاکستان داشته است. مطالعه‌ای در خصوص کانال اعتباری در هلند توسط لئودی هان به سال ۲۰۰۱ صورت گرفته است. این مطالعه یک تحلیل تجربی از نقش بانک‌ها در فرایند انتقال سیاست پولی در هلند ارائه می‌دهد. برای انجام این مطالعه از اطلاعات ترازنامه تعدادی از بانک‌های هلند در دوره ۱۹۹۰ الی ۱۹۹۷ استفاده شده است. توجه اصلی این تحقیق بر مجرای وام‌دهی و به عبارتی دیگر واکنش عرضه وام و تسهیلات به شوک‌های سیاست پولی بوده است. ایده اصلی تحقیق این بوده است که بعضی از بانک‌ها به دلیل این که می‌توانند کاهش منابع خود به دلیل افت حجم سپرده‌ها را با استفاده از شیوه‌های کم‌هزینه دیگری جبران کنند، از قابلیت بالاتری برای خنثی کردن اثرات سیاست پولی برخوردارند. نتیجه‌ای که از این تحقیق گرفته شده این است که مجرای وام‌دهی در هلند فقط در خصوص وام‌هایی که از تضمین دولتی برخوردار نیستند فعال است؛ زیرا بانک‌ها در مورد وام‌هایی که از تضمین دولت برخوردارند، رفتار متفاوتی در مقایسه با سایر وام‌ها از خود نشان می‌دهند، بر اساس این مطالعه معلوم شده است که اثرات منفی سیاست پولی انقباضی از نظر سرمایه

و نقدینگی بر بانک‌های کوچک‌تر بیشتر از بانک‌های بزرگ‌تر است. در این مطالعه هم چنین مشخص شده است که وام‌دهی به خانوارها به اندازه وام‌دهی به بنگاه‌ها تحت تأثیر سیاست پولی قرار نمی‌گیرند. در رابطه با حجم سپرده‌ها، بخصوص مورد تأثیر سیاست پولی سخت‌گیرانه بر حجم سپرده‌ها، نتایج حاصل از این تحقیق نشان می‌دهد سپرده‌های مدت‌دار به طور مثبت نسبت به سیاست‌های پولی انقباضی واکنشی نشان می‌دهد. این نتیجه غیرمنتظره می‌تواند ناشی از چگونگی عملکرد سیاست پولی در هلند در زمان اجرای آن باشد.

ماتوسک و سارانتیس در سال ۲۰۰۸، در مقاله خود پیرامون مجرای وام‌دهی بانک و انتقال پولی به این نتیجه رسیدند که در رابطه با مجرای وام‌دهی بانک در تمامی کشورها شواهدی موجود است؛ اما شدت آن در بین کشورها متفاوت است. آنها بیان می‌کنند که چنین به نظر می‌رسد اندازه بانک و نقدینگی بیش‌ترین نقش را در واکنش بانک‌ها نسبت به تغییرات سیاست پولی ایفا کنند. هم چنین آنها در مطالعه خود به بررسی عواقب کلان اقتصادی مجرای وام‌دهی بانک پرداختند و شواهدی دال بر ارتباط بین عرضه کل وام با فعالیت واقعی اقتصادی در کشورهای اروپای شرقی و مرکزی یافتند.

گانجی و یوان در سال ۲۰۰۹، در مقاله خود با عنوان سودآوری بانک و مجرای وام‌دهی بانک شواهدی از چین به این نتیجه رسیدند که اثر سیاست پولی بر وام‌دهی برای بانک‌های بزرگ‌تر و بانک‌هایی که سطح پایین‌تری از نقدینگی دارند ضعیف‌تر است و لزوماً واکنش آن بانک‌ها به سیاست پولی با توجه به سرمایه متفاوت نیست، به علاوه برای شناسایی واضح‌تر مجرای وام‌دهی بانک آنها آزمون کردند که آیا اثر سیاست پولی با توجه به سودآوری متفاوت است. نتایج بیانگر این هستند که بانک‌های سودآور حساسیت کمتری نسبت به سیاست پولی دارند؛ چون زمانی که انقباض سیاست پولی منجر به کاهش سپرده‌ها می‌شود بانک‌هایی که سودآوری کم‌تری دارند با هزینه بالاتر سرمایه مواجه خواهند شد.

نتیجه‌گیری

بانک‌ها به عنوان مهم‌ترین و اصلی‌ترین بخش از بازار پول در اقتصاد ایران، وظیفه مدیریت و تدارک نقدینگی و هدایت آن به سمت فعالیت‌های مولد تولیدی و سرمایه‌گذاری را دارا هستند، به طوری که بخش عمده نقدینگی جامعه باید توسط نظام بانکی کشور برای سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف اقتصادی، هدایت و مدیریت شود. از طرف دیگر قرض‌الحسنه در قرآن به معنی قرض دادن به خداوند آمده و امری مقدس ارزشمند معرفی شده که باعث کمک به نیازمندان و رفع معضلات اجتماعی می‌شود. بر این اساس نحوه کارکرد نظام بانکی در این حوزه از اهمیتی دوچندان برخوردار خواهد بود. بر این اساس نوع جهت‌گیری نظام بانکی ایران در راستای تحقق اهداف مبانی دین مبین اسلام و رشد اقتصادی دارای اهمیتی خاصی است که این مسئله باید مورد توجه خاص تصمیم‌سازان حوزه پولی و بانکی کشور واقع شود.

تسهیلات قرض‌الحسنه و غیر قرض‌الحسنه و افزایش آن اثرات مثبت طی سال‌های اخیر داشته است؛ بنابراین باهدف بهبود رشد اقتصادی بلندمدت توصیه می‌شود افزایش تسهیلات قرض‌الحسنه به عنوان یک متغیر اصلی در تابع هدف سیاست‌های پولی کشور لحاظ شود؛ بنابراین توصیه می‌شود سیستم تأمین مالی قرض‌الحسنه در برخی موارد جایگزین

سیستم تأمین مالی نظام بهره و یا سیستم مبتنی بر سود شود. مخارج مصرفی دولت در اقتصاد ایران بیش از حد ظرفیت کلی اقتصاد بوده و اثر منفی بر رشد اقتصادی بلندمدت داشته است. لازم به ذکر است افزایش بی‌رویه مخارج مصرفی به دلیل دامن‌زدن به بی‌انضباطی مالی دولت و تحت فشار قرارداد بودجه کشور می‌تواند اثر منفی بر رشد اقتصادی داشته باشد و به دلیل کاهش در پس‌انداز عمومی موجب کاهش سرمایه‌گذاری دولتی و به دلیل اثر جایگزینی و افزایش نرخ بهره اسمی و واقعی موجب کاهش سرمایه‌گذاری بخش خصوصی می‌شود. بر این اساس توصیه می‌شود باهدف کاهش مخارج مصرفی دولت اهدافی به صورت پلکانی و برای دوره‌های کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت اجرایی شود. بر این اساس توصیه می‌شود با رفع موانع نهادی پیش پای جریان تولیدی و بهره‌وری کشور (به خصوص بخش خصوصی) و ایجاد زیرساخت‌های عمومی لازم زمینه اثرگذاری هر چه مثبت‌تر و معنی‌دارتر متغیر سرمایه‌گذاری بر سایر متغیرهای کلان اقتصادی مهیا شود. اثر منفی نرخ‌های تورم بالا بر رشد اقتصادی در ایران پذیرفته شده، بنابراین توصیه می‌شود باهدف بهبود در رشد اقتصادی بلندمدت کاهش تورم به عنوان یک متغیر محوری در تحلیل‌های پولی وارد شود.

منابع و مآخذ

۱. سعیدی، پرویز (۱۳۸۸) "ارزیابی نقش تسهیلات شبکه بانکی در رشد اقتصادی" پژوهش‌نامه اقتصادی، صص ۱۶۷-۱۹۳.
۲. کمیجانی اکبر و هادوئی نیا، علی اصغر (۱۳۷۷) "قانون عملیات بانکی بدون ربا و کار، درآمدی بر جایگاه قرض‌الحسنه در اسلام و اثرات اقتصادی آن"، صص ۴۶-۱۳.
۳. کورنگ بهشتی، سیامک (۱۳۸۹) "عملکرد نظام بانکی ایران و قانون عملیات بانکداری بدون ربا"، بانک و اقتصاد، ش ۱۴، ۱۳۷۷، صص ۲۳۳-۲۵۴.
۴. حسینی، محمد (۱۳۸۹)، "رشد اقتصادی و مکانیزم‌های مؤثر بر آن یا تکیه بر تسهیلات قرض‌الحسنه"، اقتصاددانش، شماره دوم، پابی ۲۱ و ۲۰.
5. Tobechei F., Kevin, A. and Eyoghasim, M. (2016). Bank Lending and Output Growth in Nigeria. *Journal of Economics and Sustainable Development*. 7(7): 30-37.
6. Tahir, S. H.; Shehzadi, I.; Ali, I. and Ullah, M. R. (2015). Impact of Bank Lending on Levine, R. Finance and economic growth: Theory and evidence. In P. Aghion, & S. Durlauf (Eds.), *Handbook of Economic Growth*. The Netherlands: Elsevier Science.
7. McKinnon, R. I. (1973). *Money and Capital in Economic Development*, Washington, DC: Brookings Institution.
8. Bekaert, G., & Harvey, C. (2005). *Capital Markets: An Engine for Economic Growth*. The Brown Journal of World Affairs, 5, 33-53. 19.

(Endnotes)

- 1 - Supply leading hypothesis
- 2 - Schumpeter
- 3 - Goldsmith
- 4 - Shaw
- 5 - McKinnon



پرسش و پاسخ

مثل روال گذشته، قرار است هر ماه با طرح یک سؤال درباره موضوعات مختلف مثل موضوعات بانکی، کسب و کار، ارتباطات و... نظر همکاران بانک سامان را در رابطه با آن موضوع دریافت کنیم و از طریق انتشار پاسخها در این صفحه، بتوانیم کمک کنیم تا دانش و تجربه هر کدام از همکاران بانک سامان، به صورت روان تر جریان پیدا کند و به دست همه خوانندگان نشریه سامان برسد.

● و اما سؤال این ماه: به نظر شما، مناسب ترین رفتار در برخورد با مشتری عصبانی یا شاکی چیست؟

علی توسن - بانکدار فروش، شعبه نازی آباد

حفظ کردن آرامش و ارائه راه حل مناسب برای مسئله مشتری و یکی از مهم ترین اقدامات در این شرایط، درک کردن مشتری و تکان دادن سر به منظور اینکه به مشتری نشان دهیم به حرف هایش گوش می دهیم.

پهروز عنایتی کردآبادی - بانکدار فروش، شعبه زاینده رود

بشنو از نی چون شکایت می کند

امیر سروش - کارشناس عملیات بانکداری شرکتی، مدیریت بانکداری شرکتی

اصولاً قرار نیست با مشتری چه عصبانی و ناراحت و چه آرام و خوشحال برخورد کنیم. لغت برخورد همراه خودش بار منفی دارد. ما همواره تلاش می کنیم با مشتری تعامل کنیم. بزرگ ترین هدیه ای که کارکنان یک بانک می توانند به مشتریان خود بدهند چیزی جز آرامش نیست. مشتری عصبانی معمولاً برای عصبانیت و ناراحتی خود دلایلی دارد. قدم اول این است که مشتری بداند هدف، قضاوت در مورد درستی و یا نادرستی دلایل عصبانیت و ناراضایتی او نیست. همین که مشتری بتواند دلایل خود را بازگو کند تا حد زیادی مؤثر است. در گام بعد بهتر است نشان دهیم که در کنارش هستیم نه در نقطه مقابل. اگر به هر دلیلی امکان انجام خواسته مشتری وجود ندارد باید تلاش کنیم دلایل و مشکلات قانونی برای مشتری روشن شود. بیشتر مواقع پیشنهاد راه حل های جایگزین و مؤثر می تواند روی درخواست قبلی مشتری مؤثر باشد و خواسته مشتری را تا حد معقولی تعدیل نماید. در نهایت اگر هیچ کدام از راه حل های بالا

مؤثر نبود، کمک گرفتن از باتجربه ترهای شعبه می تواند گره گشا باشد.

علی شاه حسینی - بانکدار فروش، شعبه فلکه جهاد قم

اونچه که به تجربه به من ثابت شده: مشتری خشمگین رو هرگز خود کاربر نمیتونه آروم کنه... بهترین راه ورود شخص ثالث است مثل یکی از همکاران یا مسئولان شعبه

آرش آذین فر - بانکدار فروش، شعبه آمل

وقتی با یک مشتری عصبانی روبرو می شویم، با وجود رفتار وی، همیشه از لبخند و ارتباط چشمی استفاده کنیم و در دست دادن پیش قدم شویم تا به او نشان دهیم که مشتاق تعامل هستیم و تمام تلاش را برای حل نگرانی هایش می کنیم. بعد به آرامی به ایشان می گوییم که ناراحتی شما را درک می کنم و بسیار متأسفم و بگذارید ببینم چه کاری از دستم برمی آید. با تکان دادن سر و یادداشت برداری هنگام صحبت کردن با وی، به مشتری عصبانی نشان می دهیم که با دقت به حرف هایش گوش فرامی دهیم. با قطع نکردن حرف هایش، به او اجازه می دهیم ناراحتی هایش را بیان کند. بیان کردن مسئله برای مشتری عصبانی نشان می دهد که شما به او گوش می دهید و توجه می کنید و همچنین خودمان نیز مطمئن می شویم که مشکل چیست تا سوء تفاهمی پیش نیاید. برای این که گفت و گوی ما با مشتری عصبانی را به درستی پایان دهیم، صمیمانه از او برای مطرح کردن نگرانی هایش قدردانی کنیم. هدف ما عرضه بهترین خدمات بانکی است و هر بازخوردی در این زمینه کمکمان می کند. همچنین برای تثبیت و استحکام رابطه مان با مشتری ناراحت و عصبانی تا چندین روز او را پیگیری کنیم تا مطمئن شویم که از راه حلی که ارائه دادیم، راضی است.



خسته از تصمیم!

برای این که «خستگی تصمیم» دیرتر رخ بدهد، تاحدامکان خود را در معرض تصمیم‌گیری‌های کم‌اهمیت قرار ندهیم. راهش این است که درباره برخی چیزها، یک تصمیم ثابت بگیریم. به عنوان مثال، به جای این که هر روز تصمیم بگیریم امروز چه غذایی درست کنیم، یک برنامه هفتگی یا ماهانه تدوین کنیم و از قید تصمیمات روزمره خلاص شویم و انرژی مغزمان را ذخیره کنیم.

یا یک مدیر می‌تواند جلسات خود را فقط در روزهای چهارشنبه برگزار کند و هر که از او وقت بخواهد، به جای این که فکر کند و درباره زمان جلسه با او تصمیم بگیرد، روز چهارشنبه را با او وعده کند. یا یک پدر روز خاصی را در هفته، برای بیرون بردن بچه‌ها در نظر بگیرد و... (هر کسی می‌تواند به فراخور زندگی‌اش، چند مورد را مشمول یک تصمیم واحد کند و از تصمیم‌گیری‌های متعدد راحت شود)

۲- تصمیمات مهم را «صبح» بگیریم. یادمان باشد که هر چه از روز می‌گذرد، به «خستگی تصمیم» بیشتر نزدیک می‌شویم.

۳- وقتی گزینه‌های قابل انتخاب برای تصمیم‌گیری زیاده‌تر باشد، «خستگی تصمیم» نیز بیشتر می‌شود.

اگر برای خرید کاغذ دیواری به خیابانی که بورس کاغذ دیواری است برویم، در ده‌ها فروشگاه، صدها طرح می‌بینیم و تعدد گزینه‌ها ما را سردرگم می‌کند. در واقع ما بعد از دیدن ده‌ها طرح اولیه، دچار «خستگی تصمیم» می‌شویم و بعد از مدتی یکی از طرح‌ها را نه از سر شوق و علاقه که به‌خاطر «خستگی تصمیم» و گریز از ادامه این روند انتخاب می‌کنیم.

۴- یکی از راه‌های مواجهه منطقی با تعدد گزینه‌ها، این است که به جای آنکه مثلاً ۱۲ گزینه را یک‌جا بررسی کنیم و به یکی برسیم، آن‌ها را به چند گروه کوچک‌تر تقسیم کنیم و سه تا سه تا بررسی کنیم تا به انتخاب نهایی برسیم.

۵- وقتی دچار «خستگی تصمیم» هستیم، تصمیم نگیریم؛ فرصتی به مغز دهیم تا خود را بازسازی کند. کمی استراحت و خوردن اندکی غذا که گلوکز مغز را تأمین کند، می‌تواند «خستگی تصمیم» را کاهش دهد. نیم ساعت خواب در وسط روز نیز می‌تواند در جلوگیری از خستگی تصمیم مؤثر باشد.

۶- انسان‌های کمال‌گرا که می‌خواهند بهترین خروجی را داشته باشند، بیش از بقیه دچار خستگی تصمیمات می‌شوند.

منبع: گاهنامه مدیر

همان گونه که عضلات ما بعد از کارکردن زیاد، خسته می‌شوند، مغز نیز بعد از تصمیم‌گیری‌های متعدد در طول روز، دچار خستگی می‌شود که به آن، خستگی ناشی از تصمیم (Decision fatigue) می‌گویند.

ما مدام در حال تصمیم‌گیری هستیم و با هر تصمیمی، یک قدم به «خستگی تصمیم» نزدیک می‌شویم. هر چند همه تصمیم‌ها بزرگ و حیاتی نیستند؛ ولی هر کدامشان، به سهم خود بخشی از انرژی مغزمان را می‌گیرند: از انتخاب بین دو نوع خمیردندان برای مسواک صبحگاهی و تصمیم‌گیری درباره این که امروز چه بپوشم و انتخاب درجه حرارت بخاری یا کولر ماشین و انتخاب موسیقی برای شنیدن و برداشتن یک نوع پنیر از قفسه پنی‌های سوپرمارکت تا تصمیم‌گیری درباره نحوه برخورد با خطای فرزند و انتخاب بین چند گزینه برای سرمایه‌گذاری و مهاجرت و... همه و همه تصمیم‌گیری هستند. نکته جالب توجه این که ما بعضی تصمیم‌گیری‌ها را عموماً تصمیم‌گیری نمی‌دانیم. مثلاً برای بالا رفتن از یک برج که دارای ۳ آسانسور است، وقتی دکمه یکی از آن‌ها را می‌فشاریم، در واقع، تصمیم گرفته‌ایم، هر چند که آن را در زمره تصمیمات روزانه نیاوریم. افرادی که کار و زندگی‌شان به گونه‌ای است که باید مدام تصمیم بگیرند، بیش از بقیه در معرض «خستگی تصمیم» قرار دارند. در یک تحقیق در آمریکا، تعدادی قاضی که باید درباره عفو زندانیان تصمیم‌گیری می‌کردند، مورد بررسی قرار گرفتند. مشخص شد که آن‌ها در ابتدای روز، پرونده‌ها را بهتر بررسی می‌کنند و افراد بیشتری را مشمول عفو می‌دانند، ولی هر چه به پایان روز نزدیک می‌شوند، افراد کمتری را عفو می‌کنند. پرونده‌ها کمابیش یکسان بودند و قضات نیز ثابت. آنچه در ساعات پایانی روز تغییر کرده بود، پدیدار شدن حالت «خستگی تصمیم» بود که هنگام صبح وجود نداشت.

رولف دوبلی در کتاب «هنر خوب زندگی کردن» می‌گوید: وقتی مغز به‌خاطر تصمیم‌گیری‌های متعدد خسته می‌شود، معمولاً سر راست‌ترین تصمیمات را می‌گیرد که عمدتاً هم «بدترین» است.

چه کنیم؟

۱- وقتی از مارک زاکربرگ بنیان‌گذار و مدیر فیس‌بوک پرسیدند چرا همیشه یک نوع تیشرت می‌پوشی؟ پاسخ داد: نمی‌خواهم هر روز صبح درگیر تصمیم‌گیری درباره این که کدام لباس را بپوشم شوم. او با این کار در واقع، یکی از تصمیمات صبحگاهی‌اش را حذف و انرژی آن را برای تصمیم‌گیری‌های مهم‌تر کاری، ذخیره می‌کند. خانم انگلا مرکل صدراعظم سابق آلمان هم از این روش استفاده می‌کرد و بیشتر یک نوع لباس می‌پوشید. استیو جابز نیز همین گونه بود.

مدیران بزرگ چگونه کارکنانشان را ارتقا می دهند؟

بسیاری از مدیرانی که با پیروی از تفکر سنتی اقدام به ارتقای کارکنان می کنند، معمولاً دچار سه تفکر نادرست در این زمینه می شوند که مدیران بزرگ و موفق با زیرکی، دچار این سه تصور اشتباه نمی شوند.



۱. تصور نادرست اول:

عبور از پله های بالاتر در نردبان ترقی از عهده هر کسی که پله های پایین تر را پشت سر گذاشته است برمی آید و با آموزش های جدید می توان آن فرد را به پیمودن پله های بالاتر هدایت کرد. مدیران بزرگ با این نظر کاملاً مخالف اند و معتقدند پیمودن یک پله از نردبان ترقی لزوماً به معنای آمادگی صددرصدی برای پیمودن پله های بالاتر نیست؛ چراکه به استعدادها، مهارت ها و دانش گسترده تری نیاز است که برای خیلی ها، داشتن یا کسب آنها امکان پذیر نیست.

۲. تصور نادرست دوم:

این تصور زیان بار در قالب سیستم های سنتی ارتقای کاری، این است که تنها با رسیدن به پله های بالاتر نردبان ترقی می توان پرستیژ و اعتبار بیشتری برای خود کسب کرد که این تفکر، همه کارمندان حتی خودآگاه ترین افراد را نیز دچار این وسوسه می کند که به سمت ارتقا، آن هم به هر قیمت ممکن گام بردارند.

این در حالی است که پست های عالی و بالاتر از نظر تعداد، بسیار محدود هستند و هنگامی که همه برای رسیدن به آنها گام بردارند، به طور حتم، بسیاری از افراد در این راه ناکام خواهند ماند و فقط افراد محدودی موفق به ارتقایافتن خواهند شد که این مسئله عامل بروز اختلاف و تعارض در بسیاری از سازمان ها است.

مدیران بزرگ برای جلوگیری از شکل گیری چنین تعارضی، راه حل فوق العاده ای دارند و آن فراهم آوردن حداکثری پرستیژ و احترام برای اغلب یا همه کارکنان است. به طور واضح، در چنین شرایطی افراد به خاطر کسب احترام و اعتبار صرفاً به دنبال ارتقای پست و مقامشان نخواهند بود. مدیران بزرگ به گونه ای عمل می کنند که هر کدام از افراد خود را قهرمان بلامنازع در ایفای همان نقش هایی می بینند که در حال انجامش هستند.

۳. تصور نادرست سوم:

خطرناک ترین تصور در این میان، به واسطه این فرض نادرست شکل می گیرد که برخورداری کارمندان از تجربیات بیشتر و متنوع تر موجب جذاب تر به نظر رسیدن آنها از نظر دیگران خواهد شد و سایر بخش ها یا سایر شرکت ها برای تصاحب و به کارگیری این افراد سرودست خواهند شکست.

شیوع این تفکر در میان کارکنان می تواند آنها را به کاسبانی تبدیل کند که همیشه منتظرند تا برای تصدی پست های بالاتر دعوت شوند. مدیران بزرگ به هیچ عنوان چنین عقیده ای را نمی پذیرند، به عقیده آنها شکار مهارت ها و تجربیات بازاری نمی تواند و نباید موتور محرکه و بالابرنده نردبان ترقی باشد و نباید به آن تکیه کرد.

این در حالی است که مدیران بزرگ به خوبی می دانند که قبل از هرگونه ارتقای کارکنان باید با دقت به این مسئله اندیشید که آیا افراد دارای استعداد پست و مقامی که قرار است به آن ارتقا یابند، هستند یا نه و در صورتی که پاسخ به این سؤال مثبت بود، با در نظر گرفتن سایر جوانب نسبت به این کار اقدام کرد؛ چراکه ارتقاندن افراد به خاطر عدم برخورداری از استعدادهای لازم بسیار بهتر از ارتقای کورکورانه و چالش برانگیز آنها به خاطر انگیزه بخشی و لیاقت در نقش کنونی است.

مدیران بزرگ، صحنه شرکت را به گونه ای می چینند که در آن مسیرهای متعددی برای کسب احترام و منزلت بیشتر و کیفیت کاری مطلوب تر وجود دارد. چه بسیار شرکت هایی که تحت هدایت مدیران موفقی قرار دارند و در آنها یک کارگر ساده اما ماهر و کارآمد، حقوقی بیشتر از مافوق خود دریافت می کند و مورد احترام همه قرار دارد. یا منشی کاربلد و با سابقه ای که به عنوان جانشین رئیس یا مدیر برنامه های او شناخته می شود، نفوذی عجیب در شرکت دارد.

منبع: کتاب Great Managers Break The Rules

معرفی خدمات بانک سامان به بنگاه‌های کوچک و متوسط



- هدایت بازار غیررسمی به بخش مولد اقتصاد
- تجمیع پس‌اندازهای خرد
- اجرای ایده‌های خلاق و کارآفرین در اقتصاد
- رشد صادرات

کدام بنگاه‌ها در این دسته می‌گنجند؟

با پیدایش ادبیات مربوط به بنگاه‌های کوچک و متوسط، کشورها عمدتاً بر مبنای تعداد کارکنان این بنگاه‌ها را دسته‌بندی می‌کردند، اما اکنون اکثر کشورها - به‌خصوص کشورهای توسعه‌یافته - بنگاه‌ها را بر اساس تلفیقی از شاخص‌های ارائه شده در جدول ۱ دسته‌بندی می‌کنند. اما در ایران تعریف واحد و رسمی از بنگاه‌های کوچک و متوسط موجود نیست؛ همچنین همه تعاریف موجود از طرف سازمان‌های رسمی بر مبنای تعداد کارکنان ارائه شده است.

باتوجه به اهمیت بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط در توسعه پایدار، مجمع عمومی سازمان ملل، روز ۲۷ ژوئن (۶ تیرماه) را روز بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط (Micro-, Small, and Medium-sized Enterprises Day) نام‌گذاری کرده است.

بر اساس آمارهای منتشر شده از سوی سازمان ملل، در حال حاضر ۹۰ درصد بنگاه‌ها، ۶۰ تا ۷۰ درصد اشتغال و ۵۰ درصد تولید ناخالص داخلی در سطح جهانی به بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط مربوط است. نگاهی دقیق‌تر به جایگاه و کارکردهای بنگاه‌های کوچک و متوسط نشان می‌دهد این بنگاه‌ها به‌عنوان موتور محرکه رشد اقتصادی در کشورها نقش آفرین هستند. از مهم‌ترین کانال‌هایی که بنگاه‌های کوچک و متوسط از طریق آنها بر اقتصاد اثر می‌گذارند عبارت‌اند از:

- کاهش نرخ بیکاری و خلق فرصت‌های شغلی جدید

جدول ۱ - تعریف بنگاه‌های کوچک و متوسط در سازمان‌های بین‌المللی

سازمان	حداکثر تعداد کارکنان (نفر)	حداکثر درآمد یا گردش مالی (دلار)	حداکثر دارای (دلار)
بانک جهانی	۳۰۰	۱۵,۰۰۰,۰۰۰	۱۵,۰۰۰,۰۰۰
بانک توسعه قاره آمریکا	۱۰۰	۳,۰۰۰,۰۰۰	-
برنامه توسعه سازمان ملل	۲۰۰	-	-

جدول ۲ - تعریف بنگاه‌های کوچک و متوسط در ایران

نام سازمان	تعریف بنگاه
وزارت صنعت، معدن و تجارت	بنگاه‌های با کمتر از ۵۰ نفر کارکن: بنگاه کوچک و متوسط
مرکز آمار ایران	بنگاه‌های با کمتر از ۱۰ نفر کارکن: بنگاه خرد بنگاه‌های با ۱۰ تا ۴۹ نفر کارکن: بنگاه کوچک بنگاه‌های با ۵۰ تا ۹۹ نفر کارکن: بنگاه متوسط بنگاه‌های با بیشتر از ۹۹ نفر کارکن: بنگاه بزرگ
وزارت جهاد کشاورزی	بنگاه‌های با کمتر از ۵۰ نفر کارکن: بنگاه کوچک و متوسط
سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی	بنگاه‌های با ۵ تا ۵۰ نفر کارکن: بنگاه کوچک و متوسط
اداره آمار بانک مرکزی ج.ا.ی.	بنگاه‌های با کمتر از ۱۰ نفر کارکن: بنگاه خرد بنگاه‌های با ۱۰ تا ۴۹ نفر کارکن: بنگاه کوچک بنگاه‌های با ۵۰ تا ۹۹ نفر کارکن: بنگاه متوسط بنگاه‌های با ۱۰۰ نفر کارکن و بیشتر: بنگاه بزرگ

لوازم‌پدکسی و...) حداکثر به میزان ۸۰ درصد نقدینگی موردنیاز بنگاه‌ها تسهیلات سرمایه در گردش پرداخت می‌کند.

گشایش اعتبار اسنادی ریالی

بانک سامان در راستای تسهیل خرید کالا و خدمات بنگاه‌های خرد و متوسط نسبت به گشایش اعتبار اسنادی داخلی ریالی برای متقاضیان اقدام می‌کند.

تنزیل اعتبار اسنادی

تنزیل اعتبار اسنادی در قالب تسهیلات خرید دین انجام می‌شود که به موجب آن بانک دین مدت‌دار بدهکار را کمتر از مبلغ اسمی آن و به صورت نقد از داین خریداری می‌کند.

صدور حوالجات ارزی

بانک سامان به تقاضای این بنگاه‌ها و از طریق کارگزاران بین‌المللی نسبت به صدور حوالجات و بروات ارزی جهت واردات کالا و خدمات این شرکت‌ها اقدام می‌کند.

تسهیلات خرید ارز

در صورتی که بنگاه‌ها به منظور صدور حوالجات ارزی خود دارای منابع مالی کافی برای خرید ارز نباشند بانک سامان اقدام به تأمین مالی مشتریان می‌کند.

ضمانت‌نامه

بانک سامان امکان صدور انواع ضمانت‌نامه از قبیل شرکت در مناقصه و مزایده، حسن انجام کار، پیش‌پرداخت، کسور وجه‌الضمان و... را در حداقل زمان ممکن برای متقاضیان فراهم آورده است.

منابع:

وبسایت سازمان ملل متحد
مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی
مدیریت جذب و فروش بانک سامان
مدیریت اعتبارات خرد و صنفی بانک سامان

تعریف بنگاه‌های کوچک و متوسط در بانک سامان نیز کاملاً منطبق بر تعریف بانک مرکزی است؛ بنگاه کوچک، بنگاهی است که تعداد کارکنان آن کمتر از ۵۰ نفر است و بنگاه متوسط نیز بنگاهی با تعداد کارکنان بین ۵۰ تا ۱۰۰ نفر است.

بانک سامان و SMEها

در بانک سامان نیز به منظور تعیین متولی مشخص در حفظ تعامل با بنگاه‌های کوچک و متوسط و جذب این گروه، تفکیکی در سطح پاسخگویی به نیازهای ایشان در بانک سامان صورت گرفته است که با امعان نظر به شاخص‌هایی مثل سودآوری، تداوم کسب‌وکار و مرتبط بودن این بنگاه‌ها با رفع نیازهای اساسی و حیاتی، گروه هدفی از این بنگاه‌ها در بسته اعتبارات خرد و صنفی پیش‌بینی شده است که به موازات اهداف استراتژیک بانک سامان در سال ۱۴۰۴ است.

در راستای برنامه استراتژی سال ۱۴۰۴، مدیریت جذب و فروش بانک سامان علاوه بر افزایش تعدادی مشتریان خود از این گروه، کسب سهم مناسبی از منابع و مصارف خود را در دست برنامه‌ریزی دارد تا بتواند با رفع دغدغه‌های حداکثری این بنگاه‌ها، در مسیر تحقق اهداف استراتژیک بانک قدم بردارد. بر همین اساس و به منظور تقویت بنیه‌های مالی بنگاه‌های کوچک و متوسط و همچنین رفع نیازهای مختلف این گروه از بنگاه‌ها، بانک سامان خدمات متنوعی را به بنگاه‌های کوچک و متوسط عرضه می‌کند که برخی از مهمترین این موارد در زیر اشاره شده است:

تسهیلات مشارکت مدنی بابت تأمین بخشی از سرمایه در گردش

بانک به منظور رونق بخشیدن به کسب‌وکار بنگاه‌های خرد و متوسط و همچنین به منظور تأمین نقدینگی و مخارج کوتاه‌مدت شرکت‌ها (مانند پرداخت حقوق و دستمزد کارکنان، هزینه‌های جاری، خرید مواد اولیه،



تأمین مالی و ارزیابی فعالیت‌های بازاریابی

۱. تأمین مالی و ارزیابی در مفهوم بازاریابی دیجیتال

"نیمی از بودجه‌ی بازاریابی من هدر می‌رود، فقط نمی‌دانم کدام نیمه"

جان وانامیکر (John Wanamaker, Wikipwdia)

عبارت بالا، نقل قول مشهوری است که به ارزیابی برنامه‌های بازاریابی مربوط می‌شود. این نظر به‌عقین در چند دهه پیش حقیقت داشت، هنگامی که اثربخشی اداره بازاریابی در سازمان‌ها مانند امروز جا نیفتاده بود و این حوزه به میزان بسیار زیادی مدیون دیجیتال است که توانسته است میزان تخصیص (نقش) و پاسخ‌گویی فعالیت‌های بازاریابی را در سود و زیان شرکت‌ها کاملاً آشکار سازد. در این فصل، ما به این موضوع می‌پردازیم که چگونه فعالیت‌های بازاریابی می‌تواند مورد ارزیابی واقع شود و نیز چگونه می‌توانیم پیوندی بین این فعالیت و یک الزام تجاری برقرار سازیم. تهیه و تنظیم و تأیید بودجه گام بسیار مهمی در رسمی کردن تعهد کسب‌وکار به یک راهبرد مطلوب محسوب می‌شود. این مرحله کلیدی در فرایند برنامه‌ریزی سالانه کسب‌وکار و فرصتی برای مروری به راهبرد سال گذشته است و آنچه باید تقویت، حذف یا تطبیق داده شود تا برای دستیابی به اهداف سال بعد در نظر قرار گیرند. تدوین یک برنامه مالی، نیمی از نبرد است. ساختاربندی کردن آن برای تأیید

رسمی آن نیز نیمی دیگر است. این نیازمند داشتن دیدی گسترده‌تر از اهداف راهبردی است که باید به آن‌ها دست یافت و پذیرش این واقعیت که منابع کمیاب چگونه باید برای حداکثر بهره‌برداری تخصیص یابند. یک برنامه معمولی شامل موارد زیر است:

- ۱- تعیین هدف غایی (اهداف و مقاصد کسب‌وکار)
 - ۲- پیش‌بینی مبتنی بر فرضیات (روندهای کلیدی و پیش مشتری)
 - ۳- منابع لازم (مبتنی بر مالی، نیروی انسانی و زمانی)
 - ۴- معیارهای موفقیت (ردیابی و اندازه‌گیری)
 - ۵- اقتضائات (کنترل‌ها و مدیریت ریسک)
- برای بازاریابان دیجیتال، تاکنون مشاهده کرده‌ایم که چگونه رفتارها و فناوری‌های در حال تغییر دارای اثر تخریبی بر بخش بانکداری خرد است. همان‌طور که سفرهای مشتری از کانال‌های برخط و برون‌خط عبور می‌کند، بازاریابان دیجیتال نقش راهبردی فزاینده‌ای را در هماهنگی و اجرای برنامه‌های یک پارچه‌ای ایفا می‌کنند که مشتری‌محور هستند. این مقیاس می‌تواند شامل موارد زیر باشد:
- چندکانالی، شامل نقاط تماسی که شخصی و اکتسابی هستند.
 - چند اداره، شامل تحقیق بازار، خدمات مالی و حتی خدمات مشتری. و

- چندساله، برای ارائه پس اندازهای با منفعت / هزینه کامل.

در نتیجه، منصفانه است اگر بگوییم که برنامه ریزی بودجه، فرایندی چندرشته‌ای است که همان اندازه که بر «برنامه ریزی» تأکید فراوان دارد، به همان میزان نیز برای «بودجه» اهمیت قائل است.

۲. تأمین مالی فعالیت‌های بازاریابی دیجیتال

اساس هر برنامه ریزی موفق بازاریابی، درک و شناخت از اهداف نهایی کسب و کار مورد نظر است. اهداف نهایی اجازه می‌دهد سازمان‌ها ساختار و هم‌سویی را در سرتاسر سازمان کسب کنند. اغلب آن‌ها قابل اندازه‌گیری هستند. با وجود این، گاهی ممکن است به شکل‌هایی درآیند که جایی برای تفسیر باقی می‌گذارند. برای مثال، «آرزوی ما این است که ما انتخاب نخست خانواده‌های جوان در زمینه خدمات شخصی مالی باشیم» این نامشخص بودن و ابهام در تبیین روشن اهداف می‌تواند به درک اشتباه بینجامد؛ در اینکه چه چیزی و در چه زمانی باید به دست آید؟

۲-۱- تعیین هدف:

در نتیجه از آغاز، مرور کلیه اهداف و روش‌های اکتشافی مانند چهارچوب هدف اسمارت (SMART) سودمند است که مطمئن شوند این‌ها هرچه زودتر با صاحبان/ تأییدکنندگان بودجه هم‌سو و هماهنگ هستند. چهارچوب اسمارت با طرح پرسش‌های زیر موجب تمرکز و تصریح در هدف می‌شود:

- آیا مشخص (Specific) است؟ آیا به قدر کافی جزئی و تفصیلی است؟ برای مثال، خانواده‌های جوان با فرزندان بین دو تا هشت سال که در لندن زندگی می‌کنند.

- آیا قابل اندازه‌گیری (Measurable) است؟ آیا معیارهای کمی/ کیفی را می‌توان اعمال کرد؟ برای مثال، ارتقای امتیازهای ارزش ویژه برند از ۲۰ درصد به ۲۲ درصد.

- آیا قابل اجراست (Actionable)؟ آیا منابعی وجود دارد که آن را پشتیبانی کند؟ برای مثال، تعداد نیروهای گروه تکمیل است.

- آیا واقع‌گرایانه (Realistic) است؟ آیا می‌تواند انجام شود؟ برای مثال، بر مبنای بهبود ارزش ویژه برند به میزان ۱/۵ درصد در سال گذشته، ۲ درصد رشد واقعی است.

- آیا زمان‌مند (Timebound) است؟ آیا محدودیت مهلت در تعجیل در اقدام وجود دارد؟ برای مثال، طی ۱۸ ماه آینده انجام خواهد شد.

در انجام دادن ارزیابی، در صورتی که اهداف نهایی واقع‌گرایانه باشند، بازاریابان دیجیتال ممکن است فرضیات پایه‌ای را در رابطه با منابع و بودجه در اختیار نیاز داشته باشند. روش‌های متعددی برای برآورد بودجه وجود دارد که ممکن است به کار گرفته شود:

۱- بودجه‌های تاریخی: میزان بودجه‌ای که سال گذشته تأیید شده بود و در نظر گرفتن آنچه حاصل شد.

۲- رویکرد مبتنی بر هزینه: که هزینه‌ها را برای کلیه فعالیت‌های بازاریابی محاسبه می‌کند. مانند در اختیار نداشتن همه قیمت‌ها از تأمین‌کنندگان برای تکمیل هزینه‌یابی دقیق.

۳- درصدی از درآمد

۴- رقابت‌گرا: نگاه به میزانی که رقبا خرج می‌کنند. در مثال دستیابی به اولویت‌های خانواده‌های جوان، این ممکن است در برگیرنده کار با سازمان‌های بازاریابی باشد برای درک میزانی که رقبا احتمالاً نسبت به گذشته خرج می‌کنند تا به رشد ۲ درصد افزایش دست یابند.

۵- ارائه مبتنی بر ارزش: این مورد، به برنامه ریزی از پایین به بالا نگاه می‌کند که بودجه‌ها بر مبنای درخواست‌های ادارات مطابق با میزان رشد مورد نظرشان تخصیص می‌یابد. محدودیت‌های این روش شامل سوگیری به سمت اهداف بلندپروازانه است تا واقع‌گرایانه. یک گزینه جایگزین، به کارگیری «روش دو گانه (هیبرید)» است. استفاده از گزینه‌های آمیخته و ترکیبی برای دستیابی به محدوده‌هایی از بودجه و در عین حال استفاده از بودجه‌های تاریخی، نیازهای کاری (وظیفه‌ای) و عوامل خارجی.

۲-۲- پیش‌بینی مبتنی بر فرضیات:

مرحله بعدی، شناسایی فرصت‌های مربوط از پژوهش‌های به عمل آمده گذشته و کمی‌سازی محرک‌های رشد است. در اینجا فرضیاتی در تمام روندها و بینش‌های مرتبط در نظر گرفته می‌شود تا آثار و تبعات مورد انتظار تأمین هدف مشخص شود. برای مثال:

جدول ۵-۱. نمونه‌ای از پیش‌بینی مبتنی بر فرضیات

اهداف کسب و کار	آمار واقعی	فرضیات	محرک رشد
رشد سهام بازار بانکداری خرد میان کاربران جدید از ۵/۱ به ۵/۲ درصد منتهی به پایان سال ۲۰۱۸ ۱/۱ درصد افزایش = ۵۰ هزار کاربر	سال گذشته ۵۰۰ هزار حساب جدید افتتاح شد و ۴۰ درصد کاربران جدید با دستگاه موبایل خود وارد و ثبت‌نام کردند، با ۸ درصد افزایش از سال پیش از آن	با فرض رشد خطی، ما انتظار ۴۸ درصد افزایش در شمار کاربر جدید از طریق موبایل داریم. کار پیشی نشان می‌دهد که حرفه‌ای‌های جوان همه چیز را از حد می‌گذرانند به دلیل اینکه آن‌ها خواهان استفاده حداقلی از شعبه و مشتاق کنترل بیشتر هستند. تحقیقات کیفی نشان می‌دهد آن‌ها اشتیاق زیاد به ابزارهای مدیریت پول برای کمک به پس‌انداز دارند.	XLPPV%۵۰۰۰۰X۴۸)) ۲۴۰۰۰۰ کاربر جدید با موبایل به دنبال ابزارهای مدیریت پول هستند. اگر اجرایی شود و به اطلاع عموم برسد ممکن است ۵۰۰۰۰ کاربر دیگر اضافه شود. (۲۰ درصد بیشتر)

۲-۳- هم‌سویی ذی‌نفعان به‌اضافه منابع:

"تأمیل به هماهنگی وقت، استعداد و خزانه، امر کلیدی در فرایند به شمار می‌رود" (Sevier: ۲۰۰۴).

بودجه‌های پیشنهادی معمولاً چیزی بیش از فقط اعداد و ارقام است. آن‌ها اولویت‌های اداره را در قالب اهداف کسب‌وکار منعکس می‌کنند، ارزش کسب‌وکاری را که همراه با معیارهای موفقیت باید خلق کنند، معین می‌سازند و درخواست‌ها را برای منابع رسمیت می‌بخشند (تأییدیه با تعهدات سازمانی مانند سفارش‌های خرید).

با توجه به افزایش تأمیل مشتریان بانکداری خرد به تعویض و جابه‌جایی بین کانال‌ها، بازاریابان دیجیتال لازم است موارد ذیل را در نظر بگیرند:

۱- نقش و اهمیت هر کانال
۲- تأثیر بر اداراتی که مسئولیت این کانال‌ها را برعهده دارند و بر آن‌ها متکی هستند.

۳- بازده احتمالی سرمایه‌گذاری از اعمال محرک‌های رشد.
این فرایند ممکن است کار با چند گروه را در برگیرد مانند:
- توسعه و تدوین بینش: برای تجزیه و تحلیل‌هایی که بازده هر کانال را مشخص می‌کند.

- سازمان‌های خارجی: برای ارائه داده‌های محک‌زنی، به‌ویژه برای کانال‌ها/تبلیغات جدید

- امور مالی: برای حمایت از مدل‌سازی پیچیده یا شفافیت بودجه‌های هم‌پوشان در ادارات

- خدمات مشتری: برای کمی‌سازی تأثیر شعبه آفلاین بر مواد آموزشی و نقطه فروش

- فناوری اطلاعات/حقوقی: برای شفافیت هزینه‌ها و تبعاتی که برای جمع‌آوری، تحلیل و ذخیره‌سازی داده‌ها دارد.

مطالعه موردی: تسکو (Tesco)

در اوایل ۲۰۱۱ میلادی، یک حرکت قابل توجه، افزایش استفاده از تلفن‌های هوشمند در کره جنوبی بود که، با تقریباً ۲۵ درصد جمعیت به چنین تلفن‌ها و خریدگرددی برخست مجهز شده بودند.

تسکو در کره جنوبی با عنوان هوم‌پلاس (HomePlus) فعالیت می‌کند. هدف اصلی هوم‌پلاس رسیدن به جایگاه نخست در خرده‌فروشی مواد غذایی (از رتبه دوم) بدون افزایش در تعداد فروشگاه بود.

هوم‌پلاس فروشگاه‌های مجازی در ایستگاه‌های مترو راه‌اندازی کرد و از تصاویر محصولات خود در قفسه‌ها استفاده کرد که به مشتریان اجازه می‌داد تا با استفاده از گوشی‌های تلفن همراهشان با اسکن کردن رمزینه‌های کیو آر (واکنش سریع: QR-Quick Response Codes) برای اضافه‌کردن محصولات به سبد کالای برخست خود با تحویل فوری به مشتری به‌محض رسیدن به منزل بهره ببرند. نتیجه این بود که مشتریان درحالی‌که در انتظار رسیدن قطار بودند توانستند خرید کنند، بدون اینکه به فروشگاه‌های مراجعه کنند. با این کارزار، ۱۰۲۸۷ کاربر با تلفن هوشمند از فروشگاه خرید کردند و تعداد اعضای جدید هوم‌پلاس ۷۶ درصد افزایش یافت (نگاه کنید به: <http://www.youtube.com/watch?v=fGaVFRzTTP4>).

پیاده‌سازی این کارزار نیازمند مدیریت پروژه چندمنظوره شامل طراحی فروشگاه مجازی، کار روی اپلیکیشن موبایلی، تجربه کاربر، اسکن، عکاسی و یک‌پارچگی دیجیتال با سامانه انبارداری و تأمین تسکو بود. این اقدام مبتکرانه موجب شد تا سهم بازار میزان خرید مواد غذایی برخط هوم‌پلاس به جایگاه نخست برسد. این اقدام، مسافران روزانه‌ای را هدف قرار داد که برای خریدهای روزمره خود وقت نداشتند. برای رفع این مشکل، هوم‌پلاس فروشگاه را نزد آن‌ها آورد. این پروژه بدون برنامه‌ریزی مالی موفق و تعهد میان - اداره‌ای برای پیاده‌سازی بی‌نقص، امکان‌پذیر نبود.

پیاده‌سازی پروژه‌های این‌چنینی نیازمند این است که بازاریابان دیجیتال، فناوری‌هایی را که با آن‌ها آشنایی ندارند، کشف، آزمون و خطا و پیاده کنند و سازمانشان را به تلاش برای رشد بیشتر تحریک و تشویق کنند (Didnet: ۲۰۱۵).

چه درسی می‌توان از این ماجرا آموخت؟

در بطن این رویکرد، یک روش جدید و مبتکرانه وجود دارد برای مشتریانی که در عین حالی که در حرکت هستند اقدام به خرید کنند. تسکو برای اندازه‌گیری این فعالیت، آزمایشی را ترتیب داد و راهبردی را فراگرفت. این امر آن‌ها را قادر ساخت تا تکرار آینده را مؤثرتر سازند؛ بنابراین، آموزه اصلی ارزیابی نتایج اولیه (در برابر یک محک) است و تعیین اینکه چه چیزی خوب کار کرد و چه چیزی خوب کار نکرد تا بار دیگر تطبیق را انجام دهیم.

۲-۴- پیش‌بینی:

وقتی سازمان‌ها به تخصیص بودجه‌ها و منابع مالی عمومی برای تقسیم آن میان ادارات سازمان نگاه می‌کنند، قاعده کلی این است: به اداراتی که مسئول مستقیم درآمدزایی هستند، بیشترین بودجه داده می‌شود (Wise: ۲۰۰۹, p. ۱).

پیش‌بینی برای پروژه‌های پیچیده می‌تواند قدری دشوار باشد، به‌ویژه ممکن است یک برنامه چندکانالی در برگیرنده یک سفر پیچیده مشتری باشد که در آن:

- رسانه‌های اکتسابی «رایگان» ممکن است به هزینه‌هایی در نقاط تماس پولی بینجامد.

- برای دیگر ادارات، هزینه - فایده بعدی بروز می‌کند. برای مثال، آموزش برای خدمات مشتری.

- بهینه‌سازی که ناشی از بازتخصیص بودجه بین نقاط تماس یا عرضه‌کنندگان صورت می‌گیرد.

- هزینه‌هایی مانند کانال‌های نوظهور یا تأمین‌کنندگان چند خدمتی ایجاد می‌شود.

بازاریابان دیجیتال روش‌های متعددی در اختیار دارند که با این چالش‌ها، با روش‌هایی برای پیش‌بینی هزینه - فایده یک برنامه برخورد کنند. ما تعدادی از روش‌های رایج‌تر را به شرح زیر ارائه می‌کنیم (Chaffey and Chadwick: ۲۰۱۲, p. ۴۳۹).

مدل‌سازی چندمتغیره

آزمون چندمتغیره یک روش آماری است که تأثیر چند متغیر را بر یک وضعیت مفروض با استنتاج آماری و جداسازی هر یک، تجزیه و تحلیل می‌کند تا سطحی از همبستگی و درجه اطمینان در ارتباط بین علت و معلول ارائه دهد. این اغلب به‌عنوان بخشی از

«مدل‌سازی بازار آمیخته» برای برآورد تأثیر روش‌های بازاریابی در بازاریابی آمیخته، به کار گرفته می‌شود.

هزینه برای خدمت (Serve ۲ Cost)

این فرایند حسابداری است برای محاسبه احتمال «خدمت‌رسانی» به مشتری از راه ارائه فعالیت‌های کسب‌وکار از ابتدا تا انتها.

ارزش طول عمر مشتری

عبارت بالا طبق تعریف عبارت است از: منفعت خالص کل یک مشتری طی دوره‌ای از زمان که با ارزش حال خالص محاسبه می‌شود (یعنی، ارزش امروز پول که جریان وجه نقد آینده را تنزیل کند). چنین مدل‌هایی برای تعیین ارزش کل می‌توانند هر قدر که لازم باشد ساده و پیچیده شوند، بسته به بررسی بخش‌ها در برابر افراد و جریان‌های وجه نقد تاریخی در برابر آینده. ارزش‌های طول عمر مشتری به طور باورنکردنی در راهبردهای بخش‌بندی مبتنی بر ارزش مفیدند و می‌توانند تفاوت‌های جمعیتی را در مشتریانی که به راحتی قابل مقایسه هستند، مورد شناسایی قرار دهند. برای مثال، آن‌ها قادرند ارزش مشتریان در معرض تبلیغات را که به‌تازگی با موبایل افتتاح حساب کرده‌اند با مشتریانی که در معرض تبلیغات دیجیتال نبودند و با مراجعه حضوری به شعبه افتتاح حساب کردند، مقایسه کنند.

این رویکرد به خوبی در راستای تجزیه و تحلیل لازم قرار می‌گیرد تا کانال‌ها را از حیث اهمیتشان نسبت به معیارهای کسب‌وکار، ارزشیابی و رتبه‌بندی کند. برای مثال، مشتریان بانکداری موبایلی که روزانه «لاگین» می‌کنند - در مقایسه با ۳۵۰ پوند برای مشتریان برخطی که هر از چند گاهی به بانکداری برخط سر می‌زنند - ارزش طول عمر ۶۰۰ پوندی دارند.

تجزیه و تحلیل نقطه سربه‌سر

این محاسبه درآمدها و هزینه‌های مربوط برای تعیین میزان فروشی است که درآمدهای کل کسب شده را با هزینه‌های ثابت و متغیر برابر سازد به طوری که خالص وضعیت صفر شود. نقطه سربه‌سر به‌ویژه برای تجزیه و تحلیل محصولاتی مهم است که هزینه‌های راه‌اندازی و هزینه‌های متغیر نهایی بالایی در هر واحد مصرف دارند (برای مثال، هزینه‌های راه‌اندازی بالا برای بانکداری اینترنتی، هزینه نهایی پایین

برای هر واحد استفاده).

نرخ بازده سرمایه‌گذاری

نرخ بازده سرمایه‌گذاری (ROI) شاید روشی باشد که کسب‌وکارها برای مقایسه سرمایه‌گذاری‌ها بیشتر از هر روش دیگری از آن استفاده می‌کنند. این روش کسب سود اضافی را به عنوان درصدی از مخارج سرمایه‌گذاری اولیه برای یک دوره معین محاسبه می‌کند که به صورت درصد نشان داده می‌شود.

برخلاف ارزش طول عمر مشتری، ROI تنها عکس فوری از سودآوری نشان می‌دهد و ارزش حال پول را در نظر نمی‌گیرد. در بازاریابی، محاسبه بازده سرمایه‌گذاری، بازاریابان را ملزم می‌سازد تا موارد زیر را درک و پیش‌بینی کنند:

- درآمد مورد انتظار که قرار است به دست آید.
- سود ویژه (هزینه‌های محصول، منهای هزینه کالاها و هزینه‌های بازاریابی)
- مخارج بازاریابی و هر خرجی که به هزینه‌های فروش مربوط باشد.

مزیت استفاده از ROI این است که برای مقایسه سرمایه‌گذاری‌ها با یکدیگر از ویژگی فوق‌العاده چندمنظوره‌ای برخوردار است. بازاریابان دیجیتال می‌توانند خدمات، کانال‌ها، کارزارها و حتی مناطق را با هم مقایسه کنند تا برنامه‌ای را شناسایی کنند که بالاترین بازده را ارائه دهد.

مزیت دیگر ROI توانایی آن در محاسبه یک پارچگی پروژه‌ها و نیز شناسایی منافع اضافی افزودن و کاستن از سرمایه‌گذاری اولیه مطابق نمونه زیر است:

E تمرین:

گرین اگ (Green Egg) یک بانک خرده‌فروش برخط است که در سال جاری به دنبال رشد کسب‌وکار و سود است. تیم بازاریابی چند فرصت را شناسایی کرده که می‌تواند در انزوا یا همراه با حفاظت‌های مربوط در ارائه، به کار بندد. به طرز انتقادآمیزی، فعالیت‌های ۱ و ۳ می‌تواند در انزوا اجرا شود، در صورتی که فعالیت ۲ به فعالیت ۱ وابسته است.

جدول ۶-۱. ارزش‌های مالی پیش‌بینی شده برای فعالیت‌های بازاریابی در کانال‌های ۱، ۲ و ۳ (پوند انگلیس = £)

فعالیت‌های ۱+۲+۳	فعالیت ۳	فعالیت ۲	فعالیت‌های ۱+۲	فعالیت ۱	
650000	400000	250000	125000	125000	تعداد مشتریان بالقوه (در دسترس)
52,000,000£	15,000,000£	37,000,000£	25,000,000£	12,000,000£	مخارج بازاریابی
66,000,000£	18,000,000£	48,000,000£	33,000,000£	15,000,000£	سود ناخالص
14,000,000£	3,000,000£	11,000,000£	8,000,000£	3,000,000£	بازده خالص
22£	8£	44£	64£	24£	بازده خالص هر مشتری بالقوه
27%	20%	30%	32%	25%	(ROI) نرخ بازده سرمایه‌گذاری

بر اساس بازده‌های پیش‌بینی شده بالا، کدام یک از فعالیت‌های بالا مناسب‌ترین است اگر:

(آ) حداقل ROI قابل قبول ۳۰ درصد باشد.

(ب) حداکثر بودجه موجود برای مخارج بازاریابی £۱۵ باشد. اجازه دهید به این سناریوها به نوبت نگاه کنیم:

(آ) حداقل ROI قابل قبول ۳۰ درصد باشد.

در اینجا، اجرای ترکیبی فعالیت‌های ۱ و ۲ تنها گزینه موجود برای تأمین سقف ROI است.

(ب) حداکثر بودجه موجود برای مخارج بازاریابی ۱۵ میلیون پوند باشد.

در اینجا، کسب و کار دارای دو گزینه بالقوه است: سرمایه‌گذاری در فعالیت ۱ یا ۳.

فعالیت ۱، مناسب‌ترین گزینه است. زیرا بازده خالص £۳ با سرمایه‌گذاری کمتری در مقایسه با فعالیت ۳ به دست می‌آید که به حاشیه ناخالص ۲۵ درصدی منجر می‌شود. با وجود این، اگر این کسب و کار بر سود ناخالص محدود ۱۵ میلیون پوند محدودیت بودجه، هدف‌گذاری شده بود، فعالیت ۳ ممکن بود گزینه مناسبی باشد.

اغلب، عوامل غیرمالی می‌تواند بر انتخاب فعالیت‌ها تأثیر بگذارد. برای مثال، ضرورت افزایش آگاهی از محصولاتی که به تازگی روانه بازار می‌شوند. در این سناریو، فعالیت ۳ در مقایسه با فعالیت ۱ دسترسی بیشتری در اختیار می‌گذارد که با کاهش بازده خالص برای هر مشتری بالقوه جبران می‌شود که شاید بنا به دلایل راهبردی انتخاب شده باشد (مثلاً، برای جلوگیری از کسب سهم بازار).

(پ) این شرکت حداکثر رشد را برای کسب و کار و سود هدف‌گذاری کرده است: در این سناریو، تلفیقی از فعالیت‌های ۱، ۲ و ۳ ممکن است انتخاب شود. البته این در صورتی است که بودجه کافی برای رشد بیشتر کسب و کار و سود موجود باشد.

همان‌طور که تا به حال مشاهده کرده‌ایم، عوامل متعددی وجود دارند که بر فعالیت یا انتخاب کانال تأثیر می‌گذارد که نیازمند در نظر گرفتن بازده سرمایه‌گذاری هم برحسب قدرمطلق، درصد و مقدار اضافی است. در ضمن، این تمرینات نشان می‌دهد که تا چه حد ROI ابزاری قوی در کمک به ارزیابی نقش گزینه‌ها در حالات انزوا و یک پارچه در تصمیم‌گیری کسب و کار است.

۳. دیگر ملاحظات

در حالی که ما به طور گذرا به آثار و تبعات دیگر هزینه‌ها اشاره کردیم، ملاحظات بیشتری فراتر از بازاریابی وجود دارد که ممکن است در تجزیه و تحلیل به آن نیاز باشد که عبارت‌اند از:

- هزینه‌های تحقیق / ردیابی / گزارش‌دهی

- هزینه‌های راه‌اندازی برای ردیابی معیارهای برون‌خط

- هزینه‌های مشارکت

- هزینه‌های تبلیغات

- هزینه‌های یک پارچه‌سازی کانال

- هزینه‌ها برای تغییر کاربری محتوا در سراسر کانال‌های متعدد.

علاوه بر این، مدل‌سازی ممکن است لزوماً در یک سال جواب ندهد. ولی ممکن است فعالیت راهبردی مهمی باشد که رقابتی شدن را در آینده تضمین کند. در این وضعیت، یک مدل چندساله ممکن است برای نمایش هزینه‌ها و منافع در برنامه بلندمدت ضروری باشد. این برای بانک‌های خرده‌فروش که در حال انتقال به دیجیتال و مشتری‌محوری هستند، اهمیت ویژه‌ای دارد که برای دستیابی به آن ضروری است کنترل‌ها و مدیریت ریسک را به عنوان بخشی از برنامه‌ریزی مالی خود در نظر گیرند.

۴. کنترل‌ها و مدیریت ریسک

برنامه‌ریزی مالی موفق در برگزیده رویکردی منضبط است که دستیابی به هدف را با روندهای کنترل‌های مدیریتی متعادل می‌سازد تا از اجرا و تحویل اطمینان حاصل شود. کنترل‌ها و گزارش‌دهی بخش‌های جدایی‌ناپذیر از این برنامه است و می‌تواند نقش مهمی در امور زیر ایفا کند:

۱- مدیریت منابع

۲- انتقال برنامه‌ها به ذی‌نفعان

۳- ایجاد انگیزه در افراد گروه فعال در پروژه برای تلاش در جهت اهداف

۴- ارزشیابی عملکرد

۵- بهینه‌سازی نتایج بازار

۶- ارائه شفافیت در عملکرد شرکت به ذی‌نفعان ارشد.

استفاده از اندازه‌گیری و محک‌ها، بخش‌های جدایی‌ناپذیر از توسعه سازمان عملکرد محور به شمار می‌رود. این اقدام آنچه انجام می‌شود و نمی‌شود را در معرض دید قرار می‌دهد که به موجب آن، گفت‌وگوهای درست و تصمیماتی را که باید اتخاذ شوند، امکان‌پذیر می‌سازد.

اجرای یک سیستم ممکن است مهیج‌ترین بخش از یک برنامه بازاریابی نباشد، اما به یقین عنصر جدایی‌ناپذیر از ارائه یک برنامه موفق است. پیشرفت‌های حاصل در زمینه‌های داده‌های بزرگ، یادگیری ماشین و تصویرسازی داده‌ها به تغییر دیدگاه کسب و کارها و به کارگیری گزارش‌ها شروع کرده است. با پیاده‌سازی داشبوردهای زمان واقعی، توصیه‌های خودکار و بهینه‌سازی قاعده‌محور که به بهبود شفافیت و تمرکز بر موضوعات واقعاً مهم کمک می‌کند.

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





گفت و گو با همکاران شعبه بجنورد

کلانتری گرم شنبه

گفت و گو: هاشم راعی

هر هفته نیز در جلسات هفتگی مشکلات عدم تحقق اهداف بررسی و راه‌حل‌های برای رسیدن به اهداف بررسی می‌گردد.

محمودخانی در بخش دیگری از گفت‌وگوی خود در رابطه با تنظیم روابط با همکاران عنوان کرد: بنده اعتقاد زیادی به کارگروهی و رابطه دوستانه با همکاران دارم و معتقدم که اگر فضای شعبه دوستانه و صمیمی باشد کارکردن و رسیدن به اهداف راحت‌تر انجام می‌شود و چون ما تک شعبه استان خراسان شمالی هستیم و عملاً امکان جابه‌جایی بین شعب برای همکاران وجود ندارد با فراهم کردن جو صمیمی و همدلی، این فضای تکراری و یکنواخت به محیطی آرام و سرشار از صمیمیت ایجاد شده است و به نظر بنده یکی از دلایل اینکه شعبه در دو سال گذشته موفق به تحقق اهداف بالای ۱۰۰ درصد داشته است همین فضای دوستانه و صمیمی شعبه بوده است.

وی سپس ادامه داد در تنظیم روابط با مشتریان باید عرض کنم، به نظر اینجانب بهترین ابزار برای جذب و وفادارسازی مشتری، برقراری ارتباط محترمانه و دوستانه با مشتریان و همچنین فروش مقاطع محصولات است. تنها گزینه‌ای که قابل کپی‌برداری توسط رقبای نیست همین نحوه تعامل کارکنان با مشتریان و فرهنگ سامانی است و چون ما تک شعبه هستیم و تمام همکاران بالای ۱۰ سال سابقه در همین شعبه حضور دارند و تا حدودی مشتریان شعبه نیز ثابت هستند رابطه صمیمانه‌ای برقرار شده است و در تأیید مطالب ارائه شده به ترکیب منابع شعبه می‌توان اشاره کرد که ۷۰ درصد منابع شعبه را منابع ارزان‌قیمت تشکیل می‌دهد.

محمودخانی در بخش دیگری از گفت‌وگوی خود در رابطه با استراتژی سامان ۱۴۰۴ اضافه کرد: پروژه سامان ۱۴۰۴ پروژه بسیار کاملی است و شعبه بجنورد نیز در این راستا در حال بازاریابی و افزایش سهم مشتریان ویژه و شرکت‌های خرد و متوسط است تا بتوانیم ترکیب مشتریان شعبه را به سمت اهداف تعیین شده در پروژه سامان ۱۴۰۴ تغییر دهیم.

رئیس شعبه بجنورد همچنین درخصوص استقبال مشتریان از ابزارهای الکترونیک خاطرنشان کرد: در ابتدای شروع پروژه سامان ۱۴۰۰، مهاجرت مشتریان به درگاه‌های خدمات الکترونیکی سخت بود و آنها مقاومت می‌کردند ولی با تلاش همکاران در زمان مراجعه به شعبه جهت دریافت خدمات حضوری، آموزش‌های لازم داده شد و خدا رو شکر الان تقریباً اکثر مشتریان به سمت درگاه‌های غیرحضوری بانک هدایت شده‌اند.

وی همچنین در خصوص فروش محصولات بیمه‌ای ادامه داد: باتوجه به قراردادهای کارتهای اعتباری گروهی متعددی که توسط شعبه با سازمان‌های دولتی منعقد شده است و به جهت فروش مقاطع هم‌زمان فروش بیمه مانده بدهکار نیز در شرایط پرداخت تسهیلات قرار گرفت و همچنین بیمه‌های مسافرتی و باربری نیز در شعبه انجام می‌شود؛ لذا در دو سال گذشته، همیشه اهداف بیمه‌ای محقق شده است.

محمودخانی گفت‌وگوی خود را این گونه پایان داد: در پایان از همه همکاران و به معنای واقعی دوستان خوبم در شعبه بجنورد به جهت همدلی و همکاری که در طی این سالان داشته‌اند و این امر باعث شده که در دو سال گذشته به اهداف ابلاغی دست پیدا کنیم، تشکر می‌کنم.

همکاران همدل

عبدالوهاب آقچه‌لی، معاون شعبه بجنورد، ۴۱ ساله و کارشناس مدیریت بازرگانی است و از سال ۱۳۸۷ کار خود را در بانک سامان، آغاز کرده و



یاسر محمودخانی / رئیس شعبه

در این شماره از نشریه سامان با همکاران شعبه بجنورد به گفت‌وگو نشستیم. آنچه در ادامه می‌خوانید، ماحصل این گفتگو با همکاران شعبه بجنورد است.

یاسر محمودخانی، رئیس شعبه بجنورد، ۳۹ ساله و دارای مدرک کارشناسی ارشد در رشته حسابداری است. از سال ۱۳۸۷ به بانک سامان پیوسته و از ابتدای خدمت در شعبه بجنورد بوده است؛ از سال ۹۱ رئیس دایره صندوق، از ابتدای سال ۹۳ به‌عنوان معاون شعبه و از سال ۱۴۰۰ مسئولیت شعبه را بر عهده گرفته است.

محمودخانی در توضیح مشخصات کلی شعبه گفت: شعبه بجنورد، تقریباً در بهترین منطقه مسکونی شهر قرار گرفته و تا حدودی اصناف و کسبه نیز در محدوده شعبه قرار دارند و ترکیب مشتریان شعبه بیشتر مشتریان حقیقی و خرد هستند. شعبه ریالی بوده و کلیه خدمات ریالی در شعبه ارائه می‌شود؛ ولی برنامه بازاریابی جهت خدمات ارزی نیز انجام می‌شود و خدمات ارزی مشتریان از طریق همکاری با همکاران شعب منتخب ارزی مشهد انجام می‌شود. در شعبه بجنورد ۸ نفر شاغل هستند؛ مسئول شعبه، معاون، یک نفر بانکدار فروش تخصصی، دو نفر بانکدار فروش، دو نفر بانکدار عملیات و یک نفر همکار خدماتی.

رئیس شعبه بجنورد در خصوص برنامه‌ریزی برای پیشبرد اهداف شعبه عنوان کرد: در ابتدای هر سال که اهداف به شعبه ابلاغ می‌شود، جلسه‌ای با حضور همکاران برگزار می‌کنیم و اهداف و راه‌های دستیابی به اهداف بررسی می‌گردد و پس از جمع‌بندی لازم، شروع به اجرا می‌کنیم. هر روز آیتم‌های اصلی شعبه و فاصله تا هدف به همکاران اعلام می‌شود و



عبدالوهاب آقچه لی / معاون شعبه

زمانی باشد که نمی‌توان برای مشتری مخصوصاً مشتریان وفادار اقدامی کرد و شیرین‌ترین لحظه‌ها هم دیدن لبخند رضایت بر چهره مشتریان و اطمینان از وفادارسازی آنها برای بانک محبوبمان است. بانکی که نه حالا و بعد از ۱۰ سال، بلکه بدون اغراق از روزهای اول همیشه به آن تعصب داشتیم.

دانشمند در پایان گفت‌وگوی خود گفت: هیچ خاطره‌ای برایم شیرین‌تر از این نیست که یک مشتری مشتاقانه می‌پرسد از چه درگاهی می‌تواند رضایتش را که بدون شک و بی‌منت و مطمئناً پله ترقی برای تمام خانواده است را به مسئولین بانک اعلام کند. بله اینجا شعبه بجنورد است؛ در یک استان محروم و دور از مرکز که هر چند از نظر تجهیزات و امکانات قابل مقایسه با شعب دیگر نیست، اما به گفته همه همکاران میهمان و مسئولین محترم که هر از گاهی افتخار دیدار نزدیک با ایشان را داشته‌ایم، دوستی و همکاری و صمیمیت در تمام لحظه‌های آن جاری است.

پلنت: تجلی گاه ایده‌ها

ابوذر فرهادی، ۳۵ ساله، کارشناس ارشد رشته مهندسی صنایع گرایش بهینه‌سازی سیستم‌ها است و حدود ۹ سال پیش به بانک سامان پیوسته است.

فرهادی در رابطه با روزهای نخست حضورش در بانک سامان گفت: بنده ابتدای استخدام در بانک، هیچ‌گونه تجربه‌ای در این زمینه نداشتم و حتی برگه چک را از نزدیک ندیده بودم و این شغل ناشناخته و درعین حال جذابیت خاصی برای بنده داشت. در ادامه کار، با آموزش‌هایی که داده شد و تجربیاتی که در حین کار به دست آمد، علاقه بنده به این کار و مجموعه بانک سامان بیشتر شد. بنده افتخار حضور در کنار دو تن

از مردادماه سال ۱۴۰۱ معاونت شعبه را بر عهده گرفته است. آقچه لی در رابطه با روزهای نخست حضورش در بانک سامان گفت: باتوجه به علاقه درونی خودم به امور مالی و مشغول بودن در شغلی که با اقبال و مختلف مردم مراوده داشته باشد، همیشه آرزوی استخدام در بانک را داشتم و به همین خاطر باتوجه به اینکه پیش از استخدام در بانک سامان، حدود شش ماه، در یک ارگان دولتی مشغول به کار بودم، تصمیم گرفتم که مسیر زندگی خودم رو با ساز سامان کوک کنم و با استعفا از کار قبلی به دنبال تحقق دادن به خواسته‌های خودم، مسیر زندگی‌ام را عوض کردم.

آقچه لی در ادامه گفت: باتوجه به اینکه من جزو نیروهای غیربومی در استان خراسان شمالی هستم، در اوایل استخدام در شعبه‌های گنبد کاووس و گرگان نیز از تجربه همکاران بهره بردم و باتوجه به گذشت چند سال از سابقه اینجانب با همدلی و دلگرمی که در خانواده سامان وجود دارد هیچگاه احساس غیربومی بودن نداشتم.

معاون شعبه بجنورد در خصوص تعامل با همکاران شعبه اضافه کرد: خدا را شکر با صمیمیت و همدلی که بین همکاران این شعبه به وجود آمده است، باعث شده این ارتباط حتی به خارج از محیط کار و به کانون گرم خانواده‌ها نیز انتقال پیدا کند و این چیزی نیست جز مسیری که بانک سامان با ارزش قائل شدن به همه کارکنان خود ایجاد کرده است و در پایان از همه کسانی که زمینه‌ساز این روابط عالی بین تمام همکاران بانک سامان در هر نقطه از کشور عزیزمان شده‌اند کمال تشکر را دارم.

لحظه شیرین رضایت مشتری

سید حمید دانشمند، ۳۶ ساله، کارشناس ارشد حسابداری، بانکدار فروش تخصصی شعبه بجنورد است که از سال ۱۳۹۱ به بانک سامان پیوسته است.

دانشمند درباره دوران قبل از پیوستن به بانک سامان گفت: سال‌های دور که هنوز دانش آموز بودم و به دلیل همسایگی با چند بانک خصوصی و دولتی از جمله بانک سامان در محله‌ای که زندگی می‌کردیم، هر روز از مقابل آن بانک‌ها می‌گذشتم، حس نزدیکی عجیبی همیشه به بانک سامان داشتم و چیزی در درونم به من نوید می‌داد که در آینده‌ای نزدیک عضو این خانواده خواهم شد و دست روزگار، علی‌رغم تجربه کردن چندین شغل مختلف، و با اینکه هم‌زمان با دعوت به همکاری بانک سامان در یک اداره دولتی شاغل بودم و از یک بانک دولتی دیگر هم پیشنهاد همکاری داشتم، در نهایت من را به این خانواده رساند. چون نظم کاری بسیار برایم اهمیت داشت کار در بانک را انتخاب کردم و چون بانک سامان از گذشته جلوه متفاوتی در ذهنم داشت به این خانواده پیوستم تا هم‌زمان با اینکه خانواده سامان من را در آغوش خود می‌پروراند، من هم بتوانم عضوی کوچک اما تأثیرگذار در خط مقدم حرکت مقتدرانه آن باشم.

بانکدار فروش تخصصی شعبه بجنورد در خصوص تعامل با مشتریان عنوان کرد: در دوران آموزش، بزرگ‌ترها به ما آموختند که همیشه رفتارمان به گونه‌ای باشد که هم به سود مشتری باشد و هم به سود بانک؛ من هم سعی کردم با همین دید همیشه و در حد توانم برای همه مشتریان حتی مشتریان گذری یک مشاور آشنا باشم، چیزی که الان و در استراتژی بانک به عنوان وفادارسازی مشتریان دنبال می‌کنیم و بدون شک تأثیر این رفتار قابل کپی‌برداری و شبیه‌سازی نیست و حتی از عهده هوش مصنوعی هم بر نمی‌آید. همین آرمان باعث شده است تلخ‌ترین لحظه‌ها



محسن خاکسار



علی نودهی



سید حمید دانشمند



ابوذر فرهادی

فرهادی در خاتمه سخنان خود گفت: من هم مثل تمامی همکاران در مجموعه، خود را عضوی از این خانواده بزرگ می‌دانم و همگی جهت اعتلای نام بانک سامان هر روز تلاش می‌کنیم و افتخار این را داریم که خود را سامانی بدانیم. در انتها، کلامم را با شعری از جناب حسین منزوی به پایان می‌برم:

بی تو به سامان نرسم، ای سروسامان همه تو
ای به تو زنده همه من، ای به تنم جان همه تو

تعامل سازنده

محسن خاکسار توده، ۳۴ ساله، کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی است و از سال ۱۳۹۳ کار خود را در بانک سامان آغاز کرده است و قبل از بانک سامان، به‌عنوان مدرس در دانشگاه، اتاق بازرگانی و شرکت کارتن مشهد فعالیت داشته است.

وی در خصوص روزهای نخست حضور در بانک سامان گفت: روزهای نخست فعالیت در بانک سامان واقعا روزهای خاطره‌انگیز و فراموش‌نشدنی هستند. روزهایی با فضای کاری متفاوت از فعالیت‌های قبلی من. روزهای پر استرس به همراه طعم شیرین یادگیری در کنار همکاران.

خاکسار درباره چالش‌ها و جذابیت‌های امور روزانه در شعب گفت: فعالیت‌ها و امور بانکی چالش‌ها و جذابیت‌های مخصوص به خودش را دارد که با بقیه مشاغل متفاوت است. در بانک روزانه با طیف وسیعی از مشتریان سروکار داریم که هر کدام حال و هوا و نیازهای خاص خودشان را دارند. چیزی که مهم است و تمام همکاران ما در بانک سامان به دنبال آن هستند مدیریت کردن این نیازها و خواسته‌ها در چارچوب قانونی است.

خاکسار در رابطه با نحوه تعامل خود با سایر همکاران و همچنین مشتریان ادامه داد: تمام تلاش من و همکارانم این هست تا به‌صورت گروهی و کار تیمی در بانک سامان فعالیت کنیم تا بتوانیم نیازهای مشتریان را به‌درستی درک کنیم و پاسخ مناسب به آنها بدهیم و همیشه سعی بر این بوده تا از رهنمودهای مسئولین شعبه نهایت استفاده را ببریم. آن چیزی که من سرلوحه کار خودم، نه تنها در بانک سامان بلکه در زندگی شخصی خودم قرار دادم این است که چه با مشتریان چه با خانواده، دوستان و آشنایان تعامل سازنده‌ای داشته باشم و نیازها و خواسته‌های مشتریان را نیازهای خودم بدانم و به دنبال مرتفع کردن آن‌ها در چارچوب قانونی باشم.

از بازنشستگان عزیز به‌عنوان ریاست شعبه را داشتم؛ جناب آقای پرویز تیموری و جناب آقای رمضانعلی پرور که جا دارد اینجا یادی از این عزیزان داشته باشم که هرچند خودشان الان در شعبه حضور ندارند؛ اما تجربیاتی که در اختیار بنده و دیگر همکاران قرار دادند بسیار مفید و ارزشمند بود. امیدوارم هر جا که هستند سالم و در کنار خانواده شاد باشند. وی سپس ادامه داد: از آنجایی که احترام به مشتری از اولویت‌های بانک سامان است و این مسئله برای خود من هم خیلی مهم بود؛ از این طریق توانستم مشتری‌های خوبی را جذب بانک کنم و آشنایی خودم با اصناف مختلف که هدف بانک نیز بودند بیشتر شد و این موضوع باعث رغبت بیشتر بنده به کارکردن در بانک سامان شد. نظم و انضباط و جدیت در کار و درک مشتری از هر قشری و برخورد احترام‌آمیز با تمامی مشتریان از اصول بنده در کار است. بارها شده که افراد کم‌سواد محترمی به شعبه مراجعه می‌کنند و ناراحت از نداشتن سواد هستند تا کارهایشان را خودشان انجام دهند، بنده همیشه به این عزیزان می‌گویم درست است که شما سواد ندارید؛ اما در زمینه‌هایی تبحر دارید که من و امثال من هیچ‌گونه دانش و یا تجربه‌ای در آن زمینه نداریم. چه کشاورزی و چه دامداری و یا شغل‌های دیگر. انتقال حس خوشایند به این عزیزان و حتی دیگر مشتریان باعث می‌شود خودم هم حس خوبی از کارکردن و تعامل با مشتریان داشته باشم.

فرهادی در ادامه و درباره لحظات شیرین حضور در بانک سامان عنوان کرد: یکی از زیباترین و ارزش‌ترین افتخارات بنده، حضور در همایش‌های پلنت در کنار مدیران و مسئولین بانک و دیگر همکاران شعب بوده؛ زمانی که استارت دوره پلنت زده شد، بنده از اینکه بانک به ایده همکاران اهمیت می‌دهد بسیار خوشحال شدم و ایده‌های فراوانی را که در آن چند سال در ذهنم بود و جایی برای ابرازکردن آنها نداشتیم را ارائه دادم و خوشبختانه دو ایده به فینال راه پیدا کرد و این امر باعث خوشحالی و افزایش انگیزه‌ام شد. پلنت و ایده‌های جدید برای بنده بسیار مهم و زیباست و حضور در آن جمع از افتخارات بنده است.

فرهادی در خصوص تحقق استراتژی سامان ۱۴۰۴ هم اظهار کرد: در بحث تحقق استراتژی سامان ۱۴۰۴ سعی دارم که با ترغیب مشتریان به هر چه بیشتر کارکردن با بانک سامان و استفاده از تنوع خدمات بانک، آنها را به گروه‌های بالاتر مشتریان ممتاز، ویژه و خاص سوق دهم تا هم این عزیزان از خدمات ویژه‌تری استفاده کنند و هم در جهت تحقق اهداف بانک قدم برداشته باشم.

از این موضوع ۳ الی ۴ سالی گذشت تا ایشان برای دریافت ارز دانشجویی به شعبه مراجعه کردند و اتفاقاً من را هم بجا آوردند و بابت آن موضوع عذرخواهی کردند و گفتند اون روز، روز خوبی نداشتم.

مشاور مالی مشتریان

علی نودهی، ۲۹ ساله، کارشناس حسابداری و کارشناس ارشد حسابداری است که یک سال پیش به بانک سامان پیوسته و پیش از آن به مدت ۸ سال در امور مالی و مالیاتی مشغول به کار بوده است. وی همچنین رئیس مؤسسه انجمن صنفی حسابداران استان خراسان شمالی است. وی در خصوص روزهای نخست حضور در بانک سامان گفت: از نخستین روز حضورم در سامان، بنده اصلاً احساس اینکۀ نیروی غیرمتخصص هستم و با بنده رفتار غیرمتعارف بشود را نداشتم، اتفاقاً از ریاست تا نیروی انتظامات همه باهم دوست و رفتار بسیار صمیمی دارند و بسیار خوشحال هستم در سامان حضور دارم؛ چون قبل از اینکۀ در این مجموعه استخدام بشوم حدود ۱۱ سال جزء مشتری های بانک سامان بودم و همچنان برای بنده محبوب ترین بانک است.

نودهی در رابطه با نحوه تعامل با همکاران گفت: یکی از آیت های مهم هر سازمانی، رفتار سازمانی آن مجموعه است و خیلی خرسندم که در بانک سامان به این موضوع، خیلی جدی پرداخته شده است. یک ویژگی دیگر خوب سامان، کار تیمی و صمیمیت بین همکاران شعبه است و همین امر تأثیر مستقیم در زمانی شلوغی شعبه دارد که همه با همکاری تیمی و کمک بی دریغ نسبت هم کمک حال یکدیگر می شوند و حتی رئیس شعبه در این همکاری مستثنی نیست. از طرف دیگر در تعامل با مشتریان نیز باتوجه به اینکۀ تجربه کار مالی و مالیاتی داشته ام، سعی می کنم علاوه بر خدمات بانکی در زمینه مالی نیز به مشتریان مشاوره بدهم.

خاکسار در خصوص هدف و برنامه خود در راستای برنامه سامان ۱۴۰۴ عنوان کرد: من همیشه اعلام کرده ام که بدون برنامه و هدف هیچ فعالیتی به ثمر نخواهد نشست و عدم برنامه ریزی باعث کاهش بهره وری خواهد شد و همه همکاران باید در راستای برنامه ریزی کلی ابلاغ شده، برنامه ریزی خودشان را داشته باشند تا بتوانیم به اهداف و استراتژی ۱۴۰۴ دست پیدا کنیم.

خاکسار در پایان و درباره لحظات شیرین حضور در بانک سامان، خاطره ای از دوران کاری خود تعریف کرد: در این مدت هشت و نیم سالی که در بانک سامان فعالیت داشتم، خاطرات تلخ و شیرین زیادی دارم؛ ولی خاطره ای که مایلم در میان بگذارم به زمانی باز می گردد که برای بازاریابی به یک کلینیک مراجعه کردم و بعد از کلی منتظر ماندن، بالاخره منشی گفت نوبت شما است و دفتر ریاست را نشان دادند و من را تا اتاق همراهی کردند و در طول مسیر گفتند آقای فلانی از پزشکان حاذق شهر هستند که ریاست این کلینیک رو برعهده دارند. منم وارد اتاق شدم و آقای دکتر هم بعد از یکی دو دقیقه سرشان رو بالا آوردند و تا می خواستم سلام کنم، گفتند موقع ورود به اتاق در زدی؟ من هم گفتم منشی در را باز کردند.

ایشان هم گفتند برو بیرون دوباره در بزنی بیا تو. منم رفتم بیرون و می خواستم در بزوم؛ ولی چون در رو با عایق چرمی پوشانده بودند نمی شد در زد. در را باز کردم و با ترس گفتم آقای دکتر چطوری در بزوم که صدایش به شما برسه؟

ایشان هم به در نگاه کردند، خندیدند و گفتند بیا تو! من هم وارد اتاق شدم و بعد از شنیدن نیازها و خواسته های ایشان و معرفی محصولات به ایشان، گفتند در صورت نیاز خدمت می رسم.



بالا تر از استانداردهای جهانی



عکس‌ها: نیلوفر فیاض

| گفت‌وگو: هاشم راعی |

● در صورت امکان، نمایی کلی از مدیریت کارشناسی و نظارت بر مصرف، به خوانندگان نشریه سامان ارائه نمایید.

حوزه اصلی مسئولیت بنده و همکارانم در مدیریت کارشناسی و نظارت بر مصرف، به‌طورکلی به ارائه مشورت در خصوص کنترل ریسک اعتباری معطوف است. این حوزه مدیریتی به لحاظ ساختاری دارای سه واحد شامل؛ اداره کارشناسی و اعتبارسنجی، اداره نظارت بر مصرف و اداره ارزیابی وثایق است که هر واحد مشاوره‌های خود را به‌منظور تصمیم‌گیری در قالب گزارش‌هایی در اختیار اعضا و ارکان محترم اعتباری قرار می‌دهند. به همین دلیل، سطح کیفی انجام کار و خروجی‌های این حوزه مدیریتی، نقش مؤثری در کنترل شاخص اصلی ریسک اعتباری یا همان «نسبت مطالبات سم» دارد.

● مهم‌ترین دستاوردهای این مدیریت در سال جاری و اخیر چه بوده است؟ مطابق آخرین آمار و اطلاعاتی که جناب آقای معرفت، مدیرعامل محترم و همچنین جناب آقای رضا شیرین گوهریان معاون محترم اعتباری اعلام نمودند؛ نسبت مطالبات معوق بانک کمتر از یک درصد است این در حالی است که متوسط این شاخص در بانک‌های دنیا و بعضاً بانک‌های فعال در اقتصادهای پیشرفته بین ۳ تا ۴ درصد است. این موضوع نشان از کسب یک موفقیت کم‌نظیر نه‌تنها در سطح ملی بلکه در سطح جهانی برای بانک سامان دارد و بدیهی است که دستیابی به این موفقیت مهم نتیجه یک کارگروهی با راهبری و درایت بالای مقامات ارشد و ارکان محترم اعتباری بانک و نیز همراهی و همکاری همه همکاران فعال در حوزه‌های اعتباری علی‌الخصوص همکاران بنده در بخش‌های مختلف کارشناسی در طی دهه اخیر بوده است. خداوند بزرگ را بسیار شاکریم

به‌منظور آشناتر شدن خوانندگان نشریه با مدیریت‌ها و ادارات مختلف بانک، در این شماره با جناب آقای توکلی، مدیر محترم کارشناسی و نظارت بر مصرف به گفت‌وگو نشستیم:

● خودتان را معرفی بفرمایید، از علایقتان بگوئید و مسیر شغلی را تا رسیدن به جایگاه فعلی، تشریح بفرمایید.

اینجانب، امید توکلی مسئول مدیریت کارشناسی و نظارت بر مصرف هستم که حدود ۱۷ سال افتخار همکاری با بانک سامان را در سابقه خود دارم. سابقه کاری قبل از بانک من، به حوزه بازاریابی و فروش (به‌عنوان کار دانشجویی) و نیز تحلیلگری بنیادی سهام در نهادهای مالی بازار سرمایه (شرکت‌های سرمایه‌گذاری و کارگزاری) و البته تدریس در دانشگاه بازمی‌گردد. تخصص آکادمیک بنده، مدیریت مالی (فاینانس) است و مقطع کارشناسی ارشد را در این رشته در دانشگاه شهید بهشتی و مقطع دکتری را نیز در همین رشته در دانشگاه تهران پشت سر گذاشتم. گرایش اصلی بنده در پژوهش‌های کاربردی، «بحران شناسی مالی و شیوه‌های تاب‌آوری در مقابل این نوع بحران در اقتصاد و البته در بازارهای پولی و مالی» است. علاوه بر تخصص اصلی در اقتصاد مالی، به سایر حوزه‌های دانش نظیر فلسفه، فیزیک، جامعه‌شناسی، تاریخ و جغرافیا نیز علاقه‌مند هستم و به همین خاطر مطالعات جانبی من بیشتر در حوزه‌های مذکور و نیز بررسی ارتباط آنها با علوم نظیر مدیریت، اقتصاد و البته ریسک مالی (در حوزه‌های Trade Finance و Project Finance) متمرکز است.



دانش فردی، کسب دانش روز و استفاده مؤثر از تجربیات داخلی و جهانی در این حوزه تخصصی و در نهایت تسهیم و تشریک دانش انباشته و هم‌افزایی گروهی، امکان‌پذیر نخواهد بود؛ بنابراین تداوم جلسات تشریک دانش روز دنیا نظیر جلسه "بررسی محتوایی جایزه نوبل اقتصادی ۲۰۲۲ در حوزه بحران‌های بانکی"، "تجربه بانک سیلیکونولی آمریکا"، "تجربه وارن بافت و هلدینگ برکشایر در استفاده از تکنیک اسکاتلبات فیشر جهت آنالیز چندبعدی یک کسب‌وکار" و نیز جلساتی نظیر "سویه‌های جدید در حوزه توجیه‌پذیری و تأمین مالی طرح‌ها (آپشن‌های واقعی یا حقیقی)" و نیز "تدوین استاندارد و چک‌لیست بازدیدها (سایت ویزیت)" همچنان به‌عنوان استراتژی‌های ثابت و مستمر در آموزش و توسعه دانش بروز در سطح مدیریت کارشناسی و نظارت بر مصرف (و البته کمک به نشر آن در سایر حوزه‌های مرتبط در سازمان مطابق روال سنوات اخیر)، در دستور کار خواهد بود.

● **در پایان اگر صحبت دیگری با خوانندگان نشریه سامان دارید، بفرمایید.**

در پایان بر خود لازم می‌دانم از حمایت و هدایت مقامات ارشد بانک علی‌الخصوص اعضای محترم هیئت‌مدیره، مدیریت محترم عامل و معاونت محترم اعتباری و نیز هماهنگی و همکاری همه مدیران و همکاران محترم در سایر حوزه‌های عملیاتی و اعتباری اعم از جذب و فروش و شعب، اعتبارات خرد و صنفی، بانکداری شرکتی و تأمین مالی طرح‌ها کمال تشکر را ابراز نموده و به همکاران عزیز خود در مجموعه مدیریت کارشناسی و نظارت بر مصرف نیز به‌خاطر عملکرد درخشان، دست‌میزاد بگویم.

که در کسب این موفقیت در کنار سایر همکاران، نقش مؤثری ایفا نموده‌ایم. هرچند که به عقیده بنده، این موفقیت مسئولیت همکاران این حوزه مدیریتی را در انجام دقیق و کیفی‌تر وظایف دشوارتر می‌کند.

● **وظایف اصلی مدیریت کارشناسی و نظارت بر مصرف را بیان بفرمایید.**

در کنار موفقیت بزرگی که به آن اشاره کردم، همکاران بنده به‌خوبی بر این امر آگاه‌اند که مجموعه‌ای از وظایف شامل بررسی اصالت اسناد و احراز اهلیت اشخاص، رصد وضعیت و جایگاه مشتری در صنعت و بازار، تحلیل هوشمندانه سنجه‌های مالی و رفتارسنجی اعتباری متقاضیان، شناسایی دقیق ریسک‌ها و فرصت‌های همکاری اعتباری، بررسی توجیه‌پذیری این همکاری با در نظر گرفتن متغیرهای کلان اقتصاد و بازار، انجام محاسبات و برآوردهای آینده‌نگر در بخش ظرفیت‌سنجی و اندازه اعتباری متقاضیان، پیشنهاد مدل‌های اعتباری و تأمین مالی منطبق با الگوی جریان‌ات نقدی کسب‌وکار مربوطه، پایش مستمر وضعیت مالی، عملیاتی و اعتباری مشتری پس از تخصیص اعتبار و ردیابی محل مصرف تسهیلات اعطایی (از حیث کمیت و کیفیت تداوم همکاری اعتباری با مشتری) و نهایتاً ارزیابی کیفی و مستمر وثایق و ارزش‌گذاری مدبرانه و منصفانه آنها، همچنان می‌بایست با نهایت وسواس و حفظ صلابت و استقلال در بیان نظریه در عین رعایت حقوق مشتری و در چارچوب خط‌مشی‌ها و استراتژی‌های بانک، پیگیری و انجام شود.

● **چه برنامه‌هایی برای ارتقای دانش همکاران و حفظ انگیزه در همکاران خود دارید؟**

ارتقای سطح کیفی انجام وظایف اشاره شده به جز با توسعه چندبعدی

همکاران مدیریت کارشناسی و نظارت بر مصرف





عکس: نیلوفر فیاض

آزمون‌های بین‌المللی زبان انگلیسی



آزمون آیلتس IELTS

آزمون آیلتس که مخفف سیستم سنجش بین‌المللی زبان انگلیسی (The International English Language Testing System) است، برخلاف سنت آمریکایی تافل، از بریتانیا سرچشمه گرفته و یکی از معتبرترین آزمون‌های بین‌المللی زبان به شمار می‌رود که در هر دو روش متداول مهاجرتی یعنی کاری و تحصیلی، کاربرد دارد. این آزمون برای تمامی افرادی طراحی شده که می‌خواهند در کشورهای انگلیسی‌زبان و یا کشورهایی که از انگلیسی برای مکالمات و رویه‌های آموزشی یا اداری خود استفاده می‌کنند، به کار یا تحصیل مشغول شوند. نمره کلی آزمون آیلتس از طریق میانگین‌گیری چهار مهارت محاسبه می‌شود، بدین صورت که حداکثر نمره قابل کسب در هر مهارت ۹ بوده و نمره کلی نیز از ۹ محاسبه می‌شود. این آزمون به دو شکل عمومی (General) و یا دانشگاهی (Academic) ارائه شده که متقاضیان می‌توانند در دو قالب کامپیوتری (Computer-delivered IELTS) و یا کاغذی (Paper-based IELTS) آن شرکت کنند. مدت‌زمان این آزمون ۲ ساعت و ۴۵ دقیقه بوده، همچنین هر چهار مهارت گفتاری، نوشتاری، شنیداری و خواندن در هر دو شکل سنجیده می‌شوند.

آزمون دولینگو Duolingo

دولینگو یکی از محبوب‌ترین نرم‌افزارهای آموزش زبان است که به‌تازگی اقدام به ارائه آزمون آنلاین زبان انگلیسی کرده است. به علت آنلاین بودن و

در این روزها که آزمون‌های بین‌المللی زبان از مباحث داغ همه محافل و جمع‌های کاری و دوستانه است، این یادداشت تلاش کرده تا به‌صورت مختصر برخی از مطرح‌ترین این آزمون‌ها را معرفی کند.

آزمون تافل (TOEFL)

این آزمون که توسط سازمان (ETS) به‌صورت هفتگی در نهادهای مورد تأیید این سازمان در سراسر جهان برگزار می‌شود، با هدف سنجش مهارت‌های زبان انگلیسی در افراد به‌عنوان زبانی خارجی (Test of English as a Foreign Language) ایجاد شده است. آزمون تافل که تنها در قالب دانشگاهی (Academic) ارائه می‌شود، به دو شکل اینترنتی (Ibt) و کاغذی (Pbt) برگزار می‌شود که شکل اینترنتی آن متداول‌تر است. بیش از ۱۱ هزار دانشگاه و مؤسسه آموزشی در ۱۵۰ کشور دنیا از جمله استرالیا، کانادا، نیوزیلند، آمریکا، بریتانیا و برخی دیگر از کشورهای اروپایی و آسیایی این آزمون را معتبر دانسته و برای اخذ پذیرش تحصیلی و مهاجرت تحصیلی در آن‌ها قابل‌ارائه است. شرکت‌کنندگان در آزمون تافل با پرسش‌هایی روبه‌رو می‌شوند که چهار مهارت نوشتاری، گفتاری، شنیداری و خواندن آن‌ها را پیرامون مسائل روزمره و دانشگاهی ارزیابی می‌کند. نمره کلی در آزمون تافل ۱۲۰ امتیاز و حداکثر نمره در هر بخش ۳۰ امتیاز و قیمت آن برای شرکت‌کنندگان ایرانی ۲۴۵ دلار است. مدت‌زمان این آزمون پس از تغییرات سال ۲۰۱۹ به ۳ ساعت تقلیل یافت و ساختار کلی آن نیز اصلاح شد.



سامان جمشیدی
مدرس آکادمی سامان



۱۶۰ است که به صورت میانگین بخش‌ها محاسبه شده و در قالب یک طیف ارائه می‌شود (مثلاً ۱۲۰-۱۶۰). اعتبار این آزمون همچون آزمون تافل و آیلتس، دوساله است.

آزمون PTE

آزمون زبان انگلیسی پیرسون (Pearson Test of English) برای سنجش مهارت‌های زبان انگلیسی افراد غیرانگلیسی‌زبان طراحی شده که در قالب‌های دانشگاهی (academic) و عمومی (General/ Home) برگزار می‌شود. این آزمون نیز همچون دولینگو در تمامی روزهای سال برگزار شده، نمرات از طریق هوش مصنوعی سنجیده شده و نتایج آن پس از ۴۸ ساعت ارائه می‌شود. آزمون PTE در پنجاه کشور مختلف دنیا برگزار می‌شود که متأسفانه شامل ایران نمی‌شود.

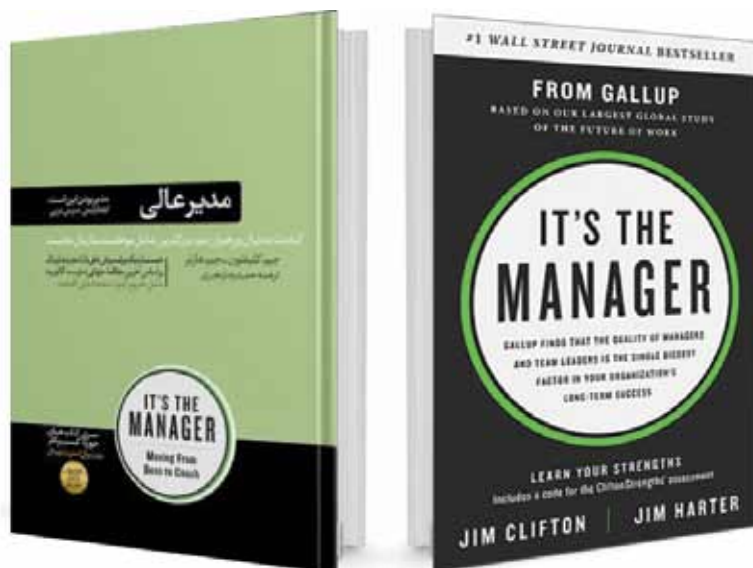
از مزیت‌های این آزمون نسبت به تافل و آیلتس می‌توان به مقرون‌به‌صرفه بودن آن و ارسال رایگان نتایج به دانشگاه‌های درخواستی اشاره کرد. هزینه این آزمون در کشور ترکیه معادل ۱۰۰۰ لیر است و علاوه بر ویزای تحصیلی، برای دریافت ویزای کاری و خانوادگی بریتانیا، استرالیا و نیوزیلند نیز مورد قبول است. همچون دیگر آزمون‌های زبان، مهارت‌های ۴ گانه خواندن، نوشتاری، گفتاری و شنیداری در آزمون PTE ارزیابی می‌شوند که در قالب سیستم امتیازدهی جهانی انگلیسی (GSE) در مقیاس عددی ۱۰-۹۰ ارائه می‌شوند. این آزمون به شکل کامپیوتری برگزار می‌شود.

سادگی دسترسی این آزمون، با شیوع ویروس کرونا، بسیاری از دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی در سراسر جهان اعتبار آن را به رسمیت شناختند. همچنین آزمون دولینگو نسبت به دیگر آزمون‌های بین‌المللی بسیار به صرفه بوده و تنها با مبلغ ۴۹ دلار می‌توان در آن شرکت کرد که مدت‌زمان آن نیز حدود ۱ ساعت به طول می‌انجامد. متقاضیان می‌توانند پس از گذشت ۳۰ روز از آزمون اول خود، برای شرکت مجدد در این آزمون اقدام کنند. نتایج آزمون دولینگو پس از دو روز اعلام شده و متقاضیان به راحتی می‌توانند از خانه خود در این آزمون شرکت کنند. لازم به ذکر است که این آزمون به صورت تطبیقی (Adaptive) طراحی شده، بدین معنا که با توجه به مهارت شرکت‌کننده درجه سختی آن تغییر می‌کند. به طور کلی آزمون دولینگو در سه بخش ارائه می‌شود؛ بخش اول مقدمه آزمون، بخش دوم سؤالات تطبیقی و بخش سوم مصاحبه ویدئویی و نوشتن متن. اگرچه هدف کلی این آزمون بررسی مهارت‌های چهارگانه است، اما آن‌ها به شکل متفاوتی ارزیابی شده که در قالب‌های مهارت ادبی Literacy (خواندن و نوشتن)، مکالمه conversation (شنیدن و گفتن)، تولید Production (نوشتن و گفتن) و درک مطلب Comprehension (خواندن و شنیدن) تقسیم‌بندی شده‌اند. همچنین این آزمون می‌کوشد مهارت‌های متقاضیان را در ۵ بخش اصلی درک واژگان (English Vocabulary)، قرارگیری کلمات در جمله (Syntax)، تلفظ (Phonetics)، بیان واژگان (Stress and intonation) و مهارت‌های خواندن، نوشتن و گوش دادن به طور کلی بسنجد. امتیاز کلی آزمون دولینگو

کتاب مدیر عالی

It's the Manager
Moving From Boss to Coach
By Jim Clifton, Jim Harter

مدیر بودن این است: ابتدا رئیس، سپس مربی
اثر جیم کلیفتون و جیم هارتر
مترجم: حمیدرضا رنجبری



درباره کتاب

فقط برای مدیران سرمایه‌های انسانی بلکه برای کلیه مدیران و کارشناسان رده‌های مختلف سازمانی محسوب شود، مکتوب نمودند.

درباره نویسنده

جیم کلیفتون، رئیس گالوپ، یک شرکت تحلیلی و مشاوره جهانی است. کلیفتون از سال ۱۹۸۸ تا ۲۰۲۲ به‌عنوان مدیرعامل گالوپ خدمت کرد و نویسنده شماره ۱ کتاب پرفروش وال‌استریت ژورنال است. او خالق چارچوب اقتصادی رفتاری، «مسیر اقتصاد خرد گالوپ» است، یک مدل اقتصادی مبتنی بر متریک که پیوندهایی را بین ماهیت انسان در محیط کار، تعامل با مشتری و نتایج کسب‌وکار برقرار می‌کند و بیش از ۵۰۰ شرکت در سراسر جهان از آن استفاده می‌کنند.

چکیده‌ای از کتاب

دنیا در حال تغییر است. آیا مدیران شما آماده‌اند؟ محل کار سریع‌تر از همیشه در حال تغییر است و همچنین مشکلاتی که مدیران شما با آن روبرو هستند. چالش‌های روزانه آن‌ها شامل مدیریت کارمندان از نسل‌های مختلف با نیازهای مختلف، تنوع و شمول، تیم‌های ماتریسی، هوش مصنوعی و نیروی کار از راه دور است. یکی از بزرگ‌ترین چالش‌ها: مدیران باید از رئیسی به مربی بروند!

سازمان‌ها برای داشتن عملکرد مناسب و دستیابی به اهداف خود، به سرمایه‌های انسانی متخصص، اخلاق‌مدار و با استانداردهای مطابق با فرهنگ متعالی نیاز دارند.

در این شرایط، مدیریت سرمایه‌های انسانی در جذب، پرورش و نگهداشت سرمایه‌های انسانی دخیل است و کارایی و اثربخشی هر سازمان به معنای توانایی مدیران آن در چگونگی تخصیص و به‌کارگیری این سرمایه‌ها در موفقیت سازمان است. کتاب مدیر عالی، ضمن تأکید بر این موضوع با ارائه بیش از ۵۰ یافته غیرمنتظره در پنج بخش مختلف شامل: استراتژی، فرهنگ، برند استعدادی سازمان‌ها، گذار از رئیس به مربی و ترسیم آینده کار، به‌صورت مجزا به تشریح و دستاوردهای ویژه‌ای که در تحقیقات گسترده مؤسسه گالوپ به‌دست آمده است، می‌پردازد.

این کتاب مناسب چه افرادی است؟

محققان گالوپ ده‌ها میلیون مصاحبه از کارمندان و مدیران صنایع مختلف در ۱۶۰ کشور را تحلیل کرده‌اند و پس از آن نتیجه‌گیری‌های خود را در قالب کتاب حاضر که می‌تواند مرجعی بسیار ارزشمند، نه



جشنواره ورزشی بانوان سامان

نخستین جشنواره ورزشی بانوان سامان در روزهای ۱۸ و ۱۹ خردادماه با حضور جمعی از همکاران خانم در چهار رشته دارت، آمادگی جسمانی، داژبال و فوتبال دستی در سالن قهرمانی دانشکده تربیت بدنی دانشگاه صنعتی شریف برگزار شد که نفرات زیر توانستند در رشته‌های مختلف به مقام قهرمانی برسند. شایان ذکر است ضمن تقدیر از نفرات برتر این مسابقات، جوایزی نیز به رسم یادبود به ایشان تقدیم شد.

داژبال

تیم اول: رها

مینا حسین زاده
فاطمه احمدی
مهسا کریمی
سعیده سلیمانی
مریم مولایی
آمنه حسینی

تیم دوم: آدرنالین

فاطمه سادات حسینی
مهسا معمر
زینب امان زاده
مریم مرصاد
مریم پورعباسی
سعیده حیدری
تیم سوم: غزال
ندا مظاهری
محدثه ترکمن

مریم جلیلی

فاطمه معینی

تیم اخلاق: الماس

حدیثه رضایی
مرضیه فیروزنیا
مژگان هاشمی
سارا رمضی
زهرا ساده‌دل
مهسا اجلائی

دارت

مقام اول: فرزانه کاربخش
مقام دوم: مژگان هاشمی
مقام سوم: مرضیه فیروزنیا

آمادگی جسمانی

رده سنی زیر ۳۵ سال
مقام اول: مرضیه جعفری

مقام دوم: نگار اسماعیل زاده

مقام سوم مشترک: مژگان هاشمی و سارا قراگوزلو

رده سنی بالای ۳۵ سال

مقام اول: فاطمه اسدی
مقام دوم: نسرين مصطفی
مقام سوم: زینب اکبرپور

فوتبال دستی

تیم اول: غزال
نگار اسماعیل زاده
محدثه ترکمن
تیم دوم: کهکشان
سمیه تقوی
مهسا گودرزی
تیم سوم: سارینا
طاهره مومن طایفه
رامک انصافی



سامان؛ بانک محبوب نمایشگاه ایران آگرو فود

ایران آگرو فود را دیده بودند و از مشاوره‌های بانکی کارشناسان ما استفاده کرده بودند، امسال جزو مشتریان بانک سامان هستند. حضور بانک در این نمایشگاه‌ها باعث ایجاد ذهنیت مثبت می‌شود و بسیاری از شرکت‌ها منتظر حضور دوباره بانک سامان در نمایشگاه بودند تا بتوانند درباره ارائه خدمات جدید مذاکره کنند. بانک سامان اکنون بانک محبوب این نمایشگاه است. چون توانسته است در بسیاری از حوزه‌های خدمات بانکی بهترین خدمات را ارائه کند.»

اقبال زاده، ارائه خدمات ضمانت‌نامه را از دیگر سرویس‌های بانکی می‌داند که بانک سامان به‌عنوان یک بانک پیشرو در اختیار مدیران شرکت‌ها قرار می‌دهد و ادامه می‌دهد: «برخی از شرکت‌های حاضر در ایران آگرو فود از بانک سامان تقاضای خدمات بانکداری شرکتی دارند، برخی هم برای کارکنان خود به دنبال دریافت کارت‌های اعتباری هستند که این خدمت هم از سوی بانک سامان به آن‌ها ارائه می‌شود.»

حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی نقطه قوت بانک سامان است

محمد سلگی، رئیس شعبه آصف بانک سامان که در غرفه بانک سامان در نمایشگاه ایران آگرو فود حضور داشت، می‌گوید: «بانک سامان در همه زمینه‌های بانکی آمادگی ارائه خدمات به شرکت‌های حاضر در آگرو فود را دارد. اگر این شرکت‌ها بیش از ۵ هزار میلیارد تومان گردش مالی داشته باشند، برای آن‌ها بانکداری شرکتی تعریف می‌شود و خدمات ویژه‌ای به‌صورت اختصاصی ارائه خواهد شد و اگر گردش مالی آن‌ها کمتر از این رقم باشد، در شعب بانک خدمات موردنیازشان را ارائه می‌کنیم.» سلگی با اشاره به حضور کارگزاران بانک سامان در خارج از کشور، تأکید می‌کند: «توانایی بانک سامان برای خدمات انتقال ارز به‌خصوص برای فعالان صنایع غذایی بالا است و متناسب با خواسته‌های مشتریان خدمات خاصی تعریف می‌شود.»

وی ادامه داد: «اولویت بانک سامان اکنون در حوزه مواد غذایی، دارویی و تجهیزات پزشکی است و ارائه تسهیلات ارزی به واردکنندگان در این

سی‌امین نمایشگاه بین‌المللی صنایع کشاورزی، مواد غذایی، ماشین‌آلات و صنایع وابسته (ایران آگرو فود) (Iran Agrofood) در حالی به کار خود پایان داد که غرفه بانک سامان مانند گذشته به محلی برای ارائه مشاوره در خصوص خدمات متنوع گروه مالی سامان تبدیل شده بود و فعالان حوزه صنایع کشاورزی و مواد غذایی با حضور در غرفه بانک، با خدمات ویژه بانک سامان که متناسب با نیازهای این صنایع تعریف شده است، آشنا شدند.

غرفه بانک سامان در سالن ۸ و ۹ نمایشگاه بین‌المللی ایران آگرو فود، در مدت برگزاری این نمایشگاه با حضور کارشناسان و مدیران بانکی، مشاوره‌های بانکی را به متقاضیان ارائه می‌داد.

فرصت نمایشگاه برای معرفی خدمات بانک سامان

متین اقبال زاده، رئیس شعبه ونک بانک سامان که در نمایشگاه ایران آگرو فود حضور داشت، هدف از حضور کارشناسان بانک در نمایشگاه آگرو فود را جذب مشتریان جدید، عنوان می‌کند و می‌گوید: «بانک سامان خوشبختانه هر ساله در این نمایشگاه حضور دارد و توانمندی‌های خود را به فعالان عرصه صنایع غذایی معرفی می‌کند. در واقع رویکرد بانک سامان ارائه خدمات مناسب به تولیدکنندگان و واردکنندگان در حوزه صنایع غذایی است.»

اقبال زاده با اشاره به خدمات متنوعی که بانک سامان به مشتریان خود ارائه می‌کند، می‌افزاید: «بانک سامان از این امتیاز برخوردار است که در حوزه‌های مختلف به‌خصوص خدمات ارزی در کنار واردکنندگان باشد. همچنین برای شرکت‌های فعال در حوزه تولید، تسهیلات متنوعی در زمینه سرمایه در گردش ارائه دهد.»

رئیس شعبه ونک بانک سامان، تأثیر حضور مستمر بانک در نمایشگاه‌های بین‌المللی و به‌خصوص «ایران آگرو فود» را تعامل دوسویه بین بانک سامان و شرکت‌های حاضر در نمایشگاه می‌داند و می‌گوید: «بسیاری از شرکت‌هایی که در سال‌های گذشته حضور بانک سامان در نمایشگاه



بانک پیوستم و فکر می‌کنم اکنون بیش از ۱۵ سال است که با این بانک همکاری دارم. هم اکنون در شعبه‌های یوسف‌آباد و اقدسیه بانک سامان هم حساب شخصی و شرکتی دارم.

ناجی ادامه می‌دهد: «بزرگ‌ترین ویژگی بانک سامان از نظر من خدماتی است که به‌خصوص از طریق اپلیکیشن بانک ارائه می‌شود و حتی من از دیگر حساب‌هایم پول را به حساب بانک سامان انتقال می‌دهم تا بتوانم از طریق اپ این بانک کارهای بانکی خودم را انجام دهم».

این فعال صنایع غذایی ویژگی بزرگ و مزیت بانک سامان را رفتار حرفه‌ای و توأم با احترام کارکنان این بانک می‌داند و تأکید می‌کند: «در زمان حضور در شعب بانک سامان شاهد رفتار خوب و محترمانه کلیه کارکنان بانک هستم و همین رفتار باعث شده که هیچ‌وقت در بانک سامان معطل و عصبانی نشوم. روحیه تیمی و فرهنگ سازمانی بانک سامان برایم بسیار جالب‌توجه است».

امید طاولی، مدیرعامل یکی از شرکت‌های بسته‌بندی حاضر در نمایشگاه ایران آگرو فود که بیش از ۱۵ سال است از خدمات بانک سامان استفاده می‌کند، می‌گوید: «حساب اصلی شرکت ما که تمامی گردش مالی از طریق آن انجام می‌شود در شعبه ونک بانک سامان است و علت انتخاب بانک سامان، رفتار سازمانی این بانک است که از مدیران ارشد تا مدیران شعب شاهد آن هستیم. مشتری‌مداری بانک سامان باعث شده است تا انتخاب اول ما باشد».

این فعال حوزه بسته‌بندی مواد غذایی، ادامه می‌دهد: «بیشترین خدماتی که امروز از بانک سامان دریافت می‌کنم از طریق خدمات برخط بانک سامان است. در کنار آن از خدمات کارت تنخواه بانک سامان استفاده می‌کنیم که ایده بسیار خوبی است و به شرکت‌ها کمک شایانی کرده است».

طاولی، با اشاره به برندینگ موفق بانک سامان و تأثیر آن در جذب مشتریان به این بانک می‌گوید: «شاید برای بسیاری از بانک‌ها مسئله طراحی داخلی و انتخاب نوع مبلمان، تا همین چند سال پیش اهمیت چندانی نداشت، اما بانک سامان نشان داد که نگاه متفاوتی به مشتریان و خدمات بانکی در شعب دارد. همچنین این بانک از جمله بانک‌های پیشرو در ارائه خدمات اینترنت بانک بود و با دقتی که به جزئیات این خدمات دارد خود را متمایز کرده است».

صنایع از جمله سیاست‌های اصلی بانک به شمار می‌رود. سلگی با تشریح روند تأمین ارز برای واردکنندگان در بانک سامان می‌گوید: «اگر میزان ارز موردنیاز در شعبه بانک موجود باشد، از آن طریق تأمین می‌شود، در غیر این صورت از صرافی بانک سامان این ارز تأمین خواهد شد و مشتریان در زمینه تأمین ارز نگرانی نخواهند داشت». وی، حضور بانک سامان در ایران آگرو فود را در نتیجه برنامه‌ریزی مدیران ارشد بانک برای تعیین بازارهای هدف بانک سامان می‌داند و می‌گوید: «بانک سامان تنها در برخی از نمایشگاه‌ها حضور پیدا می‌کند و استراتژی بانک بر این مبنا است که تنها در نمایشگاهی شرکت کند که مرتبط با بازارهای هدف باشد».

رئیس شعبه آصف، تأکید می‌کند: «حضور بانک سامان در نمایشگاه‌های بین‌المللی که با اهداف بانک همخوانی دارند، در ابتدا به تثبیت برند بانک سامان به‌عنوان یک بانک پیشرو کمک می‌کند، این حضور نشان‌دهنده اهمیت آن صنایع برای بانک است، در ثانی با حضور همکاران بانکی در نمایشگاه و پرزنت خدمات بانک سامان برای شرکت‌های حاضر، وجه تمایزی میان بانک سامان با دیگر بانک‌ها ایجاد می‌شود و این کار با استقبال خوبی نیز روبرو شده است و مشتریان جدیدی برای شعب بانک جذب شده‌اند».

وی ادامه می‌دهد: «ما این احتمال را می‌دهیم که بسیاری از شرکت‌های حاضر در نمایشگاه با خدمات بانک سامان آشنا نیستند و نمایشگاه این فرصت خوب را به وجود می‌آورد که به‌صورت چهره‌به‌چهره این خدمات معرفی شود و معمولاً پس از پایان نمایشگاه ادامه روند جذب مشتریان جدید با مراجعه به شرکت‌ها انجام خواهد شد».

بانک سامان از نگاه مشتریان قدیمی

غرفه بانک سامان در آگرو فود، علاوه بر میزبانی علاقه‌مندان برای دریافت مشاوره‌های بانکی، محلی برای دیدار مشتریان قدیمی بانک بود. صاحبان صنایع غذایی و کشاورزی که سال‌ها است از خدمات بانک سامان استفاده می‌کنند، نظرات خود را درباره انتخاب بانک سامان بیان کردند.

بهزاد ناجی، فعال حوزه تأمین مواد اولیه در صنایع غذایی، می‌گوید: «از ابتدای راه‌اندازی شعبه سعادت‌آباد بانک سامان به جمع مشتریان این



برندگان سوربهاره ۱۴۰۲

مراسم قرعه‌کشی سور بهاره ۱۴۰۲ برگزار شد و برندگان این سور به قرار جدول زیر معرفی شدند:



برنده جایزه ۵۰ میلیون تومانی

شماره مشتری	نام و نام خانوادگی
۲۱۱۲۴۵۴	اسماعیل قهرمانی نمهیل

برندگان جایزه یک میلیون تومانی

شماره مشتری	نام و نام خانوادگی	شماره مشتری	نام و نام خانوادگی
۵۹۸۳۸۱	آرش صفری اصائلو	۹۴۳۳۶۴	مجتبی صالح
۵۸۴۳۰۸	محمدحسین جواهری	۲۰۹۷۲۵۴	سجاد آسوده
۳۳۱۹۱۸۴	آزاد بهرامی	۶۲۰۱۰۱	وحید مبصری
۳۳۲۴۰۰	محمود باباپورعلی آبادی	۲۲۷۶۸۰۸	حامد جابری زاده
۳۵۷۳۹۷۳	حسین پروین قوجه بیگلو	۲۸۰۴۹۱۳	محمد همیانی
۹۳۱۱۵۹	کامبیز کبریتی	۳۳۰۶۱۱۶	مسعود رضائی نژاد
۱۸۹۸۶۲۸	شهاب ساکت	۲۰۰۳۷۰	صفا کفائیان
۲۰۴۷۲۰۳	علی مظلومی	۴۰۲۳۴۱۹	امیر قاسمی
۱۱۹۳۲۱	سروش عبدالله شمشیر	۱۸۱۵۱۰۵	علی حریه
۱۲۹۵۲۷۹	افشین حیدریان	۱۱۹۲۴۷۴	محمدرضا باباخانی
۲۶۲۱۶۵۸	علی شریفی قروه	۴۰۰۰۲۵۱	علیرضا لطیفیان
۲۰۴۳۲۹۸	ندا خداداده	۳۴۴۵۶۳۱	ناصر اصغری
۱۷۸۳۳۸۰	مهدی دولتی	۳۱۳۱۳۶۱	علی رمضان نیا
۲۳۳۶۵۰۹	فرزاد فیضی	۲۱۲۷۴۸۲	امین خاتمی
۲۴۷۶۴۰۹	امیرحسن صدقی نژاد داریان	۱۶۶۱۸۵۸	علی رضائی ازندریانی
۱۳۴۴۰۹۰	احمد کوچک زاده	۳۰۴۹۴۱۷	بابک درویش پور
۲۶۲۸۶۱۳	امیر حکیمی	۹۹۷۹۷۰	مهدی دلیرمغانلو
۲۷۸۷۱۷	امید دلدار	۲۶۷۷۸۳۱	قاسم نبی لودشیری
۳۸۱۹۶۷۲	علیرضا شادی شوره دلی	۴۷۲۱۷۳	میلاد جلیلی مقدم
۱۴۰۸۳۹۵	امین زارع نیا	۱۰۸۳۲۵۷	امیر رودی
۱۷۴۰۲۸۹	گلزار پوررحیم بهنمیری	۹۴۲۵۶۲	کیانا پهلوانی
۸۸۸۸۸۱۸	شیما جنتی	۲۵۴۳۳۳۷	سیدمحمدهادی حسینی نامی
۲۷۶۷۹۸۴	مونا اعتباری	۷۳۸۵۸۵	علی اعلائی
۱۵۶۹۹۴۶	داریوش طوفانی	۲۰۰۳۵۲۶	حافظ خلیفه
۳۶۱۹۱۸۳	پرینا قرائی	۱۷۱۲۴۱۷	امیر حسین ذاکری
۵۳۳۸۶۲	امیر شریفی	۷۵۵۰۶	روزبه مهدویان
۴۱۲۴۴۸۵	محمدرضا الطافی	۱۳۵۷۲۶۱	سیدمحمد موسوی
۱۵۶۵۱۸۰	سهیل افضل	۱۱۹۶۷۹	مهری آزمون
۳۳۸۲۷۹۱	مجید فروهرنیا	۲۷۰۷۰۰۲	ابراهیم بخشایش
۱۲۱۹۰۳۱	مجتبی نایب جعفرویلانی	۴۰۰۲۶۵۰	ایوب رحمت آبادی
۳۷۴۳۸۸۷	شایان شادکام	۳۵۱۶۱۹۵	امید رضائی پهمدانی

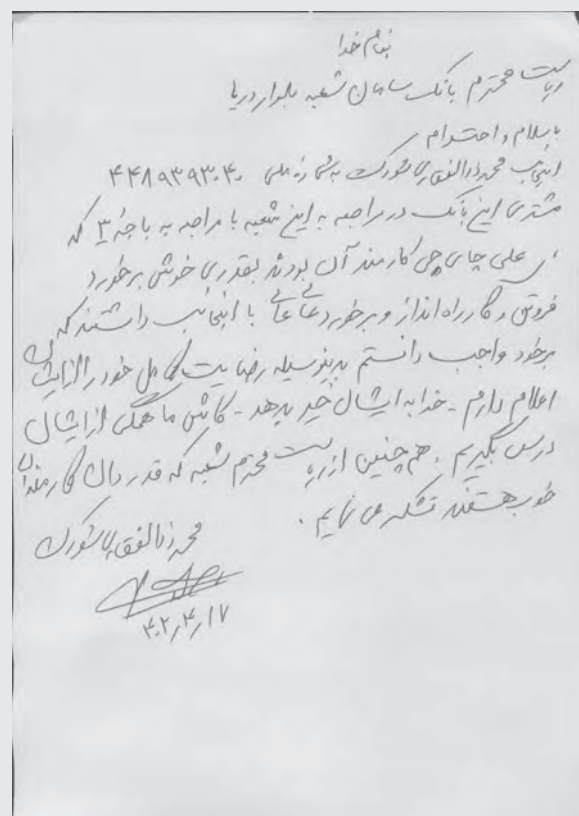
شماره مشتری	نام و نام خانوادگی
۳۸۴۶۶۵۴	بابک شیبانی مدرچی
۳۰۷۹۵۴۱	فضایل فرشاد
۹۰۶۸۶۱	سید سجاد زمانی فرد
۱۷۵۵۸۵۸	وحید مولوی پور
۱۶۵۵۱۶۵	هادی اسدی قاسم آبادی
۳۶۴۸۵۹۵	یاسر ظهرا بی
۳۹۰۲۸۵۲	روح اله بشار
۳۳۸۹۱۱۵	سعید حنیفه پور
۲۳۶۶۸۳۱	محمد سعید محمدی
۳۹۶۰۰۰۴	مرتضی پشنگ
۴۱۰۶۶۵۹	سعید زنگنه
۸۶۷۴۵۲	حمید شمس کیانی
۲۷۴۹۳۰۹	سحر بغدادی
۳۷۳۹۰	فرشته حاجی اسفندیاری
۹۹۶۵۸	امین ثباتی
۱۱۲۸۲۱۱	رضا باطنی
۱۱۶۰۸۵۱	حامد رضوان نیا
۱۲۸۰۰۷۴	علی حدادی
۱۴۰۰۵۷۸	مجید فرپیش بازیاری
۱۴۱۸۰۳۹	اکبر عابدی
۶۵۸۳۴۱۳	پوریا زارعی
۲۷۵۲۹۱۱	فرهاد حیدرپور
۳۹۶۹۶۱۸	سلیمان قلی نژاد
۸۸۱۶۷۵	امیر احمدی
۱۱۸۸۴۱۵	میرامید رازقی
۲۲۰۹۰۳۲	احسان کریمی
۲۱۰۵۱۴۵	بهادر جناب
۲۰۴۳۸۵۰	محمدابراهیم شیری
۱۲۶۶۶۲۷	سعید دهقان
۱۸۲۳۳۵۱	میرآرش سیدعلی جانلو
۳۰۶۴۶۷	قاسم جعفری خالدی
۳۱۵۶۳۱۳	پیمان خان محمدی
۳۹۸۶۷۹۹	سیدمحسن موسوی
۳۷۲۵۳۹۶	علی محمدزاده سربابی
۳۲۹۲۰۳۹	عظیمه صبحی
۹۱۰۵۷۰۸	بهنام سروری
۵۴۰۷۸۳	سیدعلی موسوی
۱۱۱۲۵۷۱	الدوز کشاورز کارمیانجی
۱۴۲۸۵۶۱	محمد گلچنه دوز
۲۵۸۴۲۹۱	غزال بوریانی
۳۶۵۹۸۶۹	محمد نظری
۳۸۴۴۱۴۵	آیلا یزدان شناس
۳۱۴۲۲۹۰	سعید نیک نژاددویل
۵۷۹۲۸۵	سیدحامد موسویان

شماره مشتری	نام و نام خانوادگی
۱۸۲۰۸۶۵	محمد ملکی
۱۳۸۸۰۹۴	مرتضی خوش فرح
۳۲۹۹۵۰۸	مجتبی احمدی نسب مدوار
۱۷۱۸۰۲۸	امید مدنی
۲۹۲۵۶۳	فرشید ایزدی
۱۶۰۳۵۳۸	ابوالفضل حجازی
۹۴۱۰۱۶۰	احسان ناصرمنش
۱۶۳۸۴۲۹	محمد شریفی اردانی
۱۳۶۹۶۵۱	سعید روغنیها
۶۲۲۹۶۷	علیرضا شهیدی
۲۷۴۱۱۲۰	سیدمرتضی مدنی
۴۲۶۳۱۳	عبدالمهدی بهمن یار
۲۴۴۲۲۲۳	فهیمة سعادت
۳۸۰۳۳۹۹	سیدمهدی دل پسند
۱۵۷۱۶۸۲	رضا معصوم زاده جوزدانی
۱۴۱۲۶۰۵	محمدعلی دهقان زاده
۱۱۸۳۲۰۹	پگاه وارسته
۲۲۹۶۷۷۸	میثم ساعد
۱۱۷۴۳۹۶	علیرضا طرقدار
۳۹۴۶۸۷۳	سولماز قربانی
۲۴۶۲۴۰	محمدحسین مجردآلمان آباد
۳۰۷۰۲۱۶	محمد مژده شفق
۱۴۱۳۰۹۶	شروین بیات ماکو
۱۶۶۹۱۷۳	محمود کیانی مقدم
۱۵۵۴۶۴۱	محراب اشرفی چهل حجره
۶۲۲۷۵۲۷	علیرضا آذرافزا
۷۷۳۲۴۲	محمد حمید نوبختی
۱۸۶۴۰۰۵	امید نادری
۶۱۴۳۵۶	مرتضی نجاتی
۳۹۳۵۵۹۳	حمیده موسی الرضائی
۲۴۹۶۹۱۴	رحمان نوری کوشاهی
۳۳۷۱۴۱۱	ایمان حسین زاده حسن کلائی
۳۳۸۳۷۵۴	محسن دهقان دهنوی
۲۵۰۲۳۵۹	اسماعیل رستگاری هرمزی
۱۹۶۴۳۷۸	طاهره سیدمحمدی
۳۴۵۸۰۲۹	مسلم کوچکیان زلیوا
۲۴۶۱۷۷۳	مصطفی باباشاهی
۱۰۱۵۶۲۵	نوید سیدغلامی موسوی
۲۹۵۵۶۶۰	میثم فدائیان
۱۵۲۵۱۴۳	محمدباقر محبی
۱۹۳۹۲۱۸	سیاوش خوش گلخن
۱۸۷۳۷۵۶	امید ایزدی
۲۰۵۳۰۴۸	کریم اسمعیل یان مارالان
۱۳۵۲۹۹۷	مهری محمدی



تقدیر شورای شهر از همکاران سامانی

رئیس محترم شورای اسلامی شهرستان قدس، جناب آقای جنابچقچق ضمن ابراز تشکر از ارائه خدمات شایسته و تکریم مراجعین توسط همکاران شعبه شهر قدس بانک سامان، با ارسال تقدیرنامه‌هایی از مرتضی باغستانی (رئیس شعبه)، مصطفی جعفری (معاون شعبه) و کاربران محترم شعبه آقایان میلاد کلچ، سید حامد بیات غیاثی و سید عیسی حسینی تقدیر به عمل آوردند.



تقدیر نامه‌ای از جانب مشتری

تصویر دست‌نوشته سرشار از محبت مشتری محترم شعبه بلوار دریا، جناب آقای محمد ذوالفقاری در خصوص تقدیر از بانکدار شعبه بلوار دریا، جناب آقای علی چایی چی

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 همکاری که حسن خلق و پیگیری مؤثری داشته‌اند، در خرداد ماه به صورت کتبی تقدیر کرده‌اند. ما به رسم سپاس و قدردانی، اسامی این عزیزان را در نشریه سامان منتشر می‌کنیم.

با تشکر

مدیریت سرمایه انسانی بانک سامان

نام و نام خانوادگی	محل خدمت	نام و نام خانوادگی	محل خدمت
علیرضا محمودی	شعبه ولی عصر تبریز	لیلا اژدری اجیرلو	شعبه اردبیل
فرهاد ارجمند	شعبه ولی عصر تبریز	شهرام سلطانی	شعبه اردبیل
حسین مردانه شندی	شعبه ولی عصر تبریز	لیلا ملکی هنجین	شعبه اردبیل
سهیل میرزائی	شعبه اردبیل	روح اله سیاه وشی	شعبه تهرانسر
ناصر هوشیاری	شعبه اردبیل	مهدی کمالی	شعبه تهرانسر



دست به چرخه زیستی حیوانات نرید

**ایمان معاریان |
دامپزشک**

انسانی از حالت بکر خارج شود، می توان مجوز غذا یا آبرسانی در طبیعت را صادر کرد که البته این فرآیند هم نباید از سوی افراد عادی انجام شود. در واقع، اینکه هر انسانی به شکل خودجوش به فرآیند غذارسانی بپردازد، امری اشتباه است. در کل، پیش از دخالت انسان در چرخه های زیستی، غذارسانی مجاز نیست؛ اما در صورت بروز آلودگی های زیست محیطی به گونه ای که دسترسی حیوانات به غذا محدودتر شود و تحدیدی برای انقراض گونه های مختلف به حساب بیاید، بعد از کارشناسی های دقیق و در نظر گرفتن شاخص های متعدد؛ میزان، نوع، زمان و نحوه غذارسانی باید طبق اصولی که برای حیوانات مخاطره آمیز نباشد، انجام بگیرد. در اصل، پژوهش ها مشخص می کند که غذارسانی باید چه اصولی داشته باشد. برای مثال، اگر غذا در یک منطقه واحد ریخته شود، ممکن است در اثر اجتماع حیوانات، انتقال بیماری های مختلف به راحتی انجام بگیرد، بنابراین غذارسانی باید از کانال کارشناسان و مسئولان کاربرد محیط زیستی انجام شود. در بسیاری از غذارسانی های غیر اصولی، حجم غذا و نوع ماده غذایی برای حیوانات مشکل ایجاد می کند، چرا که به طور معمول کربوهیدرات و چربی بالایی به بدن حیوانات می رسد و این موجب ایجاد نبود تعادل در جمعیت آنها می شود. گفتنی است، برخی حیوانات در برخی فصول باید غذای کمتری بخورند و وزن خود را کاهش دهند تا دوام بیشتری در طبیعت داشته باشند. با غذارسانی بی ملاحظه انسانی، ممکن است روند زیست آن با اختلال مواجه شود. غذارسانی برای این دسته از حیوانات به لحاظ زیست محیطی امری اشتباه است؛ از آنجایی که این حیوانات به منابع غیر طبیعی انسانی نظیر پسماندها و زباله های خانگی دسترسی دارند، روز به روز جمعیت شان نسبت به ظرفیت طبیعی رو به افزایش است. ناگفته نماند که در شهرها افزون بر سگ و گربه، حیوانات اهلی دیگر هم زندگی می کنند که آنها هم به دلیل مدیریت نشدن پسماندها جمعیت شان رو به افزایش است. حیواناتی نظیر سگ و گربه در اصل نباید رها شوند، چرا که رها شدن آنها، هم برای خودشان آسیب زا است و هم در صورت افزایش جمعیت، برای انسان ها هم خطر آفرین هستند. باید به این موضوع هم واقف باشیم که زیاد شدن یک گونه حیوانی در محیط زیست شهری منجر به از بین رفتن یا به خطر افتادن زیستگاه حیوانات دیگر می شود و ممکن است، مورد هجوم حیواناتی که جمعیت بیشتری دارند، قرار بگیرند.

حیوانات آزاد در طبیعت به ۲ دسته کلی تقسیم بندی می شوند؛ بخش نخست آن دسته از حیوانات غیر اهلی نظیر پلنگ، شیر و... را شامل می شود که باید در طبیعت رها باشند تا در چرخه زیستی خود قرار بگیرند. دسته دوم حیوانات اهلی هستند که به دلیل بی مسئولیتی انسان ها در سطح شهر رها شده اند. به طور معمول دسترسی به غذا برای حیوانات بخش نخست که در چرخه زیستی طبیعت قرار دارند، ممکن است در یک فصل دسترسی به منابع غذایی برای آنها بیشتر و در فصلی کمتر باشد. این نوسان در دسترسی به غذا، خود عامل مهمی برای تعادل بخشی به کنترل جمعیت طبیعی حیوانات و چرخه های تولید مثلی آنها است. در این شرایط، روند طبیعی بر زندگی آنها حاکم می شود که نیازی به دخالت انسان در غذارسانی نیست. در واقع، کاهش درجه هوا یا افزایش آن، دلیل علمی برای غذارسانی های غیر اصولی انسانی نیست و اگر افراد دست به چنین نحوه دسترسی به غذا برای حیوانات از سوی طبیعت تعیین می شود که این روند در چرخه زیستی آنها نهادینه شده است. گفتنی است، طبیعت در طول میلیون ها سال این گونه به روند تکاملی خود ادامه داده و حیوانات هم بر طبق آن از گذشته تاکنون جمعیت خود را کنترل کرده و به تولید مثل پرداخته اند. به طور معمول نوع و میزان غذاهایی که حیوانات می خورند تا زنده بمانند از سوی طبیعت بکر تعیین می شود. در واقع، آنها می دانند که در چه زمانی از سال چه بخورند و چقدر باید به بدن شان غذارسانی کنند. همان گونه که اشاره شد، این روند برای طبیعت دست نخورده حاکم است و افراد عادی که شناختی از آن ندارند، نباید در فرآیند غذارسانی به حیوانات اختلال ایجاد کنند؛ آن هم غذاهایی که به طور معمول پسماند غذاهای انسانی است. برخی معتقدند که اینکه افراد بدون اطلاعات و خودجوش غذارسانی کنند، نه تنها کمکی به حیوانات نمی کند، بلکه ریسک به خطر افتادن جان حیوانات بیشتر می شود. این فرآیند تنها برای شرایطی مجاز است که به فراخور دخالت های بیش از اندازه انسان در طول سال ها چرخه زیستی حیوانات با اختلال مواجه شده باشد یا غذای لازم در برهه ای از زمان در دسترس حیوان نباشد. کارشناسان در چنین شرایطی غذارسانی به حیوان را مجاز می دانند. در شرایطی که طبیعت به دلیل دخالت های



اهمیت پژوهش در توسعه مدیریت شهری

| شهرام شیرکوند |
| پژوهشگر و مشاور صنعت |

و برنامه‌ریزی حل معضلات جاری خود بهره گیرد که علاوه بر گسترش فرهنگ تحقیق و پژوهش، به امر نظام‌بخشی به جامعه علمی خود نیز بپردازد و پژوهش و تحقیق را به عنوان یک عنصر بنیادین سازماندهی کند.

اهم موضوعاتی که موجب پویایی امر پژوهش در حوزه تصمیم‌گیری شهری می‌شوند، عبارتند از:

- ارتباط منسجم و منطقی بین دانشگاه‌ها، موسسات تحقیقاتی، صنایع حمل‌ونقل و به‌طور کلی واحدهای مرتبط با مدیریت اجرایی شهری
- تخصیص بودجه کافی، حذف مقررات دست‌وپاگیر مالی و اداری، توجه به پژوهشگران و مشخص کردن سیاست‌ها و اولویت‌های تحقیقاتی و انتخاب سوژه‌های مهم تحقیقاتی

- تدوین نظام صحیح و مطلوب برای توزیع اعتبارات پژوهشی توسط مدیران شهری

- سیاست‌گذاری مشخص و متمرکز در پژوهش و تمرکز بر اجرای آن

- بسترسازی برای شکل‌گیری و رشد تحقیقات کاربردی و توسعه‌ای

- تدوین ضوابط منسجم و قابل اجرا در زمینه سیاست‌های حمایتی از پژوهشگران و متخصصان.

با در نظر گرفتن این مسائل امیدواریم ذوق و شوق تحقیق دوباره از سر گرفته شود و این خود فرصت مغتنمی است برای پژوهشگران تا طیف وسیعی از مسائل و گره‌های کور اجرایی کشور را مورد توجه قرار دهند. چنین فضایی در صورت تحقق، این فرصت را در اختیار مجریان امور قرار می‌دهد تا گام‌های علمی برای حل معضلات موجود با اتکا به تحقیقات ژرف‌نگر و مطالعات کاربردی بردارند و اهداف توسعه همه‌جانبه را به تدریج جامه عمل بپوشانند. بدون تردید آنچه امیدواری سازمان‌های اجرایی را برای گرایش به تحقیق فزونی می‌بخشد، گذر از دوره بحران شک‌گرایی در تصمیم‌گیری است و فعل و انفعالاتی که می‌تواند به این روحیه خاتمه بخشد، نتایج مستند و مستدل پژوهش‌های پرمایه است. گذشته از فقدان دستگاه منسجم کنترل‌کننده پژوهش در کشور، عامل دیگری که متأسفانه مانع عمده‌ای در راه پیشبرد امر تحقیق است، وجود برخی محقق‌نماهای مدرک‌دار و بی‌مدرک است که به جای فهم عمیق مسائل و درک اهداف متعالی، پژوهش را به تجارت تبدیل کرده‌اند. در این شرایط ضروری است برای بهره‌برداری بهینه از توان پژوهشی در کشور به پژوهشگران و استادان آگاه میدان داده و موانع و ناهمواری‌های موجود از سر راه برداشته شود. این امر زمانی محقق خواهد شد که مدیران شهری با تمرکز اجرایی در یک سازمان مشخص از تشنگی و پراکندگی طرح‌های پژوهشی و صرف هزینه‌های موازی ممانعت به عمل آورند و با تعیین اولویت‌های کاربردی به تشخیص استادان محقق و کارشناسان با تجربه، از انجام تحقیقات زودرس و خام پرهیز کنند.

امروزه همه مدیران شهری به‌ویژه در کلانشهرها بر این باورند که در موضوعات مهم شهری و نحوه خدمات‌رسانی به شهروندان تحقیق و پژوهش باید در اولویت امور باشد. همه بخش‌های شهری در حوزه‌های حمل‌ونقل، فرهنگی، عمرانی، زیست‌محیطی و بهداشتی، قبل از هر نوع اقدام توسعه‌ای باید مورد پژوهش قرار گیرند تا نقاط ضعف و قوت سیستم شناسایی شود؛ بنابراین پژوهش باید در همه بخش‌های مدیریت شهری به‌عنوان یک ضرورت برای تصمیمات کلانشهری عملیاتی شود. تحقیقات نشانگر این است که تمرکز بسیاری از امکانات و ظرفیت‌های اقتصادی در کلانشهرها موجب توسعه روابط و کسب‌وکار، افزایش فعالیت‌های اقتصادی و مشاغل سودآور و همین امر مهاجرت بی‌رویه به شهرها را به دنبال داشته و از آنجا که امکان جذب خیل عظیم جمعیت مهاجر در شهرها وجود ندارد، پیدایش مناطق حاشیه‌ای جویای کار در مجاورت شهر منجر به ایجاد اختلاف طبقاتی در کیفیت زندگی می‌شود. شاخص‌های مهمی همچون حمل‌ونقل، بهداشت، آموزش، امید به زندگی و کیفیت زندگی نسبت به گذشته دستخوش تغییر شده و اگر درباره این مسائل تحقیق و پژوهش نشود و توسعه شهری بدون نظارت و برنامه‌ریزی شکل بگیرد منجر به عمیق‌تر شدن شکاف طبقاتی، کاهش عدالت، مخدوش شدن اهداف توسعه اجتماعی و شهری، ایجاد مشکلات در بحث امنیت اجتماعی و کاهش شاخص‌های بهداشت و آموزش می‌شود که این مسائل در روند توسعه اختلال ایجاد می‌کنند. در حال حاضر فرهنگ پژوهش تا حدودی در کشور نهادینه شده و باتوجه به شرایط موجود هر اقدامی در زمینه توسعه اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی در شهرها باید علم‌محور و پژوهش‌مدار باشد تا با بهره‌گیری از این دستاوردها مشکلات را به‌خوبی مدیریت کرد. مدیران شهری باید با درک این ضرورت‌ها، شهر را به‌صورت علمی اداره کنند. نکته‌ای که وجود دارد این است که در بسیاری از موارد شاهدیم که بین یافته‌های علمی با نظام‌های تصمیم‌گیری و اجرایی فاصله وجود دارد که این امر منجر به این می‌شود که بسیاری از مطالعات و پژوهش‌های انجام‌شده در آرشیو قرار گیرند و نتایج پژوهش‌ها مورد استفاده و بهره‌برداری نباشد؛ از این رو باید راهکارهایی دنبال شود که مدیران تصمیم‌گیر شهر را دائم با نتایج تحقیقات پژوهشگران مرتبط کند. این مسئله امروزه تحت عنوان تصمیم‌گیری مبتنی بر شواهد معرفی شده که همان تصمیم‌گیری‌های علمی است. متأسفانه این اعتقاد که تحقیق و پژوهش در کشور ماثردهی اندکی دارد، مورد قبول بسیاری از واحدهای علمی، محققان، پژوهشگران و حتی مراکزی است که از این پژوهش‌ها بهره می‌گیرند. برنامه‌ریزی، یک فرآیند فنی و تخصصی است و تهیه و تدوین برنامه‌های ثمربخش و مفید مستلزم آشنایی دقیق با اصول و فنی‌های است که صحت و اعتبار آن در میدان عمل به اثبات رسیده باشد. اجرا ارزشیابی حساب‌شده و دقیق از ارکان و اصول این کار است. اگر برنامه‌ریزی تنها روش اداره ثمربخش جوامع شهری محسوب می‌شود، پژوهش و تحقیق را باید یکی از عوامل اصلی نظام اجتماعی به حساب آورد. جامعه‌ای می‌تواند از تحقیق به‌عنوان تنها امکان شناسایی

تحقق اقتصاد سبز نیازمند نگاه جدی

| پدram جدی |
| کارشناس محیط زیست |

مالیات سبز یکی از انواع مالیات است که با هدف ایجاد اقتصاد سبز و به منظور صیانت و حفظ محیط زیست و جلوگیری از خسارات به آن و نیز برای جبران آلاینده ها و کنترل و حذف آنها دریافت می شود. پس این نوع مالیات از واحدهای تجاری و شرکت هایی اخذ می شود که دارای آلاینده گی هستند و اخذ آن تلاش برای حذف آلاینده ها از سوی واحدهای مربوطه را به دنبال دارد. این مالیات را می توان صرف سرمایه گذاری در فناوری یا علمی کرد که به صنایع آلاینده کمک می کنند تا روش ها و ابزار و دانش بهتری را در فعالیت های خود به کار گیرند و این روش های جدید باعث حفظ محیط زیست شود. طبق دستورالعمل اجرایی تبصره یک ماده ۳۸ قانون مالیات بر ارزش افزوده مصوب سال ۱۳۹۲ واحد آلاینده واحد تولیدی است که از طریق تخلیه فاضلاب یا انتشار ذرات یا گازهای آلاینده یا تخلیه پسماند به محیط زیست، موجب آلودگی شود.

مالیات سبز ابتدا توسط کشورهای توسعه یافته که با صنعتی شدن، درگیر آلودگی هوا، تغییر کاربری های گوناگون و تخریب فضای سبز شدند، مطرح شد تا از طریق وضع ساز کارهای بازدارنده اقتصادی، میزان آسیب به محیط زیست را کاهش دهد. دولت باید پس از دریافت مالیات محیط زیستی، اعتبار به دست آمده را در بهبود و ارتقای وضعیت محیط زیست و از بین بردن آلاینده های محیط زیستی و توسعه فناوری های مربوط به آن هزینه کند. با این وجود، موضوع مالیات سبز در ایران

مغفول مانده و کمتر به آن پرداخته شده است. ما انسان ها موظفیم هزینه های لازم برای حفاظت از محیط زیست را پرداخت کنیم. تمامی نهادها از مجموعه های دولتی گرفته تا بخش خصوصی و تعاونی به دلیل اینکه فعالیت های شان بر محیط زیست تأثیرات مستقیم و غیر مستقیم می گذارد، وظیفه دارند به یک سری ضوابط پایبند باشند و از سویی بابت تخریب ایجاد شده هزینه ای به صورت جریمه یا مالیات پرداخت کنند. فعل و انفعالات این مجموعه های اقتصادی تأثیرات گوناگونی بر منابع آبی، هوا و خاک می گذارد و ممکن است تولید پسماند و پساب کنند یا به واسطه فعالیت های شان موجب تغییر کاربری و تخریب شوند. زمانی که از این مجموعه ها در راستای نوع فعالیت اقتصادی شان مالیات سبز یا محیط زیستی ستانده می شود، جذابیت فعالیت های آلاینده کاهش می یابد و سرمایه گذاران ناگزیر به سمت فعالیت های پایدارتر و سبز می روند. باید در نظر داشت هیچ فعالیت انسانی نیست که آسیبی برای محیط زیست نداشته باشد. حال یک سری از این آسیب ها متناسب با ظرفیت ها و برد آن اکوسیستم خود پالایی می شود، اما عمدتاً این خود پالایی اتفاق نمی افتد و فعالیت های اقتصادی ممکن است تا صدها سال تأثیر خود را بر یک اکوسیستم باقی بگذارند. در ایران برای مقابله با تخریب محیط زیست و کاهش اثرات فعالیت های انسانی بر طبیعت، یک سری عوارض و جریمه های محیط زیستی وضع شده و اگر شرکت ها و کارخانه ها درگیر آلودگی شوند و آلودگی آنها از سوی سازمان حفاظت محیط زیست ثابت شود، در نظر قانونی با اخطار و جریمه و توقف تولید مواجه خواهند شد. این جریمه عمدتاً به صندوق ملی توسعه محیط زیست واریز می شود و دارای مصارف مشخص است. در نهایت این اعتبار صرف یک سری برنامه ها از جمله تجهیز محیط بان ها، دانش بنیان کردن عرصه های محیط زیستی و... می شود. با این حال، این نوع جریمه ها به عنوان مالیات تلقی نمی شود و تقریباً در قوانین مالیاتی ایران چیزی به عنوان مالیات سبز یا مالیات محیط زیستی دیده نشده؛ در صورتی که بسیاری از تولیدی های صنایع غذایی، پالایشگاه ها، شرکت های راهسازی و شرکت های کشتیرانی که با محیط زیست ارتباط و تعامل بسیار زیادی دارند می توانند از مخاطبان موضوع مالیات سبز باشند. فعالیت برخی کشتیرانی ها خواه ناخواه باعث آلودگی سواحل، دریاها و دریاچه ها می شود و در راهسازی هم غیر ممکن است تخریب محیط زیست رخ ندهد. پالایشگاه ها چه با تولیدات، چه با پساب ها و چه با انتشار گازهای گلخانه ای، سهم زیادی در آلودگی محیط زیست دارند. علاوه بر اینها فعالیت های معدنی در ایران همواره با تخریب های گسترده محیط زیست همراه بوده است. در نهایت اینکه طبق قانون، تمام این بخش ها با اخذ مجوزهای محیط زیستی به طور قانونی و رسمی قادر به فعالیت خواهند بود و در صورت تخلفات محیط زیستی محکوم به پرداخت خسارت و جریمه خواهند شد. با این همه، مسئله پرداخت مالیات متفاوت بوده و باید برای تحقق اقتصاد سبز نگاه جدی تری به اجرای مالیات سبز داشت. در این صورت، بخش هایی از اقتصاد ملزم به کاهش اثرات آلاینده می شوند و به دلیل مشمولیت مالیاتی جذابیت اقتصادی این بخش ها کاهش می یابد که نتیجه این امر حرکت به سمت اقتصاد سبز خواهد بود.



معافیت مالیاتی انگیزه‌ای برای تولید بیشتر

امیرعباس اختراعی |

رئیس هیات‌مدیره انجمن سازندگان تجهیزات صنعتی ایران |

به‌سمتی ببریم که حرکت به‌سمت دانش‌محوری برای‌شان جذابیتی نداشته باشد. مالیات یکی از مواردی است که در دانش‌بنیان شدن شرکت‌ها نقش مهمی دارد. اینکه شرکت‌های دانش‌بنیان نوع یک از پرداخت مالیات معاف هستند، شاید یک ناهمگونی را در این اکوسیستم به‌وجود بیاورد؛ چرا که اگر شرکتی به‌مرحله نوع یک بودن می‌رسد، به‌طور قطع چرخه مالی قابل‌قبولی دارد، در حالی که شاید شرکت‌های نوع ۲ و خلاق با توجه به محدود بودن منابع مالی، نیاز بیشتری به این نوع تشویق‌ها داشته باشند. از آنجایی که معافیت مالیاتی یک نوع مشوق در امر تولید محسوب می‌شود، شرکت‌هایی که تراکنش مالی بالایی دارند و از طرفی هم، در تولید سهم بسزایی دارند، لزوم معافیت مالیاتی باید برای آنها اعمال شود، در واقع معافیت مالیاتی ارتباط مفهومی با نوع یک یا ۲ بودن شرکت‌های دانش‌بنیان ندارد؛ بلکه حمایتی است در راستای توسعه تولیدات داخلی. این فرآیند و فرایندهای مشابه، باعث می‌شود شرکت‌های نوپا برای بزرگ‌تر شدن، انگیزه کافی داشته باشند و در این مسیر، راه دانش‌بنیان شدن از نوع یک را ببینند، بنابراین معافیت مالیاتی برای شرکت‌های بزرگ تولیدی امری مفید و مهم به‌شمار می‌آید. اینکه یک شرکت می‌تواند از یک فناوری مدرن و به‌روز برای تولیدات خود بهره بگیرد، باید از معافیت مالیاتی برخوردار باشد.

باید تمایزی بین بخش تولید و تجارت و خدمات بوده و تولیدی‌ها این حس را داشته باشند که توجه بیشتری به این بخش به‌عنوان صنعت، بخش مولد و مادر اقتصادی کشور می‌شود. در حقیقت، این بخش برای رسیدن به سودآوری باید از مسیرهای طولانی عبور کند؛ وقتی ثبات اقتصادی در نظام ارزی، تصمیم‌گیری‌های کلیدی و ارائه تسهیلات بنگاه‌های تولیدی با مشکل مواجه شوند، به‌طور قطع این روند بر برنامه‌های بلندمدت و کوتاه‌مدت واحدهای تولیدی اثرگذار است و پایه‌های تولید نیز متزلزل می‌شوند.

در نتیجه، اساس قانون مالیات بر عایدی سرمایه، خوب و به‌طور قطع اجرای آن ضروری است و بهتر بود این مهم در سال‌های گذشته قبل از اینکه دلالتان و سودگران، اقتصاد کشور را با مشکلات جدی مواجه کنند، مصوب و اجرا می‌شد.

اساس معافیت مالیاتی دانش‌بنیان‌های نوع یک، تصمیم بجا و درستی است، چرا که این فرآیند موجب جذب افراد برای افزایش کیفیت و تولید خواهد شد. مالیات‌های مستقیمی که تاکنون برای شرکت‌های دانش‌بنیان نوع یک در نظر گرفته شده، توانسته است عامل مهمی در رشد کیفی محصولات این شرکت‌ها باشد و ظرفیت‌ها را برای افزایش تولید داخلی بهبود بخشد. همان‌گونه که می‌دانید شرکت‌های دانش‌بنیان از سوی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری گروه‌بندی شده‌اند و دانش‌بنیان‌های نوع یک، دارای معافیت مالیاتی هستند و نوع ۲ و ۳ هیچ‌کدام معافیت مالیاتی ندارند. در حال حاضر سیاست‌های جدیدی اتخاذ شده که در بطن قانون جهش دانش‌بنیان هم آمده است. در واقع، برای شرکت‌هایی که فروش بالای ۵۰ میلیارد تومان دارند و همچنین به‌تدریج برای سایر شرکت‌ها، این معافیت نوع یک حذف می‌شود و به بخش آراند دی شرکت‌ها تخصیص می‌یابد و در واقع هزینه‌های تحقیق و توسعه مشمول مالیات می‌شوند. واقعیت ماجرا این است که من با این تصمیم‌گیری موافق نیستم، چرا که باید جذابیت برای شرکت‌های دانش‌بنیان به‌حدی باشد که همه شرکت‌ها به‌سمت دانش‌بنیان شدن و دانش‌محور بودن سوق داده شوند تا بتوانند در مسیر فناوری‌های روز نرخ تمام‌شده ارزان‌تری را تجربه کنند. در کل، به‌عنوان یک تولیدکننده و به‌عنوان رئیس انجمن بزرگ‌ترین سازندگان تجهیزات صنعتی کشور، دولت را برای تامین هزینه‌های جاری از بخش مالیات درک می‌کنم و اعتقاد راسخی به مالیات دارم؛ اما باید بپذیریم در راه ایجاد جذابیت برای شرکت‌هایی که در مسیر توسعه تولید داخلی و موفقیت گام‌های بزرگ‌تری را برداشته‌اند و می‌توانند عرصه‌های مهمی را برای مردم در تولید و خدمات برای مردم باز کنند، باید مشوق‌های مالیاتی تعیین شود. با حذف برخی تسهیلات از جمله معافیت مالیاتی نباید آنها را



مالیات

یکی از چالش‌های اساسی کسب و کار خانوادگی، توسعه مباشرت آن است. مباشرت فردی است که به چگونگی ساختن و انتقال یک میراث به نسل‌های آینده می‌پردازد. «مباشرت» یک مفهوم در حال تکامل است. به لحاظ تاریخی، مباشرت منعکس‌کننده نیاز مباشران (صاحبان یا مدیران) برای پاسخگویی به اقدامات خود در برابر تامین‌کنندگان منابع است. اما در یک شرکت خانوادگی این مفهوم معنای بسیار گسترده‌تری پیدا می‌کند. خانواده‌های فعال در کسب و کار اغلب خود را به عنوان مباشر ثروت خانواده می‌بینند؛ به ویژه، آنها جهت‌گیری بلندمدت دارند و کسب و کار را با در نظر گرفتن نسل‌های آینده مدیریت می‌کنند.

مباشرت کسب و کار خانوادگی درباره ایجاد، پرورش و انتقال میراثی اعتلا یافته به نسل‌های آینده است. این امر مستلزم وضوح مقاصد و اهداف، برپایی اصول بنیادین و توانمندسازی حاکمیت خانواده و کسب و کار خانوادگی و تعهد خانواده به ایده برتری منافع خانواده بر منافع تک‌تک اعضای آن است. «فرهنگ مباشرت» در دوران رونق و بالندگی کسب و کار، به مثابه امری معقول و دست‌یافتنی مورد حمایت قرار می‌گیرد، اما با کاهش سود یا تدارک ندیدن بازنشستگی مناسب برای سالمندان اعضای مالکیت کسب و کار خانوادگی به منبع تنش‌زا تبدیل می‌شود. تقویت نگرش مباشرت به معنای حفظ توافق خانوادگی حول این ایده است که کسب و کار یک دارایی مشترک است که باید برای منافع بلندمدت خانواده

توسعه یابد. در پرتو این مفهوم استفاده بهینه از ۴ نوع سرمایه متفاوت به شرح ذیل ممکن می‌شود:

- سرمایه خانواده - جایگاه ثروت خانواده در قلب شرکت‌های خانوادگی است؛ وابستگی به کسب و کار فراتر از یک رابطه مالی صرف است.
- سرمایه انسانی - قدرت دانش، مهارت‌ها، وفاداری و تعهد کارکنان غیرخانوادگی.
- سرمایه مالی - احتیاط و احساس مسئولیت مالی در قبال نسل‌های آینده.
- سرمایه اجتماعی - اعتماد و تعامل متقابل ناشی از ایجاد پیوندهای پایدار با تامین‌کنندگان، سرمایه‌گذاران، مصرف‌کنندگان، جامعه محلی و کلان.
- اهداف مشترک مالکان و مدیران بر انگیزه و سازکارهای کنترل سازمانی تاثیر می‌گذارند، اعتماد را برجسته می‌کنند و بیش از نظارت دقیق، بر توانمندسازی تاکید دارند. مباشران عموماً به کسب و کار خود وفادار هستند و برای موفقیت آن تلاش می‌کنند و این جهت‌گیری می‌تواند رقابت را از طریق توسعه اعتماد، شهرت، روابط با مشتری و مشارکت کارکنان افزایش دهد. اگر بخواهیم مفهوم واحدی را خلاصه کنیم که در پرتو آن بدانیم زیربنای مزیت‌های رقابتی و وجه تمایز کسب و کارهای خانوادگی چیست، آن مفهوم باید «اعتماد» باشد؛ اعتماد منبع چشم‌اندازهای بلندمدت، وفاداری و تعهد است.

مدل «رهبری با اعتماد»، عناصر اعتماد را توسعه می‌دهد و به رفتارهای خاصی توجه دارد که باید نسبت به آنها مسئول باشیم. در این مدل، اعتماد به عنوان جزئی از روابط کسب و کار در ۸ عنصر کلیدی تعریف می‌شود. در موقعیت‌هایی که احساس کمبود اعتماد می‌شود، می‌توان از این عناصر استفاده

و مشخص کرد کدام رفتارها باعث ایجاد اعتماد می‌شوند و برای بازسازی، رشد و حفظ آن، چه راه‌حلی نیاز است.

۱. قلمرو: تعیین حدود مسئولیت‌ها برای بروز یک تعهد واقعی و پایبندی به آن.
۲. قابلیت اطمینان: وضوح آنچه برعهده می‌گیریم و نمی‌گیریم.
۳. شایستگی: داشتن دانش فنی و مهارت بین فردی برای انجام کار است.
۴. پاسخگویی: پذیرش و جبران اشتباهات مان، انجام کارهایی که باید انجام دهیم تا همه چیز درست شود و از تکرار نشدن آنها مطمئن شویم.
۵. رازداری: اشتراک‌گذاری نکردن اطلاعاتی که مال ما نیست.
۶. صداقت: شهرت داشتن به صداقت و راستگویی.
۷. عدم قضاوت: پاسخ دادن بدون قضاوت وقتی کسی چیزی را در فضای صمیمی به ما می‌گوید، اعتماد را افزایش می‌دهد.
۸. گوشه‌دگی: به اشتراک گذاشتن آزادانه ایده‌ها و اطلاعات. اگرچه لزومی ندارد همه این عناصر را همیشه به افراد نشان دهیم، اما کمک می‌کند تا چگونگی ایجاد روابط با اعتماد بالا را درک کنیم. دانستن این مدل به ما و اطرافیان مان قدرت می‌دهد تا خود و دیگران را در قبال رفتارهایی که منجر به اعتماد بالاتر یا پایین‌تر در خانواده یا کسب و کار می‌شود، مسئول بدانیم.
- حفظ دیدگاه مباشرت، چالشی قابل‌پیش‌بینی برای کسب و کارهای خانوادگی است. بنابراین باید برنامه‌ریزی کرد و برای ۴ اصل ذیل تعهد داد:

۱. تعیین نقشه‌راه؛ توجه به استقلال و وضوح هدف.
 ۲. تحریک کردن عملکرد؛ توجه به عملکرد، بهبود مستمر و حاکمیت.
 ۳. بخشی از چشم‌انداز بودن؛ توجه به جهان گسترده‌تر.
 ۴. برنامه‌ریزی برای آینده؛ انسجام بین کوتاه‌مدت و بلندمدت.
- تهیه یک «بیانیه مباشرت» را به عنوان بخشی از منشور خانواده یا بیانیه ماموریت خود بدانیم و از آن درباره موارد ذیل حمایت کنیم:
- مدیریت دارایی‌های خانوادگی و کسب و کار
 - تقسیم سود
 - برنامه‌ریزی مالی شخصی
 - جانشین‌پروری
 - تعهدات متقابل اعضای خانواده

با این وجود، کسب و کارهای خانوادگی موفق، زمان حال را سرپرستی و برای آینده سرمایه‌گذاری می‌کنند. آنها منابع را در حوزه‌هایی مانند آموزش، تحقیق، بازاریابی و توسعه رهبری نسل بعدی قرار می‌دهند که در کوتاه‌مدت سودآوری ندارند. این شرکت‌ها توسط مباشران کارآفرینی مدیریت می‌شوند که به سرمایه‌گذاری سرمایه، همان‌طور که به رشد درآمد، به جانشین‌پروری، همان‌طور که به مدیریت عملکرد، به شهرت کسب و کار خانوادگی، همان‌طور که به نتایج موردانتظار؛ می‌انديشند. به هر حال، پرورش و حمایت کردن از مباشران و رهبران فعلی و آتی کسب و کارهای خانوادگی یک نیاز واقعی است. ضرورت دارد همه بخش‌ها به‌ویژه بخش خصوصی، بیش از این فرصت‌سوزی نکنند و به نقش و جایگاه کسب و کارهای خانوادگی در اقتصاد و امور اجتماعی کشور، این استعداد استراتژیک توجهی شایسته مبذول کنند.

معيار کليدی توسعه پايدار

| پرويز غياث الدين |
| عضو سندیکاى توليد کنندگان برق |

بازیگران کليدی صنعت برق به درستی نشان می دهد ساختارهای حکمرانی در این صنعت با آنچه از آن به عنوان حکمرانی خوب یاد می شود، فاصله زیادی دارد.

گرچه در طول ۲ دهه گذشته تلاش ها و اقدامات بسیاری برای ایجاد شفافیت در ساختار هزینه و درآمدهای این صنعت صورت گرفت و تجدید ساختار به عنوان یک راهبرد برای دستیابی به صنعتی چابک با پارادایم های شفاف اقتصادی انجام شد، اما در نهایت اقتصاد برق همچنان بیمار، غیرشفاف و یارانه ای باقی ماند و واگذاری ها به عنوان کليدی ترین اقدامی که در این تحول ساختاری انجام شد، به یک دردسر بزرگ برای مشارکت کنندگان غیردولتی بدل شد.

تولید کنندگان غیردولتی بیش از ۶۰ درصد برق مورد نیاز کشور را تامین می کنند، اما نه تنها نقش موثری در تدوین سیاست ها و تبیین رویکردها در تولید و عرضه برق ندارند، بلکه حتی به آنها فرصت داده نشده که برق تولیدی خود را بر مبنای ساختارهای معمول بازار، قیمت گذاری کرده و بفروشند؛ به این ترتیب سرمایه گذاران خصوصی و غیردولتی در صنعت برق، نه تنها مسیر درستی برای توسعه بخشی به زیرساخت های این صنعت نیافتند، بلکه در عمل از بازگشت سرمایه خود در یک دوره زمانی منطقی و اقتصادی هم ناامید شده اند.

تحقق کمتر از ۳۰ درصد اهداف پیش بینی شده در برنامه های توسعه پنج ساله در کنار اجرا نشدن بندهایی از قانون بودجه، باتکلیف ماندن موضوعاتی نظیر افزایش سالانه سقف نرخ خرید برق از نیروگاه ها یا ضعف های جدی در اجرای آیین نامه هایی نظیر گواهی ظرفیت، نشانه های پر زخمی است که صنعت برق در میانه تصویب و اجرای قوانین در آن گرفتار شده است.

گرچه در ظاهر عمده هزینه های این بی توجهی خسارت بار به قوانین را بخش خصوصی متحمل می شود، اما سرانجام این روند، صنعت برق را گرفتار مشکلاتی می کند که رفع آنها به سادگی امکان پذیر نیست. افت جدی سرمایه گذاری ها و ناترازی تولید و مصرف برق که سال گذشته به نرخ خاموشی های گسترده صنایع تمام شد و امسال نیز با مدیریت مصرف (خاموشی صنایع) تا حدی تحت کنترل قرار گرفت، نتیجه روشن اجرا نشدن درست قوانین و متعهد نبودن وزارت نیرو به تعهداتش است. این روزها در بحبوحه بررسی برنامه هفتم توسعه در مجلس شورای اسلامی، فعالان بخش خصوصی و غیردولتی برق همچنان به بهبود شرایط از مسیر این قوانین امید دارند. اگر هفتمین برنامه توسعه با لحاظ الزامات اجرایی و نظارت جدی برای نحوه اجرای آن تدوین و ابلاغ شود و بودجه های سالانه بر مبنای واقعیات اقتصادی و با پیش بینی منابع مالی لازم برای جبران عقب ماندگی ها و بدهی های گسترده وزارت نیرو به تصویب برسد، می توان به بهبود شرایط این صنعت امید داشت.

بر اساس گزارش بانک جهانی (۱۹۹۷) تحت عنوان «نقش دولت در جهان در حال تحول» سیاست گذاری توسعه اقتصادی به ۳ دوره قابل تفکیک است:

- ۱- سیاست های توسعه کینزی (دولت توسعه گرا)
- ۲- سیاست تعدیل (دولت کوچک)
- ۳- سیاست حکمرانی خوب (دولت اثربخش). بر همین اساس در بسیاری از کشورها، «حکمرانی خوب» به عنوان یکی از معیارهای کليدی توسعه پايدار شناخته و تلاش می شود و معیارهای شش گانه این شکل از حکمرانی در همه عرصه ها پیاده و عملیاتی شوند.

در ایران نیز پس از تجربه سیاست های تعدیل اقتصادی، به نظر می رسد سیاست حکمرانی خوب (موثر) منطبق بر توصیه های اخیر بانک جهانی، سیاست سازگارتری با واقعیات های اقتصادی کشور است.

در حوزه اقتصاد، حکمرانی خوب را یک معیار کليدی برای جذب سرمایه گذاری داخلی و خارجی، افزایش رشد اقتصادی، تامین امنیت اقتصادی و بهبود محیط کسب و کار می دانند، چرا که شاخص هایی نظیر حق اظهار نظر و پاسخگویی، کارایی و اثربخشی دولت، کیفیت مقررات، حاکمیت قانون و کنترل فساد که بانک جهانی برای کشورهای مختلف محاسبه می کند، علاوه بر اینکه یک حکمرانی موثر را در جامعه رقم می زنند، تا حد قابل توجهی، فضا را نیز برای جذب سرمایه گذاری و توسعه اقتصادی فراهم می کنند.

حکمرانی خوب در صنایع زیرساختی که دولت متولی اصلی آن است، از اهمیتی حیاتی تر و تأثیری عمیق تر برخوردار است، چرا که بخش قابل توجهی از پارادایم ها و شاخص های توسعه ای این دست از صنایع، وابستگی مستقیمی با مدل های حکمرانی دارد.

در صنعت برق که به تعبیری زیرساختی ترین پیش نیاز برای توسعه اقتصادی و تامین رفاه اجتماعی محسوب می شود، ساختارهای حکمرانی متأثر از سیاست های کلان کشور با شاخص هایی که پیش تر به آن اشاره شد، تفاوت های جدی دارد که شاید مهم ترین آنها را بتوان در کارایی و اثربخشی دولت، حاکمیت قانون و حق اظهار نظر جست و جو کرد.

در واقع در ساختار غیرشفاف اقتصادی برق، اجرا نشدن بهینه و موثر قوانین و مقررات موجود، نقش های چندگانه وزارت نیرو به عنوان اصلی ترین نماینده دولت در صنعت برق و تمایل نداشتن این وزارتخانه به همفکری و مشارکت با سایر



ایمنی در گرو هوشمندسازی

| شهاب خدامرادی |

| مسئول گروه هوشمندسازی شرکت‌های دانش‌بنیان |

هشدارهای صوتی تا سیستم‌های کامل خودرانی که اتومبیل را بدون سرنشین می‌راند که البته هنوز در دنیا فراگیر نشده و به تولید انبوه نرسیده است، چرا که مستلزم ایجاد زیرساخت‌هایی در جاده‌ها و خیابان‌ها هم هست. در کل، هدف از طراحی سیستم‌های هوشمند کمک به افزایش آگاهی به راننده در راستای کاهش تصادفات است؛ سیستم‌های هوشمند خودرو در جهان برای هشدار خواب‌آلودگی، هشدار انحراف از مسیر، نزدیک شدن به مانع و دیگر امکاناتی از این دست فراگیر شده است. امروزه شرکت‌های دانش‌بنیان قابل توجهی داریم که در این عرصه فعالیت می‌کنند و در چند سال اخیر با جهش فناوری که از سوی این شرکت‌ها به‌وجود آمد، ادوات قابل توجهی از هوشمندسازی خودرو در کشور تولید شد. عموماً هوشمندسازی خودروها و وسایل نقلیه بر بستر دانش‌بنیان برپایه نیازی که از سوی ناوگان‌ها اعلام شده بود، رواج پیدا کرد. در واقع ناوگان‌ها خواهان ایجاد و نصب سیستم‌هایی روی خودروها بودند که با محاسبه مسافت طی شده، پیشنهاد مسیر کم‌ترافیک‌تر بدهد و به پیش‌بینی حادثه بپردازد. تمامی این امکانات اکنون در اختیار آنها در بستر نرم‌افزارهایی قرار گرفت که از سوی شرکت‌های دانش‌بنیان طراحی و ساخته شده است. همان‌گونه که پیش‌تر اشاره شد، در سال‌های اخیر، شرکت‌های دانش‌بنیان متعددی در زمینه هوشمندسازی خودروها تاسیس شدند که عمدتاً با همکاری دانشگاه‌ها توسعه پیدا کردند. نکته مهم این است که خودروسازان ما منطبق با فناوری‌هایی که در کشور طراحی و تولید می‌شوند، اقدام به ساخت خودرو نمی‌کنند؛ به عبارت دیگر، خود را به سطح فناوری‌های موجود در کشور نرسانده و این فناوری‌ها به‌صورت فراگیر مورد بهره‌برداری قرار نگرفته‌اند. بیشتر خودروسازان ما در ابتدای مسیر استاندارد حرکت می‌کنند. به عبارت دیگر، از حداقل‌های استاندارد پیروی می‌کنند و چندان به نصب تجهیزات جانبی برای حفظ ایمنی بیشتر سرنشینان توجه نمی‌کنند. این در حالی است که خودروهایی که در بیشتر کشورهای جهان تولید می‌شوند، از ایمنی بیشتری برخوردار هستند و مدت زمان زیادی است که خدمات ایمنی در ساخت این خودروها نهادینه شده است.

بی‌شک حمل‌ونقل یکی از مولفه‌های اصلی شهر هوشمند است، به گونه‌ای که این صنعت در شهرهای بزرگ و روبه‌رشد جایگاه ویژه‌ای داشته و همواره قسمت عمده‌ای از امکانات و منابع را به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم به خود اختصاص داده است. کارشناسان بر این باورند که کیفیت سیستم حمل‌ونقل و ظرفیت آن تأثیر زیادی بر اقتصاد یک منطقه دارد و در اصل داشتن سیستم‌های حمل‌ونقل با کیفیت بالا، به عنوان شاخصی برای کشورهای پیشرفته صنعتی مطرح است. در واقع، حمل‌ونقل به عنوان یک عامل اساسی در پیشرفت اقتصادی به حساب می‌آید و توسعه پایدار و تحکیم موقعیت اقتصادی یک منطقه بدون توسعه و بهبود وضعیت حمل‌ونقل در آن امکان‌پذیر نیست. حال بهره‌گیری از سیستم‌های حمل‌ونقل هوشمند شامل «چراغ راهنمایی هوشمند»، «دوربین‌های نظارتی» و «تابلوهای علائم متغیر» تا ۱۲ درصد مصرف سوخت را در بخش حمل‌ونقل کاهش می‌دهد. به گزارش دفتر فرهنگ‌سازی و ارتباطات سازمان بهینه‌سازی مصرف سوخت کشور، نتایج مطالعات روی کارایی سیستم‌های حمل‌ونقل هوشمند نشان می‌دهد که استفاده از این قبیل سیستم‌ها، ۱۵ تا ۲۰ درصد کاهش تأخیر و روانسازی ترافیک را در پی دارد. بی‌شک هوشمندسازی، یکی از راه‌های کمک‌کننده به ایمنی وسایل نقلیه به‌ویژه در خودروها است. ادوات هوشمند در خودروها معمولاً به هوشمندی رانندگان کمک می‌کند و باعث می‌شود تا حد زیادی جلوی تصادفات گرفته شود. جلوگیری از خواب‌آلودگی یکی از امکاناتی است که کمک‌راننده‌های هوشمند به رانندگان و خودروها می‌دهند. این سیستم‌ها باعث می‌شوند اگر راننده در هنگام رانندگی دچار خواب‌آلودگی شد، از وقوع حادثه بکاهد.

خدامرادی گفت: خودرانی بالاترین سطح هوشمندی در خودروهای امروزی در جهان است که امروزه برخی خودروسازان مطرح در دنیا راه‌اندازی کرده‌اند. گفتنی است، خودرانی در خودروها دارای سطوح مختلفی است؛ از

بسترسازی برای تولید داروهای گیاهی

| حسین رستمی احمدوندی |
| فعال دانش بنیان |

نیازمند اقداماتی برای رویش باکیفیت‌تر آنها در زمین‌های مخصوص هستیم که شرکت‌ها به تنهایی توانایی فراهم آوردن این شرایط را ندارند، بنابراین آنها نیازمند حمایت سازمانی هستند. به گفته این فعال بازار گیاهان دارویی، برای تولید انبوه گیاهان، مکانیزاسیون در روند تولید از راهکارهای موثری است که می‌تواند به کار گرفته شود، به طوری که مراحل کاشت، داشت و برداشت گیاهان دارویی با ماشین‌آلات، منجر به تولید انبوه و بهره‌وری بالایی شود که راه را برای تجاری‌سازی در ابعاد وسیع هموارتر می‌کند.

متأسفانه در بسیاری از موارد به‌ویژه درباره گیاهی نظیر زعفران که با عنوان طلای سرخ هم شناخته می‌شود، هنوز برداشت در بیشتر مزارع به صورت سنتی و دستی انجام می‌شود و به‌طور کامل مکانیزه نیست، در حالی که می‌توان با مکانیزه کردن مرحله برداشت، به تولیدات بیشتری از این گیاه دست یافت و ارزش بیشتری وارد کشور کرد. چندی پیش، برای نخستین بار گیاه کاملینا را از اروپا وارد کردیم و با فرآیندهای مکانیزه توانستیم سطح زیرکشت آن را به ۱۳ هزار هکتار برسانیم؛ گفتنی است، دلیل استقبال کشاورزان از کشت این گیاه، این است که تمام مراحل آن مکانیزه است. بازار از دیگر چالش‌های توسعه دانش‌بنیان‌ها در امر تجاری‌سازی گیاهان دارویی است. متأسفانه فرآیند استانداردسازی گیاهان در کشور انجام نمی‌شود و این باعث شده است که بازارهای خارجی توجه چندانی به گیاهانی که به‌طور مستقیم از ایران صادر می‌شوند، نداشته باشند و ترجیح بدهند از کشورهای دیگری که بسته‌بندی و استانداردهای لازم را دارند، خرید کنند، در حالی که گیاه اصلی از ایران تهیه شده است.

ظرفیت کشورمان در تولید انبوه این گیاهان به قدری بالا است که انتظار می‌رود برای کشت هر گیاه، ماشین‌آلات ویژه‌ای طراحی شود، چرا که با تولید انبوه، به واسطه کاربرد فناوری، سودهای کلانی حاصل می‌شود و صرفه اقتصادی بالایی خواهد داشت. بنابراین، توجه به شیوه زراعت و مکانیزه شدن آن و بازسازی مناسب؛ ۲ راهکار برای توسعه تجاری‌سازی گیاهان زراعی است.

ایران از تنوع اقلیمی مطلوبی برای کشت انواع گیاهی برخوردار است و می‌توان نسبت به سود حاصل از آن امیدوار بود. بیشتر گیاهان دارویی که در کشور کشت می‌شوند، مقاوم به کم‌آبی هستند و در مناطق خشک کشور هم می‌توانند رویش داشته باشند و سازگاری خوبی دارند. در بخش زراعت، چالش‌هایی وجود دارد که با گذشت چند دهه از فعالیت مستمر دانش‌بنیان‌ها در این حوزه، هنوز حل نشده باقی مانده است. برای مثال، کشت گیاهان وحشی، زمین خاص خود را می‌طلبد و نباید در هر زمینی کاشته شوند، در حالی که به‌طور معمول چنین اصولی رعایت نمی‌شود، مانند آن است که اجازه دهیم زیستگاه حیوانات وحشی در شهر دایر شود که این روند نه برای گیاه خوب است و نه برای دیگر محصولات کشاورزی.

براساس آمارها، در ایران هزار و ۳۰۰ گونه منحصر به فرد گیاهی وجود دارد، اما از آنجا که این مهم چه به لحاظ درمانی و چه به لحاظ اقتصادی کمتر مورد توجه قرار گرفته است، سهم ایران در تجارت جهانی گیاهان دارویی کمتر از ۲ درصد است، در حالی که طبق آمار جهانی ۸۰ درصد مردم جهان در حال حاضر برای درمان، از گیاهان دارویی استفاده می‌کنند.

اتخاذ نکردن سیاست‌های راهبردی در مدیریت گیاهان دارویی کشور و استفاده نکردن از روش‌های علمی و صحیح در کاشت، داشت و برداشت و همچنین ضعف در بهره‌برداری صنعتی و اقتصادی از مهم‌ترین دلایل ضعف در تولید و تجارت گیاهان دارویی به‌شمار می‌آید. البته باید به مواردی نظیر کاهش تولید تخصصی گیاهان دارویی به دلایل مختلف از جمله کمبود مراکز تخصصی فراوری گیاهان دارویی هم اشاره کرد که منجر به عقب‌ماندگی در این حوزه شده است. چالش‌های متعددی در مسیر توسعه کشت و صنعت گیاهان دارویی وجود دارد که با شناخت دقیق این چالش‌ها و رفع آنها می‌توان به سمت توسعه این صنعت در کشور حرکت کرد. برای کشت گیاهان وحشی



یارانه و تورم

تله شوم اقتصاد ایران

| رضا پدیدار |

| رئیس کمیسیون انرژی و محیط زیست اتاق بازرگانی تهران |

می‌رسد.

همچنین، به لحاظ نوع پرداخت، یارانه‌ها شامل ۲ نوع کالایی یا غیرمستقیم و یارانه نقدی یا مستقیم هستند. یارانه‌های کالایی شامل حامل‌های انرژی، نان، شکر، ارتباطات و... می‌شوند. به صورت کلی یارانه نقدی به یارانه کالایی ترجیح دارد، زیرا یارانه کالایی بر نرخ به عنوان کلیدی‌ترین متغیر بازارها اثر می‌گذارد و در حالی که یارانه نقدی چنین اثری ندارد. در یارانه‌های کالایی به عنوان نمونه ایران و نژوئلا، بالاترین میزان یارانه بنزین و برق را در جهان دارند و نکته جالب اینکه همین ۲ کشور بالاترین نرخ‌های تورم دنیا را نیز دارند.

در زمینه حامل‌های انرژی هم همان‌گونه که در آمارهای رسمی یا غیررسمی سازمان برنامه و بودجه و مرکز پژوهش‌های مجلس مشخص است؛ در سال ۱۴۰۱ در مجموع ۲۱۰ میلیارد دلار یارانه پنهان پرداخت شده است. با کنار هم گذاشتن این عدد با میزان درآمد نفتی ایران در سال ۱۴۰۱ که کمتر از پیش‌بینی‌ها بوده، مشخص می‌شود منبع پرداخت این یارانه‌ها چیزی جز نفت یا به بیان ساده‌تر، همان ایجاد تورم در برابر پرداخت یارانه است. خلاصه نمودار یارانه‌های پنهان انرژی در جدول زیر نمایان است:

۱- بنزین: ۴۰.۱۰ میلیارد دلار

۲- گازوئیل: ۳۴.۱۲ میلیارد دلار

۳- برق: ۵۲.۲۰ میلیارد دلار

۴- گاز: ۸۴.۵۲ میلیارد دلار

بیشترین یارانه در حامل‌های انرژی که معادل ۸۴ میلیارد دلار است، به گاز تعلق گرفته که این مهم باعث مصرف بیش از اندازه این حامل انرژی و مصرف بی‌رویه و در نتیجه کمبود آن شده است.

از طرفی، آمارها و گزارش‌های تحلیلی مراجع رسمی، نشانگر شکست سیاست یارانه‌ها است، به نحوی که در تمام حوزه‌های تخصیص یارانه‌ها و حتی کالاهای اساسی شاهد بهره‌مندی بیشتر دهک‌های بالاتر هستیم. اوضاع زمانی بدتر می‌شود که بررسی دهک‌های تحت پوشش نهادهای حمایتی هم نشان از تخصیص نادرست منابع می‌دهد، در حالی که ۷۳ درصد دهک اول تحت پوشش نهادهای حمایتی نیست، ۱۷ درصد دهک نهم و دهم تحت پوشش این گونه نهادها هستند. در ضمن توجه داشته باشیم که در ارتباط با یارانه و تورم (تله شوم اقتصاد ایران) باید گفت که منشأ اصلی تورم در ایران کسری بودجه دولت است که موجب استقراض دولت از بانک مرکزی یا همان خلق پول و در نتیجه ایجاد تورم می‌شود. از طرفی، علت اصلی کسری بودجه دولت هم تخصیص مبالغ هنگفت به یارانه‌ها در بودجه است.

به بیان دیگر، یارانه‌ها مقصر اصلی ایجاد تورم در ایران هستند. در کلام پایانی، اینکه از نظر شدت مصرف انرژی ایران در جایگاه ششم دنیا قرار دارد و همین امر باعث شده تا همین تولیدکننده دی‌اکسیدکربن به نسبت GDP باشیم.

یارانه به معنای پرداخت مستقیم یا غیرمستقیم دولت به فرد، بنگاه یا نهاد است. پرداخت‌های غیرمستقیم به صورت یارانه کالایی یا کاهش نرخ کالاها و همچنین خدمات است. در کشورهای مختلف دنیا ۳ دلیل برای پرداخت یارانه وجود دارد؛

علت اول شکست بازار به معنای کافی نبودن تولید یک کالا در مکانیزم بازار است که دولت برای حمایت از آن یارانه پرداخت می‌کند؛ مانند امنیت، تحقیق و توسعه یا انرژی‌های تجدیدپذیر برای توسعه فرهنگ عمومی به این مهم.

علت دوم کالا یا خدماتی است که اثر خارجی و نتیجه اقتصادی آنها قابل محاسبه و رویت نیست و ممکن است مورد توجه سرمایه‌گذاران قرار نگیرند.

دلیل سوم هم توزیع مناسب درآمدها در جامعه با گرفتن مالیات از افراد ثروتمند و نیز پرداخت یارانه به افراد فقیر است؛ اما نکته مهم منابع تامین یارانه‌ها است که براساس مبانی اقتصادی، منبع تامین یارانه‌ها مالیاتی است که از مردم گرفته می‌شود، بنابراین در تمام دنیا محل هزینه‌کرد یارانه مورد توجه و حساسیت است، به نحوی که مخالف افزایش یارانه‌ها در بخش‌های مختلف هستند و این واقعیت را درک کرده‌اند که یارانه بیشتر متناظر، پرداخت مالیات بیشتر است؛ اما در ایران شرایط متفاوت است. تخصیص یارانه‌ها از محل مالیات نبوده و اصولاً ذیل بودجه دولت قرار ندارد. درآمدهای حاصل از فروش نفت و تورم محل تامین یارانه‌ها در ایران هستند.

دولت با تحویل نفت و گاز رایگان به پالایشگاه‌ها و نیروگاه‌ها مقداری از این منابع را تامین می‌کند، اما به دلیل کافی نبودن این منابع، این منبع از محل مالیات پنهان که نام دیگر آن تورم است، تامین می‌شود. ظاهر سیاست پرداخت یارانه و یا اعطای برق و گاز مجانی است، اما در باطن شاید بیشتر یارانه پرداختی به وسیله تورم پس گرفته می‌شود؛ اما در یک نگاه تطبیقی بهتر است تصور ذهنی شایع در جامعه مبنی بر اینکه ایران جزو ۳ کشور برتر دنیا از نظر درآمدهای نفتی است را بررسی کنیم. با مقایسه سرانه تولید روزانه نفت ایران با دیگر کشورها می‌بینیم؛ کویت با تولید بیش از ۷۰۰ هزار بشکه نفت به ازای هر یک میلیون نفر در روز، بالاترین سرانه فروش نفت را در جهان دارد؛ اما ایران بعد از کشورهای قطر، امارات، عربستان، نروژ و حتی کانادا با تولید روزانه حدود ۴۹ هزار بشکه در روز به ازای هر یک میلیون نفر، رتبه هفدهم تولید سرانه نفت در دنیا را دارد. برای درک بهتر میزان سرانه ذخایر نفت و گاز ایران را با دیگر کشورها مقایسه می‌کنیم که این بررسی نشان‌دهنده رتبه یازدهم ایران از نظر سرانه ذخایر نفت و گاز در جهان است.

بنابراین صرف تصور داشتن منابع نفت و گاز فراوان تصور غلطی به نظر

۲۰ سال نوآوری؛ برای پرداختن به زندگی

برترین شرکت پرداخت خاورمیانه

20

بیستمین سالگرد تاسیس
شرکت پرداخت الکترونیک
سامان کیش (سپ)

www.sep.ir



پرداخت الکترونیک سامان کیش



سپ ۲۰ ساله شد

زیر اعلام کرد:
کسب رتبه سیزدهم برترین PSP جهان در گزارش سال ۲۰۲۱ نشریه
نیلسون ریپورت
پرتراکنش‌ترین شرکت پرداخت خاورمیانه و قاره آفریقا در گزارش سال
۲۰۲۱ نشریه نیلسون ریپورت
اولین ارائه‌دهنده خدمات پرداخت الکترونیک بر بستر USSD از طریق
کد #۷۲۴*
اپلیکیشن چندمنظوره ۷۲۴
بیشترین تعداد تراکنش‌های کارت‌خوان در ایران
بیشترین تعداد تراکنش‌های موبایلی در ایران
دارنده تقدیرنامه سه ستاره از جایزه ملی تعالی سازمانی
دارنده گواهی‌نامه سیستم مدیریت امنیت اطلاعات ISO ۲۷۰۰۱:۲۰۱۳ از
مؤسسه ISC استرالیا

شرکت پرداخت الکترونیک سامان کیش (سپ)، ارائه‌دهنده ابزارهای
نوین و پیشرو در عرصه فناوری پرداخت الکترونیک ایران و جهان،
بیست سالگی خود را جشن گرفت.
به گزارش روابط عمومی سپ، این شرکت پنجم تیرماه با برگزاری
مراسمی، بیستمین سالروز تأسیس خود را جشن گرفت. مدیران ارشد
و کارکنان شرکت پرداخت الکترونیک سامان در حاشیه این مراسم بر
پایبندی بر هدف خود برای تحقق شعار «برای پرداختن به زندگی» تأکید
کردند.

پرداخت الکترونیک سامان کیش در سال ۱۳۸۳ به عنوان نخستین
ارائه‌دهنده خدمات پرداخت اینترنتی در نظام بانکی کشور فعالیت خود
را آغاز کرد؛ سپ هم اکنون به عنوان برترین شرکت PSP کشور شناخته
می‌شود و بیش از ۱۸۰۰ نیروی جوان و متخصص را در اختیار دارد.
مهم‌ترین دستاوردهای سپ در طول دو دهه فعالیت را می‌توان به شرح

اسامی برندگان قرعه کشی بهار ۱۴۰۲

وین کارت

۴ برنده جایزه ۱,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریالی

ردیف	نام شعبه	نام و نام خانوادگی
۱	میدان توحید کرج	سعید کرمی
۲	بلوار فردوس	رقیه قهرمانی نژادمیانیچی
۳	جنت آباد	محمد رضا مهدلوی
۴	اردبیل	یونس رستمی قوزقونیاغ سفلی

۴۰ برنده جایزه ۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریالی

ردیف	نام شعبه	نام و نام خانوادگی	ردیف	نام شعبه	نام و نام خانوادگی
۱	بزرگراه فتح	عباس نوری ملاحاجلو	۲۱	جهانشهر کرج	طناز علاءالدینی
۲	شهریار	احمد خزانلی	۲۲	خیابان لواسانی	الهام صدیقی سرایان
۳	ولنجک	پیمان بناءهان	۲۳	شهریار	مزگان احمدوند
۴	بازار کفاشها	ولی محرمی	۲۴	یزد	حامد همایونی
۵	میدان آرژانتین	محمد رضا کریم زاده	۲۵	مدرس مشهد	سید آریا حجازی
۶	پیروزی	مهدی زمانی	۲۶	ترمینال ۲ فرودگاه مهر آباد	غلامحسین احسنی ثمرین
۷	خیابان حافظ اصفهان	داود داوری	۲۷	ایلام	یوسف حق نظر
۸	اهواز	محمد عربی حزیبوی	۲۸	شهریار	رضا علیمقدم
۹	ساری	سیده آزاده میر شفیعی لنگری	۲۹	خیابان دکتر بهشتی	محمد ناطقی
۱۰	شهر قدس	رقیه سلیمان زاده	۳۰	کیش	هاله فتح الهی
۱۱	مولوی	رضا تقی پور	۳۱	آفریقای شمالی	امین مرادی
۱۲	اهواز	حامد دژاکام	۳۲	شهریار	سیده هادی حسینی
۱۳	گرگان	حبیب ديلم	۳۳	استادشهریار تبریز	میلاد جاملو
۱۴	فلکه اول تهرانپارس	میثم ابراهیمی یزدی	۳۴	ولیعصر تبریز	عباس اکبری
۱۵	خانه اصفهان	زهره مهدیان	۳۵	سمنان	علی اکبر ترکائلو
۱۶	بلوار فردوس	فروغ فلاحت نژاد	۳۶	پاسداران شیراز	بابک عاشوری
۱۷	گلزار رشت	حدیثه گل رو	۳۷	نیشابور	جهانبخش بوژمهرانی
۱۸	بلوار ۲۴ متری سعادت آباد	مهناز منتظری	۳۸	میرداماد	فرهاد برادران سیدین باغمیشه
۱۹	کرمان	اسماعیل خالقی قناتخستانی	۳۹	کرمان	فاطمه السادات موسوی
۲۰	هایپر استار	فرزاد کوکب زاده	۴۰	ترمینال ۲ فرودگاه مهر آباد	محمد علی شاه قاسی رودی

۴۰۰ برنده جایزه ۱۰,۰۰۰,۰۰۰ ریالی

ردیف	نام شعبه	نام و نام خانوادگی	ردیف	نام شعبه	نام و نام خانوادگی
۱	ولیعصر تبریز	امین ذوالفقاریان	۵۱	ولیعصر تبریز	آرمین هورفر
۲	خیابان آذربایجان	حسین علیزاده ثابت	۵۲	قصر دشت	اسماعیل قویدل
۳	۱۷ شهریور تبریز	فاطمه صغری حسن نژاد	۵۳	کرمان	محمد حمامی زاده حرجندی
۴	خیابان دکتر بهشتی	ندا ارشاد پور	۵۴	میدان تجریش	محمد میرزایی
۵	مهرشهر کرج	زهرا عابدینی	۵۵	همدان	مولوده سموات
۶	خیابان دکتر بهشتی	مرتضی لاله طاهری	۵۶	یافت آباد	فاطمه شعبان
۷	خیابان جمهوری	مریم دوستی	۵۷	جهانشهر کرج	آرش مهرانی
۸	ولیعصر تبریز	اشکان اسماعیلی شفیق	۵۸	گلزار رشت	مسعود نهی قناد
۹	اردبیل	محمد منصور پور	۵۹	بلوار فردوس	وحید میرشکار
۱۰	دلاوران	فاطمه فشکی	۶۰	خیابان دکتر بهشتی	زیب شیرازی تبار
۱۱	ملاصدرا	حافظ سرپرست	۶۱	۱۷ شهریور تبریز	رضا وطن دوست
۱۲	مشهد	فرهاد تمدنی آصف آباد	۶۲	امین حضور	الهام احمدی
۱۳	خیابان ملت اکباتان	حمیدرضا عزیزآبادی فراهانی	۶۳	مرکزی	میرمحمد حسینی قلعه جوقی
۱۴	میدان آرژانتین	امیررضا مرشدی	۶۴	پونک	الهام آزین
۱۵	گلزار رشت	سارنگ پوریخس	۶۵	میدان ونک	فاطمه قاسمی
۱۶	میرداماد	سیدحامد نصرالهی	۶۶	قیطریه	سروناز جهان زاد
۱۷	خیابان سید جمال الدین اسدآبادی	مینا بیات	۶۷	پیروزی	عباسعلی مومنی اشکدری
۱۸	نیاوران	دانیال عباسی کماسانی	۶۸	یزد	فاطمه کول
۱۹	پیروزی	هانیه محبیان نایه	۶۹	همدان	علی شاکری حریر
۲۰	مرکزی	امیررضا صدقیانی	۷۰	بجنورد	احمد دهش
۲۱	تبریز	سیمین رزم جوگی	۷۱	امین حضور	رضا محمدابراهیم جاسبی قم
۲۲	اراک	عطاء مرادی	۷۲	میدان هفت تیر	مهریار احمدی ارسی
۲۳	پاسداران شیراز	محمدجواد امیدی	۷۳	قلهک	سروش علمداری
۲۴	گلزار رشت	نسیم توسلی	۷۴	ولیعصر تبریز	شهناز جلالی
۲۵	اریکه ایرانپان	بهنام دهقانی	۷۵	میدان توحید کرج	جواد پورنژادبان
۲۶	میدان توحید کرج	اکبر رستم پور جانبهان	۷۶	قیطریه	بهاره ایاخو
۲۷	شهر قدس	فاطمه اسماعیلی صوفخ	۷۷	خیابان دولت	صابر حاجتی ارجمند
۲۸	قشم	عطاالله دادفرد	۷۸	میدان ونک	بهداد بهرامی
۲۹	میدان توحید کرج	معصومه حاجی محمد	۷۹	جهانشهر کرج	پیمان خدایار
۳۰	اردبیل	پیمان بالا میرزاده نوشهر	۸۰	مولوی	محسن دودانگه
۳۱	شیراز	علی نور	۸۱	تهرانسر	سیدمرتضی طاهانی
۳۲	مرکزی	عبدالمجید آروند	۸۲	شهریار	رسول نوری
۳۳	خیابان ولیعصر پارک ساعی	محمدسعید کار دوست	۸۳	ترمینال ۲ فرودگاه مهر آباد	پدرام قورچیان
۳۴	خیابان سید جمال الدین اسدآبادی	مهديه پیشوا	۸۴	مدرس مشهد	جواد ناظری فرخند
۳۵	قم	محمدعلی حیطاوی	۸۵	مشهد	محمد مهدی علی میرزایی
۳۶	مدرس مشهد	قوام الدین ایازی سنقرآبادی	۸۶	قم	محمد فدائیان
۳۷	فلکه سوم تهرانپارس	آذر قوچانی علیشاه	۸۷	شهر قدس	فاطمه شیرین بیان
۳۸	مشهد	سعید وحیدیان شاه ولی	۸۸	شهرک راه آهن	مجتبی فرمائی
۳۹	بلوار فردوس	علیرضا محمدزاده	۸۹	ترمینال ۲ فرودگاه مهر آباد	مهدی بدرلو
۴۰	زاینده رود	متین رضازاده	۹۰	گرگان	فرنوش یاسائی
۴۱	مدرس مشهد	منصوره رنجبرعقیل آبادی	۹۱	کیش	عبدالباست رزاقی
۴۲	خانه اصفهان	جواد نوری	۹۲	خیابان دکتر بهشتی	شهاب مشرف
۴۳	بابل	حامد محامدی	۹۳	اقدسیه	امیرحسین ونکی
۴۴	صادقیه	رفیق محمودی	۹۴	سعادت آباد	حمید آزاد
۴۵	ترمینال ۲ فرودگاه مهر آباد	سعید عظیمی	۹۵	شهر قدس	مازیار مهرخواه شیشه گورابی
۴۶	مهرشهر کرج	مینا مهدوی لنگرودی	۹۶	نیشابور	امید آرش پور
۴۷	بلوار دریا	امیرحسین شریفی	۹۷	مولوی	محمد هنری پور
۴۸	مشهد	محمدامین هنرورفرخ بخش	۹۸	قزوین	نقیسه بهرامی
۴۹	مرکزی	مرضیه رشیدی بابازیدی	۹۹	یافت آباد	محمدحسین جلالی
۵۰	امین حضور	حمید دشتی چقونگنش	۱۰۰	بابل	لیلا محمدیان قمی

ردیف	نام شعبه	نام و نام خانوادگی	ردیف	نام شعبه	نام و نام خانوادگی
۱۰۱	مشهد	علی اصغر تجلی خواه	۱۵۱	بابل	حمید علی بابائی عمران
۱۰۲	مرکزی	حسن سرائیان	۱۵۲	میدان تجریش	علی ربیع زاده حاجیدهی
۱۰۳	ترمینال ۲ فرودگاه مهر آباد	احمد هاشمزاده فروزان	۱۵۳	نازی آباد	محمود بویه
۱۰۴	میدان قزوین	محمد رضا یازوکی	۱۵۴	گلزار رشت	گلشن عسگریان
۱۰۵	مولوی	محمد اسماعیل جوادزاده خستمخی	۱۵۵	ایران زمین	نیکا حسین خانی
۱۰۶	قزوین	علیرضا اسکندری	۱۵۶	خانه اصفهان	بهمن اسمعیلی
۱۰۷	مشهد	ولی اله مجاور صوفی	۱۵۷	ولیعصر تبریز	مهران جدی
۱۰۸	کرمان	زهرا کارگر سیمکی	۱۵۸	ترمینال ۲ فرودگاه مهر آباد	مسلم طاهری
۱۰۹	تهرانسر	مهدی گشاده رو	۱۵۹	مژه	حیدر رحمانی
۱۱۰	بوشهر	مجتبی فرامری	۱۶۰	آفریقای شمالی	محمد جواد حیدر پورنیه
۱۱۱	بزرگراه فتح	محمد شکری کلهری	۱۶۱	پیروزی	محمد رزم پوش
۱۱۲	جهانشهر کرج	محمد حاجیان	۱۶۲	دفتر بانکداری اختصاصی مشهد	مهرداد سیفی
۱۱۳	یافت آباد	امیر علی عابدی	۱۶۳	خیابان حافظ اصفهان	مهرداد بدیعی گورتی
۱۱۴	گلزار رشت	کیثا عین اللهی	۱۶۴	مقدس اردبیلی	احسان برین
۱۱۵	بلوار مرزداران	رضا فسقری	۱۶۵	جام جم	محمد مهدی فخری
۱۱۶	همدان	مهوش بزرگر	۱۶۶	یافت آباد	بهنام سروری
۱۱۷	جام جم	حجت الله خسروی	۱۶۷	شهریار	فریده علی آبادی
۱۱۸	ولنجک	آیدا وطن خواه	۱۶۸	ایران زمین	محمد دوست محمدی
۱۱۹	گلزار رشت	زینت هادی چماچانی	۱۶۹	ساری	پدرام کولانیان
۱۲۰	بوشهر	ایمان بهروزی	۱۷۰	شهرک راه آهن	مهدی ملک زاده
۱۲۱	شهریار	حمید پناهی	۱۷۱	جام جم	علی امیدی
۱۲۲	همدان	مهدیس تیموری کیا	۱۷۲	شهریار	سالار قاسمی
۱۲۳	قصر دشت	محمد هاشمی	۱۷۳	ارومیه	جمیله خلیلی روندی
۱۲۴	شهرک اکباتان	رؤیا اروغقلی زاده هل آباد	۱۷۴	مشهد	محمد اسماعیل شاه ولی بر
۱۲۵	مهرشهر کرج	حمید نمازی زاده بوشهری	۱۷۵	یافت آباد	مریم دیندار
۱۲۶	گلزار رشت	محمد قاضی جیردهی	۱۷۶	ملاصدرا	امیر محب فتوحی
۱۲۷	بازار کفاشها	جواد حیدری نوشمانلو	۱۷۷	پونک	مختار حسامی
۱۲۸	خیابان جمهوری	قاسم باقری نودوزقی	۱۷۸	نازی آباد	ناصر نقدی
۱۲۹	میدان ونک	سید حسن میرضوی	۱۷۹	میدان هفت تیر	زهرا سادات ال داود
۱۳۰	مشهد	حسین تجلی نژاد	۱۸۰	ساری	احمد کریمی
۱۳۱	اردبیل	محمد فتحی دورجون	۱۸۱	جهانشهر کرج	سید امیر سام نظری حسینی
۱۳۲	فلکه اول تهرانپارس	محمد رضا عینی	۱۸۲	شهری	سمانه ابوالفتحی روزبهانی
۱۳۳	خیابان ملت اکباتان	امیر حسین رحیمیان کندی	۱۸۳	فلکه اول تهرانپارس	مهرداد حسن زاده
۱۳۴	خیابان دکتر بهشتی	زهرا قدیمی	۱۸۴	تبریز	علی بناگذار محمدی
۱۳۵	شهران	لیلا چاوشی راد	۱۸۵	بجنورد	ایمان هزبری
۱۳۶	پونک	سید محمد مهدی سالک فرد	۱۸۶	گلزار رشت	ناهد کاظمی کلوانی
۱۳۷	شهرک راه آهن	سپهرداد نامی	۱۸۷	معالی آباد شیراز	نگار غریب زاده
۱۳۸	خیابان دولت	احسان مقصودی	۱۸۸	مرکزی	ترگس حدیپور
۱۳۹	نازی آباد	حسین خورشیدوند	۱۸۹	فلکه سوم تهرانپارس	حسن جلالی کوشکی
۱۴۰	قلهک	مهدی اوسطی	۱۹۰	جهانشهر کرج	مهدیه السادات قریشی
۱۴۱	قم	مهدی صبری	۱۹۱	زنجان	علی بابائی
۱۴۲	تهرانسر	کامران زارعی	۱۹۲	پیروزی	امیر عزیزی
۱۴۳	استادشهر یار تبریز	یلدا کاظم پوررعذی	۱۹۳	خرم آباد	بیژن محمدیان پوری
۱۴۴	آمل	نیمیا نیک زاد	۱۹۴	میدان نبوت	محمد افشارقلعه
۱۴۵	کیش	متین گرمعدادی	۱۹۵	ساری	نادر بابائی
۱۴۶	نازی آباد	اکرم عبادی قاراب	۱۹۶	شهرک راه آهن	پوریا باباخانی
۱۴۷	اصفهان	سید حمید ذوالفقاری	۱۹۷	تهرانسر	محسن رحمانیان پاوند
۱۴۸	کیش	هادی کردقلی آباد	۱۹۸	پیروزی	پیمان حسین یزی
۱۴۹	بازار تبریز	جمشید آقائی	۱۹۹	قرنی مشهد	احمد رضا عطارزاده فیض آبادی
۱۵۰	شیراز	سید آرمین حسینی	۲۰۰	سرو	سیده رقیه هاشمی چاشمی

ردیف	نام شعبه	نام و نام خانوادگی	ردیف	نام شعبه	نام و نام خانوادگی
۲۰۱	پیروزی	سجاد صادقی	۲۵۱	بلوار مرزداران	ایمان پرهیز
۲۰۲	دفتر بانکداری اختصاصی زعفرانیه	خدیجه نظری تینه	۲۵۲	بجنورد	وحید متینی
۲۰۳	نازی آباد	مهسا حسینی	۲۵۳	ارومیه	هادی خمسه نژاد
۲۰۴	گرگان	مرتضی محمدپوراینچه برون	۲۵۴	خیابان سرداران ارومیه	امیر بابازاده دیزچی
۲۰۵	بزرگراه فتح	علی عابدی	۲۵۵	بلوار مرزداران	زهره خوشبختی جوشقانی
۲۰۶	پیروزی	اسمعیل رجب زاده گان	۲۵۶	همدان	فاطمه صادقی واشوری
۲۰۷	دفتر بانکداری اختصاصی زعفرانیه	روزبه خدادادی	۲۵۷	پاسداران شیراز	داود عسکریان حقیقی
۲۰۸	میرداماد	رامین اصغریان	۲۵۸	میدان ونک	محمد بوالی
۲۰۹	خیابان آقابرگی - الهیه	آسا مظفریان	۲۵۹	ترمینال ۲ فرودگاه مهر آباد	فاطمه علیزاده دگرماندرق
۲۱۰	سرو	عرفان بیات	۲۶۰	میدان توحید کرج	شمسعلی مرجانی کندری
۲۱۱	شهری	سیدحسین حسینی	۲۶۱	میدان ونک	مولود ورهمندی
۲۱۲	کیش	حامد زرین جویی	۲۶۲	خیابان ملت اکیاتان	بینا خاموشیان
۲۱۳	سعادت آباد	سیدعلی محمد طاهری	۲۶۳	ترمینال ۲ فرودگاه مهر آباد	نوبید محمدنژادفرد
۲۱۴	قم	زهره سادات حسینی	۲۶۴	بوشهر	مهدی افراسن
۲۱۵	صادقیه	امیرحسین صیدگر	۲۶۵	ساری	امین وفائی نژاد
۲۱۶	مهرشهر کرج	محمدجواد میش ون	۲۶۶	بهشتی - قائم مقام	پرستو لشگری
۲۱۷	اهواز	حسن عماره	۲۶۷	خانه اصفهان	مهدی وطن دوست
۲۱۸	خرم آباد	فریده میرکریمی	۲۶۸	جهانشهر کرج	الهام پایی زاده
۲۱۹	مشهد	میترا افضل نیا	۲۶۹	پاسداران شیراز	علی بهرامی نژاد
۲۲۰	خانه اصفهان	محمد معینی	۲۷۰	جهانشهر کرج	حسن ابادری
۲۲۱	قم	علی خوش لهجه مطلق	۲۷۱	بلوار جمهوری اسلامی یزد	سیدمحمود میراحمدی نیری
۲۲۲	شهریار	مرتضی قارلقی	۲۷۲	جنت آباد	سینا سیاحت دلاوری
۲۲۳	بازار تبریز	کریم خوب نسب جعفری	۲۷۳	پیروزی	موسی اسدزاده
۲۲۴	نازی آباد	مهرداد مهابادیان	۲۷۴	قصردشت	علی مرادی
۲۲۵	سعادت آباد	سارا ایلپات	۲۷۵	پونک	عباس حیدری فرانی
۲۲۶	اقدسیه	تینا ابتهاج	۲۷۶	میرداماد	مینا کریم زاده انزایی
۲۲۷	پونک	حسین قربانی درآباد	۲۷۷	اردبیل	مصطفی باباش پورمغانلو
۲۲۸	خیابان حافظ اصفهان	علی عرب زادگان	۲۷۸	اروند	امید دهقانی
۲۲۹	مرکزی	بهنام پاشانی	۲۷۹	بندر عباس	ابراهیم رنجی زاده
۲۳۰	اردبیل	فریدین بهروزکولانکوه	۲۸۰	گرگان	سرور کاوه
۲۳۱	سنندج	سیدکاوه فریخی	۲۸۱	اروند	پژمان نظامی
۲۳۲	آمل	سیدحسین حسینی	۲۸۲	میدان ونک	صنوبر صبح بیداری
۲۳۳	بازار کفاشها	علیرضا روحی	۲۸۳	میدان نبوت	مرتضی فیضی
۲۳۴	بازار تبریز	امیر ناصری خضولو	۲۸۴	مرکزی	محمد حیدری
۲۳۵	ملاصدرا	محمدرضا توسلی سیزوار	۲۸۵	آفریقا	زهره زیاحی مقدم
۲۳۶	میدان قزوین	مانده لطفی	۲۸۶	منیریه	شهرلا نوائی
۲۳۷	قصردشت	محمدرضا جهانشاهی فرد	۲۸۷	جهانشهر کرج	محسن گنج خانی
۲۳۸	جهانشهر کرج	علیرضا کلاهی جعفری	۲۸۸	شهر قدس	سیدجلال سیدمحمادی
۲۳۹	خیابان دولت	علیرضا آقاجانی	۲۸۹	مرکزی	سیدعلی فخر
۲۴۰	خیابان لواسانی	سارا سعیدی	۲۹۰	خانه اصفهان	مهسا افراز
۲۴۱	سجاد مشهد	ساغر عظیم زاده	۲۹۱	گیشا	مژگان الهی
۲۴۲	خیابان ولیعصر پارک ساعی	مرتضی ماستری	۲۹۲	نیشابور	رضا حسین آبادی
۲۴۳	خیابان ملت اکیاتان	سمانه حامدی مرام	۲۹۳	میدان توحید کرج	نجمه فرساد
۲۴۴	تبریز	احمد همت زاده	۲۹۴	ترمینال ۲ فرودگاه مهر آباد	آرمینا ابراهیمی مقدم
۲۴۵	شهرک راه آهن	فاطمه اردلانی	۲۹۵	مژده	فاطمه صاعدی
۲۴۶	خیابان ملت اکیاتان	بهمن نقی زاده به روز	۲۹۶	میدان هفت تیر	محسن ارجمندی زاده
۲۴۷	میدان آرژانتین	شیرین نادری	۲۹۷	میدان توحید کرج	آزاده منصوریار
۲۴۸	میدان کوثر کرمان	زهره هادی زاده	۲۹۸	مرکزی	سعید عابدینی درجانی
۲۴۹	ملاصدرا	اسماعیل غفاری	۲۹۹	یافت آباد	علی دهقانی
۲۵۰	آفریقای شمالی	اعظم سادات حسینی	۳۰۰	شهران	عباس عباس زاده مقدم

ردیف	نام شعبه	نام و نام خانوادگی	ردیف	نام شعبه	نام و نام خانوادگی
۳۰۱	شهری	معصومه نوده فراهانی	۳۵۱	ترمینال ۲ فرودگاه مهر آباد	بهزاد حسن زاده
۳۰۲	ولیعصر تبریز	حسن کاظمی سلامت	۳۵۲	قیطریه	محمدحسین آرمان تبار
۳۰۳	بلوار مرزداران	فراز حقیقی فر	۳۵۳	آفریقای شمالی	نوبد علوی
۳۰۴	شهرک راه آهن	صادق صاحبی ادب	۳۵۴	جهانشهر کرج	حسین رنجبرکهن
۳۰۵	دلاوران	محمد عبدالملکی	۳۵۵	بلوارهاشمیه - مشهد	ارسلان فرخنده
۳۰۶	میدان هفت تیر	سیدسعید حجازی	۳۵۶	سجاد مشهد	سیدمصطفی محامدی مشهدی
۳۰۷	پیروزی	رنوف همیم	۳۵۷	ارومیه	ایرج قدیمیاری پیرمراد
۳۰۸	مرکزی	مهدی سهرانی	۳۵۸	قم	عدرا خیری
۳۰۹	پیروزی	داریوش صفری ساچلو	۳۵۹	خیابان ولیعصر پارک ساعی	علیرضا قدری انزلی
۳۱۰	شهریار	حمیده نوروزی چلچله	۳۶۰	مشهد	علی صدیقی گراخک
۳۱۱	قزوین	نیلوفر ثمری	۳۶۱	اصفهان	محمد ابراهیمی نیا
۳۱۲	بندر عباس	ندا میاوری	۳۶۲	همدان	آرزو عظیمی
۳۱۳	مشهد	علی رضایت فاروجی	۳۶۳	یافت آباد	محمدرضا عبدلی خونانی
۳۱۴	ملاصدرا	سعید سوری	۳۶۴	ولیعصر تبریز	اسماعیل فیضی زنجتاب
۳۱۵	شهریار	اصغر ابراهیمی	۳۶۵	سمنان	حمید شاملو
۳۱۶	کرمانشاه	یوسف احمدیان	۳۶۶	بزرگراه فتح	میلاد بخشایش
۳۱۷	خیابان سرداران ارومیه	رضا غلام نژاد ممتاز	۳۶۷	میدان توحید کرج	حسین میرزائی نشترودی
۳۱۸	آفریقای شمالی	نیلوفر فدائی	۳۶۸	گیشا	محمد ملکی
۳۱۹	بجنورد	ندا عباسی	۳۶۹	قشم	علی قویدل هنگامی
۳۲۰	خیابان دکتر بهشتی	محمدجواد یوسفی	۳۷۰	معالی آباد شیراز	علی حسینی نیا
۳۲۱	شهر قدس	مصطفی صفری	۳۷۱	بلوار جمهوری اسلامی یزد	طیبه ملاتوری شمسی
۳۲۲	شیراز	بی تا ایران زاد	۳۷۲	بلوار دریا	حسن افشاری
۳۲۳	پاسداران شیراز	خدیجه پارسائی	۳۷۳	شهرک راه آهن	مهراب شیرزادگان گیلان
۳۲۴	یافت آباد	قنبر میرزائی	۳۷۴	یزد	سمیه بابائی
۳۲۵	شهران	الناز طاهری	۳۷۵	بندر عباس	افغان زبانی
۳۲۶	پیروزی	طیبه قیصری حسن آبادی	۳۷۶	خیابان سرداران ارومیه	سیامک جسورخانشان
۳۲۷	خانه اصفهان	امیر مجلسی نیا	۳۷۷	آفریقای شمالی	سیدضیاءالدین مختارشاھی
۳۲۸	خیابان آذربایجان	رضا همدانی	۳۷۸	بزرگراه فتح	داود محمدی یگانه
۳۲۹	سرو	سرور جوادی نسب	۳۷۹	نیشابور	حسین چوبداری
۳۳۰	مدرس مشهد	فاطمه وحیدشیر	۳۸۰	ساری	میثم بدیعی ازاندھی
۳۳۱	یافت آباد	وحید دادخواه قلعه جوق	۳۸۱	شهرک اکباتان	رضا دارابی
۳۳۲	استادشهریار تبریز	حامد محمدعلی زاده نیکو	۳۸۲	بوشهر	محمدامین اسلوب
۳۳۳	شهر قدس	مجتبی رحمانی گلستان	۳۸۳	قشم	عقیل صادقی بهمنی
۳۳۴	مشهد	امید میکانیکی	۳۸۴	اردبیل	مجتبی عبادزاده حور
۳۳۵	خیابان دزاشیب - سه راه عمار	غزل غلام پورمفرد	۳۸۵	میدان ونک	سعید ناجیان
۳۳۶	بازار تبریز	محمد سلیمی	۳۸۶	جهانشهر کرج	سینا طالب
۳۳۷	خیابان آذربایجان	الهه صوری	۳۸۷	میدان آرژانتین	امیر لطیفی سفاکساری
۳۳۸	فلکه اول تهرانپارس	رامین احمدی	۳۸۸	سجاد مشهد	سعید اصغرزاده
۳۳۹	مهرشهر کرج	محبوبه هادی	۳۸۹	آفریقا	پیمان یدالهی
۳۴۰	میدان ونک	نسیم شیبانی اصل	۳۹۰	پیروزی	مرتضی نهاری علی شاه
۳۴۱	قم	معصومه طالبی	۳۹۱	خیابان حافظ اصفهان	رضا صادق زاده پوده
۳۴۲	قیطریه	الناز عباسوند	۳۹۲	شهر قدس	محمد رسول محمدی بالسنینی
۳۴۳	قرنی مشهد	علی اصغر محمدزاده اصف آباد	۳۹۳	ملاصدرا	راحله ایزرقونی فرد
۳۴۴	ستارخان	سمیه امینی	۳۹۴	اقدسیه	آرش اقتداری
۳۴۵	سجاد مشهد	رضا قانع بدکی	۳۹۵	میدان تجریش	آرش اسمعیلی پرشکوه
۳۴۶	مهرشهر کرج	رضا بابائی	۳۹۶	میدان حسین آباد	علیرضا کواکبی نقرشی
۳۴۷	میدان هفت تیر	مهدی صفاری	۳۹۷	مرکزی	عباس علی اصغریورگیلده
۳۴۸	جهانشهر کرج	امیرحسین حیدریان	۳۹۸	خیابان کارگر شمالی	بهمن مهدیزاده
۳۴۹	ستارخان	شهره ابیطحی	۳۹۹	شهری	حسین حاجی زاده
۳۵۰	پونک	سیدداود مظلوم نیکو	۴۰۰	صادقیه	هدی زارعی دمقی

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه / بانه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمابر	نام مسئول شعب / بانه ها
۱	آفریقا	۸۰۱	تهران، بزرگراه آفریقا، نرسیده به چهارراه جهان کودک، پلاک ۳۱	۸۸۷۴۴۵۷-۶۱	۸۸۷۳۷۷۳	شاهرخ نیری
۲	مرکزی	۸۰۲	تهران، خیابان انقلاب، بین چهارراه کالج و چهارراه ولیعصر، پلاک ۸۰۳	۶۶۹۵۸۹۳۳-۶۶۹۵۹۰۵۰	۶۶۹۷۱۰۶۱	فاطمه حکیمی
۳	اصفهان	۸۰۳	اصفهان، خیابان فردوسی، نبش خیابان منوچهری، ساختمان امیر، پلاک ۱۳	۰۳۱-۳۲۲۳۰۴۲۴-۷	۰۳۱-۳۲۲۳۰۴۲۸	جمشید باقری
۴	باغ فردوس	۸۰۴	تهران، خیابان ولیعصر، نرسیده به میدان تجریش، روپروی باغ فردوس، پلاک ۲۹۴۴	۲۲۷۴۰۷۷۵	۲۲۷۴۰۷۱۵	نیما گیلانی
۵	پاسداران	۸۰۵	تهران، خیابان پاسداران، مقابل بوستان ششم، جنب برج سفید، پلاک ۲۵۰	۲۲۵۹۵۶۵۸	۲۲۵۹۷۵۴۰	مهرداد کریمی
۶	بازار	۸۰۶	تهران، بازار بزرگ، خیابان ۱۵ خرداد غربی، بین چهارراه گلوبندک و خیابان ابوسعید، پلاک ۶۸۱	۵۵۵۷۵۷۳۸-۹	۵۵۵۷۶۴۹۵	حسین یوسفی پور
۷	صادقیه	۸۰۷	تهران، ضلع جنوب شرقی فلکه اول صادقیه، پلاک ۹۱۸	۴۴۲۵۵۵۱۸-۲۰	۴۴۲۵۵۵۱۷	مهدی احمدی
۸	اقدسیه	۸۰۸	تهران، خیابان اقدسیه (موحد دانش)، نبش کوچه نسیم، پلاک ۶۳	۲۲۸۳۳۰۵۶-۲۲۸۳۳۲۴۹	۲۲۸۳۳۲۴۵	نسرین خوش صحبت
۹	میرداماد	۸۰۹	تهران، خیابان میرداماد، نرسیده به میدان مادر، پلاک ۱۴۸	۲۲۹۳۴۵۱-۴	۲۲۹۲۴۴۶۳	اله میرزائی
۱۰	دکتر فاطمی	۸۱۰	تهران، خیابان دکتر فاطمی غربی، روپروی خیابان هشت بهشت، نبش کوچه شیخلر (شیم)، پلاک ۱۴۰	۸۸۹۸۲۱۸۱-۸۴	۸۸۹۸۲۱۹۴	مجتبی قنبرزاده
۱۱	سعادت آباد	۸۱۱	تهران، خیابان سعادت آباد، میدان کاج، پلاک ۱۳	۲۲۰۸۶۱۹۵-۲۰۰	۲۲۰۸۷۷۰۸	بهاره علیاری
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	۲۲۷۶۴۸۲۳-۷	۲۲۷۸۱۰۶۹	سمانه دانشمند
۱۴	میدان ونگ	۸۱۴	تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از میدان ونگ، نبش خیابان برادران شرقی، پلاک ۲۴۷۷	۸۸۲۰۵۵۵۵-۹	۸۸۲۰۵۴۴۸	متین اقبال زاده
۱۵	ایران زمین	۸۱۵	تهران، شهرک غرب، خیابان ایران زمین، مجتمع ایران زمین، پلاک ۱۳ و ۱۴	۸۸۵۷۶۲۰۵-۱۰	۸۸۵۷۱۲۱۵	یهوش قاسمی
۱۶	ارنک ایرانیان	۸۱۶	تهران، بلوار فرحزادی، نبش اردوگان غربی، مجتمع ارنک ایرانیان، پلاک ۱	۲۲۳۵۹۲۷۵-۷۸	۲۲۳۵۳۵۱۶	امیر فولادی
۱۷	یافت آباد	۸۱۷	تهران، بزرگراه آیت اله سعیدی، یافت آباد شرقی، بازار میل ایران، پلاک ۲۰۲ و ۲۰۵	۶۶۲۱۱۰۱۴-۱۷	۶۶۲۳۷۱۱۰	امین کاهه
۱۸	شهری	۸۱۸	شهری، میدان شهری، خیابان ۲۴ متری زکریای رازی (بیات)، پلاک ۲۵۷	۵۵۹۷۰۷۳۲-۵۵۹۷۰۷۳۸	۵۵۹۷۰۷۳۰	افشین فرج زاده
۱۹	ظفر	۸۱۹	خیابان ظفر، بعد از خیابان کازرون شمالی، پلاک ۱۲۸	۲۶۶۴۵۹۱۶-۲۶۶۴۵۷۱۵	---	صمد رضازاده
۲۰	آفریقای شمالی	۸۲۰	تهران، خیابان نفوس ماندلا (آفریقا)، بالاتر از خیابان اسفندیار، نبش شمالی خیابان شهید سعیدی، پلاک ۱۵۸	۲۶۲۱۹۶۵۸-۲۶۲۱۹۹۰۸	۲۶۲۱۹۷۱۳	حیدررسانی فر
۲۱	جام جم	۸۲۱	تهران، خیابان ولیعصر، نرسیده به چهارراه پارک وی، نبش کوچه ترکش دوز، پلاک ۲	۲۶۲۱۰۹۱۲-۱۴	۲۶۲۱۰۹۱۷	فرهاد عطایی فر
۲۲	پیروزی	۸۲۲	تهران، خیابان پیروزی، نبش خیابان عادل	۳۳۳۳۳۱۴۰-۲	۳۳۳۳۳۱۴۳	عباس دانش بقا
۲۳	ولنجک	۸۲۳	تهران، خیابان ولنجک، خیابان چهاردهم، پلاک ۷	۲۲۴۴۱۳۲۷-۳۱	۲۲۱۷۲۵۹۰	روح اله صفری
۲۴	خیابان آذربایجان	۸۲۴	تهران، خیابان آزادی، نبش خیابان آذربایجان، پلاک ۱۰۴۶	۶۶۰۶۷۸۸۲-۶۶۰۶۷۸۸۴-۶	۶۶۰۶۷۸۸۰	فرخ فرجی
۲۵	شهرک اکباتان	۸۲۵	شهرک اکباتان، فاز یک، خیابان نفیسی، روپروی مخاریات، پلاک ۵۹	۴۰۴۴۹۶۹۳۰-۴۰۴۴۹۶۹۲۵	۴۴۹۶۹۵۴۳	حسام حاجی حیدری
۲۶	میدان آرژانتین	۸۲۶	تهران، میدان آرژانتین، اول خیابان بهمن، پلاک ۲۱	۸۸۵۱۶۶۴۰-۸۸۵۱۷۴۱۸	۸۸۵۱۷۳۸۱	علی حمیدیا
۲۷	خیابان ملت اکباتان	۸۲۷	تهران، خیابان سعدی جنوبی، خیابان اکباتان، پلاک ۹۳	۳۳۹۹۸۰۰۵-۷ و ۱۲	۳۳۹۹۸۰۰۹	مهدی عبدلی وشته
۲۸	قیطریه	۸۲۸	تهران، بلوار ۳۵ متری قیطریه، روپروی پارک قیطریه، پلاک ۸۵	۲۲۲۳۴۴۳۷-۸	۲۲۲۳۴۴۵۸	نازنین رحیمی
۲۹	ملاصدرا	۸۲۹	تهران، خیابان ملاصدرا، بعد از خیابان شیراز، پلاک ۱۳۲	۸۸۶۲۷۵۱۷-۸۸۶۲۷۴۴۸	۸۸۶۲۶۷۳۱	مهدی باقی
۳۰	خیابان سید جمال الدین اسد آبادی	۸۳۰	تهران، خیابان سید جمال الدین اسد آبادی، نبش شمالی خیابان ۴۹، پلاک ۴۳۳	۸۸۶۱۷۹۳۵-۸۸۶۱۰۲۹۶	۸۸۶۱۸۳۷	سید جعفر لاجوردی
۳۱	میدان قزوین	۸۳۱	تهران، خیابان کارگر جنوبی، ضلع شمال شرقی میدان قزوین، پلاک ۱۸	۵۵۴۸۱۱۷۲-۴-۸	۵۵۴۸۱۱۷۹	داریوش خداداد
۳۲	خیابان دکتر بهشتی	۸۳۲	تهران، خیابان شهید دکتر بهشتی، بعد از چهارراه سهوردی، پلاک ۱۳۸	۸۸۵۱۲۶۰۳-۸	۸۸۷۴۶۶۹۹	احمد حیدرهانی
۳۳	خیابان کارگر شمالی	۸۳۳	تهران، خیابان کارگر شمالی، بالاتر از خیابان دکتر فاطمی، پلاک ۱۶۱۵	۸۸۹۹۱۳۴۵-۸	۸۸۹۹۱۳۵۰	افشین فرج زاده
۳۴	فلکه سوم تهرانپارس	۸۳۴	تهران، خیابان حجربن عدی، بالاتر از فلکه سوم تهرانپارس، نبش خیابان ۲۱۴ شرقی، پلاک ۱۳۰	۷۷۳۷۰۳۶۸-۷۷۳۷۰۱۸۶	۷۷۳۷۰۴۴۱	ارسلان بی آزار
۳۵	خیابان ولیعصر - پارک ساعی	۸۳۵	تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از خیابان شهید دکتر بهشتی، نبش کوچه کوزه گر، پلاک ۲۱۳۳	۸۸۵۵۶۹۶۵-۸۸۷۰۹۴۸۱-۲	۸۸۵۵۶۹۶۶	رضا جلالی
۳۶	فلکه اول تهرانپارس	۸۳۶	تهران، فلکه اول تهرانپارس، ابتدای خیابان حجربن عدی، نبش خیابان ۱۴۸ غربی، پلاک ۳۲	۷۷۷۲۳۲۵۰-۵۴	۷۷۷۲۳۲۵۵	سلیمان بیات
۳۷	بازار کفاشها	۸۳۷	تهران، بازار بزرگ تهران، سیزه میدان، بازار کفاشها، نبش بازار خاها، پلاک ۶۴	۵۵۱۵۱۸۰۲-۴-۵	۵۵۱۶۱۰۷۳	سید محمد میرحسینی نیری
۳۸	الهیه	۸۳۸	تهران، خیابان ولیعصر، خیابان شهید فیاضی، بعد از خیابان کوهیار، پلاک ۶۹	۲۶۲۰۰۹۶۲۳-۶۳	---	مژگان طرفه نژاد
۳۹	متبریه	۸۳۹	تهران، خیابان ولیعصر، میدان متبریه، خیابان میری، نبش نبش پست نظامی، پلاک ۵۳	۸۷-۸۵-۸۰-۸۷	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 کسرائی پور
۴۳	شهران	۸۴۴	تهران، میدان دوم شهران، ابتدای خیابان یکم پلاک ۴	۴۴۳۲۷۹۷۱-۴۴۳۲۸۱۴۷	۴۴۳۲۸۳۲۹	منصوره رضاییان مقدم

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	فاطمه حیاتی
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	۴۴۶۶۲۲۵۲	مصطفی کریمی
۵۰	امین حضور	۸۵۳	تهران، میدان بهارستان، خیابان مصطفی خمینی، خیابان امیرکبیر شرقی، نبش کوچه جاویدی، پلاک ۱۴۰	۳۳۴۴۳۷۱۱-۳۳۴۴۳۷۰۴	۳۳۱۳۳۸۱۴	امیر گیلانی فر
۵۱	مولوی	۸۵۴	تهران، خیابان مولوی شرقی، نبش کوچه شهید علی اکبر قاسمی، پلاک ۵۱۸	۵۵۱۵۳۷۳۶-۵۵۱۵۶۱۰۹	۵۵۱۵۴۷۲۹	تیمور طاهری
۵۲	خیابان لواسانی	۸۵۵	تهران، کابرتیه، 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	روح اله سیاوشی
۵۴	هایپر استار	۸۵۷	تهران، بزرگراه شهید باکری جنوب، مرکز خرید هایپر استار	۴۴۱۶۷۱۸۵-۶	۴۴۱۶۷۱۹۹	رضا محمدقاسمی
۵۵	آصف	۸۵۸	تهران، زعفرانیه، بلوار یزدانی، نبش غربی خیابان ماکونی پور، پلاک ۱۹	۳۶۸۰۳۲۳۷-۳۶۸۰۳۶۳۰	۳۶۸۰۲۹۰۱	محمد سلگی
۵۶	میدان حسین آباد	۸۵۹	تهران، چهارراه پاسداران، میدان حسین آباد، ساختمان مهدی، پلاک ۱۲۰	۲۲۹۶۰۰۱۳-۲۲۹۵۹۹۷۹	۲۲۹۵۹۹۰۹	محمود احسنی
۵۷	مقدس اردبیلی	۸۶۱	تهران، خیابان مقدس اردبیلی، نبش خیابان فرخ، پلاک ۱	۳۶۸۰۲۴۵۳-۳۶۸۰۲۴۰۹	۳۶۸۰۲۴۶۱	وحید میرزاخانی
۵۸	خیابان ولیعصر - زرتشت	۸۶۲	تهران، بالاتر از میدان ولیعصر، نرسیده به خیابان زرتشت، نبش کوچه ناصر، پلاک ۱۷۷۷	۸۸۸۰۵۷۵۳-۸۸۹۰۶۱۷۸	۸۸۸۰۷۵۹۲	مونا رضایی
۵۹	خیابان دزاشیب - سه راه عمار	۸۶۳	تهران، میدان قدس، انتهای خیابان شهید کبیری (دزاشیب)، سه راه عمار، پلاک ۱۵۸	۲۲۷۵۳۹۱۴-۱۸	۲۲۷۵۳۹۱۳	رضا جلیل زاده
۶۰	خیابان جمهوری	۸۶۵	تهران، خیابان جمهوری، بین خیابان ولی عصر و شیخ هادی، پلاک ۸۵۲	۶۶۹۷۶۳۹۴-۶۶۹۷۶۳۹۲	۶۶۹۷۶۳۸	حسن رنجبر قلیچی
۶۱	یهی- قائم مقام	۸۶۶	خیابان شهید بهشتی، بعد از بزرگراه مدرس، پلاک ۲۷۵	۸۸۵۳۶۸۹۶-۸۶۱۲۳۱۶۰	---	محمدرضا البرزی
۶۲	دهکده المپیک	۸۶۷	تهران، بلوار دهکده المپیک، خیابان شهید مهدی یعقوبی، پلاک ۲	۴۴۷۰۱۴۶۷	۴۴۷۱۷۸۲	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	۶۶۴۵۳۲۴۱-۶۶۴۲۸۱۶۲	۶۶۵۷۶۷۵	حمید نودست
۶۵	پوتک	۸۷۰	تهران، بزرگراه اشرفی اصفهانی، بالاتر از میدان پوتک، نبش کوچه ۱۹، پلاک ۱	۴۴۴۶۲۵۱۰	۴۴۴۶۲۸۱۵	احمد عهدی
۶۶	مژده	۸۷۱	تهران، خیابان نیاوران، خیابان شهید مقدسی (مژده)، خیابان میری، پلاک ۴	۲۲۷۱۶۵۱۶-۲۲۷۱۶۳۵۱	۲۲۷۱۶۲۹۳	نغمه خسروی
۶۷	لاله زار	۸۷۲	خیابان لاله زارنو، نرسیده به خیابان منوچهری پلاک ۴۷۱	۳۶۸۷۰۴۵۸-۳۶۸۷۰۳۱۷	۲۲۵۳۰۱۴۶	امین ییگلری
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	۲۲۶۹۶۴۵۱-۲	۲۲۶۹۶۴۵۳	زهره انوار
۷۲	بزرگراه فتح	۸۷۷	تهران، بزرگراه فتح، جاده قدیم کرج، بعد از شیر پاسداری، مجتمع تجاری تهران، پلاک ۲۳۸	۶۶۸۱۵۶۶۹-۶۶۸۱۵۷۹۸	۶۶۸۱۶۰۰۸	محمود لک
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	عباس آهنگری کیوی
۷۶	بلوار کشاورز	۸۸۲	تهران، بلوار کشاورز، بین خیابان وصال شیرازی و نادری، پلاک ۱۷۸	۸۸۹۸۳۱۵۴-۶	۸۸۹۸۳۱۵۷	شادمان غفوری
۷۷	بلوار دریا	۸۸۳	تهران، خیابان سعادت آباد، بلوار دریا، نبش خیابان رامشه، پلاک ۵۰	۸۸۵۹۷۱۷۱-۸۸۰۷۱۲۰۲	۸۸۳۶۶۷۹	فاطمه دولت آبادی فراهانی
۷۸	گیشا	۸۸۴	تهران، کوی نصر (گیشا)، نبش خیابان نوزدهم، پلاک ۲۶۲	۸۸۴۵۷۸۴-۵	۸۸۴۵۷۸۷	ابوالقاسم نصیری
۷۹	جهان شهر کرج	۹۰۱	کرج، میدان سپاه، اول بلوار جمهوری، نبش لیلوفر، پلاک ۱	۰۲۶-۳۴۴۶۱۱۵-۱۷،۲۰	۳۴۴۸۱۴۴۵-۰۲۶	رضا حاجی پور
۸۰	میدان توحید کرج	۹۰۲	کرج، خیابان شاه عباسی، بین میدان توحید و میدان قدس، برج سامان، طبقه همکف	۰۲۶-۳۴۲۰۶۴۷۱-۴	۰۲۶-۳۴۲۵۸۶۲	جبار رضائی دره نیجه
۸۱	شهریار	۹۰۴	شهریار، خیابان ولیعصر، ضلع شرقی میدان امام خمینی (نبش خیابان محسنی)	۶۵۲۶۹۰۲۱-۲۳-۳۶	۶۵۳۸۹۶۲	جواد علی بخشی
۸۲	مهرشهر کرج	۹۰۵	کرج، مهرشهر، بلوار شهرداری، فاز دو، نبش خیابان ۲۰۸، پلاک ۵۴۳	۰۲۶-۳۳۴۱۷۹۰۷	۰۲۶-۳۳۴۱۷۹۰۸	غلامعلی کریمی ایبازی
۸۳	قم	۹۰۰۱	قم، بلوار امین، نبش کوچه ۴۱	۰۲۵-۳۲۹۴۰۶۰۲	۰۲۵-۳۲۹۱۶۶۱۶	مهدی مجاهدی
۸۴	فلکه جهاد - قم	۹۰۰۲	قم، فلکه جهاد، خیابان ۱۹ دی، پلاک ۵۵۵ و ۵۵۷	۰۲۵-۳۷۷۰۸۸۴۰-۲	۰۲۵-۳۷۷۰۵۹۴۹	اکبر مردانی
۸۵	شیواز	۹۱۰۱	شیراز، خیابان زند، حذفاصل خیابان های فلسطین و هفت تیر (۲۰ متری سینما سیدی)، ساختمان پاسارگاد، پلاک ۲۹۶	۰۷۱-۳۳۳۱۹۵۲۲-۵-۶-۷	۰۷۱-۳۳۳۱۹۵۱۳	مهرزاد نظری

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه/پایه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمایر	نام مسئول شعب/پایه‌ها
۸۶	قصر دشت	۹۱۰۳	شیراز، خیابان قصر دشت، سواره خلد برین، پلاک ۷۵	۰۷۱-۳۶۳۷۹۱۸۰	۰۷۱-۳۶۳۷۹۱۲۱۶	---
۸۷	معالی آباد شیراز	۹۱۰۴	شیراز، معالی آباد، بلوار شریعتی، نبش کوچه ۲۷	۰۷۱-۳۶۳۴۱۳۹۷	۰۷۱-۳۶۳۴۱۴۰۶	روح الله پورملاکه
۸۸	پاسداران شیراز	۹۱۰۵	شیراز، بلوار پاسداران، حد فاصل خیابان مبعث و تقاطع شهید مطهری، ساختمان سامان	۰۷۱-۳۸۳۳۸۱۱-۳	۰۷۱-۳۸۳۳۷۰۸۰	مهدی ملاشیخ
۸۹	بندرعباس	۹۱۲۱	بندرعباس، بلوار امام خمینی، سواره دکنه، برج نیلوفر، طبقه همکف	۰۷۶-۳۲۲۳۵۳۰-۳	۰۷۶-۳۲۲۳۵۳۳۰	علیرضا ساردونی
۹۰	زاهدان	۹۱۳۱	زاهدان-خیابان امیرالمومنین مابین امیرالمومنین ۲۷ و ۲۹	۰۵۴-۳۳۲۳۸۲۷۹	---	حمیده شه بخش
۹۱	بوشهر	۹۱۴۱	بوشهر، میدان امام خمینی، ابتدای خیابان فروگاه، پلاک ۳۷	۰۷۷-۳۳۵۹۳۲۱۹-۲۴	۰۷۷-۳۳۵۹۳۲۲۵	غلامرضا فرشیدفر
۹۲	قزوین	۹۲۰۱	قزوین، خیابان خیام شمالی، پلاک ۵۶۰	۰۲۸-۳۳۵۷۳۰-۶	۰۲۸-۳۳۵۷۳۰۹۵	محمد جهانگیری پاشاکی
۹۳	همدان	۹۲۲۱	همدان، خیابان جهان نما، روپروی 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	۰۸۳-۳۷۲۵۹۹۵۹-۶۱	۰۸۳-۳۷۲۵۹۹۷۱	مهرداد مرادی
۹۵	ایلام	۹۲۶۱	ایلام، خیابان طالقانی، روپروی فرمانداری، پلاک ۳۵۱	۰۸۴-۳۳۳۳۱۷۳	۰۸۴-۳۳۳۳۳۱۵۲	سجاد کلهر کاظمی
۹۶	سنندج	۹۲۷۱	سنندج، چهارراه فلسطین، بلوار سید قلب، پلاک ۳	۰۸۷-۳۳۴۵۵۴۳۲-۳	۰۸۷-۳۳۴۵۵۴۲۶	حسین عبدیان
۹۷	خرم آباد	۹۲۸۱	خرم آباد، خیابان علوی، نرسیده به میدان امام، پلاک ۴۲۲	۰۶۶-۳۳۳۳۵۵۹۰-۲	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	۰۵۱-۳۲۲۸۳۸۰۰-۵	۰۵۱-۳۲۲۴۱۰۴۶	سارا زارعی
۱۰۰	سجاد مشهد	۹۳۰۳	مشهد، بلوار سجاد، نبش سجاد ۸ (خیابان لاله جنوبی)	۰۵۱-۳۷۶۴۸۳۰۸-۹	۰۵۱-۳۷۶۷۴۰۴۶	الله سازگار
۱۰۱	قرنی (مشهد)	۹۳۰۴	مشهد، بلوار قرنی، مابین چهارراه ابوطالب و قرنی، پلاک ۲۸	۰۵۱-۳۷۱۲۵۸۰۲-۸	۰۵۱-۳۷۱۲۵۸۰۹	مجید امیری دلونی
۱۰۲	بلوار هاشمیه (مشهد)	۹۳۰۵	مشهد، بلوار هاشمیه، بین هاشمیه ۱۶ و ۱۸، پلاک ۱۱	۰۵۱-۳۸۸۰۰۳۲۲	۰۵۱-۳۸۸۴۱۵۲۹	محمد ممقانی
۱۰۳	نیشابور	۹۳۱۶	نیشابور، خیابان امام خمینی(ره)، بین امام خمینی ۲۲ و ۲۴، پلاک ۱۳۸۸	۰۵۱-۴۳۳۴۹۱۳-۱۵	۰۵۱-۴۳۳۴۹۱۶	علی ابراهیمیان
۱۰۴	بجنورد	۹۳۲۱	بجنورد، تقاطع بلوار امام خمینی(ره) و میرزا رضا کرمانی	۰۵۸-۳۲۲۴۴۳۲۰	۰۵۸-۳۲۲۴۷۳۴۸	یاسر محمودخانی
۱۰۵	گلزار رشت	۹۴۰۱	رشت، ابتدای بلوار گلزار، ضلع شرقی میدان باستانی شاعر	۰۱۳-۳۳۱۱۴۷۱۱-۱۲	۰۱۳-۳۳۱۱۴۷۱۳	سید بابک دولتی میله سرا
۱۰۶	ساری	۹۴۰۲	ساری، خیابان فرهنگ، بعد از سواره قارن، به طرف میدان شهدا	۰۱۱-۳۳۲۵۹۷۲۳-۵	۰۱۱-۳۳۲۵۹۷۲۱	سید عبدالحمید طاهری
۱۰۷	بابل	۹۴۲۱	بابل، میدان ولایت، ابتدای خیابان مدرس، روپروی شهرداری	۰۱۱-۳۲۱۹۷۱۴۰-۴۱	۰۱۱-۳۲۱۹۷۱۴۸	ابودر اساسه
۱۰۸	آمل	۹۴۳۱	آمل، خیابان امام خمینی(ره)، حد فاصل آفتاب ۱۸ و ۲۰	۰۱۱-۴۴۲۹۶۴۲۱-۲۷	۰۱۱-۴۴۲۹۶۴۳۵	اسفندیار حیدری
۱۰۹	گرگان	۹۴۴۱	گرگان، خیابان ولیعصر (عج)، بین عدالت ۸ و ۱۰	۰۱۷-۳۳۳۶۹۰۰۲-۵	۰۱۷-۳۳۳۶۹۰۱۶	سمیه نظریان
۱۱۰	سمنان	۹۴۵۱	سمنان، میدان مشاهیر، ابتدای بلوار قدس جنب بانک صادرات	۰۲۳-۳۳۳۶۳۱۸۱-۱۹-۲۲	---	محمدرضا مصدق
۱۱۱	کرمان	۹۵۰۱	کرمان، خیابان سپهبد قرنی، نرسیده به میدان سپهبد قرنی، نبش کوچه قرنی ۸	۰۳۴-۳۲۲۳۳۸۶-۷	۰۳۴-۳۲۲۶۷۹۶۰	مالک قادری
۱۱۲	میدان کوثر (کرمان)	۹۵۰۲	کرمان، میدان کوثر، ابتدای بلوار آزادگان	۰۳۴-۳۴۴۷۶۷۱۱	۰۳۴-۳۴۴۷۶۶۴۲	---
۱۱۳	رفسنجان	۹۵۱۱	رفسنجان، ابتدای خیابان مطهری، بعد از پل فجر، ساختمان محمد عسگری	۰۳۴-۴۳۳۲۱۰۳-۵	۰۳۴-۴۳۳۲۱۰۲	علی اکبر ابوطالبی باقرآباد
۱۱۴	زاینده رود	۹۵۲۱	اصفهان، خیابان توحید میانی، نبش کوچه شهید تقی آبادی، پلاک ۵	۰۳۱-۳۶۲۸۲۵۷۴	۰۳۱-۳۶۲۶۹۰۰۹	عباس سبزه زار
۱۱۵	چهارباغ بالا	۹۵۲۲	اصفهان، میدان آزادی، خیابان چهارباغ بالا، نبش کوچه بهار آزادی، پلاک ۱۶۹	۰۳۱-۳۱۳۳۷۴۴۲-۳	۰۳۱-۳۶۲۰۶۰۷۹	علیرضا مستاجران
۱۱۶	خیابان حافظ اصفهان	۹۵۲۳	اصفهان، میدان امام (نقش جهان)، ابتدای خیابان حافظ، پلاک ۳۳	۰۳۱-۳۲۲۰۹۴۷۷-۹	۰۳۱-۳۲۲۳۷۴۲۶	مجید سیف الدینی
۱۱۷	خانه اصفهان	۹۵۲۴	اصفهان، شهرک خانه اصفهان، خیابان گلستانه، پلاک ۶۰	۰۳۱-۳۴۳۷۲۲۷۱	۰۳۱-۳۴۴۱۳۶۸۸	احسان جمشیدیان
۱۱۸	سیتی ستر اصفهان	۹۵۲۵	اصفهان، بزرگراه شهید وحید دستجردی، مقابل ورودی جنوبی سیاهان شهر، مجتمع سیتی ستر اصفهان، طبقه همکف	۰۳۱-۳۶۵۱۶۸۴۱-۲	۰۳۱-۳۶۵۱۶۸۴۳	سمیرا سبزه زار
۱۱۹	یزد	۹۵۴۱	یزد، خیابان امام خمینی(ره)، نبش کوچه شهید صدوقی، پلاک ۲۷۴	۰۳۵-۳۶۲۲۱۶۹۱-۲	۰۳۵-۳۶۲۲۱۶۵۵	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	۰۸۶-۳۲۲۱۴۴۰۴-۵	۰۸۶-۳۲۲۵۹۵۵۷	طاہر کریمی
۱۲۲	تبریز	۹۶۰۱	تبریز، خیابان امام، بالاتر از چهارراه شهید بهشتی، نبش کوی فرهنگ، پلاک ۵۲۱	۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۰۰-۲۰	۰۴۱-۳۳۳۶۵۱۶۰	محمدرضا مریخی آذری
۱۲۳	ولیعصر تبریز	۹۶۰۲	تبریز، خیابان ولیعصر(عج)، حدفاصل فلکه بازار و ایرادک، پلاک ۱۶	۰۴۱-۳۳۳۲۴۰۹	۰۴۱-۳۳۳۰۱۱۵۵	علیرضا محمودی
۱۲۴	۱۷شهریور تبریز	۹۶۰۳	تبریز، ابتدای خیابان ۱۷ شهریور جدید، جنب ساختمان آبان، پلاک ۱۴	۰۴۱-۳۵۵۷۳۶۷۰-۲	۰۴۱-۳۵۵۷۳۶۷۳	اروج میرزایی
۱۲۵	استاد شهریار تبریز	۹۶۰۴	تبریز، ابتدای جاده اتل گلی، نبش کوی الهی پرست، پلاک ۳	۰۴۱-۳۳۲۹۳۶۲	۰۴۱-۳۳۲۹۳۶۱۰	محمدعلی رضائی اقدم
۱۲۶	بازار تبریز	۹۶۰۵	تبریز، خیابان جمهوری اسلامی، ابتدای خیابان دارانی (شهید مدنی)، پلاک ۱۴۲۷	۰۴۱-۳۵۴۴۰۴۹	۰۴۱-۳۵۴۴۶۶۳	---
۱۲۷	ارومیه	۹۶۲۱	ارومیه، خیابان کاشانی، روپروی مرکز بهداشت، پلاک ۱۵۶	۰۴۴-۳۲۲۴۴۳۱۱	۰۴۴-۳۲۲۴۰۳۹۲	شها امامی
۱۲۸	خیابان سرداران ارومیه	۹۶۲۲	ارومیه، خیابان سرداران، جنب کوچه شهید صفوی (کوچه تلفنخانه سابق)، پلاک ۱۶۹	۰۴۴-۳۲۲۵۰۵۲۳-۲۴	۰۴۴-۳۲۲۷۸۴۶	مسعود نامی فر
۱۲۹	اردبیل	۹۶۴۱	اردبیل، خیابان شیخ صفی، پلاک ۱۶۰	۰۴۵-۳۳۲۵۳۶۰۱-۵	۰۴۵-۳۳۲۵۳۵۰۱	ناصر هوشیاری
۱۳۰	زنجان	۹۶۸۱	زنجان، میدان آزادی، ابتدای خیابان امام، ساختمان ممتاز	۰۲۴-۳۳۳۲۰۶۵۴،۵	۰۲۴-۳۳۳۲۷۷۳۳	حمید رضا ففوری
۱۳۱	اهواز	۹۷۰۱	اهواز، خیابان شهید چمران (کیانپارس)، حد فاصل خیابانهای ۳ و ۴ شرقی، پلاک ۲۰۵	۰۶۱-۳۳۲۰۵۲۴،۶	۰۶۱-۳۳۲۰۷۴۵	حسنت سیندار
۱۳۲	کیش	۹۸۰۱	کیش، خیابان فردوسی، مرکز تجاری کیش، طبقه همکف	۰۷۶-۴۴۴۵۲۴۹۰-۹۵	۰۷۶-۴۴۴۵۲۴۵۹	پیمان خیاطی
۱۳۳	قشم	۹۸۲۱	قشم، بلوار ولیعصر (امام قلی خان)، روپروی مجتمع تجاری خلیج فارس، ساختمان گلدریس	۰۷۶-۳۵۴۴۲۶۴۰-۴۱	۰۷۶-۳۵۴۴۲۶۵۰	عباس امیری
۱۳۴	اروند	۹۸۵۱	آبادان، بلوار شهید منتظری (شاپور سابق)، نبش خیابان امیر کبیر (امیری)	۰۶۱-۵۳۲۲۷۲۴-۵	۰۶۱-۵۳۲۲۷۲۳۱	حمید چنگیزیان

شعب بانک سامان پاسخگوی همیشگی شما

ساعت کاری شعب		
شعب	شنبه تا چهارشنبه	پنج شنبه
شعب استان‌های تهران و البرز	۱۴ تا ۷:۱۵	۱۲ تا ۷:۱۵
شعبه‌های استار تهران	۱۴ تا ۷:۱۵	۱۲ تا ۷:۱۵
شعب استان‌های اصفهان، فارس، قم، آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی، خراسان رضوی، اردبیل و اهواز	۱۴ تا ۷:۱۵	۱۲ تا ۷:۱۵
شعبه فرودگاه امام خمینی (ره) و واحد CIP	۲۴ ساعته	
شعبه سیتی سنتر اصفهان	۱۴ تا ۷:۱۵	۱۲ تا ۷:۱۵
شعب سایر شهرستان‌ها	۱۴ تا ۷:۱۵	۱۲ تا ۷:۱۵
شعبه کیش	۱۴ تا ۷:۱۵	۱۲ تا ۷:۱۵
شعبه قشم	۱۳ تا ۷:۳۰	۱۲ تا ۷:۳۰

سرپرستی‌ها

ردیف	عنوان سرپرستی	نام سرپرست	نشانی	شماره تلفن
۱	سرپرستی منطقه ۱	مریم طرفی‌نژاد	تهران، میدان تجریش، خیابان شهرداری، پلاک ۸۱، طبقه سوم	۲۶۸۵۹۲۰۶-۲۶۸۵۹۱۱۵-۲۶۸۵۹۱۱۸
۲	سرپرستی منطقه ۲	بایک برومند	بزرگراه رسالت، خیابان آیت، ضلع جنوب غربی میدان نبوت، پلاک ۵۶۰، طبقه فوقانی شعبه میدان نبوت	۷۷۹۱۷۰۰۳-۷۷۹۱۵۰۰۹-۷۷۹۱۰۱۱۹
۳	سرپرستی منطقه ۳	مهدی عامری	خیابان سید جمال‌الدین اسدآبادی، نبش کوچه چهل و نهم، پلاک ۴۳۳، نیم طبقه شعبه سیدجمال‌الدین اسدآبادی	۸۸۶۲۹۰۶۷-۸۸۶۱۷۹۰۲-۸۸۶۱۶۴۸۵
۴	سرپرستی منطقه ۴	الیاس عباس‌زاده	بزرگراه همت غرب، شهرک گلستان، بلوار امیرکبیر، نرسیده به چهارراه گلها، پلاک ۵۳، طبقه فوقانی شعبه شهرک راه آهن	۴۴۷۳۷۹۸۰-۴۴۷۳۹۱۱۱
۵	سرپرستی شعب استان‌های شمال	محمود ملکی	ساری خیابان فرهنگ بعد از سه راه قارن به طرف میدان شهدا	۰۱۱-۳۳۲۵۹۷۸۱-۳۳۲۵۹۷۸۶-۳۳۲۵۹۷۸۴
۶	سرپرستی شعب استان‌های شمال غرب	غلامرضا نیکمهد	تبریز خیابان امام بالاتر از چهارراه شهید بهشتی نبش کوی فرهنگ پلاک ۵۲۱	۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۴۰-۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۳۸
۷	سرپرستی شعب استان‌های شرق و شمال شرق	مهدی توژنده جانی	مشهد، بلوار سجاد، نبش سجاد ۸، ط اول	۱۱۲-۱۱۴-داخلی-۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۴۴۰۵
۸	سرپرستی شعب استانهای مرکز	حسین شکوه‌نیا	اصفهان خیابان توحید میانی نبش کوچه شهید تقی آبادی پلاک ۵	۰۳۱۳-۶۲۸۲۱۱۲-۰۳۱۳-۶۲۸۲۱۱۰
۹	سرپرستی شعب استانهای غرب	محسن سعیدی	زنجان میدان آزادی ابتدای خیابان امام ساختمان ممتاز	۰۲۴-۳۳۳۶۵۸۶۲-۳۳۳۶۵۸۶۳
۱۰	سرپرستی شعب استان‌های جنوب و جنوب غرب	علیرضا پاک‌نژاد	شیراز، بلوار پاسداران (زهری)، حدفاصل خیابان بعثت و تقاطع مطهری، ساختمان سامان، طبقه اول	۰۷۱-۳۸۴۶۴۷۰
۱۱	سرپرستی شعب استان‌های جنوب شرق	احمد شریعتمداری	کرمان، خیابان سپهبدفرنی، نرسیده به میدان سپهبدفرنی، 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	۰۲۱-۲۲۷۱۶۵۳۸
دفتر بانکداری اختصاصی تبریز	نادر جهانگیرزاده سوره	۸۶۴۱	تبریز-خیابان ولیعصر-فلکه ایرداک-اول خیابان سعدی-برج بین-طبقه ۸	۰۴۱-۳۳۳۱۶۲۲۰
دفتر بانکداری اختصاصی مشهد	حمید طوسی	۸۶۴۲	مشهد-بلوار سجاد-نبش سجاد هشتم-ساختمان بانک سامان-طبقه هفتم	۰۵۱-۳۷۸۱۷۱۶
دفتر بانکداری اختصاصی قم	سیدمحمدامین قافله‌باشی	۸۶۴۳	قم-بلوار امین-نبش کوچه ۴۱-ساختمان بانک سامان-طبقه دوم	۰۲۵-۳۲۴۰۰۴۴۱
دفتر بانکداری اختصاصی اصفهان	صابر ملیوس باف	۸۶۴۴	اصفهان-خ توحید جنوبی-بعد از چهار راه پلیس-ساختمان زیوار-طبقه پنج-واحد ۵۰۱	۰۳۱-۳۱۲۲۴۴۷

دفاتر بانکداری شرکتی بانک سامان

نام دفتر	نشانی	تلفن	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	۰۳۱-۳۶۲۷۴۰۷۰	۰۳۱-۳۶۲۸۶۰۲۸	زهرا ایلخانی
دفتر بانکداری شرکتی تهران	تهران، خیابان شریعتی، نبش کوچه اتوبانک، پلاک ۱۰۰۵، برج سامان	۰۲۱-۲۲۳۳۰۰۰۰ داخلی ۳۵۶۶	-----	آقای عرب اسدی



رتبه نخست تولید و فروش
پایانه‌های فروشگاهی
در سال ۱۴۰۱



شرکت تندر نور

+98(21) - 77444464
www.thunder-light.com



کارت مجازی سامانیوم

با قابلیت استفاده در اپلیکیشن موبایل
خرید شارژ و پرداخت قبوض





در مسیر رشد صنعت با شما هستیم.