

سلمان

سال دهم، شماره ۸۷
شهریور ۱۳۹۳

بانک سامان
SamanBank



پرداخت الکترونیک سامان (سپ)

پیشرو در ارائه راهکارهای پرداخت الکترونیک



■ خدمات کارتخوان سپ



■ درگاه اینترنتی سپ



■ سامانه #۷۲۴* سپ



■ کارتهای سپ



پرداخت الکترونیک
سامان کیش

تهران، بالاتر از میدان ونک، انتهای
خیابان شهید خداسی پلاک ۱۰۴
تلفن: ۸۴۳۴۵۰۰۰ فاکس: ۸۸۲۱۹۱۴۰

پشتیبانی: ۰۲۱-۸۴۰۸۰
www.sep.ir

گروه مالی سامان

بیمه سامان

تهران - خیابان خالد اسلامبولی (وزرا) - شماره ۱۲۳
تلفن: ۸۸۷۰۰۲۰۵ و ۸۹۴۳-۰۲۱ نمابر: ۸۸۷۰۰۲۰۴ www.samaninsurance.com



شرکت کارگزاری بانک سامان

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



شرکت پرداخت الکترونیک سامان کیش

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



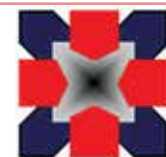
شرکت ماهواره‌ای سامان

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



شرکت اطلاع رسانی اعتباری و اعتبار سنجی ایرانیان

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



صرافی سامان

شعبه مرکزی: تهران - خیابان خالد اسلامبولی (وزرا) - خیابان هفتم - پلاک ۱۱
تلفن: ۸۸۷۰۵۸۰۳ و ۷۱۹ نمابر: ۸۸۷۰۹۲۱۰
شعبه کرج: کرج - بین میدان قدس و میدان توحید - برج سامان - طبقه اول
تلفن: ۰۲۶۱-۲۲۰۶۳۵۸ نمابر: ۰۲۶۱-۲۲۰۶۳۶۱
شعبه اقدسیه: تهران - خیابان پاسداران - نبش نارنجستان دوازدهم
تلفن: ۲۲۸۲۰۳۰۲
شعبه میرداماد: تهران - خیابان میرداماد - مقابل مسجد الغدير - جنب بانک سامان
تلفن: ۲۲۹۰۲۰۷۹ www.samanexchange.com



شرکت خدماتی آفتاب تجارت سامان

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



شرکت پردازشگران سامان

تهران - خیابان کریمخان زند - خیابان سنایی - خیابان سیزدهم - پلاک ۳۴
تلفن: ۸۸۳۸۰۰۰ نمابر: ۸۸۳۷۹۷۰ www.samanpr.net



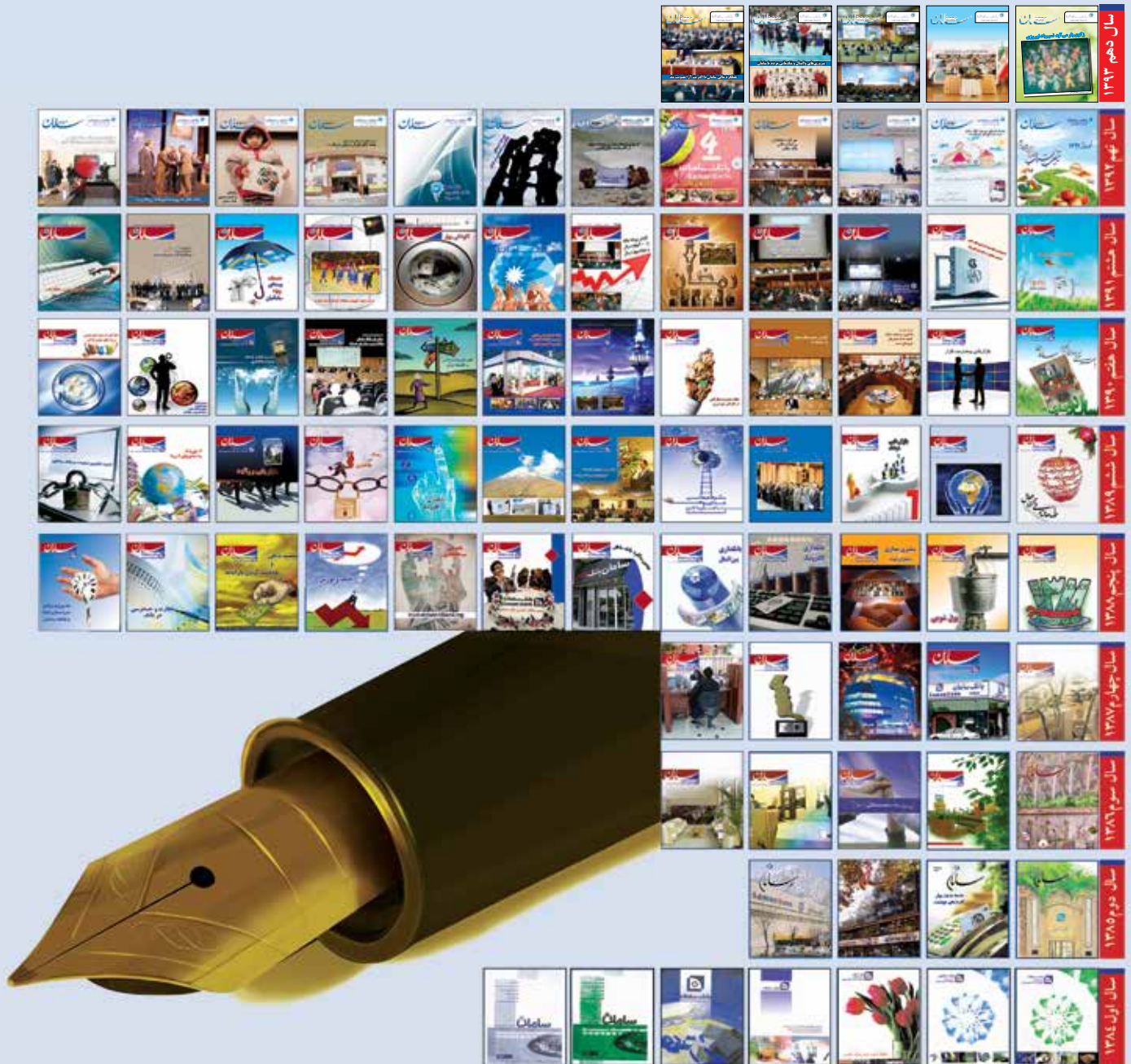
شرکت تأمین سرمایه کاردان

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



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

با هزاره باشید





ماهنامه آموزشی خبری بانک سامان

اقتصادی-اجتماعی-فرهنگی

سال دهم، شماره ۸۷، شهریور ۱۳۹۳

سلمان

همگام با سامانیان همسو با سامان

صفحه آرایی: محمد رضا نجفی
عکس: محمد حقیقت طلب
گزارش: محمد علی عرفی نژاد
ویراستار: نرگس حاجیلو
حروفچین: مجید رحیمی
ناظر چاپ: عزیز وایزی

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

همیشه منتظر آثار شما هستیم

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

آدرس اداره مرکزی بانک سامان:

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

آدرس روابط عمومی بانک سامان:

خیابان ولی عصر، بالاتر از نیاپش، خیابان شهید عاطفی، پلاک ۱۲۱
تلفن: ۰۲۱-۲۳۰۹۷۲۲-۴ / سایت: www.sb24.com

آدرس دفتر مجله سامان:

خیابان قائم مقام فرحانی، مقابل خیابان فجر، پلاک ۷۴
تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۴۸۸۷۹ / فاکس: ۸۸۳۷۴۸۳

- بانک سامان ۱۶ سالگی ات خجسته باد / ۶ اهتزاز پرچم بانک سامان بر فراز قله های در آغاز ۱۶ سالگی / ۸
- مقاله ها / آموزش مجازی / ۹ / ترویج فرهنگ کار آفرینی و توسعه / ۱۲ / رهبری سطح پنج و نقش آن در مدیریت سازمان / ۱۶ / بانکداری اسلامی / ۱۶ / ابزارهای ذهن ABCD؛ ابزار ایجاد اعتماد / ۲۰ / تبلیغات بانکداری جامع / ۲۲ / گذار دیجیتالی و چالش های بانکداری خرد (عمومی) / ۲۶
- گفت و گو / کار بانک، حواس هشت دانگ می خواهد / ۳۱
- گزارش / گزارش ماهانه تحلیل بازار / ۳۵
- آموزش / صلح عمر / ۴۱ / پرورش صحیح استعدادها برای پروژه های کلان فناوری اطلاعات / ۴۲
- باجه خیال / زندگی چیست ... / ۴۵ / تن تان به سامان / ۴۶ / فکرهای بزرگ کودکان / ۴۸
- بر نامه ریزی مؤثر: ۵۲ دقیقه کار، ۱۷ دقیقه استراحت / ۵۰
- اخبار / تا ۴ برابر مبلغ سپرده خود از بانک سامان تسهیلات بگیرید / ۵۱ / تیم ملی والیبال با بدرقه بانک سامان عازم رقابت های جهانی شد / ۵۱ / بانک سامان ۸۰۰۰ میلیارد ریالی شد / ۵۲ / بانک سامان تسهیلات قرض الحسنه از دواج می دهد / ۵۲ / افزایش ظرفیت خدمات تخصصی بانک سامان در حوزه بازرگانی بین المللی / ۵۲ / بانک سامان در فرودگاه اهواز هم ارز مسافرتی تحویل می دهد / ۵۳ / سامانیان چک های طلایی و مشک می گیرند / ۵۳ / از فروشگاه اینترنتی بانک سامان شارژ تالیا بخرید / ۵۳ / حمایت بانک سامان از مددجویان بنیاد کودک / ۵۴ / مشارکت بانک سامان در طرح غربالگری سرطان سینه / ۵۵ / سامانه سپاس / ۵۵ / دریافت لوح سپاس موسسه خیریه محک / ۵۶ / راه اندازی کانال فروش تلفنی بیمه مسافرتی سامان / ۵۶ / بیمه سامان در سال گذشته بیش از ۵۱/۷ میلیارد ریال خسارت در رشته آتش سوزی پرداخت کرد / ۵۷ / حمایت بیمه سامان از شرکت شیمیایی و پلیمر تهران سیکا / ۵۷ / کیوسک های نظرسنجی بانک سامان / ۵۸ / گشایش بزرگ ترین کارخانه سیمان سفید کشور با تسهیلات بانک سامان / ۶۱ / شعب بانک سامان / ۶۲ / نرخ سود سپرده های ارزی و ریالی / ۶۶

بانک سامان ۱۶ سالگی ات خجسته باد



لی لی کیوان

رئیس دایره فرهنگی و امور کارکنان

۱۶ سال از شهریور ۷۸ می‌گذرد. ماهی که تولد بانک سامان در آن اتفاق افتاد. روزهای شیرین و تلخ زیادی بوده است، فراز و نشیب بوده است، اشک و لبخند بوده است.

ما در شعبه و اداره هم لحظه خوب را تجربه کرده ایم هم تجربه بد داشته ایم. هم خندیدیم، هم گریستیم. لحظه ای با لبخند رضایت مشتری یا ارباب رجوع دلشاد شدیم و لحظه ای از کسری صندوق آخر وقت اندوهگین شدیم. لحظه ای از خبر بچه دار شدن کودک خود یا کودک همکارمان خندیدیم و شیرینی اش را با خوشحالی و دست زدن و هورا کشیدن خوردیم، لحظه ای با سالگرد تولد خودمان یا همکارمان شاد شدیم و کیک خوردیم، لحظه ای هم با شنیدن از دست دادن عزیز خودمان یا عزیز همکارمان و یا حتی همکارمان اشک‌ها ریختیم. این زندگی ما است و زندگی سامانی ما. روزهای زیادی گذشته است. هرگز از یادمان نمی‌رود که ناجوانمردانه شعبه اهوازمان را نشانه گرفتند. شهید دادیم. برخی از همکارانمان تا سال‌ها به روانکاو و فیزیوتراپی نیاز داشتند و کابوس لحظه انفجار از ذهنشان بیرون نمی‌رفت. هرگز از یادمان نمی‌رود که به نا حق در جریان مسائل مالی خاص درگیر شدیم. ولی در عوض حداقل هر سال دستاوردهای خوبی داشته ایم که همواره به آنها می‌بالیم. سال ۷۸، نخستین شعبه مان را راه اندازی کردیم، سال ۷۹، نخستین خودپردازمان را داشتیم، سال بعد یعنی سال ۸۰، خدمات ارزی مان را در همه شعب ارائه کردیم، سال ۸۱ موسسه سامان اقتصاد به بانک سامان تبدیل شد و برای نخستین بار در ایران خدمات بانکداری اینترنتی را به مشتریان عزیزمان عرضه کردیم، سال ۸۲ سال صدور نخستین گواهی سپرده در نظام بانکی ایران بود که دقیقاً یادم هست که کپن‌هایی به این گواهی وصل بود، سال ۸۳ سیستم فروش اینترنتی ما برای اولین بار راه اندازی

شد، سال ۸۴ زمان عرضه کارت اعتباری ما بود، سال ۸۵ خدمات موبایل پارک را برای نخستین بار در ایران داشتیم. افتخارات زیاد است. یک وقت خسته نشوید. سال ۸۶ باجه‌های بانکداری الکترونیک در شعب سامان افتتاح شد تا مشتریان این گوه‌ران سامانی راحت تر و دلچسب تر خدمات بانکی شان را انجام دهند. سال ۸۷ برترین بانک ایران در توسعه تجارت الکترونیکی بودیم. سال ۸۸ محصول جاری ۲۴ را عرضه کردیم. سال ۸۹ خرید و فروش آنلاین سهام یا همان خدمت بانکساکس عرضه شد و سال ۹۰، سال عرضه نخستین اوراق اجاره صکوک بود. سال ۹۱، سامانک را راه اندازی کردیم تا مشتری به راحتی با نصب این خدمت بر گوشی خود بدون نیاز به اتصال به اینترنت بخش گسترده ای از خدمات خود را به سادگی انجام دهد. سال ۹۲ حمایت خود را از فدراسیون والیبال آغاز کردیم که با یاری خداوند و تلاش بی حد تیم پرتوان والیبال و حمایت سامان، شاهد نتایج چشمگیری از این تیم قهرمان بودیم، در سال جاری موفق به کسب رتبه اعتباری از مؤسسه capital intelligence شدیم... فقط خدا را شکر.

اینها را گفتم که بدانیم اگر بخواهیم شاد باشیم، بهانه زیاد است. همین روز ۱۶ سالگی سامان بهانه خوبی به دست خیلی از ما داد که بچه‌های سامان، صعودهای باارزشی بر فراز قله بلند ایران داشته باشند و یا بهانه ای برای آوردن کیک خوشمزه توسط مشتریان عزیز شعبه‌ها و حتی بهانه ای برای شادی بر و بچه‌های مدیریت امور بازاریابی و توسعه مشتریان و...

چرا که در فرهنگ ما شادی جای خاصی دارد. بهانه برای جشن خوب است. زندگی به ما آموخته که اگر دمی را می‌توانی به شادی بگذرانی، هرگز از دستش نده چرا که خاطره ای زیبا در ذهن باقی می‌گذارد که حلاوتش دلچسب است و حس و انرژی خوب و مثبتی به ما تزریق می‌کند که روزمان را می‌سازد و روز مشتریان همیشگی و عزیز سامان را.



کیک خوشمزه ای که مشتری فاطمی برای بچه‌های شعبه آورد

در همین روز ۱۱ شهریور که سالگرد بانک بود، مشتری عزیز شعبه دکتر فاطمی، به نام باقر غفاری، کیک به شکل قلبی سفید را به همراه مهر و محبت و عشق خودشان تقدیم شعبه و همکاران خوب شعبه کردند که جای تقدیر و ارج نهادن دارد. بچه‌های شعبه هم به همراه این مهربان عکس‌هایی گرفتند و برای ما ارسال کردند. دم این مشتری و همه مشتریان سامان گرم.



جشن خودجوش بچه‌های بازاریابی و توسعه مشتریان

ما هم در مدیریت خودمان ۲ تا کیک خوشمزه و خوش رنگ گرفتیم با کلی مخلفات مهیج و شادی آور. شمع عدد ۱ و ۶ (همان ۱۶) را هم روی کیک‌ها گذاشتیم. فشفشه روشن کردیم. لحظه‌هایی را به شادمانی پرداختیم و شمع تولد سامان را فوت کردیم. این اتفاق و روز خوب بهانه ای بود برای شادی.

یادی از رفتگان سامانی

کاشانی، آقای شیرزاد، محمد حسین محسنی، جواد (سهیل) محسنی، بهرام فیض زرین قلم، محمد احمدی، حسین صادقی، هادی رنجبر، پرویز مشیرزاده، سید میراحمدی و حامد نسل سراجی که هر کدام چند سالی را در سامان زحمت کشیدند و با مرگ طبیعی و یا تصادف و انفجار شعبه به دیار باقی شتافتند. روحشان شاد...

از شادی هایمان در ۱۶ سالگی سامان حرف زدیم. حیف است که یادی از رفتگان سامانی نکنیم که در این لحظه که در حال نگارش این متن هستیم، یادشان با غمی بر دل همراه است و قطره اشکی. فقط می‌توان فاتحه ای نثار روحشان کرد و تنها لحظه ای برایشان سکوت کنیم. عزیزان و شادروان‌هایی همچون: زهره رشیدی، حسن سعادت بخش، سید میثم حسینی نژاد، عباس اباذری، آقای

صعود بر فراز دماوند به مناسبت ۱۶ سالگی سامان

آغاز کردند و پس از سه روز موفق شدند به ارتفاع ۵۶۷۱ متری دماوند گام نهند و پس از فتح این قله، با موفقیت از مسیر جنوبی بازگشتند.

گفتنی است، این صعود به قله دماوند از روستای ناندل در منطقه دلارستاق شهرستان آمل (بین تونل ۷ و ۸ جاده هراز) انجام شده است. به نوبه خودم به بچه‌ها دست مریزاد می‌گویم و حرکت زیبایشان را ارج می‌نهم.

همزمان با شانزدهمین سالروز تاسیس بانک سامان، پرچم بانک بر فراز کوه دماوند برافراشته شد.

به همت علیرضا تیموری از کارکنان مدیریت امور بانکداری شرکتی بانک سامان که از کوه‌نوردان با سابقه کشورمان به شمار می‌رود، گروه ۶ نفره کوهنوردی پارسه با صعود به بلندترین قله کشورمان، پرچم بانک سامان را بر فراز بام ایران برافراشتند.

این گروه صعود خود را از پنجم شهریور ماه از جبهه شمالی



اهتزاز پرچم بانک سامان بر فراز قله سبلان (ساوالان) در آغاز ۱۶ سالگی

گفتنی است این صعود در شرایط جوی نا مساعد همراه با بارش برف، مه و همچنین وزش شدید باد انجام گرفت.

صعود کنندگان عزیز سامانی شامل رشید چلانی، وحید اوریا (عکاس گروه)، محمد ولی پور و جلیل دهقان بودند. البته به جز این ۴ نفر سامانی، ابوالفضل الله یاری هم با گروه همراه بودند. آفرین بر قهرمانان سامانی و گروه کوهنوردان تبریزی ما.

به همت مدیریت شعبه و کارکنان بانک سامان شعبه تبریز پرچم این بانک بر فراز قله سبلان (ساوالان) برافراشته شد.

گروه ۴ نفره کوهنوردی شعبه تبریز به سرپرستی مسئول شعبه احمد فرامررزاده در ۳۰ مرداد ماه امسال از مسیر شمال شرقی بر فراز قله سبلان (ساوالان) صعود و طی ۲ روز موفق به فتح قله ۴۸۱۱ متری ساوالان شدند.



مقاله

آموزش مجازی



عرفانه لواسانی فرد
(کارشناس آموزش مجازی)

یادگیری در سطوح عمومی و عالی است. در گذر به جامعه اطلاعاتی، نقش عمده بر دوش واحدهای آموزش و یادگیری سازمانی است. آموزش مجازی یا الکترونیکی پارادایم جدیدی در حوزه آموزش و یادگیری پدید آورده و امکان یادگیری را در هر زمینه، برای هر فرد، در هر زمان و در هر مکان به صورت مادام‌العمر فراهم آورده است. آموزش الکترونیکی شامل آموزش مبتنی بر رایانه، آموزش مبتنی بر اینترنت، آموزش مبتنی بر وب و محصول فناوری اطلاعات می‌باشند که بشریت را به سمت یک انقلاب بزرگ آموزشی سوق می‌دهند. در این میان میزان توسعه و کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباطات در آموزش، مهم‌ترین شاخص پیشرفت به شمار می‌رود و آموزش مجازی یا آموزش الکترونیکی، مهم‌ترین عامل جهش علمی و فرهنگی محسوب می‌شود. به عبارت دیگر آموزش مجازی کلید گذر نیروی انسانی به جامعه اطلاعاتی می‌باشد و گذر به جامعه اطلاعاتی با نرخ سواد الکترونیکی - به مفهوم توان خواندن و نوشتن و میزان بهره‌وری از سامانه‌های اطلاعاتی و ارتباطی - رابطه مستقیم دارد. برخی تعاریف در این حوزه آموزش مجازی می‌تواند مبتنی بر

با ورود به عصر اطلاعات، نهاد آموزش از نخستین نهادهایی است که دستخوش تغییرات اساسی شده است. آموزش الکترونیکی به عنوان یک پارادایم جدید، این حوزه را متحول کرده است. با توجه به قابلیت‌های بسیار بالای این سیستم آموزشی و حجم عظیم تقاضا برای آموزش، همچنین ناتوانی نظام‌های آموزشی کنونی در پاسخگویی به آن، در باب ضرورت به‌کارگیری و اهمیت آموزش الکترونیکی تردیدی وجود ندارد. آنچه مطرح است شیوه و چگونگی اجرای این نوع از آموزش و البته فرهنگسازی جهت استفاده از آن است. همچنین اثربخشی این که چه دروسی به صورت مجازی تهیه و تدوین گردد، اهمیت بسیار زیادی دارد. اصطلاحات آموزش مجازی، آموزش الکترونیکی، یادگیری الکترونیکی و یا e-Learning معادل هم به کار می‌رود.

ما در حال گذر از جامعه صنعت - محور به جامعه اطلاعات - محور، یا به عبارت دیگر گذر از دنیای فیزیکی به دنیای مجازی هستیم. ورود به عصر اطلاعات و زندگی اثربخش در جامعه اطلاعات - محور، مستلزم شناخت ویژگی‌های آن است. یکی از نهادهای اجتماعی که در این عصر دستخوش تغییرات وسیع خواهد شد، نهاد آموزش و



پیشینه آموزش الکترونیکی در جهان

آموزش غیرحضوری در دهه اول سال ۱۷۰۰ میلادی آغاز شد و هنوز هم در نقاط مختلف دنیا از این شیوه آموزش برای تحصیل استفاده می‌شود. بهره‌گیری از فناوری در امر آموزش از اوایل دهه ۱۹۰۰ میلادی و آموزش مجازی از سال ۱۹۹۵ شروع شده است. الف) موج اول آموزش الکترونیکی (۱۹۹۴-۱۹۹۹) با ظهور پست الکترونیکی، مرورگرهای وب، HTML، Media Player و ...، چهره آموزش مبتنی بر چندرسانه‌ای‌ها تغییرات زیادی پیدا کرد. اساساً این نوع آموزش با کمک ابزارهایی چون پست الکترونیکی و اینترنت، و به صورت آموزش مبتنی بر رایانه و آموزش مبتنی بر وب، با کیفیت پایین و به صورت متناوب انجام گرفت. ب) موج دوم آموزش الکترونیکی (۲۰۰۵-۲۰۰۰) فناوری‌هایی چون جاوا، کاربردهای وسیع انواع شبکه‌ها، خطوط مخابراتی با پهنای باند وسیع، طراحی وب‌سایت‌های پیشرفته و ...، انقلابی در صنعت آموزش به وجود آورد و آموزش تحت وب را به آموزش واقعی بسیار نزدیک ساخت. ارائه محتوای دوره در محیط‌های آموزشی چند بُعدی و ارائه خدمات پیشرفته و باکیفیت به فراگیران و همچنین تعریف و ارائه استانداردهای آموزش الکترونیکی از ویژگی‌های این دوران به شمار می‌آیند. یکی از دانشگاه‌های پیشگام در آموزش الکترونیکی دانشگاه «ام‌آی‌تی» است که در سال ۲۰۰۱ اعلام کرد قصد دارد محتوای دروس بعضی کلاس‌های خود را به صورت آزمایشی روی اینترنت قرار دهد. جامعه علمی جهانی از این تصمیم بهت‌زده شد. مجریان این طرح، با هدف افزایش مهارت دانش‌آموختگان و برای تبادل اطلاعات و بهبود روش‌های تدریس در دانشگاه‌های سراسر جهان، طرح را اجرا کردند. اما برای اکثر مراکز آموزشی تعجب‌آور بود که

دیسک فشرده، شبکه، اینترنت یا اینترنت باشد. آموزش مجازی برای ارائه محتوا، از عناصر اطلاعاتی با فرمت‌های متفاوت نظیر متن، ویدئو، صدا، انیمیشن، گرافیک و محیط‌های مجازی یا شبیه‌سازی شده استفاده می‌نماید.

- یادگیری الکترونیکی یا آموزش مجازی عبارت است از فراهم‌آوری و استفاده از دانش توزیع شده از طریق رسانه‌های الکترونیکی و مبتنی بر فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی مانند: لوح‌های فشرده، تلفن همراه و انواع شبکه‌های رایانه‌ای.

- آموزش مجازی کاربرد فناوری‌های اطلاعاتی و رایانه‌ای جهت خلق تجربیات یادگیری است.

از مجموع تعاریف ذکر شده درباره آموزش الکترونیکی می‌توان به این تعریف جامع دست یافت:

آموزش الکترونیکی به مجموعه وسیعی از نرم‌افزارهای کاربردی و شیوه‌های آموزش مبتنی بر فناوری اطلاعات (اعم از رایانه، دیسک فشرده، شبکه، اینترنت و اینترنت و دانشگاه مجازی) گفته می‌شود که امکان آموزش و یادگیری را برای هر فرد در هر زمینه، در هر زمان و مکان به صورت مادام‌العمر فراهم می‌سازد.

اهمیت آموزش مجازی

نیازهای روزافزون مردم به آموزش، عدم دسترسی آنها به مراکز آموزشی (دوری مسافت)، کمبود وقت و زمان، کمبود امکانات اقتصادی، کمبود آموزشگران مجرب و هزینه‌های زیادی که صرف آموزش می‌شود، متخصصان را بر آن داشت که با کمک فناوری‌های اطلاعات، روش‌های جدیدی برای آموزش ابداع نمایند که هم اقتصادی و باکیفیت باشند و هم بتوان با استفاده از آن، به طور همزمان جمعیت کثیری از فراگیران را تحت آموزش قرار داد. امروزه مفهوم سواد، دیگر «توان خواندن و نوشتن» نیست. در قرن بیست و یکم، بیسوادان آنهایی نیستند که نمی‌توانند بخوانند یا بنویسند، بلکه کسانی هستند که نمی‌توانند یاد بگیرند و بازآموزی کنند. نهضت سوادآموزی الکترونیکی به جای سوادآموزی متعارف، به عنوان یک راهکار برای گذر به جامعه اطلاعاتی مطرح شده است، با این تفاوت که اجرای آن به جای بیسوادان جامعه، در میان باسوادترین اقشار باشد. طبیعی است که نظام آموزشی کشور، نخستین مکان اجرای آن خواهد بود. به طور کلی هدف آموزش الکترونیکی فراهم نمودن امکان دسترسی یکسان، رایگان و جست‌وجویپذیر در دوره‌های درسی و ایجاد فضای آموزشی یکنواخت برای اقشار مختلف در هر نقطه و بهینه‌سازی شیوه‌های ارائه مطالب درسی به منظور یادگیری عمیق‌تر و جدی‌تر است. در چنین فضای آموزشی بر خلاف آموزش سنتی، افراد به اندازه توانایی خود از موضوعات بهره‌مند می‌شوند. همچنین افراد متناسب با سرعت یادگیری و وقت خود، مطالعاتشان را تنظیم و به نوعی سازماندهی زمان خود را در آموزش عهده‌دار می‌شوند.



اوت ۲۰۰۲، به عنوان اولین دانشگاه مجازی ایران ظاهر شد. پس از آن دانشگاه‌های مختلف مانند صنعتی شریف، اصفهان، شیراز، تهران، دانشگاه آزاد منطقه جنوب تهران و..... نیز طرح آموزش الکترونیکی را اجرا کردند. علاوه بر دانشگاه‌ها، سازمان‌های بزرگ و بسیاری از شرکت‌ها نیز اقدام به گسترش این نوع خاص از آموزش نمودند. آمارها نشان می‌دهد در اغلب دانشگاه‌های کشور دپارتمان آموزش مجازی وجود دارد که ۵۰ درصد کلاس‌ها و دوره‌ها را به صورت آنلاین برگزار می‌کنند. اغلب سازمان‌ها و به ویژه بانک‌ها و دیگر سازمان‌های خدماتی نیز از آموزش مجازی به عنوان آموزشی مکمل در کنار آموزش حضوری، بهره می‌برند. دانشگاه‌ها تقریباً با ۴ میلیون دانشجو، آموزش و پرورش با حدود ۱۲ میلیون دانش‌آموز، صنایع کوچک استعداد ۸۶،۰۰۰ واحد و ۲،۳۰۰،۰۰۰ نفر اشتغال و ... از بازارهای بالقوه یادگیری الکترونیکی هستند. در دنیای کنونی، آموزش مجازی به عنوان یک مزیت رقابتی در سازمان‌ها مطرح شده است.

منابع:

-یادگیری الکترونیکی در قرن ۲۱. دی. آر. گریسون، تری اندرسون، ترجمه دکتر محمد عطاران، تهران، موسسه توسعه فناوری آموزشی مدارس هوشمند ۱۳۹۱.
-مدیریت یادگیری الکترونیکی. بدرول اچ خان. ترجمه عماد قائنی و بابک عبد حق، تهران، سازمان مدیریت صنعتی، فروردین ۱۳۹۲

<http://www5.oclc.org/downloads/community/elearning.pdf>
http://www.study۱۰۰۰.com/۱۰۴۱۵۹/sec_۴۱/p_۱۰.aspx
<http://www.kineo.com/resources/new-to-elearning/the-benefits-of-elearning>

دانشگاهی با چنین موقعیتی که معمولاً تمام فرصت‌های تحصیلی در آن، از سال قبل رزرو شده و بابت هر دانشجو سالانه ۴۱ هزار دلار شهریه دریافت می‌کند، چه احتیاجی به انتشار مطالب کلاس‌های درسی خود بر روی اینترنت دارد. یکی از مدیران ارشد دوره‌های آموزش مجازی دانشگاه «ام‌آی‌تی» می‌گوید: هدف اصلی ما مبارزه با انحصار علم در سراسر جهان بوده است.

از سال ۲۰۰۶ به بعد آموزش مجازی به عنوان بخش بسیار تخصصی در کنار آموزش‌های حضوری مطرح شد. در حال حاضر نیز در تمام کشورهای جهان این نوع خاص از آموزش بسیار مورد توجه است و سرمایه‌گذاری‌های زیادی در این زمینه انجام می‌شود. Gartner گروه تجزیه و تحلیل IT، گزارش داد که تا سال ۲۰۱۳ بازار یادگیری الکترونیکی، رشدی بالای ۵۳ میلیارد دلار داشت که ۴۵ درصد بازار جهانی آموزش را در بر می‌گیرد. همچنین آمارها نشان می‌دهد در جهان کارکنان سازمانها ۷۰ درصد از آموزش‌های حین خدمت خود را به صورت مجازی دریافت می‌کنند.

پیشینه آموزش الکترونیکی در ایران

آموزش الکترونیکی در ایران به زمان بهره‌گیری از رایانه‌های شخصی در میان اқشار مختلف فرهنگی - اجتماعی برمی‌گردد. با ایجاد و توسعه شبکه‌های ارتباطی، تحولات شگرفی در آموزش الکترونیکی به وجود آمده است.

دانشگاه بین‌المللی ایران که ترکیبی از امکانات موجود و بالقوه دانشگاهیان و فناوریان ایرانی در خارج از کشور است با همکاری مراکز دانشگاهی ایران، ترکیبی را به وجود آوردند که پیش‌نیاز آموزش الکترونیکی در ایران در سطح دانشگاه فراهم گردد. در سال ۲۰۰۲ میلادی (۱۳۸۰ هجری شمسی) این دانشگاه نیروهای خود را ساماندهی کرد و در پی همایش آموزش مجازی این دانشگاه در

ترویج فرهنگ کار آفرینی و توسعه

محمد عمرانی

مشتری بانک و نماینده فروش بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری بیمه سامان



نیز به‌سوی شغل‌هایی متمایل گردیده که به افراد بی سواد یا با تحصیلات بسیار پایین میدان داده است.

و اتفاق دیگری که در این سال‌ها در اقتصاد ایران روی داده این است که بخش اندکی از جمعیتی که در دهه ۶۰ خورشیدی متولد شده‌اند وارد بازار کار گردیده و تعداد زیادی از آنها وارد دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی کشور شده‌اند که تا چند سال آینده این گروه نیز به جمع بیکاران کشور خواهند پیوست. بیکارانی با تحصیلات عالی. بنابراین اگر تعداد دانشجویان ایران در این سال‌ها را به نسبت جمعیت با دیگر کشورها مقایسه کنیم ملاحظه می‌کنیم که بعد از آمریکا، ما بالاترین تعداد دانشجویان را در میان سایر کشورهای جهان داریم و این یعنی سرمایه‌گذاری در آموزش عالی بدون توجه به توانایی جذب فارغ التحصیلان دانشگاهی در لایه‌های مختلف اقتصادی و هم‌اکنون که به قول اقتصاددان‌ها جمعیت کشور در شرایط پنجره جمعیتی (جمعیتی که می‌توانند کار کنند) قرار گرفته تنها راه نجات اقتصاد کشور توسعه آموزش‌های فنی و حرفه‌ای و ترویج فرهنگ کارآفرینی و زمینه‌سازی برای مشاغل نوین با استفاده از فضای مجازی و اینترنت است و از یاد نبریم که توسعه فعالیت‌هایی با محوریت این جمعیت می‌تواند در طول سال‌ها آثار شگرفی برای هر کشور داشته باشد که در شرایط پنجره جمعیتی قرار دارد.

همچنان که می‌دانیم اقتصاد ایران در حال حاضر شرایط سخت و پیچیده‌ای دارد و به نظر نمی‌رسد که این شرایط به این زودی‌ها تغییر یافته و دگرگون شود، مگر با استفاده از تمام ظرفیت‌هایمان از

مدتی قبل در نشریه‌ای می‌خواندم که موج زاد و ولد زیاد اوایل دهه ۶۰ خورشیدی در ایران هم اکنون در حال وارد شدن به لایه‌های سنی بالاتر است و این قضیه به این معناست که جمعیت جوان ۱۵ تا ۱۹ سال کشور که ده سال پیش به نقطه اوج رسیده بود در حال حاضر دچار افول شده است زیرا این افراد هم اکنون در حال ورود به لایه سنی ۳۰ تا ۳۵ سال هستند بنابراین هم اکنون در شرایطی به سر می‌بریم که عمده لایه جمعیتی در فاصله سنی ۲۵ تا ۳۰ سال قرار داشته و تا چند سال آینده این جمعیت به سن ۳۰ تا ۳۵ سال خواهد رسید و همان گونه که دولت در سال‌های تولد این لایه جمعیتی یعنی سال‌های دهه ۶۰ با مشکل درمان، تغذیه، آموزش و تامین نیازهای اولیه کودکان آن سال‌ها روبه‌رو بود. در این سال‌ها دولت و اقتصاد ایران باید نیازهای مهم‌تری همچون مسکن و اشتغال آنان را رفع و رجوع نمایند.

نکته دیگری که در این گزارش جلب توجه می‌کرد این بود که اقتصاد ایران در فاصله سال‌های ۸۴ تا ۹۲ یعنی به مدت ۸ سال تقریباً هیچ شغل جدیدی ایجاد نکرده است علاوه بر این آمارها نشان می‌دهد که ۵ فعالیت صنعت، کشاورزی، صنوف، ساختمان و حمل و نقل بیشترین سهم اشتغال را در ایران به خود اختصاص داده‌اند. ضمن آنکه در ایران سال‌های اشتغال در بخش کشاورزی و بخش صنعت سیر نزولی داشته است. در حالی که می‌دانیم که نیروی کار بخش ساختمان با نیروی کار بخش صنعت از نظر تخصص بسیار تفاوت دارد با کنار هم قرار دادن این داده‌ها متوجه می‌شویم که در دهه اخیر علاوه بر ثابت ماندن آمار اشتغال، ساختار اشتغال



چهار میلیون و ۵۰۰ هزار نفر دانشجوی آن سال (۹۰) اقتصاد ایران باید برای سال آینده برای جمعیتی بیش از ۸ میلیون نفر شغل ایجاد نماید.

مسئله دیگر کاهش تعداد بنگاه‌های اقتصادی در سالهای اخیر است به طوری که تعداد بنگاه‌های کوچک از حدود ۱۳ هزار بنگاه به حدود ۱۰ بنگاه و تعداد بنگاه‌های متوسط از ۴۱۰۰ به عدد ۳۹۰۰ رسیده است و جالب است که در همین دوران تعداد بنگاه‌های بزرگ دولتی و شبه دولتی از عدد ۴۳۵ به حدود ۵۰۰ رسیده است. در این میان نرخ بیکاری به ۱۱ درصد رسیده که اگر این تعداد نرخ بیکاری را ۱۰۰ در نظر بگیریم نرخ بیکاری جوانان ۲۰ تا ۲۴ سال ۲۳ تا ۲۶ درصد می‌شود.

با توجه به گرایش فوق العاده نسل امروز به استفاده از تکنولوژی‌های نوین در زندگی مثل رایانه، اینترنت، ماهواره، گوشی‌های هوشمند و حضور بیش از پیش آنان در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی که ورود به آنها یادگیری دانش‌های حداقلی در این زمینه را گریزناپذیر می‌کند.

سرمایه گذاری دولت و آموزش و پرورش در زمینه آموزش دانش و فن آوری‌های نوین همچون IT، نانو فناوری و زمینه سازی برای ورود جوانان به کسب و کارهای فضای مجازی می‌تواند بخش زیادی از فارغ التحصیلان بیکار دانشگاهی را صاحب شغل و درآمد نماید.

منابع:

۱. روزنامه دنیای اقتصاد ۲. نشریه تجارت فردا

جمله ظرفیت‌های بخش آموزش.

اقتصاد ما از نظر رشد اقتصادی، در شرایط رکود قرار دارد آنهم رکود تورمی؛ چیزی که در دنیا کمتر نظیر دارد. یعنی اگر در کشوری تورم باشد رکود ندارد و اگر رکود باشد تورم نیست ولی اقتصاد ایران ۳ سال است که درگیر چنین وضعیتی است. مرور اطلاعات اقتصادی بین سال‌های ۸۹ تا ۹۲ نشان می‌دهد که رشد اقتصادی ما در سال ۹۱ نزدیک به عدد منفی ۶ درصد رسیده و تولید ناخالص داخلی در این سال‌ها ۱۰ درصد کاهش یافته است. به عقیده کارشناسان و فعالان اقتصادی اگر رشد اقتصادی سال جاری را یک درصد در نظر بگیریم، در سال آینده اقتصاد ایران باید بیش از ۸ درصد رشد یابد و تازه تا پایان سال ۱۳۹۵ نرخ رشد اقتصادی به عددی خواهد رسید که در سال ۹۰ بود و جالب است که وقتی بعد از ۲ سال تلاش از ۹۳ تا ۹۵ عدد تولید ناخالص داخلی به همان رقم سال ۱۳۹۰ برسد تازه میزان اشتغال ما به اندازه سال ۱۳۸۴ خواهد بود و این یعنی بعد از ۱۱ سال با مشقت خود را به وضعیت قبل رسانده ایم.

از طرف دیگر برپایه سرشماری سال ۱۳۹۰ جمعیت کشور در آن سال حدود ۷۵ میلیون نفر بود که حدود ۶۴ میلیون نفر از این تعداد در سن کار و قریب به ۱۱ میلیون نفر هم خارج از سن کار برآورد گردید.

گفته می‌شود که حدود ۲۳ میلیون و ۳۰۰ هزار نفر از جمعیت مورد نظر فعال هستند که دنبال کار بودند. از این تعداد بیش از ۲۰ میلیون نفر شاغل و حدود سه میلیون نفر بیکار بودند که با احتساب

رهبری سطح پنج و نقش آن در مدیریت سازمان

حسین کرمی
کارشناس اداره آمار و اطلاعات بانکی



بودن به سمت عالی بودن سوق داد و به تعالی و پایداری رسید.

تاریخچه و سرمنشاء رهبری سطح پنج:

سطح پنجم رهبری یافته طرحی پژوهشی است که در سال ۱۹۹۶ توسط جیم کالینز به همراه یک تیم متخصص برای پاسخ به این سوال که یک شرکت معمولی چگونه می‌تواند به وضع عالی دست یابد آغاز شد و ۵ سال به طول انجامید.

کالینز و گروهش برای پاسخ به این سوال دو گروه شرکتی تعریف کردند. شرکت‌هایی که از وضع معمولی به وضع عالی تغییر کرده و وضعیت عالی خود را حفظ کرده بودند و شرکت‌هایی که نتوانسته بودند وضعیت عالی خود را حفظ کنند. مهم‌ترین شاخص در این بررسی ارزش و سود سهام شرکت‌ها در بورس طی ۱۵ سال و جایگاه سازمان در صنعت بود.

با این گروه بندی اولیه آنها کار را با ۱۴۳۵ شرکتی که طی سال‌های ۱۹۶۵ تا ۱۹۹۵ در فهرست ۵۰۰ شرکت برتر مجله فورچون (Fortune) قرار داشت آغاز کردند و از میان آنها ۱۱ شرکت برتر که بیشترین تغییر را از وضعیت معمولی به عالی دارا بودند و بالاترین سطح شرایط برای ادامه پژوهش را داشتند انتخاب کردند. برای نمونه می‌توان به کمپانی‌های فانی می (Fannie Mae)، ژیلته (Gillette)، آبوت (Abbott)، فیلیپ موریس (Philip Morris) و مهم‌ترین آن کمپانی تولید کاغذ و محصولات کاغذی کیمبرلی-کلاک به سرپرستی «داروین اسمیت» اشاره کرد.

در نهایت نتایج حاصل از این پژوهش رسیدن به مؤلفه‌ها و متغیرهای مشترک تغییر از وضعیت معمولی به عالی بود که منجر به پیدایش تئوری «رهبری سطح پنج» شد. در واقع مؤلفه‌هایی که به عنوان ویژگی‌های شاخص رهبری سطح پنج بیان می‌شود به روشنی به عنوان قویترین و متمایزترین تفاوت میان این دو گروه شرکت و نیز مشترکات میان شرکت‌های رهسپار تعالی خود را نشان داد. سطح پنجم عالی‌ترین سطح توانایی مدیران اجرایی در

در دنیای مدرن امروز که بنگاه‌های اقتصادی بدون توقف در حال ایجاد و گسترش هستند، یکی از مهم‌ترین چالش‌های پیش‌روی مدیران ایجاد تمایز در بین سایر رقباست تا نه تنها موجودیت سازمان خود را حفظ کنند، بلکه خود را به عنوان یک بنگاه موفق در صنعت معرفی نمایند. به عبارت دیگر تفکر مدیران همیشه براین باور است که سازمان خود را از یک وضعیت سکون و عملکردی معمولی به یک وضعیت پویا و با عملکرد مطلوب تغییر دهند.

با بیان این تفکر مدیریتی این سوال مطرح است که مناسب‌ترین روش برای رشد سازمان و رسیدن به اهداف چیست. آیا باید از شیوه‌هایی که در گذشته تجربه عملی و نتیجه آن مشخص شده استفاده کرد و یا باید از شیوه‌ای نو که با درک و برداشتی جدید از مسائل پارادایم جدیدی در حوزه فعالیت سازمان ایجاد کرده استفاده نمود.

امروزه در حوزه مدیریت و بحث تعالی سازمان، تفکر جدیدی مطرح است که بسیاری از مفاهیم و روشهای قبلی مدیریت را به چالش کشیده و با وجود آنکه هنوز به عنوان یک روش علمی و فراگیر مطرح نشده، ولی در سازمان‌هایی که از این تفکر و سبک در نظام مدیریتی آن استفاده شده نتایج و تحولات بسیار مطلوبی حاصل شده است. مانند کمپانی‌های آمریکایی کروگر (Kroger)، نوکور (Nucor)، والگرنیز (Walgreens)، پیتنی بوز (Pitney Bowes).

این تفکر جدید که توسط جیم کالینز مطرح شد «رهبری سطح پنج» و در بیان دیگر که از آن به عنوان یک سبک مدیریتی اسم برده می‌شود «مدیریت در سطح پنجم» نام دارد.

«رهبری سطح پنج» یافته‌ای است تجربی و بر پایه پژوهش که عموماً شامل مفاهیم و ویژگی‌های فکری و شخصیتی است تا با استفاده از آن در نظام مدیریت سازمان و نیز به‌کارگیری مدیرانی در این سطح از رهبری بتوان جایگاه سازمان را از مرحله خوب

سلسله مراتب رهبری است.

سلسله مراتب رهبری :

ویژگی رهبران سطح پنج :

سطح پنجم عالی ترین سطح رهبری است. مدیران در این سطح بر قله ای از باورها و توانایی ها نشسته اند که علاوه بر دارا بودن ویژگی های موجود در سطوح پایین تر، دارای دو ویژگی متمایز نسبت به سایر مدیران هستند که به شدت در عملکرد و شخصیت آنها نمود دارد. در واقع رهبران سطح پنجم شرکتی را می سازند که بتواند بدون آنها به حرکت خود ادامه دهد، نه اینکه وجود آنها برای ادامه حرکت شرکت امری حیاتی باشد. این دو ویژگی برجسته عبارتست از:

(فروتنی) تواضع + (عزم راسخ) اراده حرفه ای = رهبران (مدیران) سطح پنجم

اراده حرفه ای	تواضع فردی
- دستاوردهای بی نظیری کسب می کند و عامل موثر در تحول خوب به عالی است.	- تواضعی دوستانه دارد، از تمجید و تحسین مردم دوری کرده و هرگز خودستایی نمی کند.
- اراده ای راسخ برای انجام هرکاری دارد که به دستاوردهای عالی و ماندگار منجر شود، هرچه قدر هم که دشوار باشد.	- با عزمی استوار و آرام و در سکوت حرکت می کند و اصولاً به معیارهای موثر و انگیزه تکیه می کند، نه اقتدار و تأثیرگذاری فردی.
- به سطحی کمتر از ایجاد سازمانی بزرگ و پایدار قانع نمی شود.	- بلندپروازی و جاه طلبی را برای سازمان می خواهد، نه برای خودش. جانشینانی را انتخاب می کند که در نسل بعدی سازمان را، حتی به سطح بالاتری از موفقیت و رشد برسانند.
- مسئولیت نتایج نامطلوب را خود به عهده می گیرد و هرگز افراد، عوامل بیرونی و یا بد اقبالی را مقصر نمی شمارد.	- پیوسته موفقیت و رشد سازمان را به افراد دیگر، عوامل بیرونی و یا خوش اقبالی نسبت می دهد.

ویژگی های دوگانه رهبران سطح پنجم

باید بیان نمود که مدیران در سطوح دیگر نیز می توانند سازمان خود را به موفقیت برسانند ولی شرط اساسی در رساندن سازمان از وضعیت خوب به عالی و حفظ آن مستلزم داشتن ویژگی های سطح پنجم می باشد. با توجه به همین نکته است که به رهبران و مدیران در سطح پنجم که بیشتر هم از درون خود سازمان می باشند لقب «تحول گرا» داده می شود.

نحوه عمل مدیران سطح پنجم در سازمان :

اول-افراد: افراد شایسته به سازمان ملحق شده و در مسئولیت

مناسب گمارده شده و افراد نالایق از سازمان حذف شوند.

دوم-اهداف: تبیین استراتژی موثر و اهداف بزرگ و منسجم برای سازمان و تعیین مسیر مناسب جهت نیل به اهداف.

سوم-حقایق: ایجاد فضایی که در آن واقعیت های ناخوشایند سازمان شنیده شود و همه بتوانند به راحتی اظهار نظر نمایند.

چهارم-محور فکری: داشتن یک هیات مشاوره خبره و متخصص جهت استفاده در مسائل مختلف پیش روی سازمان.

پنجم-نظم: ایجاد یک فرهنگ منسجم و مبتنی بر نظم و انضباط در کل سازمان. نظم در افراد، نظم در تفکر، نظم در کار.

ششم-تکنولوژی: استفاده بهینه از تکنولوژی مورد نیاز و پرهیز از هوس تکنولوژی زودگذر و بی فایده برای سازمان.

هفتم-چرخه رشد: انسجام مطلوب چرخه رشد و حرکت تدریجی برای رسیدن به اهداف و پرهیز از حرکت های ناگهانی.

هشتم-پایداری: حفظ نتایج و اهداف خوب به دست آمده در سازمان و رسیدن به سطح نمونه و متمایز در صنعت.

مهم ترین نقاط قوت و محدودیت رهبری سطح پنج :

رسیدن به اهداف، نتایج عالی و متمایز و پایداری نتایج حاصله در بلندمدت جزء اصلی ترین کارکرد مدیریت سازمان در سطح پنجم رهبری بوده و در مقابل چون حرکت به سوی اهداف یک حرکت تدریجی و منسجم می باشد، در پاره ای موارد مستلزم صرف زمان بیشتر و یا سرمایه گذاری بیشتری در حوزه فعالیت است که این عوامل جزء اصلی ترین محدودیت های این سطح از رهبری شمرده می شود.

نتیجه گیری:

در اقتصاد امروز، بدون تردید مهم ترین بحث و عامل کلیدی در بقای یک سازمان و رسیدن به عالی ترین سطوح در صنعتی که در آن فعالیت می کنیم، مستلزم ایجاد یک نظام مدیریتی اثربخش در سازمان است. مدیریتی که علاوه بر داشتن دانش و تخصص مورد نیاز، نه تنها باید بر اصول و روش هایی پایه ریزی گردد که کارکردهای مؤثر و نتایج مثبت آن اثبات شده بلکه باید به مفاهیمی که اثربخش بودن آن در رسیدن به وضعیت مطلوب غیر قابل انکار می باشد توجه ویژه داشت و از آنها استفاده ای مؤثر نمود. به کارگیری ویژگی ها و مفاهیم رهسپاری تعالی و پایداری موجود در «رهبری سطح پنجم» نه تنها شغل و سازمان، بلکه می تواند زندگی ما را به سمت عالی شدن سوق دهد و آنها را پرمعناتر سازد، و این زمانی تحقق می یابد که تمام تکه های این مفاهیم کاربردی به هم پیوند بخورد.

منابع:

کتاب "از خوب به عالی (Good To Great)"، نوشته جیم کالینز.

سایت www.hbr.or

بانکداری اسلامی

مسعود ملامحمدی
(متصدی امور بانکی شعبه کرمان (کارشناسی ارشد مدیریت مالی)



عکس‌ها مربوط به همایش بانکداری اسلامی است

نهادهای مالی اسلامی در سال‌های گذشته رشد چشمگیری را به دنبال داشته‌اند. اکثر این نهادها، در جهت تخصصی شدن حرکت کرده، اصول و مبانی مالیه اسلامی را به صورت مختلف برای استفاده اقشار جامعه به کار گرفته‌اند. حتی نهادهای مالی غیر اسلامی هم به علت اهمیت خاص بازارهای مالی اسلامی، فعالیت خود را در این زمینه توسعه و رونق داده‌اند. در این میان نقش بانک‌های سرمایه‌گذاری یا مؤسسات تأمین سرمایه اسلامی بسیار بااهمیت است که در بعضی کشورهای اسلامی به آن توجه می‌شود. چون بانک‌ها نقشی تخصصی در جهت به روز کردن فعالیت نهادهای مالی (پولی و سرمایه‌ای) و به خصوص بازار سرمایه و نهادهای صنعتی کشور دارند، در این نوشتار به تشریح آن می‌پردازیم.

مقدمه:

بانکداری اسلامی نوعی بانکداری یا فعالیت بانکی است که با احکام اسلام (به‌ویژه از دید ربا و رباخواری) همخوانی دارد و در قالب اقتصاد اسلامی تعریف می‌شود.

تعریف بانکداری اسلامی

به طور کلی، بانک اسلامی (Islamic Bank) یک مؤسسه بانکی تعریف شده که بهره (ربا) دریافت یا پرداخت نمی‌نماید. بنابر این تعریف، بانک اسلامی پول‌های مشتریان خود را بدون تعهد مستقیم یا غیر مستقیم به پرداخت پاداش ثابت به سپرده‌های آنها دریافت

می‌کند اما بازپرداخت اصل سپرده‌ها را به هنگام درخواست مشتری تضمین می‌کند. بانک اسلامی، وجوه نزد خود را (بدون وام دادن یا بهره) در فعالیت‌های تجاری و سرمایه‌گذاری به کار می‌گیرد (یعنی بر اساس مشارکت در سود) و در صورتی که فعالیت مورد نظر زیان‌کننده بانک نیز همانند سایر شرکاء در زیان سهیم خواهد شد. در مقایسه تفاوت بانک اسلامی با سایر بانک‌ها از دیدگاه این تعریف فقط یک ویژگی وجود دارد و آن عدم استفاده از بهره در معاملات بانک است. البته این شرط برای وجود بانک اسلامی ضروری (Necessary) است اما کافی (Sufficient) نیست، زیرا



کنفرانس وزرای خارجه کشورهای اسلامی دولت مصر و پاکستان به صورت مشترک از تاسیس بانک بین‌المللی اسلامی حمایت کردند. در نهایت در سال ۱۹۷۵ با مطالعه ۳ ساله دولت مصر در جهت تاسیس ساختار نهاد بانک اسلامی بانک توسعه اسلامی تاسیس شد. در طول زمان، بانکداری اسلامی در کشورهای مختلف توسعه یافته است ولی بین روش‌های به‌کارگیری در بانکداری اسلامی که در کشورهای مختلف به کار می‌رود تفاوت‌هایی وجود دارد و همین مساله عمومی سازی بانکداری اسلامی را مشکل می‌سازد.

مشکلات بانکداری بدون ربا در ایران

در اینجا به مروری بر چالش‌ها و مشکل‌ها بانکداری بدون ربا در ایران که به وسیله احمد مجتهد و علی حسن زاده، انجام شده می‌پردازیم، که در عمل، با نکداری اسلامی ایران را مورد انتقاد قرار داده است: صوری بودن بخشی از عملیات بانکی به علت تبدیل شدن تمام عملیات بانکی به عقدهای معاملاتی؛ پایین بودن میزان گرایش بانک‌ها به مشارکت واقعی در پروژه‌ها و گرایش بیشتر به عقدهای معاملاتی مثل فروش اقساطی به جای عقدهای مشارکتی مانند عقد مضاربه، مشارکت و

عدم پرداخت سود واقعی به سپرده‌گذاران (به علت عدم تفکیک منابع مالی وکالتی (سپرده‌گذاران) از منابع مالکانه (دارایی‌های بانک) و استفاده از نظام حسابداری نقدی به جای تعهدی که باعث کاهش سود تعلق یافته به سپرده‌گذاران می‌شود)؛ عدم تمایل به پذیرش ریسک سرمایه‌گذاری از طرف بانک و عدم مشارکت بانک در پروژه‌های سرمایه‌گذاری؛ عدم وجود روش مناسبی برای تمدید زمان بازپرداخت تسهیلات بانکی؛ ضعف نظام نظارتی و بازرسی کارآمد؛ ضعف توان و عدم وجود کارشناسان متخصص در بانک‌ها برای تعیین طرح‌های دارای توجیه فنی و اقتصادی بالا؛ فقدان اعتقاد جامعه به اسلامی بودن عملیات بانکی؛ محدودیت‌های عقدها در اعطای تسهیلات (به علت نبود نظام اطلاعاتی منسجم).

اصول بانکداری اسلامی

بانکداری اسلامی همان اهداف بانکداری متداول دنیا را دنبال می‌کند با این تفاوت که ادعا می‌شود عملیات بانکداری در این

در غیر بانک‌های اسلامی نیز مواردی از بانک‌ها در دنیا وجود دارد که از تأمین مالی (Dept Finance) مبتنی بر بهره (Interest) استفاده نمی‌کنند. برای تکمیل تعریف بانک اسلامی لازم است شرط دیگری به شرط عدم معامله با بهره (ربا) اضافه نمود و آن التزام به اصول شریعت اسلامی در تمام فعالیت‌ها و معاملات (و به دنبال آن عدم به کارگیری منابع مالی در فعالیت‌های غیر مشروع) و التزام به مقاصد شریعت در تأمین منابع و مصالح جامعه اسلامی می‌باشد.

ایده بانکداری اسلامی نخستین بار در دهه ۱۹۵۰ مطرح شد و هم اکنون بیش از صد نوع بانک اسلامی وجود دارد. بانکداری اسلامی از ابتدای پیدایش تاکنون دستخوش تغییرها، مشکل‌ها و بحث‌ها و چالش‌های فراوانی بوده است. به‌ویژه تغییرهای اخیر جهان، فناوری اطلاعات بانک‌های اسلامی را در رقابت هرچه بیشتر با بانک‌های (WTO) مربوط به سازمان تجارت جهانی سنتی قرار داده است.

تاریخچه بانکداری اسلامی

بانکداری اسلامی به‌صورت فعلی از حدود اواسط دهه ۱۹۷۰ در خاورمیانه به‌وجود آمده است. انتشار کتاب مشهور «البنک الربوی فی الاسلام» اثر متفکر بزرگ شیعی سید محمدباقر صدر در اشاعه این تفکر تأثیر زیادی داشت و بسیاری از افراد را به فکر بانکداری اسلامی انداخت. از جمله محمد الفیصل برادرزاده پادشاه عربستان که نخستین بانک‌های اسلامی را در اواسط دهه ۱۹۷۰ در عربستان، مصر و سودان پایه‌گذاری کرد. ناگفته پیداست که میان استقرار نظام بانکداری اسلامی و تاسیس بانک اسلامی تفاوت وجود دارد، آنچه امروز در جمهوری اسلامی ایران و پاکستان وجود دارد، استقرار بانکداری غیرربوی است در حالی که در بسیاری از ممالک دیگر بانک‌های اسلامی در داخل یک نظام بانکداری سنتی و ربوی ایجاد شده است. در مورد تاریخچه بانکداری اسلامی کاوش چندانی انجام نشده اما برخی معتقدند که تلاش‌ها جهت اسلامی کردن بانکداری به اوایل دهه ۱۹۴۰ برمی‌گردد ولی اولین موسسه‌ای که به صورت منسجم بانکداری اسلامی را وجهه همت خویش قرارداد بود در سال ۱۹۶۳ در مصر افتتاح شد و این تجربه تا سال ۱۹۶۷ ادامه داشت و تا این زمان تعداد ۹ فقره از این بانک‌ها در این کشور ایجاد شده بود. این بانک‌ها نه بهره داده و نه می‌گرفتند و در زمینه تجارت و صنعت به طور مستقیم یا با مشارکت دیگران سرمایه‌گذاری کرده و منافع حاصله را بین سپرده‌گذاران خود تقسیم می‌کردند.

بانک اجتماعی ناصر در سال ۱۹۷۱ در مصر تاسیس شد و به عنوان یک بانک تجاری که بر اساس نفی بهره فعالیت می‌کرد اعلام موجودیت کرد و به تدریج بانک‌های اسلامی در کشورهای خاورمیانه اعلام موجودیت کرده و موج بانک‌های اسلامی به آسیای جنوب شرقی سرایت کرد.

قدم دوم در مسیر بانکداری اسلامی در سال ۱۹۷۰ بود که در



را به عنوان یکی از تکنیک‌های کاری خود پذیرفته است. به عنوان یک تکنیک مالی مشتری از بانک درخواست می‌کند که یک کالای مشخص را برای وی خریداری کند و بانک با اعلام میزان سود علاوه بر هزینه خرید به مشتری این کار را انجام می‌دهد.

۳- مضاربه (Muzarabah)

نمونه‌ای از شراکت در استفاده از منابع مالی است که یک طرف مسوول تامین سرمایه و یک طرف وظیفه انجام کار، تخصص و مدیریت را برعهده می‌گیرد. هرگونه منفعت به دست آمده براساس یک توافق قبلی بین طرفین تقسیم می‌شود در صورتی که هرگونه زیان تنها متوجه تامین‌کننده سرمایه است. در این حالت بابت زیان شرکت و عامل اجرای پروژه خسارتی پرداخت نمی‌شود. در این عقد به وام‌دهنده رب‌المال و به وام‌گیرنده مضارب می‌گویند. در بانکداری اسلامی تمامی سرمایه توسط بانک پرداخت می‌شود و اجرای تجارت و مدیریت آن برعهده طرف مقابل است. در مضاربه هیچ‌گونه زبانی تقسیم نمی‌شود. بانک در واقع صاحب دارایی است و عامل اجرایی به عنوان کارگر و یا کارگزار وی محسوب می‌شود. تقسیم سود بیشتر همانند عقد مشارکت تقسیم می‌شود. در مضاربه صاحب سرمایه حق مداخله در مدیریت و تجارت را ندارد و مسئولیت این مهم برعهده عامل این پروژه است. مهم‌ترین ویژگی مضاربه امکان توافق بر سر تقسیم سود به هر نسبت بین طرفین است. مضاربه می‌تواند به صورت انفرادی و یا گروهی اجرا شود.

۴- مشارکت (Musharakah)

مشارکت ارتباطی است که بر مبنای یک قرارداد همکاری تجاری دوطرفه، سود و زیان حاصل از انجام کار بین طرفین تقسیم می‌شود. مشارکت یک توافق است که در آن بانک اسلامی سرمایه مورد نیاز را تامین می‌کند که این سرمایه با آورده دیگر طرفین قرارداد و شرکت تجاری ترکیب می‌شود. در این قرارداد همه طرفین حق دارند که در مدیریت فعالیت تجاری یا صنعتی مداخله کنند اما نیازی به انجام آن نیست. در این عقد تجاری سود به دست آمده براساس توافق قبلی تقسیم می‌شود اما زیان احتمالی حاصل از کار

بانک‌ها براساس فقه معاملات اسلامی صورت می‌گیرد. مهم‌ترین اصل در بانکداری اسلامی تقسیم سود و زیان حاصل از معامله و پرهیز از پرداخت ربا یا همان بهره پول است. عمومی‌ترین مفاهیم مورد استفاده بانکداری اسلامی شامل مضاربه (تقسیم سود)، ودیعه (به امانت گذاردن)، مشارکت (سرمایه‌گذاری مشترک)، مرابحه (قرارداد مبتنی بر قیمت تمام شده) و اجاره به شرط تملیک (لیزینگ) است. در یک قرارداد رهنی به جای اینکه برای خرید یک کالا، وام در اختیار خریدار قرار بگیرد، بانک‌ها خود اقدام به خرید کالا می‌کنند و آن را دوباره به خریدار می‌فروشند و وجه آن را به صورت قسطی دریافت می‌کنند. البته در این معامله سود یا جریمه‌ای دریافت نمی‌شود. به منظور جلوگیری از هرگونه قصور در این زمینه بانک اقدام به دریافت وثیقه می‌کند. کالا یا ملک مورد معامله از آغاز به نام خریدار ثبت می‌شود. این کار مرابحه نام دارد. یکی دیگر از مفاهیم در انجام معاملات اسلامی اجاره و اقتنا نام دارد که مشابه لیزینگ مستغلات است. وام بانک‌های اسلامی برای خرید وسائل نقلیه نیز شیوه مشابهی از لیزینگ است که وسیله نقلیه را با قیمتی بالاتر از قیمت معمول به خریدار می‌فروشد اما مالکیت خودرو را تا پایان مدت اقساط وام حفظ می‌کند. نوعی دیگر از انواع تسهیلات بانک‌های اسلامی پرداخت وام به شرکت‌ها با نرخ بهره شناور است. نرخ بهره شناور به عنوان نرخ بازده ویژه یک شرکت به حساب می‌آید. به علاوه اینکه سود بانک دقیقاً برابر با سود خود شرکت خواهد بود. این فرم از مفاهیم خدمات بانکداری اسلامی مشارکت نام دارد که بانک تامین‌کننده منابع مالی و شرکت پدیده آورنده و مجری پروژه است که در پی یک طرح اقتصادی به سرمایه‌گذاری مشترک می‌پردازند. بنابراین این سود و زیان نیز به طور مساوی بین آنها تقسیم می‌شود و شرکت نباید در صورت شکست در پروژه هزینه‌ها و زیان را برعهده گیرد.

۱۰ مورد از عقود مختلف در بانکداری اسلامی

۱- ودیعه (Wadiah)

در عقد ودیعه بانک به عنوان یک محافظ و معتمد برای سپرده‌گذاری در نظر گرفته می‌شود. در بانکداری اسلامی هر شخص می‌تواند پول خود را به صورت ودیعه نزد بانک به امانت بسپارد و هرگاه که خواست می‌تواند آن را بدون کم‌وکاست دریافت کند. به این سپرده سودی تعلق نمی‌گیرد و در مقابل بانک با صلاح‌دید خود صاحب سپرده براساس میزان استفاده از سپرده هدیه‌ای تقدیم می‌کند. البته پرداخت این هدیه از سوی بانک نیز هیچگاه تضمین نمی‌شود اما بانک تلاش می‌کند برای پاداش دادن به سپرده‌گذار براساس طول یک دوره سپرده‌گذاری هدیه‌ای به وی بدهد.

۲- مرابحه (Murabaha)

مرابحه از نظر لغوی به معنی توافق دوطرفه برای سود یک معامله است. مرابحه قراردادی است که براساس آن فروشنده هزینه و سود مورد انتظار خود را اعلام می‌کند. بانکداری اسلامی این نوع قرارداد

این تکنیک مشارکت بین دو طرف در تامین مالی یک پروژه است. سهم سود هر یک از قبل توافقی تعیین می‌شود اما سهم زیان احتمالی بر حسب میزان مشارکت در طرح تعیین می‌شود و مدیریت پروژه بر عهده هر دو طرف است.

۱۰- اجاره (Ijara)

معنی تکنیکی اجاره فروش یک حق عمری و رقبی معین در مقابل دریافت پاداشی معین است. عموماً برای اجیر کردن و به خدمت گرفتن مورد استفاده قرار می‌گیرد، اجاره همچنین برای در اختیار گرفتن یک زمین در مقابل پرداخت اجاره بهای ثابت به صورت نقدی به کار گرفته می‌شود.

فلسفه بانکداری اسلامی

شریعت اسلامی تنها ربا (بهره) را حرام اعلام کرده، اما سایر درآمدهای سرمایه را ممنوع نکرده است. به عبارت دیگر هر گونه پیش شرط برای انتفاع از اصل سرمایه و بدهی ممنوع اعلام شده است. براساس اصول اسلامی شیوه اجرایی و به کارگیری سرمایه در یک پروژه و موارد ایجاد شغل از اهمیت ویژه برخوردار است. با الهام از آیه ۲۷۵ سوره دوم قرآن کریم، سوره بقره ممنوعیت کار و درآمد بدون ریسک موجب می‌شود که فعالیت‌های مالی در اسلام دارایی‌های واقعی با ارزش افزوده همراه باشد.

بانکداری اسلامی بر تقسیم ریسک، دادوستد فیزیکی کالا، درگیری مستقیم با تجارت و کار، اجاره و قراردادهای ساختمانی با استفاده از عقود مختلف شرعی استوار است، همچنین بانکداری اسلامی با مدیریت دارایی به منظور افزایش درآمد عمومی است. تقسیم ریسک و مدیریت آن برای دستیابی به حاکمیت مشارکت و همکاری در انجام پروژه‌ها یکی از اهداف بانکداری اسلامی است. سود در اسلام پاداش نام دارد و فعالیت‌های مبتنی بر تقسیم ریسک و استفاده از منابع برای بالابردن ارزش سرمایه مجاز شمرده شده است. معاملات مالی مجاز از سوی شریعت اسلامی باید مبتنی بر ارائه کالا، خدمات و منافع باشند. این سیاست برای برخورد و تعامل بهتر سیاست‌های پولی و مالی و ایجاد نظم بیشتر مورد توجه قرار دارد. به علاوه اسلام اجاره دارایی و حق عمری و رقبی و دریافت اجاره‌بها را مجاز دانسته است.

منابع:

مطهری، مرتضی؛ (ربا، بانک، بیمه) صدر، قم، ۱۳۶۴، چاپ اول.
مجتهد، احمد و حسن زاده، علی، ۱۳۸۴ ش، پول و بانکداری و نهادهای مالی، تهران: پژوهشکده پولی و بانکی، بانک مرکزی ایران.
اکبریان، رضا، رفیعی، حمید، (۱۳۸۶)، «بانکداری اسلامی؛ چالش‌های نظری عملی و راهکارها»، فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد اسلامی.

ماهنامه بانکداری اسلامی، نخستین نشریه بین‌المللی تخصصی بانکداری.

براساس نسبت آورده سرمایه تقسیم خواهد شد.

۵- مشارکت (Partnership Financing)

این نوع مشارکت یک توافق کلاسیک است. تمامی طرفین برای تامین مالی یک پروژه بازرگانی، صنعتی، سرمایه‌گذاری و غیره که ریسک موفقیت آن نیز همواره وجود دارد، همکاری می‌کنند. میزان سود حاصل از این پروژه براساس توافقات قبلی بین شرکا تقسیم می‌شود، اما هرگونه زیان احتمالی براساس میزان حق و حقوق مشارکت طرفین است.

۶- مشارکت (Joint Venture)

این نوع مشارکت به نحوی است که دو طرف سرمایه‌های خود را در یک پروژه روی هم ریخته و در اجرای آن مشارکت می‌کنند و سود و زیان حاصل از کار را به نسبت میزان مشارکت بین یکدیگر تقسیم می‌کنند. در عقد مشارکت طرفین حق مداخله دارند، گرچه می‌توانند از این حق خود چشم‌پوشند و از طرف خود یک نفر را مشخص کنند یا این حق را به شریک خود تفویض کنند. در این صورت طبیعی است که بهره بردن از سود و یا بر عهده گرفتن میزان خسارت نیز با توجه به نقش طرفین در پیشبرد پروژه تعریف خواهد شد.

۷- مشارکت دائم

در مشارکت دائم یک بانک اسلامی در یک پروژه مشارکت می‌کند و براساس یک نسبت از پیش تعیین شده از سود بهره‌مند می‌شود. مدت زمان این قرارداد معین نشده و می‌تواند بنا به خواسته طرفین ادامه یابد. این تکنیک برای تامین مالی پروژه‌های بلندمدت مناسب است. در شرایطی که منابع مالی مورد نیاز پروژه برای یک مدت طولانی تعریف شده و به بهره‌برداری رسیدن آن ممکن است به طول بیانجامد.

۸- مشارکت تقلیلی

در این نوع مشارکت سهم آورده شرکت‌کنندگان در پروژه و سهم سود آنها بر پایه یک نسبت از پیش توافق شده تعیین می‌شود. اما در عین حال روشی را فراهم می‌کند که براساس آن سهم آورده بانک در پروژه کاهش می‌یابد و در نهایت این سهم به مالکیت دیگر شرکا در می‌آید. این قرارداد اجازه می‌دهد که به مرور پرداخت بیشتر و بالاتری نسبت به حق واقعی بانک صورت گیرد و بانک به تدریج سود آورده خود را دریافت می‌کند و به علاوه سرمایه اصلی و حقوق مشارکتی بانک کم‌کم کاهش می‌یابد و پس از مدت معینی به صفر می‌رسد و شرکت بانک پایان می‌یابد. شکل عقد مشارکت مالی می‌خواهد توسط بانک‌های اسلامی به منظور انجام تجارت‌های داخلی، واردات و چاپ اوراق اعتباری مورد استفاده قرار گیرد. این قرارداد همچنین می‌تواند در کشاورزی و صنعت به کار گرفته شود.

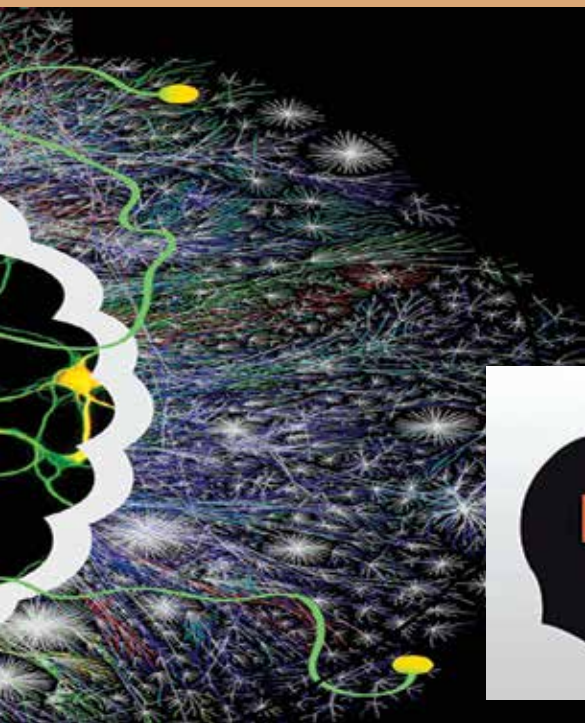
۹- مشارکت در سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز (Musharakah)

(Venture Capital)

ابزارهای ذهن

ABCD؛ ابزار ایجاد اعتماد

محمد رضا البرزی
(معاون شعبه بازار)



چهار عنصر این ابزار عبارت است از:

Able (توانایی)، که نشاندهنده شایستگی‌ها است. آیا رهبران از چگونگی انجام کارها اطلاع دارند؟ آیا آنها توانایی انجام کاری را که ارجاع می‌دهند، دارند؟ آیا شناخت کافی از منابع، کارکنان و تجهیزات سازمان دارند؟

Believable (باورپذیری)، که نشان‌دهنده صداقت است. مدیران باید در ارتباط خود با کارکنان صادق باشند. کارکنان باید احساس کنند که با آنها منصفانه برخورد می‌شود. وقتی افراد مشاهده کنند که در سازمان مطابق با میزان عملکرد آنها، جبران خدمت صورت می‌گیرد، احساس خواهند کرد که ارزش‌گذاری برای آنها بر همین اساس صورت می‌گیرد و به این ترتیب می‌توانند بر رهبران خود تکیه کنند.

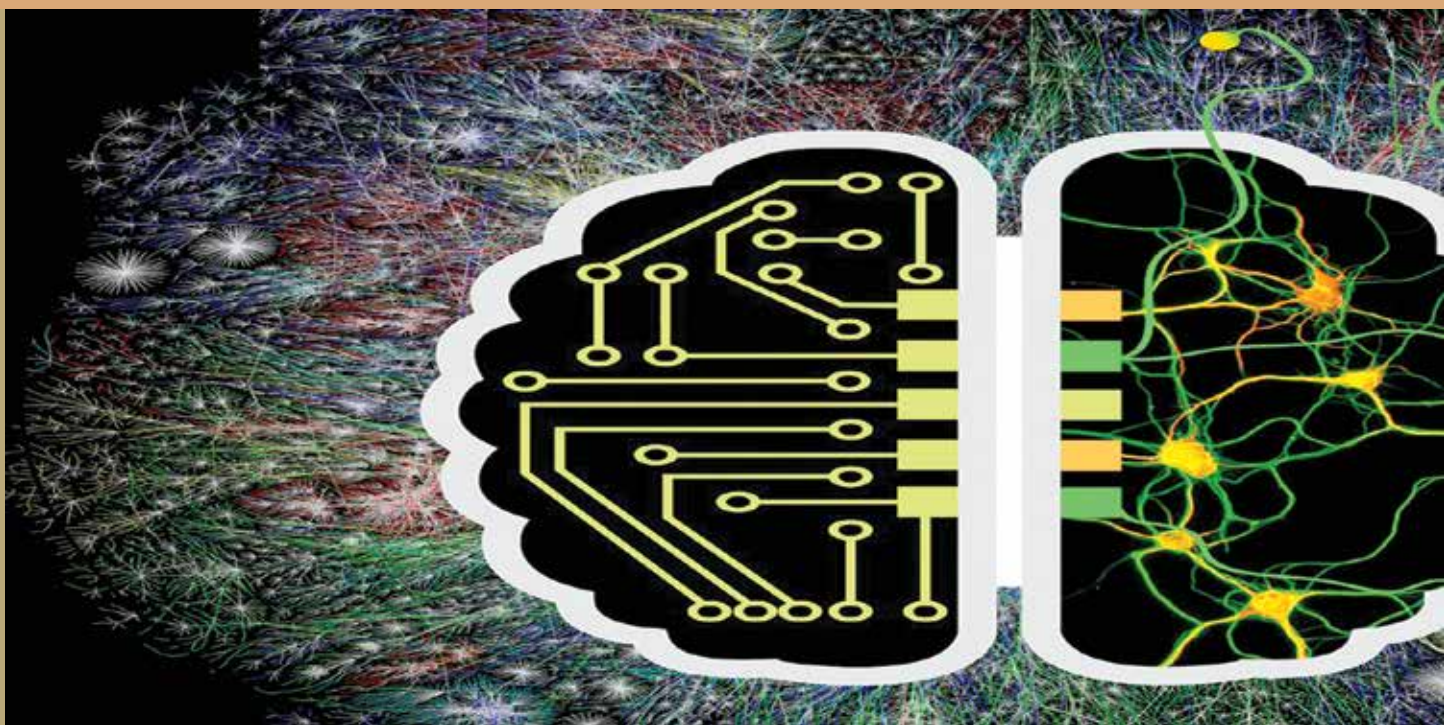
Connected (در ارتباط بودن)، به معنای مراقبت و دغدغه داشتن برای افراد است. این عنصر نشان‌دهنده تمرکز بر افراد و شناسایی نیازهای آنها است و مهارت‌های ارتباطی در این عنصر نقش مهمی را ایفا می‌کند. رهبران باید بتوانند به‌طور آشکارا اطلاعات مورد نیاز در مورد خود و سازمان را در اختیار کارکنان قرار دهند. این روش موجب اعتمادسازی و ایجاد حس ارتباطی مناسب میان کارکنان و رهبران سازمان می‌شود.

Dependable (قابلیت اعتماد)، عمل کردن به آنچه می‌گویید! کارکنان سازمان هوشمند هستند و با دقت رهبران سازمانی خود را رصد می‌کنند. قابلیت اعتماد در افراد سازمان زمانی به وجود می‌آید که باور کنند رهبران سازمان به آنچه می‌گویند دقیقاً عمل کنند. اکنون پس از آگاهی از عناصر اساسی مدل ABCD، اگر در سازمان

موضوع اعتماد، از جمله مواردی است که شاید در تمام جنبه‌های زندگی ما تاثیرگذار باشد. اما به ویژه در سازمان‌ها، اعتماد نقش محوری در میزان مشارکت و نحوه عملکرد کارکنان دارد. نظرسنجی که اخیراً در سطح شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی کشور آمریکا انجام شده است، نشان‌دهنده آن است که تنها ۷ درصد کارکنان به رهبران سازمانی اعتماد دارند و همین تحقیق بیان می‌کند یکی از دلایل اصلی ترک کارکنان از سازمان همین عامل است. اعتماد، عاملی است که چگونگی تعامل افراد با یکدیگر و ایجاد ارتباطات اثربخش را تعیین می‌کند. اعتماد ارتباط مهمی با پیشرفت در زندگی شخصی و حرفه‌ای دارد. مطالعات انجام شده در سازمان‌های موفق نشان می‌دهد بهره‌وری، درآمد و سودآوری ارتباط مستقیمی با سطح اعتماد در محیط کار دارد. فقدان اعتماد منجر به شک و اضطراب در بین کارکنان می‌شود. وقتی کارکنان به رهبران سازمانی خود بی‌اعتماد باشند، سطح مشارکت آنها به حداقل می‌رسد و در برابر هرگونه تغییری مقاومت می‌کنند.

معرفی ابزار

دکتر بلانچارد طی پژوهش و تحقیق از هزار رهبر سازمانی، به این نتیجه رسیده است که ۵۹ درصد از پاسخ‌دهندگان به دلیل بی‌اعتمادی به سازمان و به‌طور ویژه عدم ارتباط مناسب و صداقت سازمان خود را ترک می‌کنند. ابزار مدل ABCD، شامل چهار عنصر کلیدی است که رهبران برای ایجاد یا بازسازی اعتماد به آن نیاز دارند. با استفاده از این ابزار قادر خواهید بود به ایجاد برنامه‌ای برای افزایش سطح اعتماد در روابط یا بازسازی روابطی که اعتماد در آن از میان رفته است، اقدام کنید.



به تدریج اعتماد به همدیگر را از دست می‌دهند. شما باید بتوانید به عنوان رهبر سازمانی، فرصت و احساس پیروزی به کل سازمان بدهید.

گام پنجم: بازخورد ارائه کنید. یکی از راه‌های خوب ایجاد اعتماد در سازمان، ارائه بازخورد از عملکرد کارکنان به آنها است (به ابزار ارائه بازخورد قبلا در همین ستون اشاره شده است). دادن بازخورد موجب جلوگیری از تبدیل مسائل جزئی به مسائل بزرگ می‌شود و مدیران و کارکنان می‌توانند در این فرآیند انتظارات درخواستی را تحت نظارت و پیگیری قرار دهند.

گام ششم: دغدغه‌های کارکنان را حل و فصل کنید. یکی از روش‌های خوب اعتمادسازی در میان کارکنان برطرف کردن دغدغه آنها است. برای انجام این کار بهترین روش درگیر کردن و استفاده از کمک فکری آنها است؛ چرا که با این روش اعتماد و اعتبار رهبر سازمانی به میزان زیادی افزایش پیدا می‌کند.

گام هفتم: به اشتباهات خود اعتراف کنید. معذرت خواهی می‌تواند راهی موثر برای تصحیح اشتباهات و بازبانی اعتماد برای ایجاد ارتباطات خوب در سازمان باشد. اما در بیشتر مواقع افراد احساس می‌کنند اعتراف به اشتباهات نقطه ضعف آنها تلقی می‌شود و از آن طفره می‌روند. فراموش نکنید اعتماد چه در روابط شخصی و چه در روابط کاری از اهمیت و حساسیت زیادی برخوردار است و شاید یکی از بزرگ‌ترین ویژگی‌های یک رهبر سازمانی قابل اعتماد باشد.

با اقتباس از مقاله، سیدمحمد اعظمی‌نژاد، عضو هیات‌رئیس کمیته تخصصی توسعه انجمن مدیریت منابع انسانی ایران

منبع: mindtools

خود به دنبال افزایش سطح اعتماد هستید، گام‌های زیر را بردارید.

گام اول: برای «اعتماد» زیرساخت ایجاد کنید. اگر قصد دارید در محیط کار خود سطح اعتماد بالا رود، کار خود را با اقداماتی زیربنایی شروع کنید. قوانین، سیاست‌ها و دستورالعمل‌هایی با هدف ارسال پیام‌های درست و اعتمادساز برای کارکنان تدوین کنید و این موارد را به اطلاع کارکنان برسانید.

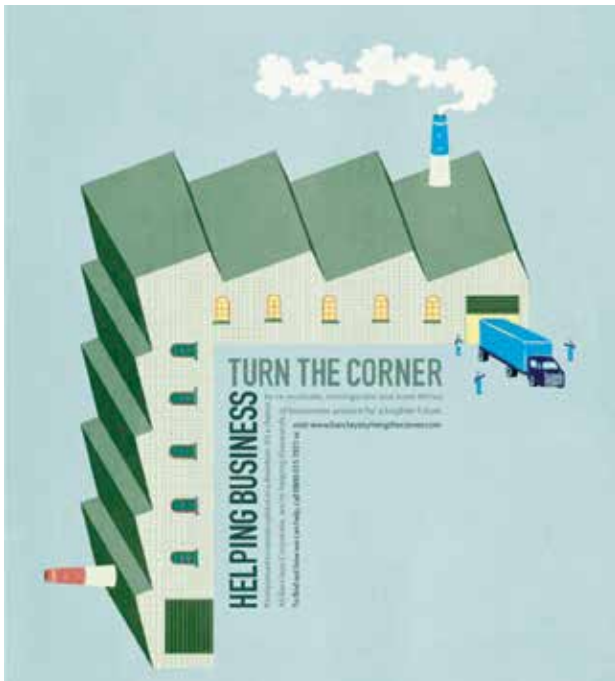
گام دوم: اطلاعات را به اشتراک بگذارید. اطلاعات، قدرت به همراه می‌آورد. یکی از بهترین راه‌های جلب اعتماد افراد، به اشتراک گذاشتن اطلاعات با آنها است. به اشتراک‌گذاری اطلاعات گاهی به معنای اطلاعات ویژه، حساس و مهمی چون فعالیت‌های رقابتی، استراتژی‌ها و طرح‌های کسب‌وکار سازمان در آینده، اطلاعات مالی یا گزارش‌های بازخورد عملکرد افراد است. ارائه اطلاعات هرچه کامل‌تر به افراد این پیغام را منتقل می‌کند که «ما در یک جبهه و متحد هستیم» و این کار، گام مهمی برای اعتمادسازی به حساب می‌آید.

گام سوم: صادقانه صحبت کنید. مطالعات نشان می‌دهد که اولین انتظار کارکنان از مدیران، ویژگی صداقت است. کارکنان از کسی پیروی می‌کنند که بتوانند به او اعتماد کنند. رهبران سازمانی که توانایی گفتار صادقانه حتی در اطلاع‌رسانی اخبار بد - به کارکنان را داشته باشند، خواهند توانست در بلندمدت روابط و اعتماد را در درون سازمان توسعه دهند.

گام چهارم: به همه افراد فرصت پیروزی بدهید. آیا شما می‌خواهید که کارکنان با هم همکاری کنند یا اینکه به رقابت در برابر یکدیگر پردازند؟ وقتی کارکنان یک سازمان مجبور به رقابت با هم باشند،

تبلیغات بانکداری جامع

سوده کارگر
(کارشناس مدیریت بازاریابی و توسعه مشتریان بانک سامان)



«تصویر شماره ۱»

تبلیغ شماره ۲:

در این آگهی، بانک ING، با عنوان کردن خود به عنوان شریک تجاری شرکت‌های متوسط، تامین هزینه‌های سرمایه‌گذاری برای خرید دستگاه و ماشین‌آلات را وعده می‌دهد.



«تصویر شماره ۲»

به طور کلی نقش روابط عمومی‌ها در همراهی و پیاده‌سازی بانکداری جامع، مدیریت ارتباطات با هریک از بخش‌های هدف در این شیوه نوین بانکداری است. لذا همسوسازی فعالیت‌های تبلیغاتی برای انتقال پیام صحیح به هر یک از این بخش‌ها از اولویت‌های این واحد است. بدین ترتیب طراحی کمپین‌های پیشبردی برای هر یک از بخش‌های بانکداری جامع متناسب با اهداف از پیش تعیین شده نیازمند تجدید ساختار و منابع برای پاسخگویی به این نیاز جدید بانک‌هاست. از این روست که روابط عمومی‌ها یکی از واحدهای بانکی هستند که باید خود را نسبت به شناخت مناسب از این شیوه بانکداری، مخاطبان آن، رسانه‌های مورد علاقه، پیام‌های اصلی، متناسب سازی بودجه با اهداف هر بخش، سنجش اثربخشی و ... به سرعت آماده و مهیا کنند.

در این میان تبلیغات یکی از مهم‌ترین روش‌های ارتباطی در بازاریابی خدمات بانکی به شمار می‌رود. از این رو در حوزه بانکداری جامع نیز این شیوه ارتباط با مشتریان مورد توجه ویژه قرار دارد. اما نکته قابل تامل در تبلیغات بانکداری جامع تفکیک اهداف، محتوا، رسانه‌های انتخابی، بودجه و اثربخشی هر بخش به صورت مجزا است.

در این مجال کوتاه نگاهی مختصر به برخی از تبلیغات بانک‌های بین‌المللی به تفکیک اجزای بانکداری جامع شامل بانکداری شرکتی، اختصاصی، خرد و مجازی خواهیم داشت. بی‌تردید هدف گذاری، طراحی کمپین، بهره‌برداری از رسانه‌های موثر، تولید محتوا، سناریوهای بودجه بندی و تصمیم به استفاده از هریک از ۴ عنصر پیشبرد شامل تبلیغات، فروش حضوری، بازاریابی مستقیم و روابط عمومی مجال بحثی گسترده‌تر را طلب می‌کند.

بانکداری شرکتی:

به صورت کلی پیامهای اصلی در بانکداری شرکتی را می‌توان به نقش بانک در مدیریت منابع مالی، تامین مالی و کمک به توسعه کسب و کارها، همراهی شرکت در بازارهای نو و ... دانست.

تبلیغ شماره ۱: در این آگهی بارکلیز شرکتی با استفاده از استعاره پیچ‌های خطرناک مسیر، بر حمایت از شرکت‌ها در تصمیم‌گیری‌ها و زمان‌های سخت تاکید می‌کند.

تبلیغ شماره ۵: در این آگهی تصویر یکی از نمادهای تشریفات VIP و در شعار نیز نام مشتری بانکداری اختصاصی را می بینیم که با نام بانک جایگزین شده است.



«تصویر شماره ۵»

تبلیغ شماره ۶: موسسه اعتباری Suiss با استفاده از جذابیت ستاره مسابقات تنیس، راجر فدرر به عنوان مشتری خدمات بانکداری اختصاصی این موسسه، بیننده را به استفاده از این خدمات ترغیب می کند.



«تصویر شماره ۶»

تبلیغ شماره ۳: بانک HSBC در این آگهی بر شناخت فرصت های سرمایه گذاری، حتی در شرایطی که کمتر انتظار می رود، تاکید می کند.



«تصویر شماره ۳»

بانکداری اختصاصی :

در این شیوه بانکداری تاکید اصلی بر نمایش تفاوت های این دسته از مشتریان، تامین نیازهای خاص مالی و بانکی آنها و به طور کلی جایگاه آنها نزد بانک است.

تبلیغ شماره ۴: موسسه مالی Julius Baer در این آگهی فضایی لوکس را به تصویر می کشد و با ارائه نمونه ای از مشتریان بانکداری اختصاصی طبقه مشتریان خاص و ویژه خود را مشخص می کند.



«تصویر شماره ۴»



«تصویر شماره ۸»

تبلیغ شماره ۹: با بانکداری مجازی در هر موقعیتی همیشه و همه جا به خدمات بانکی دسترسی خواهید داشت.



«تصویر شماره ۹»

تبلیغات بانکداری خرد:

این شیوه بانکداری در کشور سابقه طولانی دارد و تبلیغات در این حوزه در مرحله بلوغ خود است با این حال بانکها در این

تبلیغات بانکداری مجازی:

در تبلیغات این شیوه بانکداری، تاکید بر ارائه خدمات به صورت مجازی است. عدم نیاز به حضور فیزیکی برای دریافت خدمات و تنوع محصولات قابل ارائه در این شیوه در تبلیغات مد نظر است. لازم به توضیح است تفاوت بانکداری مجازی یا مستقیم با بانکداری الکترونیک در آن است که بانکداری مجازی یا مستقیم از اجزای مدل کسب و کار بانکداری جامع هستند در حالی که بانکداری الکترونیک تنها کانال توزیع خدمات و محصولات بانکداری است.

تبلیغ شماره ۷: این آگهی با استفاده از تقابل معنایی شاخه‌های درخت و شعب بانک بیننده را به استفاده از خدمات بانکداری مجازی ترغیب می‌کند.



«تصویر شماره ۷»

تبلیغ شماره ۸: دوحه بانک با مقایسه دو تصویر از ابزارهای بانکداری سنتی و ابزارهای نوین بانکداری مجازی و تاکید بر نظم و زیبایی و به روز بودن ابزار جدید، بیننده را به استفاده از این خدمات تشویق می‌کند.



«تصویر شماره ۱۲»

سخن پایانی:

مفهوم جامعیت در بانکداری جامع تنها به تنوع مشتریان این شیوه بانکداری اشاره ندارد. مفهوم دیگر آن، آمادگی همه واحدهای بانک برای استقرار و پشتیبانی از بانکداری جامع است.

منبع:

- سایت بانکهای نامبرده در متن

بخش بیشتر بر ارائه خدمات سپرده و وامهای مصرفی و استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک متمرکز هستند. تبلیغ شماره ۱۰: این آگهی تحقق آرزوهای مشتری را با استفاده از وامهای بانکداری خرد تصویر می کند.



«تصویر شماره ۱۰»

تبلیغ شماره ۱۱: این Hگهی در شعار تبلیغی خود تعداد خدمات بانکداری خرد و بهره برداری عموم را از این خدمات مطرح می سازد.



«تصویر شماره ۱۱»

تبلیغ شماره ۱۲: این آگهی استفاده از وامهای خرید و ارتقاء مسکن را تشویق می کند.





گذار دیجیتالی و چالش‌های بانکداری خرد (عمومی)

مجید رحیمی

مصاحبه‌های انجام شده توسط موسسه مکنزی درباره نگرش مشتریان
در خصوص پرداخت الکترونیکی قبوض بر اهمیت مشاهده تراکنش‌ها از طرف
مشتری تاکید می‌کند

قطع کرد. امروز آنها دارای حساب‌های بانکی در سه بانک متفاوت هستند اما بیشتر دارایی‌های آنها نزد یک موسسه ملی است. محل قرار گرفتن بانک جدید مانند بانک قبلی سهل الوصول نیست اما این بانک خدمات گسترده‌ای در اختیار این خانواده قرار می‌دهد از جمله اینکه زوج را تشویق می‌کند تا هرزمان که با مشکلی روبه‌رو شدند به بانک مراجعه کنند. خانواده استیفانز از طریق iphon و ipad حساب‌های بانکی خود را به‌صورت روزانه مشاهده و اقدام به انجام تراکنش می‌کنند. آنها به ندرت از بانکداری آنلاین استفاده می‌کنند و تقریباً هرگز شماره مرکز تلفن بانک را نمی‌گیرند. داستان خانواده استیفانز داستانی غیرمعمول نیست بلکه بازتابی از تغییر در روابط و رفتار بانک - مشتری است. امروزه ۶۵ درصد از مشتریان از طریق کانال‌های چندگانه با بانک‌های خود در تعامل هستند. مرادوات انسانی به‌طور کلی مستعد مشکلات پیچیده‌تری است: تنها ۲۵ درصد تماس‌های تلفنی شامل درخواست‌هایی هستند که خدمات آنها از طریق سایر کانال‌ها انجام شدنی است. جالب‌تر آنکه، شبکه‌های دیجیتالی دارای کانال‌های فیزیکی جایگزین نیستند. مشتریانی که بیش از یک بار در هفته از بانکداری الکترونیکی و یا تلفن همراه برای کارهای بانکی استفاده می‌کنند، احتمال می‌رود که ۶۰ درصد بیشتر از سایرین در زمینه استفاده از شعب خرد بانک فعال باشند. (نمودار ۱) به این ترتیب، وقتی مشتریان با فرآیند

با بیشتر شدن استفاده مشتریان از شبکه‌های بانکداری دیجیتال، ارتباط آنها با شعب و مراکز تلفنی نیز افزایش می‌یابد. این رفتار دگرگون شونده نشانگر یک تهدید و همزمان یک فرصت نادر است.

خانواده استیفانز در حومه شهر نیویورک زندگی می‌کنند. آنها بیش از ۳۰ سال است که تمام مرادوات بانکی شان را که شامل یک حساب کوچک تجاری نیز می‌شود با بانک بزرگی در همسایگی شان انجام می‌دهند. این بانک از نام تجاری پیشرو و نیز یک مجموعه گسترده شعب برخوردار است. خانواده استیفانز که هم‌اکنون دهه ۷۰ زندگی خود را می‌گذرانند، پیوسته رابطه بسیار نزدیکی با کارکنان بانک داشتند به گونه‌ای که برای تحویلداران و مدیر شعبه هدایای کریسمس هم می‌آوردند.

این شرایط در دهه ۱۹۹۰ دگرگونی را آغاز کرد. مدیریت بانک که مایل بود مشتریان را از شعبه جدا کند، یک مدیر شعبه کمکی به منزل خانواده استیفانز فرستاد تا سیستم بانکی تلفنی در آنجا راه‌اندازی کند. در دهه ۲۰۰۰ هم یک سری اقدامات در راستای کاهش هزینه‌ها منجر به نقل و انتقال سریع در کارکنان شعبه شد و بدین ترتیب برای خانواده استیفانز دیگر این احساس را نداشتند که روابطی شخصی بین آنها و بانک شان برقرار است.

چند سال پیش، خانواده استیفانز روابط ۳۰ ساله خود با بانک را

■ افزایش مهارت‌های پیچیده بازاریابی برای تامین نیاز عاطفی مشتریان

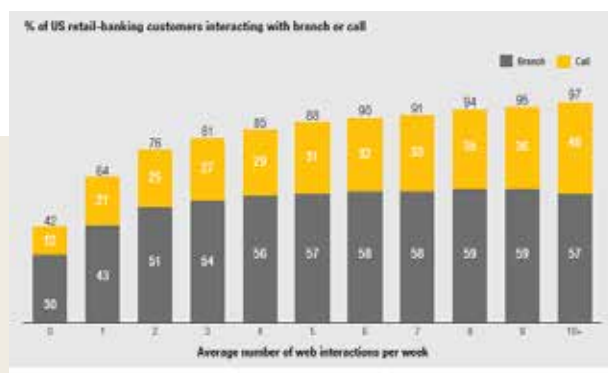
■ بهینه سازی تماس مشتریان با استفاده از کانال‌های بانکی متنوع
یک بانک عمومی بزرگ اخیراً «راهبرد تجربه مشتری» را در پیش گرفت که بر اصل «ساده کردن کار همراه با لبخند» استوار است. این موسسه با درک اینکه جذب مشتری و خدمت رسانی به آنها از طریق خطوط متنوع فعالیت از مسیر کانال‌های مختلف بانکی امکان پذیر است، «رویکرد سنتی قیفی» برای جذب مشتری را کنار گذاشته و به جای آن بر «تماس های» بین کانالی که مشتریان را در پهنه تعاملات چندگانه ردیابی می‌کند، تمرکز کرده است. یکی از نخستین نکات مورد توجه بانک این بود که عدم همخوانی بین کانال‌های مختلف تماس و تعامل مشتری با بانک، موجب بروز مشکلات و افزایش ریسک‌ها و هزینه می‌شود. برای حل این موضوع، بانک مذکور، یک «اقدام» را از کتاب راهنمای «راه اندازی»، عاریه گرفت و یک آزمایشگاه چندکاره پیشخوان (گیشه‌ای- شعب) با قابلیت طراحی سریع یک پیش نمونه را راه اندازی کرد تا کانال‌های متقاطع یکپارچه ای را بر اساس تجربه مشتریان ایجاد نماید. این طرح رایج ترین مراجعات و تماس‌های مشتریان در ۹۰ روز نخست روابط بانکی آنها را هدف قرار می‌داد. دستاورد این طرح، افزایش ۴۰ درصدی خدمات برای هر سپرده جدید و کاهش ۳۰ درصدی زمان مورد نیاز برای افتتاح سپرده‌های جدید بود.

مصاحبه‌های انجام شده توسط موسسه مکنزی درباره نگرش مشتریان در خصوص پرداخت الکترونیکی قبوض بر اهمیت مشاهده تراکنش‌ها از طرف مشتری تاکید می‌کند. برای مشتریان به آن اندازه که دریافت، فایل بندی، پرداخت، تأیید بانک و ذخیره کردن قبوض کاغذی مفید به نظر می‌رسد، پرداخت استاندارد قبوض به روش الکترونیکی، سودمند به نظر نمی‌رسد. به عنوان مثال، با فایل بندی قبوض کاغذی، مشتریان بر قبوضی که هنوز پرداخت نشده اند (مثلاً این قبض باید اینجا باشد تا آن را بردارم) و نیز نقدینگی (می‌توانم تا آخرین روز از مهلت پرداخت صبر کنم، می‌دانم دقیقاً کدام موارد هنوز تسویه نشده‌اند) کنترل فیزیکی خواهند داشت. پس از پرداخت قبوض نیز، صورتحساب دریافتی از بانک نوعی تأیید (می‌توانم بر روی قبض واژه پرداخت شد و یا شماره فیش بانکی را بنویسم) و حس رضایت از انجام کار برای مشتری به همراه دارد.

با ایجاد فرآیند پرداخت الکترونیکی قبوض، بانک‌ها به سادگی فرصت تامین نیازهای رفتاری و احساسی مشتریان (مانند احساس رضایت و امنیت، مخالفت با تغییر، تمایل به بازنمایی بصری فرآیند و نیاز به یک گردش کار متداول) را از دست می‌دهند. در نتیجه این امر، ارائه خدمات پرداخت الکترونیکی قبوض در آمریکا صرفاً تا حدود ۵۰ درصد رواج یافته است.

دسترسی به خدمات بانکی از طریق چند کانال سروکار دارند، از مراودات رو در رو در شعبه بانکی خود نیز انتظار ارزش بالاتری را دارند. این تغییر در رفتار مشتریان یک فرصت نادر و نیز تهدیدی بالقوه برای بانک‌های خرده فروش است. آن دسته از بانک‌هایی که هم اکنون در حال انجام اقداماتی برای انتقال تراکنش‌های خود به کانال‌های دیجیتال، انتقال شبکه‌های توزیع فیزیکی و نیز نوسازی راهبردهای «برو به بازار» خود هستند، می‌توانند میزان کارایی خود را به نحو قابل توجهی افزایش دهند (نمودار ۲).

نمودار ۱: هرچه میزان استفاده مشتریان از کانال‌های دیجیتال بیشتر می‌شود آنها خواستار مراودات انسانی بیشتری می‌شوند.
درصد تعامل مشتریان بانکداری خرد در آمریکا با شعبه و یا تماس تلفنی، میانگین تعداد مراودات اینترنتی در هفته



آنهایی که این کار را انجام نمی‌دهند ممکن است پیش پای سامانه‌های انقلابی نوظهوری قربانی شوند که از شبکه‌های توزیع جایگزین برای جلب مشتریان استفاده می‌کنند تا به «خدمات رسانی برتر به مشتریان» دست یابند. برای نمونه، کارت اعتباری Bluebird موسسه آمریکان اکسپرس American Express که از مسیر فروشگاه‌های Wal-Mart توزیع شده، در سه ماه اول عرضه به بازار در اواخر سال ۲۰۱۲، بیش از نیم میلیون مشتری جلب کرده است.

تغییر شکل راهبردهای «برو به بازار» و توزیع می‌تواند موجب افزایش نسبت کارایی بانک به میزان بیش از ۷ درصد شود.

نمودار ۲: برآورد تغییر میزان کارایی یک بانک خرد (درصد)
ایجاد یک الگوی جدید توزیع که پاسخگوی نیازهای روبه افزایش مشتریان باشد، بر چهار اصل ضروری بنیان نهاده شده است:

■ کنارگذاشتن رویکرد خطی یا «قیفی» در تعامل با مشتریان و روی آوردن به رویکرد بهینه چند کانالی برای تماس‌های مشتریان.
■ طراحی شبکه شعب برای دستیابی به «کف میزان کارآمدی»، از طریق انواع گوناگون فرمت‌ها و نیز شبکه‌هایی که با دقت ایجاد شده‌اند.

■ توانمندسازی خط مقدم (کارکنان شعب) برای برقراری ارتباطات ممتاز چهره به چهره با مشتریان



بانک و بیشتر را نیز دارند. برای بانک‌ها این اشباع ظاهری مشتریان از وجود بانک، فرصتی برای کاهش هزینه‌ها است. این امر همچنین این فرضیه را اثبات کرد که: هیچ بانکی نمی‌خواهد در حالی که در میان مشتریانش رقابایی دارد، به عنوان نخستین بانک اقدام به کوچک کردن شبکه شعب خود کند. بسیاری از موسسات این گام را برمی‌دارند، اما بیشتر آنها که بیش از دوبار اقدام به بستن شعب خود کرده بودند، دوباره این شعب را در سال ۲۰۱۳ بازگشایی کردند.

در مصاحبه اخیر موسسه مکنزی با مبدل‌های بانکی (switchers) در خصوص تاثیر موقعیت بانک در تصمیمات آنها، معلوم شد که هنوز بخش‌های مشتری محوری وجود دارند که بر بانک‌های تجمعی، بانک‌های الکترونیکی صرف و حتی محرک‌های کلاسیک ارائه تسهیلات متمرکز هستند. اما بخش دیگری نیز در حال ظهور است که بر ایده ارائه تسهیلات، نه بر مبنای همجواری، تعدد شعب و حتی ساعات کاری طولانی، بلکه بر مبنای آنچه که بسیاری آن را «حضور همزمان در همه جا» تعریف می‌کنند، استوار است.

با روی آوردن مشتریان به کانال‌های بانکداری الکترونیکی و تلفن همراه و مکانیزه کردن سایر مرادوات از طریق سپرده‌های مستقیم و پرداخت الکترونیک قبوض، ایده تغییر بانک‌ها از جذابیت کمتری برخوردار شده است و اغلب غیرضروری به نظر می‌رسد.

در عوض مشتریانی که در این بخش جدید گنجانده می‌شوند، بطور گسترده در جستجوی بانک‌هایی هستند که به نظر «همزمان در همه جا» حضور دارند، حتی به قیمت یک حضور محلی محدود. اهمیت رو به رشد حضور همزمان بانک‌ها در همه جا همراه با تغییر جهت سریع تراکنش‌ها از تحویل‌داران بانکی به ATMها و سایر کانال‌های خودپرداز، این فرصت را برای بانک‌ها فراهم می‌کند تا شبکه شعب خود را از نو طراحی و رویکردهایی جدیدی در خصوص ورود به بازار اتخاذ کنند. بانک‌ها برای ایجاد

شبکه توزیع آتی خود نیازمند چهار قابلیت هستند:

شعب چند فرمتی در مقابل شعبی که دارای یک فرمت خاص هستند: بانک‌ها برای حفظ مفهوم «حضور همزمان در همه جا»، تامین نیازها در زمینه خدمت‌رسانی به مشتری و نیز حفظ اقتصاد

قابلیت‌های مورد نیاز برای اجرای اصلاحات مشتری محور برای بسیاری از بانک‌ها، پدیده جدیدی است:

روش‌های تحلیل حجم بزرگ داده‌ها: برای ترسیم و کمیت بندی مسیرهای میان بر مشتری که منجر به بازدهی‌های مثبت خاص (مانند فرآیند موفق فروش مقاطع) و پیامدهای منفی (مانند ریزش خاموش و یا ناخرسندی مشتریان) می‌شود، به تجزیه و تحلیل داده‌های بزرگ توسط بانک‌ها نیاز است. از این داده‌ها می‌توان به عنوان اهرمی برای ایجاد فایل‌های کاری از کنش‌های بانکی مشتری استفاده کرد و بعد مشخص کرد که کدام دسته از این کنش‌ها، دارای اولویت است.

رویکرد طراحی اقتصادی: سود و زیان‌های بانکی، بر حسب نوع، به زمینه‌های کارکردی مختلف تفکیک می‌شوند. بانک‌ها می‌دانند که چه مبلغی را برای شعب، مراکز تلفنی، فناوری و بازاریابی اختصاص دهند و همچنین روش‌هایی برای اختصاص هزینه به سطح خانوار دارند. در عین حال، بسیاری از بانک‌ها هنگام طرح‌ریزی بر اساس تجارب مشتری هدف، اقدام به طراحی یک هدف اقتصادی نمی‌کنند. آنها باید توانایی سنجش اقتصادهای خسته مسیر (از جمله هزینه‌های خدمات درون شعب در مقایسه با هزینه ارائه خدمات مرکز تلفن) را داشته باشند و شرایطی هدفمند برای تامین نیازهای اقتصادی طراحی کنند.

قابلیت‌های نمونه سازی سریع با کارکرد مقاطع: بانک‌ها اغلب در جایی که یک عنصر از یک اکوسیستم یا محیط کار (مثلا یک محصول و یا فناوری) به‌خوبی شکل می‌گیرد، رویکردی آزمایشی اتخاذ می‌کنند و سایر موارد را نادیده می‌گیرند. حال آن که این بانک‌ها باید همچنانکه مجهز به داده‌هایی بزرگ برای تجزیه و تحلیل مسیرهای عبوری مشتریان و نیز ابزار طراحی اقتصادی هستند، اقدام به توسعه پروسه‌های نمونه سازی سریع با کارکرد مقاطع برای ایجاد «حداقل تجارب عملی» نمایند.

پرداختن به تغییرات به عنوان تمرینی برای طراحی: تعداد بانک‌هایی که اقدام به تعیین «مالک» برای بخش تجربیات مشتری می‌کنند اندک است. در عوض آنها دارای مالکان کاربردی هستند: رئیس شعب، رئیس مراکز تلفن، رئیس بخش بانکداری الکترونیکی، رئیس بخش خدمات و محصولات بانکی، رئیس بخش بازاریابی. در بسیاری از موارد، «اهرم قدرت» در این قبیل موسسات هنوز تیم توزیع شعب خرد (عمومی) است. تعدادی از بانک‌ها هم اکنون در حال تغییر جهت دادن به سمت یک رویکرد «بخش محور» هستند اما کماکان از زبان، ابزار و فناوری‌های لازم برای طراحی و ایجاد بخش تجربیات مشتری محرومند.

طراحی شبکه شعب برای رسیدن به «حداقل دوز کارآمد»: فاصله محل زندگی حدود ۹۰ درصد از خانواده‌های آمریکایی تا حداقل ۳ بانک مختلف تنها ۱۰ دقیقه است. ۷۵ درصد از این خانواده‌ها در اطراف محل زندگی خود شانس انتخاب حداقل شش

تغییراتی در نقش و سطح مهارت تحویل‌داران نموده و به صورت بالقوه به سایر کارکنان از جمله مدیران کمکی شعب اختیار دهد تا نقش دوگانه فروش و ارائه خدمات را همزمان ایفا کنند.

ایجاد سیستم‌ها و فرآیندهایی برای توانمند ساختن نیروهای خط مقدم (شعب) برای ارائه خدمات و مشاوره: این امر حداقل بدان معنا است که پرسنل شعبه قادر خواهند بود به تارخچه خدمات و روابط با مشتریانی که با آنها صحبت می‌کنند دسترسی داشته باشند به گونه ای که بتوانند بدون درنگ به موضوعات مربوط به خدمت‌رسانی به مشتری بپردازند. یکی از بانک‌ها با استفاده از ابزار مدیریت روابط مشتری به سادگی اقدام به دوبرابر کردن تعداد ملاقات‌های (مشاور محور) فعال هفتگی خود نموده است.

فرهنگ‌سازی در راستای واگذاری اختیار به خط مقدم (شعبه‌ها): نگرش کارکنان خط مقدم (شعب) بانکداری خرد باید مشابه با دیدگاه صاحبان کسب و کارهای کوچک که اقدام به خدمت‌رسانی به مشتری می‌کنند، باشد نه فروشندگان و سفارش بگیران. فرآیندها، سیستم‌ها، مهارت‌ها و قابلیت‌های کارکنان خط مقدم، چنانچه آنها از انگیزه و اختیار لازم برای استفاده از این سرمایه‌ها برخوردار نشوند، به هدر خواهد رفت.

درگیر ساختن احساس مشتریان با راهبردهای پیچیده بازاریابی: پول یک فاکتور احساسی است که موجب بروز شادی و اضطراب می‌شود. قدرت می‌بخشد و حتی احساس ضعف به وجود می‌آورد. بانک‌ها موظفند به عنوان وکلای دارایی‌های «سخت به دست آمده»

قابل دوام، باید در پی یک الگوی توزیع شعب چندفرمتی باشند. این رویکرد مستلزم تغییراتی چشمگیر در زمینه‌های سرمایه انسانی (از قبیل تشکیلات، پروسه‌های تجاری و طراحی مشاغل) و نیز فناوری (مانند به روزرسانی دستگاه‌های خودپرداز و قابلیت‌های فروش) است.

قابلیت‌های زمین فضایی: بانک‌ها نیازمند قابلیت‌های geo spatial هستند تا بتوانند برای هر بخش، فرمتی مناسب با همان بخش ایجاد کنند. این رویکرد نیازمند این است که بانک‌ها پیش بینی کنند که بخشهای مشتری محور مورد نظر آنها در کجا و چگونه رشد خواهند کرد.

بینش جمعیت شناختی: تحقیقات انجام شده توسط McKinsey نشان می‌دهند که یک نقطه بهینه در خصوص سطوح پوشش‌دهی و تراکم شعب بانک‌های خرد (عمومی) وجود دارد - در هر سطحی پایین تر و یا بالاتر از این نقطه از کارایی شعب کاسته می‌شود. بانک‌ها باید از ظرفیت لازم برای تعیین سطوح بهینه لازم برای بخش‌های مورد نظر برخوردار باشند.

بهینه سازی شعب در مکان‌هایی که ترک شعبه در آن مکان‌ها دشوار است (برای نمونه، بدلیل اجاره نامه‌های بلند مدت و یا پایین بودن ارزش دارایی شعبه): بانک‌ها باید استفاده از شعبی که نمی‌توان محل آن را ترک کرد، ادامه دهند. یک رویکرد مناسب در این زمینه - مثلاً اشتراک فضای شعبه با شرکا (مانند آنچه شرکت Sears انجام داد و مازاد فضای خود را به شرکت Whole Foods اجاره داد)، می‌تواند مفید باشد.

دادن اختیار به خط مقدم (شعب) برای ایجاد مراودات رودرروی منحصر بفرد با مشتریان: احتمال می‌رود که طی پنج سال آینده بیش از ۹۵ درصد از تراکنش‌های بانکی از طریق کانال‌های مستقیم و یا دیجیتال صورت بگیرد. هرچند که مراجعه مشتریان به بانک موجب بالاتر رفتن ارزش سهام آنها می‌شود. مشتریان برای انجام کارهایی مانند فروش، ریزنی و یا برای برطرف کردن مشکل به وجود آمده در یکی از خدمات بانکی و یا تراکنش‌ها به بانک‌ها مراجعه می‌کنند. خط مقدم سنتی در بسیاری از بانک‌ها از پشتیبانی و قابلیت‌های لازم برای تامین این نیازهای جدید برخوردار نیست. حفظ شبکه شعب بانک‌ها به عنوان منبعی برای سوددهی رقابتی، مستلزم انجام اقدامات زیر توسط بانک‌ها است:

ایجاد قابلیت‌ها و مهارت‌هایی در نیروهای خط مقدم (شعب) برای ریزنی با مشتریان و پرداختن به مشکلات آنها در خصوص خدمات بانکی: کارمندان بانک‌ها معمولاً مشتریانی را که در موضوعات مربوط به خدمات بانکی دچار سردرگمی شده اند به سمت مرکز تلفن بانک راهنمایی می‌کنند و یا به مشتریانی که درباره خدمات سرمایه گذاری پیشنهادی بانک سوالاتی دارند، می‌گویند که بهتر است به یک شرکت سرمایه گذاری مختص این کار مراجعه کنند. برای پرداختن به موضوعاتی از این نوع، بانک باید اقدام به ایجاد





عملکردی برای هر بخش، اهداف نقل و انتقال تراکنش‌ها و نیز دستیابی به اهداف تهیه می‌شود.

استقلال و اختیار: بانک American Express برای جلب مشتریان همواره بر کانال‌های بانکی مستقیم (خدمات تلفنی و الکترونیکی) تکیه کرده است. این بانک در طول چندین دهه فعالیت بازاریابی کارآمد، با واگذاری اختیار به مشتریان کمک کرده است تا به آرزوها و اهداف خود برسند. ابتکارات دیجیتالی اخیر مانند «Sync-Tweet-Save» و «Mobile Offers» این امکان را به شرکت American Express داده است تا دسترسی مشتریان به ابزارهای منحصر به فرد، شخصی و راحت برای انجام خریدها را فراهم سازد.

اعتماد و امنیت: گزاره ارزشی موسسه «Charles Schwab» بر اصل «سوال کردن» استوار است. در این روش موسسه همزمان با ارائه مشاوره تلفنی شخصی در زمینه سرمایه‌گذاری، اقدام به ارائه خدمات کامل از طریق کانال الکترونیکی ضمن حفظ نرخ قیمت‌گذاری، می‌نماید. ارائه چنین خدمات باکیفیت و شخصی موجب اعتماد عمیق در میان مشتریان و در برخی موارد کاهش حساسیت قیمت‌ها حتی در خدماتی مانند رهن بانکی شده است. مشتریان بانکداری خرد در حال تغییر رفتار خود و استفاده گسترده‌تر از کانال‌های بانکی متعدد و نیز حرکت به سمت روش‌های بانکی دیجیتال و مستقیم هستند. بانک‌ها نیز با ارائه روش‌های ارتباطی بیشتر به مشتریان، موجب تقویت این تغییرات شده‌اند. اما مثل همیشه، رفتار مشتریان پیچیده‌تر از چیزی است که در ابتدا به نظر می‌آید. بسیاری از مشتریان هنوز خواستار دسترسی به شعب هستند و هنگام مراجعه به شعب انتظار خدماتی بالاترین سطح کیفی را دارند. سایر مشتریان نیز بیشتر مایلند بانکی داشته باشند که همه جا حضور دارد. برخی دیگر از مشتریان نیز هستند که هنوز نیازهای مالی و احساسی‌شان تامین نمی‌شود. نخستین دغدغه بانک‌ها درک این موضوع است که مشتریان آنها واقعا چه می‌خواهند. سپس باید الگوی توزیع آتی خود را بر مبنای این نیازها بنا کنند. نویسندگان:

مشتریان، با احساسات آنها به روشی برخورد کنند که شعب خرد یا عمومی کمتری بتوانند با آنها در این زمینه رقابت کنند. بانک‌ها می‌توانند از سایر شرکت‌های فعال در زمینه خدمات مالی بیاموزند که چگونه از طریق کانال‌های مستقیم، به لحاظ احساسی با مشتریان ارتباط برقرار کنند. سه الگوی اصلی برای درگیر ساختن احساسی مشتریان در استراتژی بازاریابی وجود دارد:

عضویت: USAA ریشه گزاره‌های ارزشی خود را صداقت (به عنوان نمونه این بانک به عنوان تامین کننده مالی، تمام تلاش خود را برای مشتریان به کار می‌گیرد و صرفا به ترازنامه خود نگاه نمی‌کند) و تمرکز قوی بر جامعه می‌بیند. بانک مذکور نوعی حس عضویت در میان مشتریان خود ایجاد کرده که به موفقیتی نابرابر منتهی شده است. USAA تنها از طریق یکی از شعب خود در تگزاس، میزان سپرده‌هایش را در مقایسه با یک دهه گذشته به بیش از پنج برابر افزایش داده و به نرخ‌های بالای فروش متقاطع دست یافته است.

بهینه سازی شبکه توزیع فیزیکی

طرح تغییر شکل شعب یک فرآیند چهار مرحله ای است که بینش‌های کمی را با اطلاعات بازار ادغام می‌کند:

حصول اطمینان از وجود قابلیت‌های دیجیتال و مستقیم برای فراهم آوردن امکان نقل و انتقال خدمات و تراکنش‌ها در جریان تغییر شبکه فیزیکی. قراردادن تراکنش‌های درون شعبه ای آتی در مقابل تراکنش‌های برون شعبه ای در طرح بهینه سازی شبکه.

۲- سنجش عملکرد فعلی شعب در یک یا دو بازار آزمایشی از طریق مقایسه عملکرد واقعی و عملکرد پیش بینی شده برای هریک از شعب. سنجش کمی فاکتورهای محرک ویژه عملکرد شعب از طریق تحلیل پیشرفته آماری و فضایی، پایه و اساس این محک‌زنی را فراهم می‌سازد. هریک از شعب می‌تواند ببیند که عملکرد آنها با توجه به محیط اطراف، عوامل محرک و بازدارنده خاص تاجه اندازه با عملکرد پیش بینی شده، متناسب است.

۳- ایجاد یک شبکه با شروعی تازه و الگوی تعامل با مشتری. بانک‌ها می‌توانند با استفاده از روش‌های فضایی پیشرفته اقدام به ایجاد یک شبکه «فرضیات» ایده‌آل نمایند که به صراحت موجب تغییر رفتار مشتری، فرآیند مطالعه آماری جمعیت و واقعیت‌های مالی و نیز یک دنیای چند شکلی می‌گردد. ایجاد سناریو شبکه‌های متعدد با استفاده از فرضیات مختلف به بانک‌ها این امکان را می‌دهد تا به مقایسه مقابله‌ای فرآیندهای بازگشت سرمایه برای انواع مختلف شبکه بپردازند.

ایجاد نقشه مسیرنقل و انتقال عملی: گام نهایی در بهینه سازی شبکه بانکداری، همکاری با طراحان بازار برای ادغام اطلاعات بازار و دسترسی به مستغلات، در کسب و کار است. مقایسه سناریوهای ایجاد شبکه بهینه با شبکه‌های شعب موجود، تصمیم‌گیری شعبه به شعبه را تسهیل می‌کند. برای هریک از شعب طرحی شامل جزئیات مربوط به فضا، ترکیب خدمات، تامین پرسنل، برنامه‌های



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



کار بانک، حواس هشت دانگ می خواهد



گشت و گذار در شعبه های بانک سامان
این بار به سراغ شعبه بلوار دریا رفته ایم

با من همکاری لازم را داشتند تا درس را تمام کنم، سپس بنا به درخواست در تهران ماندگار شدم و دیگر اصفهان نرفتم، آمدم اداره مرکزی در مدیریت امور سرمایه‌گذاری با مدیریت دکتر آقا بابایی مشغول به کار شدم.

یک سال و نیم مدیریت سرمایه‌گذاری بودم تا شهریور ۹۰ که احساس کردم دوست دارم در ارتباط با مردم باشم. ترجیح دادم بیایم شعبه، که شدم معاون شعبه دکتر بهشتی به ریاست آقای سماک امین، در آن یک سال و نیم بسیار کار یاد گرفتم و از مهر ۹۲ منتقل شدم معاونت شعبه میرداماد، ۶ ماه میرداماد بودم، باز صحبت اداره پیش آمد که شاید بهتر باشد کار اداری بکنم و مجدد ۳ ماه را در واحد مدیریت امور مشتریان ویژه در ساختمان عاطفی گذراندم که از اردیبهشت تا تیرماه ۹۳ طول کشید با عنوان مسئول اداره توسعه مشتریان ویژه، بعد از دو ماه دیدم که کماکان تمایلم به شعبه بیشتر است و درخواست دادم که مجدداً به شعبه برگردم که در حال حاضر رئیس شعبه بلوار دریا هستم.

این شعبه تا به حال سه رئیس به خود دیده، آقای سلمانی، آقای پاکزاد و اینجانب.

می‌پرسم آیا راضی هستید که به شعبه آمدید؟

شعبه دغدغه‌های بیشتری از اداره دارد. به خاطر ریسک مالی، سر کار داشتن با افراد مختلف، ولی در مورد خودم احساس مفید بودن بیشتری را داشتم.

در ضمن چون از ابتدا سامان بودم و به آن تعصب دارم، ترجیح دادم دانشگاه را در کنار بانک داشته باشم...

خواست خودتان بود که در بانک کار کنید یا مشوق هم داشتید؟

پدرم به گروه پزشکی علاقه‌مند بودند، اما خودم علاقه‌ای به رشته پزشکی نداشتم و ریاضی را دوست داشتم، پدرم بسیار مشوقم بودند در طول زندگی، ولی متأسفانه تیرماه ۸۸ فوت کردند که اسفند همان سال دفاع دکترا را انجام دادم.



در یکی از بخش‌های غرب تهران و منطقه سعادت‌آباد بلوار بلندی است که این منطقه را به بزرگراه چمران متصل می‌کند. بلواری تقریباً تازه‌ساز، با ساختمان‌هایی منظم که چندین شرکت بزرگ و دو شبکه تلویزیونی در میانه‌اش قرار گرفته است، در همین میانه راه، شعبه تر و تمیز و مدرن بانک سامان قرار گرفته که ریاستش را یک خانم دکتر تحصیل‌کرده فرانسه که اقتصاد هم خوانده به عهده گرفته است، جالب اینکه بیشترین مشتریان همیشگی و VIP این شعبه، این رئیس تحصیل‌کرده و خوش‌رفتار را که لهجه‌اش نشان می‌دهد هم اصفهانی است و فرانسه را هم می‌شناسد و مهم اینجاست که مثل خیلی دیگر از روسای شعبه‌های سامان عشق به اقتصاد و از نوع بانکی‌اش باعث شده تا از همان دوره فوق‌لیسانس که جزو شاگردان ممتاز دانشگاه و در رشته اقتصاد هم بسر می‌برد، به دعوت موسسه اعتباری سامان اقتصاد، وارد شعبه اصفهان شود که آن موقع در خیابان فردوسی این شهر قشنگ توریستی ایران قرار داشت.

به گفته وی، اسامی فارغ‌التحصیلان سال ۷۹ در رشته‌های اقتصاد و حسابداری و مدیریت دانشگاه اصفهان گرفته شده بود که در نتیجه به شاگردان اول تا سوم زنگ زده و آنها را برای مصاحبه دعوت کردند، و خانم «واله سعیدی» از دی ماه سال ۱۳۸۰ در این موسسه که هنوز «بانک سامان» را تشکیل نداده بود مشغول به کار شد و بالاخره ۳ سال بعد پس از قبولی و گرفتن پذیرش از دانشگاه «سوفیا انتی‌پولی» شهر نیس فرانسه، برای دستیابی به «PHD» اقتصاد و با موافقت مدیران بانک و البته با گرفتن مرخصی بدون حقوق عازم فرانسه شده و تا سال ۱۳۸۸ که دکترایش را در رشته اقتصاد گرفت، در حالیکه در این مدت هرگز ارتباطش با بانک را قطع نکرد.

اصفهان به فرانسه و بعد تهران

و بهتر است باقی ماجرا را از زبان این رئیس شعبه بلوار دریای بانک سامان بشنویم:

فروردین ۸۹ آمدم تهران برای تشکر از مدیران محترم بانک که





افتاده بود، برای انتخاب در بانک به بیشتر بانک‌ها مراجعه کردم تا در سامان دیدم همه چیز سرجایش هست و به همه احترام می‌گذارند.

در سامان قبول شدم و در سامان مشغول شدم و کارم را از شعبه باغ فردوس شروع کردم و بالاخره در سال ۸۶ به شعبه آفریقا منتقل شدم و سال ۸۷ به شعبه ونک که افتتاح شد رفتم، ریاست دایره اعتبارات را به عهده گرفتم و از سال ۹۲، به عنوان معاون به این شعبه آمدم.

اول کار سخت بود، ولی الان شرایط خیلی خوب شده، از نظر نیروی انسانی احتیاج به همکاری داریم. بچه‌ها بیشتر از توان کار می‌کنند.

کلاس‌هایی که بانک می‌گذارد خیلی خوب است، ولی باید در زمان کلاس‌ها تجدیدنظر شود. باید دچار بحران نشویم وقتی کسی می‌رود مرخصی یا کلاس، مرخصی ناخواسته ایجاد ناراحتی می‌کند. به هر حال هر خواسته و نظری که دارم برای موفقیت و پیشبرد سامان است.

خانم سارا هزیر قادر رئیس صندوق، کاربر اعتباری و ارزی می‌گوید:

تحصیلات کارشناس حسابداری از دانشگاه همدان دارم، سال ۸۳ در آزمون شرکت کردم. به شدت علاقه‌مند به کار در بانک بودم و بالاخره از سال ۸۷ استخدام شدم، با اینکه در سال ۸۳ نفر اول آزمون دانشگاه امیرکبیر شدم، اما به هر حال در ۸۷ کارم شروع شد.

دوره آموزشی صادقیه بودم، بعد فاطمی، کارگر شمالی سه سال و با افتتاح شعبه ۲۴ متری سعادت‌آباد آنجا رفتم سپس به این شعبه آمدم که از سال ۹۱ اینجا مشغولم.

مشکل اصلی ما کمبود نیرو است که باید جبران شود، این شعبه برایم خوب بود چون همین جا هم همسرم را انتخاب کردم. منزل هم نزدیک به شعبه است. با دو رئیس شعبه قبلی کار کرده‌ام و از هر دوی آنها راضی هستم.

با این خاطره‌ها و فعالیت‌ها الان از وضعیت راضی هستید؟
از کار راضی هستم، باید تلاش کنیم برای روزهای بهتر، بانک یک کاری است که باید به آن عشق داشته باشیم، بعدا دیدم ارتباط با آدم‌ها جالب است ولی هر کار جذابیت خودش را دارد، من با روی خوش مسائل را حل کرده‌ام، سعی می‌کنیم با روی خوش مشکلات را بپذیریم و به همکاران گفته‌ام در صورت مواجهه با آدم‌های کمی سخت‌گیر و ناراحت، مشتری را بفرستید پیش من. به هر حال ایجاد ارتباط کلامی خودش مشکل‌گشاست.

حالا از حضور در این شعبه آرام اما پر مشتری راضی هستید؟

شعبه مناسب است و راضی هستم، در همین دو هفته کار همفکری کرده‌ایم. تقسیم کار شده، رئیس قبلی آقای پاکزاد زحمت کشیده‌اند، برای افزایش سپرده‌گذاری باید بیشتر کار شود و روی سپرده‌ها متمرکز شویم اینجا شعبه خوبی است و چندین بار رتبه خوب به دست آورده است.

با دیگرانی که قرار است وارد کار بانکی بشوند چه حرفی دارید؟

باید کسانی وارد کار بانک بشوند که اول از همه عشق به کار داشته باشند در غیراین صورت ترقی لازم نمی‌آید. همه باید با عشق کار کنیم تا سازمان را به جلو ببریم با پرکردن ساعت کاری، به هیچ هدفی نمی‌رسیم و سازمان را با مشکل روبه‌رو می‌کنیم. باید تیز باشیم چون کارمان مهم است. پرسنل فعلی به اندازه لازم خوب هستند و به کارشان علاقه‌مندند اما در کار بانک حواس شش‌دانگ که نه، باید هشت دانگ جمع باشد و در پایان تقریبی صحبت‌ها خانم سعیدی یکبارہ چهره‌شان درهم می‌شود از اندوه‌شان می‌پرسم که معلوم می‌شود یاد مرحوم محمدحسین محسنی، رئیس شعبه اصفهان افتاده‌اند که معتقدند هم اولین مدیرشان بوده و هم از لحاظ اخلاق و شخصیت برایشان عزیز بوده است و با چشم‌انداز دسترسی به موفقیت و با توجه به اینکه خانم واله سعیدی با این زمینه فعالیت و تحصیل فقط حدود دو هفته است به شعبه بلوار دریا آمده‌اند، قرار می‌گذاریم به اینکه با گذر از یک فصل پاییز، باز هم به یک گفت‌وگو بپردازیم و دیدگاه آینده را به تماشا بنشینیم و بنابر این سراغ همکاران ایشان می‌رویم.

البته به دلیل آمد و رفت مشتری‌ها و کمبود وقت برای صحبت سعی شد حرف‌ها را تقریباً با خلاصه‌گویی همراه کنیم.

خانم هدی اسدی، معاونت شعبه می‌گوید:

با تحصیلات لیسانس اقتصاد نظری - تهران مرکز از سال تیر ۸۳ وارد بانک شده‌ام و اولین دوره آزمون را شرکت کردم. ترم آخر دانشگاه بودم، می‌خواستم حتما کار کنم. در سه بانک همزمان قبول شدم، رتبه‌ام زیاد بود، بانک‌های خصوصی جا

مسئول خودپرداز

سیداحمد جعفری آقاملکی - بانکدار الکترونیک و مسئول خودپرداز

متولد بابل هستم، دیپلم را آنجا گرفتم. لیسانس را در تبریز گرفتم، علاقه‌مند به کار بانک بودم و سامان را بیشتر دوست داشتم که موفق شدم. در ۹۱/۷/۱۲ شروع به کار کردم و از کارم راضی هستم. اول اکباتان بودم، بعد فرودگاه امام، الان هم حدود یک سال و نیم است که اینجا هستم. قبل از کار بانک ازدواج کرده‌ام منزل تهرانسر است. مشکلم فقط مسافت زیاد تا اینجا است.

علیرضا کاتبی بایگان

با دیپلم کارم را به عنوان بایگان شروع کردم. لیسانس امور بانکی گرفتم و از سال ۸۵ وارد بانک شدم که هنوز هم بایگان هستم، لیسانسم را از دانشگاه آزاد تهران مرکزی گرفته‌ام همسر و یک دختر ۱۲ ساله دارم.

احساس امیر شقاقی کاربر ارشد شعبه

۳ سال است در بانک سامان مشغول به کار شده‌ام، ۶ ماه شعبه آرژانتین بودم و از تاسیس بلوار دریا آمده‌ام اینجا، لیسانس مدیریت بازرگانی دارم.

حمید پهلوان متصدی امور بانکی

از سال ۹۰ با لیسانس مدیریت صنعتی وارد بانک شدم الان در حال اتمام لیسانس هستم، بانک یک پرستیژ خاصی دارد و هنوز جزو مشاغل خوب در جامعه ما هست.

در ستاد و شعبه کار کرده‌ام، هر دو جا را هم دوست دارم، در شعبه تجربه کار یاد گرفتم. بازاریابی و خودپرداز را دنبال کردم سپس شعبه اوین، اداره بانکداری الکترونیک و امور شعب بودم. حدود ۳ ماه هم هست که به این شعبه آمده‌ام.

محمدرضا زمانی خدمات

سه سال است در بانک سامان هستم. از سال ۹۰ در «آفتاب تجارت سامان» کار کرده‌ام. ۸ ماه در شعبه شهرک راه‌آهن و بایگان اسناد بودم و از اسفند ۹۰ به این شعبه آمده‌ام. فوق‌دیپلم کامپیوتر دارم و متاهل هستم. دلم می‌خواهد بتوانم لیسانسم را بگیرم و در این زمینه بانک با من همکاری کند.

محمد هدایتی متصدی امور بانکی

محمد هدایتی از دیگر همکاران شعبه بلوار دریا هستند که در مرخصی هستند. ۱ سال سابقه کار دارند و متصدی شعبه در امور دستگاه کارتخوان و امور کلر هستند.





گزارش ماهانه تحلیل بازار

(تحلیل دوره مرداد ماه ۱۳۹۳)

اقتصاد سیاسی

بسته خروج از رکود

بر اساس آمار منتشره نرخ رشد تولید ناخالص داخلی ایران در سال ۱۳۹۲ با نفت و بدون نفت، به ترتیب ۱/۹- و ۱/۱- اعلام شد. در همین راستا دولت نیز بسته سیاست‌های پیشنهادی خود در راستای خروج کشور از رکود را معرفی کرد.

بازار مالی

شاخص کل بورس در پایان مرداد ماه در مقایسه با تیر ماه ۱/۲ درصد کاهش یافت.

بازار طلا

در ماه گذشته روند قیمت طلا کاهشی بود. مهم‌ترین علت کاهش بهای طلا، افزایش گمانه‌زنی در مورد بالا رفتن نرخ‌های بهره در آمریکا در زمانی زودتر از آنچه تاکنون تصور می‌شد بود.

ارز

در ماه گذشته، یورو در برابر دلار تضعیف شد. مهم‌ترین عوامل

تقویت دلار در برابر یورو در ماه گذشته، اخبار مثبت منتشره از اقتصاد آمریکا و وضعیت نامساعد اقتصاد اروپا بوده است.

نفت

طی ماه گذشته قیمت نفت روند نزولی داشت. مهم‌ترین عوامل کاهش بهای نفت، مازاد عرضه و عدم کاهش تولید نفت عراق بوده است.

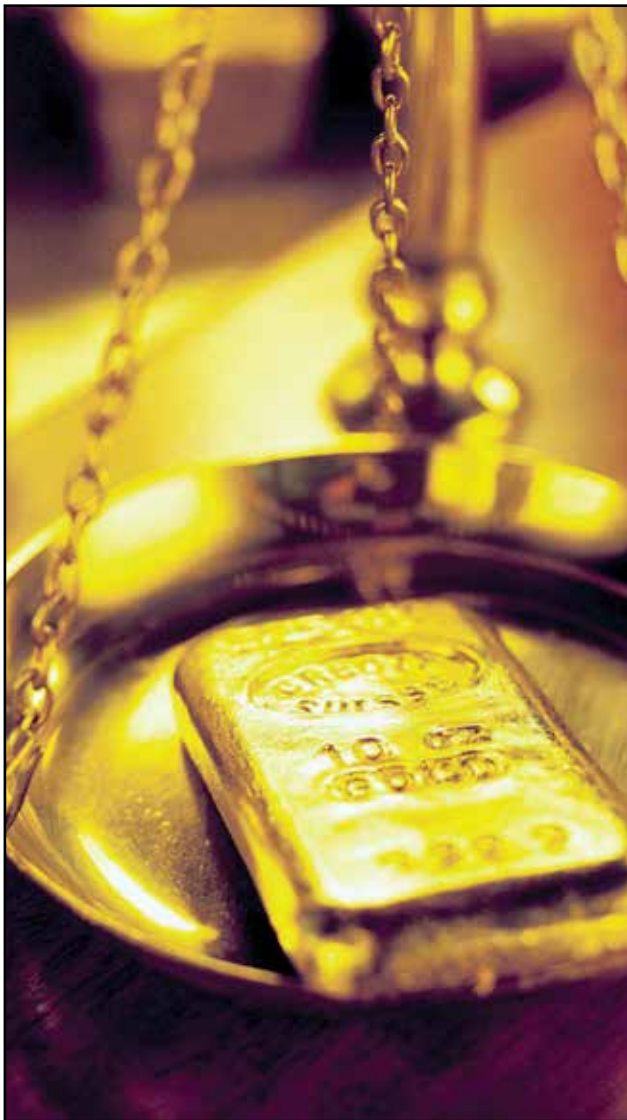
اقتصاد بین‌الملل

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

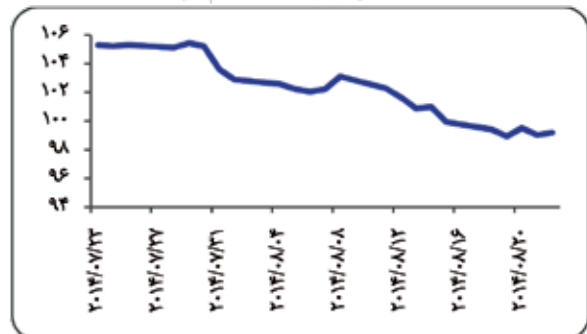
پولی و بانکی

روند مثبت جذب سپرده

بررسی مانده کل سپرده‌های ارزی و ریالی در سال ۹۲ حاکی از آن است که در زمستان سال گذشته، روند نزولی جذب سپرده‌های شبکه بانکی پایان یافت. این درحالی است که به نظر می‌رسد در صورت کاهش نرخ سود سپرده‌ها، روند جذب سپرده‌های بانکی با کاهش مواجه شود.

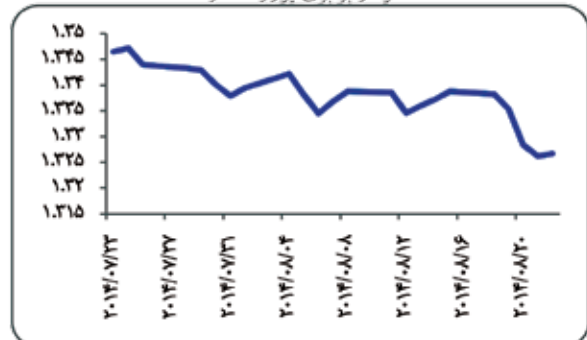


نمودار قیمت نفت خام اوپک



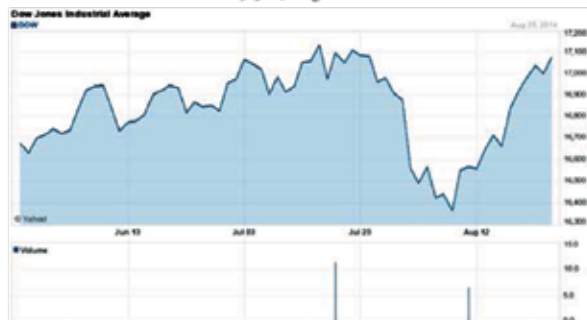
www.opec.org

نمودار برابری یورو - دلار



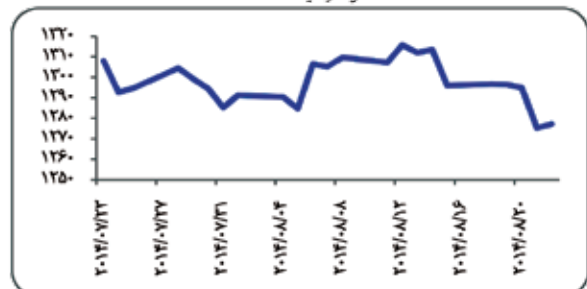
www.imf.org

شاخص داوجونز



www.finance.yahoo.com

نمودار قیمت طلا



www.lbma.org.uk

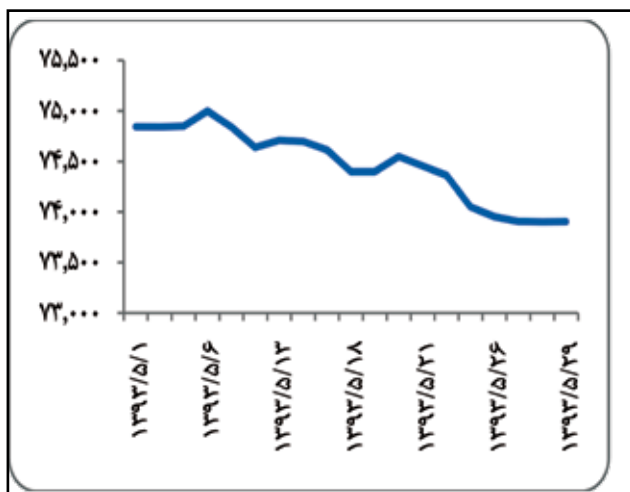
۱- اقتصاد سیاسی

بسته خروج از رکود:

بر اساس آمار منتشر شده از سوی بانک مرکزی، تولید ناخالص داخلی کشور به قیمت پایه و قیمت‌های ثابت سال ۱۳۸۳ از ۲,۰۱۱,۵۵۴ میلیارد ریال در سال ۱۳۹۱ به ۱,۹۷۲,۵۸۳ میلیارد ریال در سال ۱۳۹۲ کاهش یافته که این امر گویای نرخ رشد اقتصادی ۱/۹- درصدی است. این آمار به معنی تداوم رکود در سال ۹۲ است اگرچه از میزان آن کاسته شده است. در سال ۹۲ گروه کشاورزی تنها گروه با رشد ارزش افزوده مثبت در بین گروه‌های اقتصادی بوده و مانند سال ۹۱ پیش‌تاز در رشد بوده است. نباید فراموش کرد که بخش خدمات که در سال ۹۱ دارای رشد مثبت بوده، در سال ۹۲ رشد منفی را تجربه کرده که مهم‌ترین علت آن

و رکود بورس در روزهای نخست مرداد ماه را پایان یافتن ماه مبارک رمضان و تعطیلات عید سعید فطر می‌دانستند که منجر به کاستن از رونق بازار سهم شده بود اما در ادامه ماه نیز این روند تداوم یافت که برخی از مهم‌ترین علل کاهش شاخص کل در ماه گذشته بلا تکلیفی در خصوص آینده مذاکرات هسته‌ای، کاهش قیمت برخی از مواد خام صادراتی مانند مس و تمایل حرکت سرمایه‌ها به سمت بانک‌ها قلمداد می‌شوند.

نمودار شماره ۱- شاخص کل بورس در ماه گذشته



مأخذ: www.irbourse.com

۳- بازار طلا

در ماه گذشته روند قیمت طلا کاهشی بود. مهم‌ترین علت کاهش بهای طلا، گمانه‌زنی در مورد افزایش نرخ‌های بهره در آمریکا در زمانی زودتر از آنچه تاکنون تصور می‌شد بوده است. در ماه گذشته قیمت طلا با چند نوسان رو به بالا نیز همراه بود که مهم‌ترین علل آن، تنش میان روسیه و اوکراین در شرق اوکراین و همچنین حمله نیروهای هوایی آمریکا علیه نیروهای دولت اسلامی (داعش) در شمال عراق بود. اما عوامل مؤثر بر کاهش قیمت در این ماه پر قدرت تر بودند و توانستند در مجموع بهای طلا در این ماه را نزولی کنند. با انتشار گزارش نشست ماه جولای کمیته سیاست‌گذاری بانک مرکزی آمریکا و با افزایش احتمال بالا رفتن نرخ‌های بهره در زمانی زودتر از آنچه تاکنون تصور می‌شد ارزش دلار افزایش یافت و قیمت طلا افول کرد. بانک مرکزی در نشست ماه جولای خود ۱۰ میلیارد دلار دیگر از خرید اوراق قرضه دولت کاست و خرید ماهانه این اوراق را به ۲۵ میلیارد دلار رساند. قرار است که کاستن از خریدها ادامه یابد و در ماه اکتبر خرید اوراق قرضه متوقف شود. به این ترتیب این گمانه‌زنی وجود دارد که اواسط سال ۲۰۱۵ نرخ‌های بهره بالا برود. عامل مؤثر دیگر بر کاهش قیمت طلا، افزایش شاخص بازار سهام آمریکا بوده است.

افت در ارزش افزوده ایجاد شده در خدمات موسسات پولی و مالی در سال ۹۲ بوده است.

رشد تولید ناخالص داخلی بر حسب فعالیت‌های اقتصادی به قیمت ثابت سال ۱۳۸۳		
رشد تولید	۱۳۹۱ (درصد)	۱۳۹۲ (درصد)
بخش کشاورزی	۳/۷	۴/۷
بخش نفت	- ۳۷/۴	- ۸/۹
بخش صنایع و معادن	- ۶/۴	- ۲/۹
بخش خدمات	۱/۱	- ۱/۵
تولید ناخالص داخلی به قیمت پایه	- ۶/۸	- ۱/۹
تولید ناخالص داخلی به قیمت پایه (بدون نفت)	- ۰/۹	۱/۱

با توجه به آمارهای رشد اقتصادی فوق‌الذکر و رکود حاکم بر اقتصاد کشور، ستاد هماهنگی امور اقتصادی دولت در آخرین روزهای تیر ماه، بسته «سیاست‌های اقتصادی دولت برای خروج غیرتورمی از رکود طی سال‌های ۱۳۹۳ و ۱۳۹۴» را منتشر کرد. این بسته در چهار بخش سیاست‌های اقتصاد کلان، بهبود محیط کسب‌وکار، تامین منابع مالی و فعالیت‌ها و محرک‌های خروج از رکود طراحی شده است. افزایش معافیت مالیاتی حقوق بگیران و صاحبان مشاغل، کاهش نرخ نهایی مالیات بر درآمد اشخاص حقیقی و افزایش طبقات درآمدی مشمول مالیات، سیاست‌هایی در راستای افزایش نقدینگی بانک‌ها در جهت افزایش توان تسهیلات‌دهی بانک‌ها و کاهش تدریجی شکاف بین نرخ ارز مبادله‌ای و بازار آزاد از مهم‌ترین سیاست‌های کلان این بسته هستند.

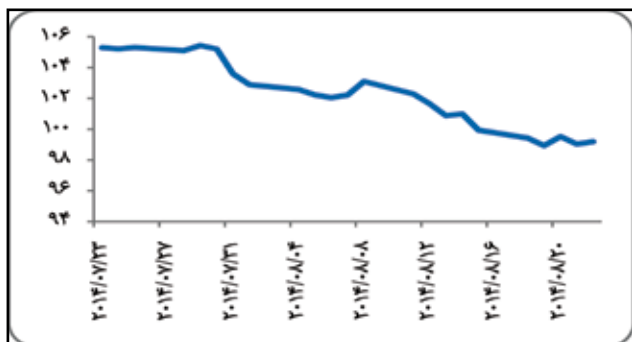
به نظر می‌رسد مهم‌ترین ایراد وارده بر بسته، گستردگی سیاست‌های اعلام شده جهت خروج از رکود است که بسیاری از ارگان‌ها نظیر بانک مرکزی، بانک‌های تجاری، سازمان امور مالیاتی، گمرک، وزارت امور خارجه و غیره را درگیر می‌نماید که مدیریت و نظارت بر اجرای صحیح این حجم از سیاست‌ها خود چالش بزرگی پیش روی دولت قرار می‌دهد. همچنین برخی از منتقدین بسته خروج از رکود از عدم توجه بسته به جایگاه بخش خصوصی در اقتصاد، غفلت از صنعت خودرو، عدم ارائه راهکارهایی جهت کاهش فساد اداری و بهبود ساختارهای نهادی اقتصاد ایران و کوتاه مدت بودن این برنامه و کلی‌گویی در خصوص راهکارهای افزایش صادرات غیر نفتی گلایه کرده‌اند.

۲- بازار مالی

شاخص بورس در پایان مرداد ماه ۹۳ در مقایسه با تیر ماه به میزان ۹۳۶ واحد، برابر با ۱/۲ درصد، کاهش یافت و از ۷۴۸۴۲ واحد به ۷۳۹۰۶ واحد رسید. فعالان بورس علت کاهش حجم معاملات

نگرانی‌ها در مورد مازاد عرضه جهانی نفت افزوده است. اقتصاد منطقه یورو در فصل دوم رشدی نداشت و این نگرانی‌ها در مورد وضعیت اقتصادی اروپا تاثیر معنی داری بر کاهش قیمت نفت خام گذاشته است.

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



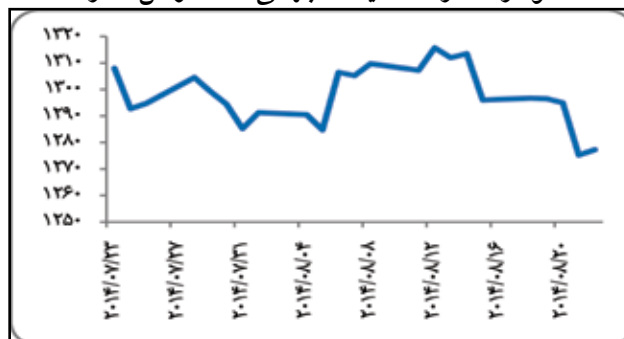
ماخذ: www.opec.org

۵- ارز

در ماه گذشته، یورو در برابر دلار تضعیف شد. مهم‌ترین عوامل تقویت دلار در برابر یورو در ماه گذشته، اخبار مثبت از اقتصاد آمریکا و اخبار منفی از اروپا بوده است. بهبود شرایط اقتصادی در آمریکا در کنار وضعیت نامناسب اقتصادی در منطقه یورو عواملی هستند که سبب شده ارزش یورو در برابر دلار کاهش یابد. خبرهای مثبت از اقتصاد آمریکا احتمال بالا رفتن نرخ‌های بهره در زمانی زودتر از آنچه تاکنون تصور می‌شده را بالا برده و همین امر به افزایش ارزش دلار منجر شده است. بانک مرکزی آمریکا در نشست‌های اخیر خود در مجموع ۶۰ میلیارد دلار از خرید اوراق قرضه دولت کاسته و میزان خرید ماهانه این اوراق را از ۳۵ میلیارد دلار در ماه گذشته به ۲۵ میلیارد دلار کاهش داده است. این در حالی است که ماریو دراگی رئیس بانک مرکزی اروپا اظهار داشته است که سیاست کاهش نرخ بهره این بانک را که دو ماه پیش نرخ بهره کلیدی را از ۰/۲۵ به ۰/۱۵ درصد رساند برای مدت نسبتاً طولانی حفظ خواهد کرد و با توجه به ضعف شاخص‌های اقتصادی منطقه یورو، این بانک آمادگی دارد سیاست انبساط پولی از طریق چاپ پول اتخاذ کند. بدین ترتیب بانک مرکزی آمریکا و بانک‌های مرکزی اروپا در دو مسیر متضاد حرکت می‌کنند و این به معنای رشد ارزش دلار و کاهش ارزش یورو است.

در بازار داخل نیز، قیمت دلار در بازار غیر رسمی با کاهش ۳۷ تومانی از ۳۱۳۳ تومان در اول مرداد به ۳۰۹۶ در پایان مرداد ماه تنزل یافت که مهم‌ترین دلایل این کاهش ارزش، افت تقاضای ارز پس از تعطیلات عید سعید فطر در آغاز ماه مرداد و جو روانی مثبت ناشی از واریز هشتمین قسط از بدهی‌ها (بدهی‌های مسدود

نمودار شماره ۲- قیمت جهانی طلا (اونس دلار)



ماخذ: www.lbma.org.uk

۴- بازار نفت

طی ماه گذشته قیمت نفت روند نزولی داشت. نفت خام اوپک، این ماه را با قیمت هر بشکه ۱۰۵/۳ دلار آغاز کرد و در پایان ماه با ۹۹/۱۹ دلار کاهش به ۹۹/۱۹ دلار رسید. مهم‌ترین عوامل کاهش بهای نفت، مازاد عرضه، عدم کاهش تولید نفت عراق بوده است. در ماه گذشته، تمامی نیروهای موثر بر بهای نفت، کاهش بود. در عراق، نیروهای کرد و ارتش عراق کنترل سد موصل را از داعش بازپس گرفتند و حملات هوایی آمریکایی به مناطق تحت تسلط نیروهای داعش بدون لطمه وارد کردن به میادین نفتی منجر به آزادسازی بخش‌هایی از خاک عراق از تسلط داعش و این موضوع باعث کاهش قیمت نفت شد. از طرف دیگر، عدم فروش قراردادهای نفتی ارائه شده برای ماه آگوست برای نفت برنت و لیبی، از جمله علائم مازاد عرضه بود که به نظر می‌رسد این به دلیل کاهش تقاضای نفت از سوی چین و کشورهای اروپایی باشد. این در حالی است که با وجود کمبود تقاضای نفت در بازار، آمارها نشان دادند که تولید نفت اوپک در ماه جولای به بالاترین سطح در مقایسه با ۵ ماه قبل از آن رسیده است. نباید از نظر دور داشت که آمارهای مربوط به رشد ناامیدکننده اقتصادی در منطقه یورو بر



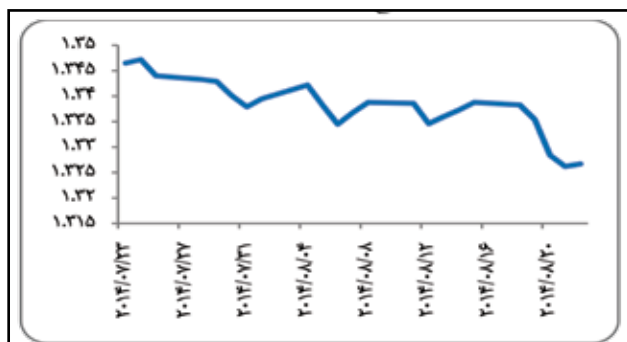
۲۰۰۹) بوده است. گفتنی است تورم در ماه ژوئن در سطح ۰/۵ درصد قرار داشت. شایان ذکر است کاهش تورم در شرایطی اتفاق افتاده است که نرخ بیکاری در منطقه یورو به ۱۱/۵ درصد رسیده است. این در حالی است که در آخرین جلسه بانک مرکزی اروپا این نهاد تغییری در سیاست‌های پولی خود ایجاد نکرد و ماریو دراگی رئیس این بانک اظهار داشت تمامی اعضای شورای سیاست گذاری، در صورت پایین آمدن تورم از سطوح فعلی، در استفاده از سیاست‌های انبساطی هم رأی هستند.

چین: در ماه گذشته مهم‌ترین دغدغه اقتصادی چین افت شاخص تولید صنعتی و افزایش حجم بدهی‌ها به نظام بانکی بوده است. در حالی که شاخص تولیدات صنعتی در ماه ژوئن ۹/۲ درصد بود در ماه جولای به ۹/۰ درصد کاهش یافت. نرخ بیکاری این کشور نیز ۴/۱ درصد است اما به دلیل قدر مطلق بزرگ تعداد بیکاران، دولت درصدد کاهش این مقدار است. همچنین بر اساس آمار منتشره، در سه ماهه اول امسال اقتصاد چین ۷/۴ درصد و در سه ماهه دوم ۷/۵ درصد رشد کرده است و اقتصاددانان در نظرسنجی بلومبرگ پیش‌بینی کرده اند در سال جاری نرخ رشد اقتصاد این کشور ۷/۴ درصد خواهد بود و دولت چین نمی‌تواند بدون اجرای سیاست‌های انبساطی جدید به اهداف خود در زمینه رشد اقتصاد و ایجاد تعداد کافی فرصت‌های شغلی دست یابد. برخی تحلیلگران پیش‌بینی می‌کنند دولت چین به زودی برنامه‌هایی حمایتی اجرا خواهد کرد و برخی دیگر افزایش شدید بدهی‌های خصوصی و دولتی را مانعی در راه اتخاذ سیاست‌های انبساطی می‌دانند. شایان ذکر است کل بدهی‌های خصوصی و دولتی به ۲۰۰ درصد تولید ناخالص داخلی چین افزایش یافته و همین شرایط دست دولت را برای اجرای سیاست‌های پولی حمایتی می‌بندد. شرایط اقتصاد این کشور در مجموع نگران کننده نیست اما کاهش اعطای اعتبارات، کند شدن رشد تولید صنعتی و سرمایه گذاری ثابت در ماه گذشته میلادی ممکن است سبب شود اقتصاد این کشور امسال به نرخ رشد هدف (۷/۵ درصد) که دولت تعیین کرده نرسد.

۷- بخش پولی و بانکی روند مثبت جذب سپرده

بررسی مانده کل سپرده‌های ارزی و ریالی در سال ۹۲ حاکی از آن است که در زمستان سال گذشته، روند نزولی جذب سپرده‌های شبکه بانکی پایان یافت. این موضوع بیانگر جهشی قابل توجه در جذب سپرده‌های بانکی در سال گذشته است که یکی از دلایل عمده آن افزایش نرخ سود سپرده‌ها توسط بانک‌ها در این سال بوده است، موضوعی که در زمستان سال گذشته شدت بیشتری پیدا کرد، اما در ادامه و با فشارهایی که از سوی رسانه‌های منتقد، نمایندگان مجلس، گروه‌های ذی‌نفوذ بورسی و متقاضیان دریافت تسهیلات به دولت و بانک مرکزی وارد شد، در بهار سال جاری نرخ سود تثبیت شد. این در حالی است که به گفته کارشناسان،

شده کشورهای خارجی به ایران) به حساب بانک مرکزی و خاتمه یافتن این دور از اقبساط بوده است. همچنین نرخ رسمی دلار با افزایش ۳۹۵ ریالی از ۲۶۱۶۷ ریال در آغاز مرداد ماه به ۲۶۵۶۲ در پایان مرداد ماه صعود کرد. نمودار شماره ۴- نرخ برابری یورو دلار در ماه گذشته



ماخذ: www.imf.org

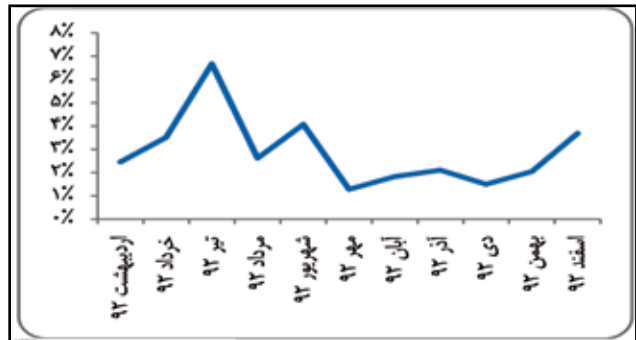
۶- اقتصاد بین الملل

آمریکا: اقتصاد آمریکا در سه ماهه دوم سال جاری رشد ۲/۴ درصدی را به ثبت رساند. مخارج مصرفی، سرمایه گذاری، ساخت‌وساز مسکونی و مخارج دولتی بخش‌هایی از اقتصاد بودند که سهم مثبتی در رشد سه ماهه دوم را داشته و می‌توان مدعی شد که این رشد همه جانبه بوده و تمام بخش‌های مهم اقتصاد را دربر گرفته است. طی شش ماه اخیر تعداد فرصت‌های شغلی ایجاد شده در بخش غیرکشاورزی هر ماه بالاتر از ۲۰۰ هزار مورد بوده است. بنا به اعلام وزارت بازرگانی آمریکا، کسری تجاری این کشور در ماه ژوئن بیش از انتظار اقتصاددانان کاهش یافته و با ۰/۷ درصد کاهش به ۴۱/۵ میلیارد دلار رسیده که پایین‌ترین میزان از ماه ژانویه است و علت آن کاهش واردات نفت به پایین‌ترین میزان در سه سال و نیم اخیر است. همچنین در آمریکا رشد قیمت مصرف کننده همچنان ادامه دارد و به نظر نمی‌رسد بانک مرکزی زودتر از اواسط سال آینده میلادی اقدام به افزایش نرخ بهره کلیدی خود نماید. این نهاد تاکنون ۶۰ میلیارد دلار از خرید اوراق قرضه دولت کاسته و قصد دارد در ماه اکتبر خرید این اوراق را به کلی متوقف کند. شایان ذکر است درباره بالا رفتن نرخ‌های بهره هنوز تصمیمی گرفته نشده و بانک مرکزی ایجاد تعداد کافی فرصت‌های شغلی و افزایش سریع‌تر سطح دستمزدها را شرط بالا بردن نرخ‌های بهره اعلام کرده است.

اروپا: رشد اقتصادی منطقه یورو از ۰/۹ درصد در فصل اول ۲۰۱۴ به ۰/۷ درصد در فصل دوم ۲۰۱۴ رسیده که حاکی از نامناسب بودن وضعیت اقتصادی این منطقه می‌باشد. همچنین ارقام مقدماتی تورم در منطقه یورو در ۱۲ ماهه منتهی به جولای ۲۰۱۴ به ۰/۴ درصد رسید که پایین‌ترین سطح از زمان بحران بدهی (سال

مأخذ: بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران
در کنار روند مناسب جذب سپرده‌های بانکی در ماه‌های اخیر، طی ماه گذشته اخباری مبنی بر کاهش احتمالی نرخ سود سپرده‌ها منتشر شده است. رئیس کل بانک مرکزی در همایش «تبیین سیاست‌های اقتصادی دولت برای خروج از رکود» در مورد سیاست بانک مرکزی برای بازنگری در نرخ‌های سود، به «روند کاهشی تورم» اشاره کرده و اعلام نموده اند متناسب با روند نزولی نرخ تورم، در ساختار نرخ سود بانکی در زمینه سپرده‌ها و تسهیلات بازنگری خواهد شد. به این ترتیب به نظر می‌رسد در صورت کاهش نرخ سود سپرده‌ها، روند جذب سپرده‌های بانکی با کاهش مواجه گردد.

«انعطاف نرخ‌های سود» موجب می‌شود که از یک سو، نقدینگی کمتری به بازار دارایی‌ها مثل ارز و طلا وارد شده و اقتصاد کمتر دچار بی‌ثباتی و نوسان شود.
نمودار ۵- نرخ رشد ماهانه مانده کل سپرده‌های ارزی و ریالی



جدول ۲- شاخص‌های کلان اقتصادی

شاخص	ابتدای ماه	انتهای ماه	تغییرات (درصد)
نرخ ارز (دلار به ریال)	۲۶۱۶۷	۲۶۵۶۲	۱/۵
نرخ ارز (یورو به ریال)	۳۵۲۳۰	۳۵۱۸۹	-۰/۱
شاخص بورس اوراق بهادار تهران	۷۴۸۴۲	۷۳۹۰۶	-۱/۲
قیمت هر اونس طلا (دلار)	۱۳۰۸/۰	۱۲۷۷/۲۵	-۲/۴
قیمت هر بشکه نفت اوپک (دلار)	۱۰۵/۳	۹۹/۱۹	-۵/۸
نرخ تورم ۱۲ ماه گذشته (منتهی به خرداد ماه ۹۳)			۲۵/۳

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

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

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

ماخذ: IMF

جدول ۴- پیش‌بینی متغیرهای کلان اقتصادی ایران در سال ۱۳۹۳

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

ماخذ: IMF

صلح عمرا

مهران رشتی
(کارشناس ارشد مدیریت امور بازاریابی و توسعه مشتریان)

از قوانین ارث در مورد سهم وراثت، سهم وارثان یا حتی دیگر افراد موردنظر را در زمان حیات خود مشخص کنید. افزون بر این می‌توانید دارایی خود را با شرط برخورداری خود یا دیگران از منافع آن تا پایان عمرتان صلح کنید.

شما به‌عنوان صلح‌کننده می‌توانید هر زمان که بخواهید قرارداد صلح عمرا را به‌طور یک‌طرفه برهم زنید؛ البته مشروط بر آنکه در قرارداد حق فسخ را برای خود نگه دارید.

با صلح عمرا، دارایی شما بدون کسر رقم هنگفت مالیات بر ارث، به ذی‌نفعان منتقل می‌شود.

صلح عمرا حافظ منافع شما در زمان حیات و منافع وارثان شما پس از آن خواهد بود.

استفاده از خدمت صلح عمرا از طریق بانک سامان چه مزایایی دارد؟

خدمت صلح عمرا فقط به مشتریان برتر بانک عرضه می‌شود. برای استفاده از این خدمت کافی است به یکی از شعب بانک مراجعه کنید یا با بانکداران اختصاصی خود تماس بگیرید.

مزایای ویژه دریافت این خدمت از طریق بانک سامان عبارت هستند از:

هماهنگی بانک با دفاتر اسناد رسمی معتبر، ضمن بالابردن سرعت و دقت انجام کار، ارائه خدماتی متناسب با شأن اجتماعی شما را تضمین می‌کند.

مدارک لازم برای عقد این قرارداد پس از دریافت از شما، توسط بانک به دفاتر رسمی ارسال می‌شود و تا مرحله امضای سند نیازی به حضور شما در دفتر مربوط نیست؛ به این ترتیب، استفاده از این خدمت از اتلاف وقت شما جلوگیری خواهد کرد.

با استفاده از خدمت صلح عمرا بانک سامان، از مشاوره‌های مالی و حقوقی رایگان مرتبط رایگان برخوردار می‌شوید.

پیگیری استعلام‌های وقت‌گیر با دریافت هزینه اضافی، توسط بانکداران اختصاصی انجام می‌شود. البته این خدمت فقط به مشتریان خاص یا سامانیان خاص ارائه می‌شود.

در صورت بروز هرگونه پرسش یا نیاز به اطلاعات بیشتر می‌توانید با مرکز رزرو خدمات سامان به شماره ۰۲۱-۲۲۶۶۲۱۰۵ یا دفاتر بانکداری اختصاصی به شماره‌های ۰۲۱-۲۳۰۹۵۱۳۰ و ۰۲۱-۲۶۸۵۰۲۹۴۹ تماس بگیرید.

پاورقی:

صلح عمرا در متون حقوقی به صورت صلح عمری نوشته می‌شود.

بنابر قانون، شما حق دارید تمامی اموال خود، خواه اموال منقول مانند اتومبیل، جواهرات، وجه نقد و خواه اموال غیرمنقول شامل املاک و مستغلات را در زمان حیات خود معامله کنید؛ اما فقط برای یک سوم این اموال می‌توانید وصیت کنید و باقیمانده براساس قانون و با کسر رقم سنگین مالیات بر ارث، بین ورثه تقسیم می‌شود. از طرفی، قوانین ارث در مورد فرزندان مؤنث و همسر (زوجه) می‌تواند دغدغه خاطر کسانی باشد که خواستار سهم برابر ارث برای تمامی فرزندان یا زوجه خود پس از حیاتشان هستند. از دیگر سو، انتقال اموال در زمان حیات نیز می‌تواند منجر به بروز پاره‌ای اختلافات خانوادگی و پیامدهای اجتماعی برای شما و دیگر ذی‌نفعان شود.

آیا می‌توان بی‌آنکه مجبور به واگذاری اختیار اموالمان در زمان حیات باشیم، برای تقسیم آن پس از فوت، تصمیمی قانونی و حقوقی بگیریم؟ صلح عمرا این امکان را برای شما فراهم می‌کند. با صلح عمرا می‌توانید مالکیت اموال خود را به هرآن که می‌خواهید منتقل کنید؛ اما تا پایان عمرتان، مالک منافع این اموال بوده و از حق برهم‌زدن یک‌طرفه عقد و انجام هرگونه معامله نسبت به اموال خود نیز برخوردار باشید. بانک سامان با هدف تأمین آسایش هرچه بیشتر مشتریان برتر شامل سامانیان ویژه و خاص، خدمت صلح عمرا را با مزایایی ویژه به مجموعه خدمات سامان‌زندگی افزوده است.

خدمت صلح عمرا چیست؟

در اصطلاح حقوقی، صلح عمرا به معنای اعطای مالکیت مال به دیگری و نگه‌داشتن منافع آن به مدت عمر خود یا شخص ذی‌نفع است. برای مثال، پدری با تنظیم قرارداد صلح عمرا در دفتر اسناد رسمی، آپارتمان مسکونی خود را به فرزندش صلح می‌کند، با این شرط که از منافع آن در زمان حیات، خود یا همسرش (یا شخص موردنظر) برخوردار باشد؛ یعنی تا پایان عمر در آن سکونت داشته باشند و پس از آن، مالکیت به فرزندش منتقل شود. در چارچوب صلح عمرا می‌توان از وضعیت مسکن همسر پس از فوت خود نیز آسوده‌خاطر شد؛ به‌طوری‌که ملک با قید عمر همسر به فرزند صلح می‌شود و فرزند فقط پس از فوت مادر، مالک آن ملک بوده و از حق اجاره یا فروش آن برخوردار خواهد شد.

مزایای خدمت صلح عمرا کدامند؟

با صلح عمرا از چگونگی تقسیم دارایی و زمان و شیوه انتقال آن به ذی‌نفعان اطمینان حاصل خواهید کرد. شما می‌توانید صرف‌نظر

پرورش صحیح استعدادها برای پروژه‌های کلان فناوری اطلاعات

نویسندگان: فرانسیس دیبانه، کاتیا دیفوزیز و مارک مک میلان

ترجمه: محمد حسن جعفری سهامیه

درون‌شرکتی بپردازند و آنها را در وظایف و مسئولیت‌هایی به کار گیرند که مستلزم برخورداری از آشنایی کامل با نوع کسب و کار و سازمان مربوطه هستند. موسسات اقتصادی همچنین باید به ارزش و منحصربفرد بودن کارمندی که دانش IT را توامان با هوش تجاری به کار می‌گیرند، واقف باشند و پرسنلی متشکل از این افراد را برگزینند و از آنها حمایت کنند. در این مقاله به بررسی سه گام مهمی می‌پردازیم که سازمان‌ها باید در مسیر توسعه استعدادهای مرتبط و بجا برای مدیریت پروژه‌های کلان فناوری اطلاعات بردارند.

تمرکز بر مسئولیت‌هایی که از اهمیت واقعی برخوردارند
تلاش شرکت‌ها برای پرورش و توسعه مهارت‌هایی که می‌توانند برون‌سپاری شوند، اتلاف انرژی است. پژوهش و تجربیات ما نشان می‌دهد که برای موفقیت هرگونه برنامه فناوری اطلاعات سه مسئولیت وجود دارد که حفظ و بقای آنها در داخل سازمان از ضرورت حیاتی برخوردار است: مدیر برنامه IT، مدیر تغییر کسب‌وکار و مدیر معماری IT.

مدیر برنامه IT باید به پروژه نظارت و اشراف داشته باشد، نسبت به ماهیت کسب و کار و فناوری‌های مرتبط آگاهی داشته باشد و از قابلیت‌های مدیریتی قوی برخوردار باشد. وی همچنین باید قادر باشد تصمیمات مرتبط با فناوری و کسب و کار را به زبانی ساده و قابل فهم برای مدیران سازمان شرح دهد.

مدیر تغییر سازمان باید اطمینان حاصل کند که سازمان می‌تواند تغییرات را بپذیرد و خود را با آنها وفق دهد. این مسئولیت مستلزم برخورداری از مهارت‌های ارتباطی قوی، آشنایی کامل با وسعت و دامنه تغییرات و پیامدهای آن برای موسسه از جمله تغییرات سازمانی، فرآیندی و ذهنیتی است.

پیدا کردن مدیر برنامه توانا و ماهر کار آسانی نیست. در این نوشتار به ارائه روش‌هایی می‌پردازیم که سازمان‌ها از طریق آن بتوانند استعدادهای درخشان در زمینه مدیریت برنامه‌های فناوری اطلاعات را جذب و برای خود پرورش دهند.

برنامه‌های کلان انتقال فناوری اطلاعات (IT) برای ایجاد ارزش تجاری (با ارزش کسب و کار) در صنایع مختلف امری ضروری است. با این حال نتایج تحقیقی که ما با همکاری دانشگاه آکسفورد انجام دادیم حاکی است که ۷۱ درصد از پروژه‌های کلان فناوری اطلاعات با سرریز هزینه و ۳۳ درصد نیز با افزایش ۵۰ درصدی حد هزینه‌ها نسبت به بودجه پروژه همراه هستند. ارزش کسب شده پروژه‌های کلان فناوری اطلاعات به طور متوسط ۵۶ درصد کمتر از حد پیش بینی شده است.

به منظور بهبود دستاوردهای چنین پروژه‌هایی، توسعه و تقویت قابلیت‌های مدیران عرصه IT امری حیاتی است. در پژوهشی که موسسه مک‌کنزی در سال ۲۰۱۳ انجام داد از مدیران فناوری اطلاعات سراسر جهان در خصوص اهرم‌های بهبود عملکرد بخش IT سوال شد. ۳۵ درصد از پاسخ دهندگان عقیده داشتند که ارتقای سطح کلی استعدادها و قابلیت‌های کارمندان بخش IT یکی از مهم‌ترین اقدامات در این زمینه است و ۲۰ درصد از آنها نیز جایگزین کردن مدیریت IT را به عنوان اهرم کلیدی معرفی کردند.

در شرایطی که ایجاد یک تشکیلات اقتصادی دیجیتال، اولویت اصلی تمام شرکت‌ها محسوب می‌شود، پاسخ‌های مذکور بیانگر چالشی است که این شرکت‌ها برای جذب، پرورش و حفظ استعدادهای برتر IT با آن مواجه هستند.

سازمان‌ها برای موفقیت در این زمینه باید به پرورش استعدادهای

کار گروه‌های مختلف کاری را به آنها یادآوری کند.

انضباط عملیاتی قوی و کارآمد اصل دوم فرهنگ سازی در پروژه‌های IT است. به عنوان مثال، گروه‌های کاری باید از دستور جلسات و قواعد عملیاتی اکید و محکم تبعیت کنند. مدیران پروژه‌های بزرگ برای هدایت موثر و کارآمد پروژه‌ها باید به ابزار صحیح دسترسی داشته باشند. تعریف یک ساختار نظارتی و مدیریتی شفاف - مثلاً ایجاد یک صفحه مخصوص پروژه در یکی از شبکه‌های اجتماعی برای تشریح این که چه کسی چه وظیفه‌ای دارد - می‌تواند به ایجاد شفافیت بیانجامد و از انضباط عملیاتی حمایت کند. بهره‌گیری از معیارها و استانداردهای عینی مهم است، چون این معیارها زمینه ایجاد ارتباطات حقیقی بین اعضای گروه‌ها و تصمیم‌گیری آگاهانه مدیران را فراهم می‌کنند. مدیران برنامه باید به ابزار لازم برای پوشش دو وظیفه مهم مدیریتی یعنی برنامه ریزی و گزارش دادن مجهز شوند تا امکان پیشرفت برنامه، تاثیر کسب و کار و سنجش قابلیت‌ها فراهم شود. کارت امتیازی قابلیت‌ها یکی از این ابزارهاست که برای ارزیابی تاثیر و توسعه مهارت‌ها از آن استفاده می‌شود.

اصل سوم، اعتمادسازی و ایجاد یک فضای باز برای خطرپذیری و تشویق مدیران و کارمندان برای قبول اشتباهاتشان است. مثلاً بعضی سازمان‌ها از پیمایش‌های الکترونیکی ساده برای سنجش روحیه و عملکرد کارمندان خود استفاده می‌کنند و نتایج را به بحث آزاد می‌گذارند.

افزایش پاداش و مزایا

میزان پاداشی که به مدیران برنامه تعلق می‌گیرد اغلب بر مبنای دستمزد دریافتی آنها تعیین می‌شود و در این پاداش‌ها مسئولیتی که به عهده مدیران پروژه‌های کلان IT است، لحاظ نمی‌شود. شرکت‌ها باید برای پاداش دادن به مدیران برنامه خود از معیارهای انعطاف پذیر و قابل تغییر، مثلاً معرفی رتبه جدید شغلی استفاده کنند. همچنین سازمان‌ها می‌توانند بخشی از پاداش مدیران برنامه و گروه کاری وی را با توجه به میزان موفقیت برنامه و در نظر گرفتن سرعت انجام کار، هزینه‌هایی و ارزش کسب شده تعیین کنند، ضمن این که باید توجه داشته باشند که برنامه‌های کلان ذاتاً ریسک دیرکرد و افزایش هزینه چشمگیر دارند. علاوه بر پاداش، امتیازات و مزایای دیگری مانند قدردانی، مرخصی، شیفت‌های کاری متغیر و ارشدیت (انتصاب افراد به مقام ارشدی بخشی که در آن کار می‌کنند) نیز می‌توانند راه‌های مناسبی برای تشویق و ایجاد انگیزه در کارمندان باشند.

تعریف مسیرهای کاری

معمولاً تعریف مسیرهای کاری شفاف برای مدیران پروژه‌های کلان IT به ندرت صورت می‌گیرد و اجباری برای آن نیست. به همین دلیل است که این مدیران کمیاب هستند و تعداد آنها اندک است. چرا باید یک مدیر برنامه بدون داشتن هیچ گونه چشم انداز ترفیع شغلی و حتی دانستن این که بعد از اتمام پروژه چه خواهد کرد،

مدیر معماری IT مسئول بررسی و به چالش کشیدن طرح‌های فنی و قابل ارائه نظیر طراحی راه حل و معماری IT است. وی باید با معماری IT رایج در سازمان آشنا باشد و همچنین از روند گذار نیز به خوبی آگاهی داشته باشد و اطمینان حاصل کند که تغییرات انجام شده با نقشه راه معماری IT مطابقت دارد. تمرکز سازمان‌ها بر استخدام، پرورش و حفظ افراد در این سه مسئولیت باعث می‌شود تا سرمایه‌گذاری آنها در زمینه استعداد این افراد بازدهی قابل توجهی را به دنبال داشته باشد.

جذب استعداد از طریق ارتقای فرهنگ، مزایا و مسیرهای شغلی
بعد از تعیین مسئولیت‌ها و مهارت‌های ضروری درون سازمانی، نوبت به جذب، پرورش و حفظ استعدادها می‌رسد. پانصد مدیر فعال در عرصه فناوری اطلاعات و سایر زمینه‌ها که از سراسر جهان در پژوهش مک‌کنزی شرکت کرده بودند، عقیده داشتند که فرهنگ، مزایا و مسیرهای شغلی شفاف سه اهرم مهم جذب استعداد به شمار می‌روند (به ضمیمه رجوع شود).

ضمیمه

شرکت‌ها برای رویارویی با چالش جذب استعداد باید بر فرهنگ و مزایا تمرکز کنند.		
درصد پاسخ دهندگان، تعداد = ۴۹۳ نفر		
شرایط مورد نیاز سازمان‌ها برای بهبود اثربخشی جذب استعدادها		
بهبود فرهنگ، توانایی کار و روحیه در سازمان IT	۵۲	
افزایش دستمزد، مزایا و مشوق‌های رقابتی	۴۶	
مسیرهای شغلی شفاف و ساختاری	۴۱	
کار مهیج و نوآورانه در زمینه IT	۳۸	
ورود مدیران پر توان و ماهر (مرتبط به شبکه‌های قوی فناوری)	۳۵	
برخورداری از یک الگوی اجرایی یا محیط کاری انعطاف پذیرتر (مثلاً، استخدام متخصصان فنی و آزاد از طریق اینترنت)	۲۹	
برخورداری سازمان از نیروهای تازه استخدام شده‌ای که خوب آموزش دیده و سرمایه‌گذاری شده‌اند	۱۳	
برخورداری از موقعیت جغرافیایی بهتر (مثلاً، قرار گرفتن سازمان در یک منطقه حساس فناوری)	۱۰	
پاسخ‌های «سایر موارد»، «نمی‌دانم/قابل اجرا نیست» حذف شده‌اند.		

بهبود فرهنگ، توان کار (انرژی) و روحیه

برخی از برنامه‌های کلان فناوری اطلاعات گاهی به شدت استرس‌زا هستند. این برنامه‌ها مستلزم اضافه کاری‌های شایان توجهی هستند، به دلیل برخی اختلالاتی که در روند کار ایجاد می‌کنند از طرف سازمان به ندرت مورد قدردانی قرار می‌گیرند و عمدتاً به کیفیت کاری دیگران وابسته‌اند. بنابراین برخورداری از فرهنگ صحیح فائق آمدن به این چالش‌ها امری ضروری است. طبق پژوهشی که موسسه مک‌کنزی در خصوص الگوهای اولیه و خصوصیات سازمانی موسسات موفق انجام داد، فرهنگ سازی پروژه‌های کلان IT باید بر پایه سه اصل عمده شکل بگیرد.

اصل اول ترسیم مسیری شفاف است که می‌تواند به کارمندان انگیزه بدهد. سرمایه‌گذاری‌های کلان فناوری می‌تواند بهبود چشمگیر عملکرد کاری را به دنبال داشته باشد، اما اغلب در روند روزانه و جاری پروژه آنچه به فراموشی سپرده می‌شود تمرکز بر ارزش کسب و کار است. برپایی نشست و جلسات عمومی می‌تواند ارزش

نتیجه‌ای در حال اجرا بود، موفقیت بزرگی محسوب می‌شد. علاوه بر این، رویکردهای اتخاذ شده در این برنامه به کل سازمان تعمیم داده شد و مزایای ثانویه ایجاد قابلیت در تمام سازمان نمود پیدا کرد.

ایجاد مرکز بهینه سازی

یکی دیگر از راه‌های بهبود قابلیت‌های مدیریت پروژه ایجاد مرکز بهینه سازی است؛ نهادی که ارائه دهنده مدیریت، تخصص، بهترین شیوه‌های کاری، حمایت و آموزش باشد. یکی از سازمان‌های مهم دولتی که در اجرای پروژه‌های IT خود شکست بزرگی را متقبل شده و در امور استعداد‌های مدیریتی و حمایت‌های تجاری به مشکل برخورد کرده بود، از این شیوه بهره گرفت. این سازمان نتوانسته بود برای پروژه‌های خود که بخش‌ها و واحدهای مختلف این سازمان را دربرمی‌گرفت یک مالک تجاری (Business owner) واحد بیابد و همچنین با کمبود استعداد‌های مدیریتی IT مواجه بود. در نتیجه گروه مدیریت برنامه به نیروهای خارج از سازمان متوسل شد و به این ترتیب استعداد‌های مدیریتی برنامه و متخصصان ارشد IT در مرکز بهینه سازی گردهم آمدند. مرکز بهینه سازی امکان پیشرفت و ترقی را برای مدیران برنامه فراهم کرد، در حالی که آنها قبل از تشکیل این مرکز مسیری یکنواخت را طی می‌کردند. علاوه بر این، تشکیل مرکز بهینه سازی به عنوان یک سازمان مجزا باعث شد تا این مرکز از محدودیت‌های یک سازمان دولتی در تعیین معیار پرداخت دستمزد رها شود و به این ترتیب مرکز بهینه سازی توانست دستمزدهای بالاتری پرداخت کند. مرکز بهینه سازی همچنین توانست ابزار و فرآیندهای لازم برای مدیریت پروژه‌های کلان را جایگزین کند. به عنوان مثال، تمام پروژه‌ها باید به تایید کمیته تجدیدنظر می‌رسید و هیچ یک از آنها بدون حمایت مالی واقعی به اجرا در نمی‌آمد.

عوامل مختلفی در موفقیت این مرکز بهینه سازی نقش داشتند. مهم‌ترین این عوامل برخورداری از حامیان تجاری برتر و قوی بود که این امکان را برای مرکز فراهم می‌کرد تا پروژه‌های کلان استراتژیک را به شکل منسجم و متمرکز به پیش ببرند. مهارت در ایجاد یک چشم‌انداز مستقل از پروژه نیز عامل مهم و اساسی بود. اعضای مرکز بهینه‌سازی، هم باید با نظارت بر کار روند پیشرفت پروژه را مدیریت می‌کردند و هم به عنوان همکارانی مطلع و آگاه تخصص و مهارت لازم را ارائه می‌دادند.

سازمان‌های مختلف برای این که بتوانند بهترین نتایج را از پروژه‌های کلان انتقال فناوری اطلاعات کسب کنند باید به توسعه و پرورش استعداد‌های درون‌سازمانی خود در زمینه مدیریت برنامه و مهارت‌های IT بپردازند. اهرم‌های اصلی تحقق این هدف از اصلاح پاداش‌ها و مسیرهای کاری تا آموزش‌های رسمی و ایجاد مرکز بهینه سازی را شامل می‌شوند. سازمان‌ها باید نسبت به استعداد‌های خودآگاهی و در یافتن راه حل‌های موثر خلاقیت داشته باشند.

ریسک مدیریت یک پروژه کلان را به عهده بگیرد؟ با توجه به ریسک ذاتی پروژه‌های کلان IT، یک مدیر جاه‌طلب، در صورت عدم موفقیت پروژه، باید ریسک شغلی بزرگی را متحمل شود. یک راه محتمل برای حل مساله و پاسخ به سوال بالا این است که با ایجاد پل‌های ارتباطی در داخل سازمان این امکان در اختیار مدیر برنامه گذاشته شود که از بخشی به بخش دیگر رفته و مانند یک مدیر، روند پیشرفت را طی کند. راه دیگر گشایش مسیرهای کاری بین طرف فعال در زمینه IT و موسسه تجاری است. در صورت اتخاذ هر یک از این دو راه باید وظیفه و مقام یک مدیر برنامه ارشد به عنوان زیربنایی برای رسیدن به مسئولیتی مهم‌تر در سازمان در نظر گرفته شود.

ایجاد قابلیت‌های مدیریت پروژه IT

جذب و حفظ استعداد‌های مرتبط و بجا کافی نیست؛ برای تکمیل این اقدامات شرکت‌ها باید به طور نظام مند به ایجاد مهارت‌های مدیریت پروژه‌های IT بپردازند. تمرکز و پرداختن به پیشرفت و ترقی افراد، هم به ایجاد قابلیت و توانمندی گروه‌های کاری می‌انجامد و هم باعث جذب و حفظ نیروهای مستعد می‌شود. به همین دلیل است که سازمان‌ها باید به ارائه ترکیبی از آموزش‌های رسمی و عملی بپردازند و برای مدیریت برنامه از الگوی ایجاد مرکز بهینه‌سازی بهره بگیرند.

آموزش‌های ضمن خدمت و آموزش‌های خارج از محل خدمت

سازمان‌ها می‌توانند دوره‌های آموزشی رسمی را هم در داخل سازمان و هم در خارج از سازمان برگزار کنند. محتوای آموزشی ارائه شده باید مهارت‌های مختلف مدیریتی از جمله مدیریت گروه و مدیریت تغییر و همچنین مهارت‌های عملی مانند برنامه ریزی و مدیریت شرایط فروشنده و مصرف کننده را پوشش دهد.

اگر چه آموزش‌های رسمی مدیریت پروژه، پایه و اساس مهارت‌های موردنیاز است، اما نمی‌توان آن را جایگزین تجربیاتی کرد که در محیط و شرایط حقیقی به دست می‌آیند. در پروژه‌های کلان و بلندمدت باید در همان مراحل اولیه پروژه به ایجاد و توسعه قابلیت‌های گروه اقدام کرد. مسئولان یک سازمان که برای اتمام یک پروژه IT و انتقال فناوری اطلاعات به سازمان با مشکل اساسی مواجه بودند، مجبور شدند برنامه را دوباره شروع کنند و این بار از همان ابتدای کار بر ایجاد قابلیت‌ها متمرکز شدند. در واقع، این بار به مهارت‌هایی پرداخته شد که در موفقیت برنامه‌های پیچیده و کلان بیشترین اهمیت را دارند: مدیریت ذینفعان، تشکیل گروه‌های کارساز (HPTs)، مدیریت فروشندگان و توسعه چابک نرم افزار. مسئولان این پروژه با تلفیق جلسات آموزشی رسمی، آموزش‌های ضمن خدمت و الگوی ارزش‌یابی هم‌تا توانستند گروهی تشکیل دهند که فقط در عرض ۹ ماه اولین دستاورد عمده خود را ارائه داد - که با توجه به این که قبل از شروع دوباره، برنامه مورد نظر به مدت دو سال بدون هیچ گونه

باحه خال

زندگی چیست ...

شاعر: حسین کرمی

زندگی دُر گرانِیست به دست من و تو.
 زندگی نیست شمارش که به عادت بشماریم شب و روز، زمان و فصولی در راه.
 زندگی فاصله نیست، زندگی مکث زمان در پس تنهایی نیست.
 زندگی رمز میان دل وابسته ماست.
 زندگی بودن با هم بودن، زندگی ترک همه فاصله هاست.
 زندگی یک غزل است، غزلی پر معناست.
 غزلی پر شده از شور وصال، همه ابیات احساس و همان معنی احساس به هم پیوسته.
 زندگی باور ماست.
 زندگی حسرت پنهان شده در پرده اوهام تفکرها نیست، زندگی را تو به حسرت مَفروش.
 زندگی باور ماست.
 زندگی چیدن یک میوه سرخ ز درخت دوستی.
 زندگی بوی خوش گل وسط باغچه است، فصل بهار. زندگی لذت بوسیدن یک برگ گل است.
 زندگی یک نفس است. نفس را تو به حق مَفروش. حق هقی از سر غم، درد و جدایی از یار.
 زندگی حبس نفس در پی یک دیدار است.
 زندگی یوسف محبوس به تشویش زمان خواهد شد، اگرش عشق بگیری از آن.
 زندگی لحظه شیرین شده است ز لب شعله عشق و همی بوسه به گیسوی نگار.
 زندگی طعم خوش لمس تن خاطره هاست.
 زندگی هر چه که هست به سخاوت زیباست و به مهری که میان همه آدمهاست.
 زندگی خط زدن آلام است و رسیدن به در خانه دوست پی آرامش محض، پی خوشبختی ناب.
 زندگی ذوق رسیدن به خداست و خدایی که تمامش خوبیست و سراسر زیباست.
 زندگی بوسه به دستان خداست.
 ... زندگی؛ زندگی را تو همی دوست بدار.

تن تان به سامان

ترجمه و ویراستاری: نیلوفر فیاض

(کارشناس مدیریت امور بازاریابی و توسعه مشتریان)

به دلیل نشستن مدت طولانی بر صندلی در محل کار، احتمال مبتلا شدن به شانه و زانو درد زیاد است. اینجا چند نرمش کوتاه برای جلوگیری از این درد، به شما پیشنهاد می شود:



سپس، تا جایی دست هایتان را در کنار تان آویزان کنید که ران هایتان، بالاتنه شما را لمس کند. سرتان را بین زانو هایتان قرار دهید و تقریباً ۳۰ ثانیه در همان حالت استراحت کنید.



به طور کامل بر صندلی خود بنشینید و قوز نکنید. اندازه و ارتفاع صندلی خود را متناسب با بدن تنظیم کنید. از صندلی ای استفاده کنید که قابل تنظیم باشد.



دست هایتان را از پشت بیاورید بالا و قفل کنید. تا جایی که می توانید دست های خود را به سمت بالا بکشید و به مدت یک دم و بازدم ننگه دارید.



بالا و پایین دست ها را در راستای ران و پای راست (پایی که ۹۰ درجه قرار گرفته باشد) قرار دهید. ران شما نباید به طوری قرار بگیرد که به کف میز برخورد کند. همچنین پاهایتان باید جای کافی زیر میز داشته باشند تا تحت فشار نباشند.



حال، دستانتان را به موازات شانه ها، روی میز بگذارید و با صندلی به سمت عقب بروید تا حدی که دست ها و پشت، صاف شود؛ سپس به آرامی برای مدت دو تا سه نفس، بالاتنه را به سمت پایین بکشید.



صاف بر صندلی خود بنشینید و دستانتان را به صورت عمودی به سمت عقب بکشید، سپس یک نفس عمیق بکشید. دستان خود را بیشتر به سمت عقب بکشید و این کار را به فاصله دو تا سه بار تنفس انجام دهید.



تمریناتی با کشش کم
دستانتان را پشت سرتان قفل کنید. سعی کنید آرنج‌های خود را تا جایی که ممکن است از هم دور کنید. به اندازه چند ثانیه و یک نفس عمیق در همین وضعیت بمانید.



دستان خود را پشت سرتان قفل کنید. همان‌طور که آرنج‌ها در راستای گوش قرار دارد، آرام به سمتی خم شوید و برای سه تا چهار نفس در آن حالت بمانید و سپس به سمت دیگر برگردید.



آرنج‌هایتان را از عقب به سمت جلو بگذارید و سرخود را بین دو دست خود قرار دهید. چانه خود را تا جایی که ممکن است به سمت قفسه سینه نزدیک کنید. به این نکته توجه کنید که در حین انجام نرمش، از قوس شدن قفسه سینه جلوگیری کنید.



پای راست خود را روی پای چپ قرار دهید. حالا از نیم تنه خود به سمت راست بچرخید. دست خود را روی پای راست قرار دهید و دست دیگر را روی دسته صندلی (به حالت استراحت) قرار دهید. در این حالت به مدت ۳۰ ثانیه بمانید و سپس جای دست‌ها را با هم عوض کنید.



فکرهای بزرگ کوه‌کانه



موقعیت‌های جدید به کار برند. «تدریس با چالش عقلانی» یکی از ویژگی‌های اصلی معلمان کارآمد و مدارس موفق شناخته شده است.

تفکر تنها لذت آفرین نیست، می‌تواند مفید هم باشد. همزمان، بر سر این موضوع نیز بحث می‌شود که باید اصول سه گانه خواندن، نوشتن و حساب با اصل چهارمی به نام استدلال تکمیل شود. این نگرش رو به مبانی اولیه، اظهار می‌کند پایه اصلی رشد معیارها، حتی در اساسی‌ترین مهارت‌های موجود در برنامه‌های آموزشی، آموزش تفکر و استدلال است. این نگرش مدعی است که مهم‌ترین سرمایه هر جامعه، تدابیر هوشمندانه افراد آن است. جامعه موفق، جامعه‌ای متفکر است؛ جامعه‌ای که در آن استعداد علم‌آموزی شهروندان به کامل‌ترین حد و دائم‌العمر، شکوفا شود. اگر تفکر همان درک تجربه باشد، پس بچه‌ها می‌توانند با مدد گرفتن برای بهتر فکر کردن، از هر چه می‌بینند، می‌گویند یا انجام می‌دهند، بیش‌تر بیاموزند. تفکر انتقادی برای درک دانش در هر زمینه‌ای لازم است. بخشی از ضرورت متعارف در آموزش مهارت‌های تفکر نتیجه افزایش آگاهی از این نکته است که جامعه تغییر کرده و مهارت‌هایی که برای نسل قبل مفید بوده‌اند دیگر نمی‌توانند دانش‌آموزان را برای جهان خارج از مدرسه مجهز کنند. آهنگ تحولات در سطح اجتماع چنان شتاب گرفته که دیگر تعیین سواد واقعی مورد نیاز آیندگان دشوار است و این امر مدارس را ملزم می‌کند توجه خود را کم‌تر به ارائه اطلاعات و بیش‌تر به آموزش یادگیری و تفکر مستقل به دانش‌آموزان معطوف کنند. دانش‌آموزانی که قرار است در آینده با جهانی غیر قابل پیش‌بینی مواجه شوند، ناچارند مهارت‌هایی را بیاموزند که تا حد ممکن آنها را بر زندگی و علم مسلط سازد و به همین سبب آنها باید تا جایی که می‌توانند نقادانه و خلاق تر فکر کنند و از موضوع‌ها و مسائل جهان آگاهی یابند.

پرورش ذهن، قسمتی از تعلیم و تربیت است، زیرا این نیز قسمتی از همان انسان بودن است. طبق این نگرش، کار اصلی تعلیم و تربیت، آموزش تفکر انتقادی، خلاق و کارآمد به کودکان است.

دلیل دیگر آموزش تفکر این است که ما از نوع صحیح چالش عقلانی لذت می‌بریم. مغز ما برای حل مسئله سیم کشی شده است و از معماهایی که می‌توانیم حل‌شان کنیم، خوش‌مان می‌آید. پژوهش در سطح کلاس‌های مدارس از این دیدگاه حمایت می‌کند که دانش‌آموزان، بیش‌تر در کلاس‌هایی با انگیزه و فعال ظاهر می‌شوند که آنها را به فعالیت هوشی وادار کند. معلمانی را دوست دارند که بیش‌تر، آنها را به فکر وامی‌دارند. درس‌هایی را ترجیح می‌دهند که برای مثال از آنها بخواهند تفسیر کنند، تجزیه و تحلیل کنند، اطلاعات را دستکاری کنند و یا دانش و مهارتی را که آموخته‌اند در مسائل تازه و

یاد دهیم متفکرانی بهتر شوند، کاری منطقی و اخلاقی است و می‌توان آن را به منزله تحقق طبیعت انسانی افراد در اثر فرایند ویژه آموزش و پرورش دانست. این فرایند نیازمند مجموعه جداگانه‌ای از مهارت‌های تفکر است و همچنین برای پرورش نگرش و منش ایجاد شده است. آموزش تفکر تنها برای انتقال مهارت‌ها نیست، چرا که اگر قرار باشد این مهارت‌ها به کار گرفته نشوند، زاید خواهد بود. اگر این همه مهارت‌های تفکر در دنیا، با همه ظرفیتی که صرف آنها شده بی استفاده بمانند، همه باطل خواهند شد. اگر قرار باشد آموزش تفکر موفقیت آمیز شود، باید هر آن چه نیروی تفکر را برمی‌انگیزد و تقویت می‌کند، مورد نظر باشد. نه تنها باید مهارت‌های تفکر را به کودکان بیاموزیم، بلکه لازم است روحیه پرسشگری و خوی تعهد به کاوشگری را در آنها برانگیزیم و آنها را تشویق کنیم تا باور کنند تفکر برایشان میسر، مجاز و ثمربخش است.

مهارت‌های ما چیز خاصی از هویت ما را بازگو نمی‌کنند، چراکه ارتباطی با شخصیت، نیازها یا ارزش‌های ما ندارند و همین موارد هستند که از ما افراد مختلفی می‌سازند. انسان بودن یعنی برخورداری از قوه درک خویشتن، شامل خود متفکر و یادگیرنده و برخورداری از قوه درک دیگران هنگام ارتباط با آن‌ها. چشم اندازی گسترده از اهداف آموزش و پرورش، خود می‌تواند موجب گسترش ارزش‌ها و منش‌های خردمندانه‌ای چون توجه، تمرکز، همکاری، سازماندهی، استدلال، تجسم و کاوش شود. باید به پرورش روحیاتی مانند حقیقت‌جویی، صداقت و احترام به دیگران اهمیت دهیم. هدف اساسی مباحثه فلسفی با کودکان، پرورش همین فضائل خردمندانه است.

به کار گرفتن ذهن در چالش عقلانی علاوه بر این که موجب لذت و موفقیت در دنیایی می‌شود که لحظه به لحظه در حال تغییر است، می‌تواند خصوصیت‌های اخلاقی و فضیلت‌ها را نیز تعالی بخشد. ستودگی خردمندانه را می‌توان به صورت مجموعه پیچیده‌ای از صفاتی مثل کنجکاوی، با ملاحظه بودن، شهامت بخردانه و سماجت در طلب حقیقت، تمایل به تأمل و تحلیل، درایت و اصلاح خود، استقبال از عقاید دیگران و اصول دیگری در نظر گرفت که به واسطه عمل، پرورش یافته‌اند. این‌ها ویژگی‌هایی هستند که می‌بایست با تفکر مستقل و تفکر همراه با دیگران تجربه شوند.

آموزش تفکر به کودکان، مهارت‌های تفکر، روانشناسی کودک - روان شناسی کودکان و نوجوان فکرهای بزرگ کودکان

مطرح کردن پرسش‌های فلسفی برای بچه‌ها می‌تواند سبب شود ویژگی‌هایی مثل دوری از تعصب فکری، جزم‌اندیشی و محترم داشتن دیگران در شخصیت انسان جا بیفتد. این که به بچه‌ها



برنامه ریزی مؤثر: ۵۲ دقیقه کار، ۱۷ دقیقه استراحت

سهیل قدری

(کارشناس ارشد مدیریت امور بازاریابی و توسعه مشتریان)

استراحت می‌کنند. در طول ۵۲ دقیقه کار شما کاملاً بر روی انجام وظایف و پیشرفت متمرکز هستید درحالی‌که در طول ۱۷ دقیقه استراحت فکر شما کاملاً از محیط کار دور شده و کاملاً استراحت می‌کنید؛ در این زمان خبری از چک کردن ایمیل‌ها هر ۵ دقیقه و یا "سر زدن به فیس‌بوک" نخواهد بود.

همچنین اگر پشت میز کار نشسته‌اید در اوقات استراحت بلند شوید، چرخشی بزنید و حالت خود را عوض کنید.

همچنین می‌توانید به جای ۵۲ و ۱۷ دقیقه از تکنیک ۲۵ و ۵ دقیقاً استفاده کنید. انتخاب یکی از این دو تکنیک به نوع کارتان بستگی دارد. ممکن است در طول ۲۵ دقیقه نتوانید کاری را پیش ببرید و پنج دقیقه استراحت رشته افکار شما را پاره کند؛ شاید هم برعکس کارتان آنقدر سنگین باشد که پس از ۲۵ دقیقه حتماً نیاز به استراحت داشته باشید.

منبع: www.lifehacker.com

حتماً شنیده‌اید که برای انجام هر کار طولانی بهتر است دقایقی برای استراحت میان کار در نظر بگیرید؛ اما مدت زمان کار و استراحت باید دقیقاً چقدر باشد؟ طبق آخرین تحقیقات ۵۲ دقیقه کار و ۱۷ دقیقه استراحت.

وقتی در حال درس خواندن برای یک امتحان دشوار هستید، پشت میز کار خود در اداره نشسته‌اید و یا پروژه مهمی را در دست انجام دارید، بهتر است برای پایین نیامدن بازده حتماً بازه‌های استراحت را میان کار در نظر بگیرید. بر اساس آمار اپلیکیشن نظارتی **DeskTime** ده درصد مردم که بیشترین بازده را در کارهایشان دارند پس از مدتی کار کردن چند دقیقه استراحت می‌کنند. وبلاگ این اپ این گونه می‌نویسد:

دلیل این که ۱۰ درصد برتر کاربران ما از نظر بازدهی، می‌توانند در کمترین زمان ممکن بیشترین کار را انجام دهند این است که زمان کاری برای آنها مانند دوییدن است. آنها ۵۲ دقیقه را با جدیت کار می‌کنند و ۱۷ دقیقه بعدی را برای شروع فعالیت بعد





تا ۴ برابر مبلغ سپرده خود از بانک سامان تسهیلات بگیرید

بانک سامان در راستای رفع نیازهای مصرفی و ضروری هم‌وطنان، بسته تسهیلاتی «نگین» را عرضه کرد. به گزارش اداره روابط عمومی بانک سامان، تمام دارندگان سپرده سرمایه‌گذاری کوتاه‌مدت نگین که فاقد سابقه چک برگشتی و مطالبات غیرجاری در نظام بانکی کشور باشند، می‌توانند از این تسهیلات بهره‌مند شوند. بر اساس این گزارش، در این بسته، بر اساس مدت سپرده‌گذاری، از ۲۰ میلیون تا یک میلیارد ریال تسهیلات به مشتریان اعطا می‌شود. این گزارش حاکی است، در این طرح مشتریان با ۳ ماه تا ۱۲ ماه سپرده‌گذاری، از یک برابر تا ۴ برابر سپرده خود از بانک سامان تسهیلات می‌گیرند. بازپرداخت این تسهیلات نیز از ۲۴ ماه تا ۶۰ ماه خواهد بود. علاقمندان به استفاده از این تسهیلات، جهت کسب اطلاعات بیشتر، می‌توانند به یکی از شعب بانک سامان در سراسر کشور مراجعه کرده و یا با مرکز سامان ارتباط به شماره ۰۲۱-۶۴۲۲-۰۲۱ تماس بگیرند.

تیم ملی والیبال با بدرقه بانک سامان عازم رقابت‌های جهانی شد



تیم ملی والیبال با بدرقه بانک سامان عازم رقابت‌های جهانی شد

تیم ملی والیبال جمهوری اسلامی ایران باامداد دوشنبه سوم شهریور با بدرقه بانک سامان، برای شرکت در رقابت‌های قهرمانی مردان جهان در لهستان، تهران را به مقصد ورشو ترک کرد.

به گزارش اداره روابط عمومی بانک سامان، کاروان ملی‌پوشان والیبال در دو گروه ۱۸ نفره و هشت نفره شامل بازیکنان، کادر فنی، ماساژور، خبرنگار و سایر افراد کاروان درحالی راهی مسابقات شد که با هماهنگی صورت گرفته از طرف بانک سامان، تمام اعضای کاروان از طریق جایگاه CIP فرودگاه

امام خمینی (ره) راهی مسابقات شدند تا با کاهش زمان توقف تیم در فرودگاه، خستگی و استرس بازیکنان کمتر شود. بر اساس این گزارش، هجدهمین دوره مسابقات والیبال قهرمانی مردان جهان در حالی از هشتم شهریور ماه لهستان آغاز می‌شود که تیم ایران همراه با تیم‌های ایتالیا، بلژیک، آمریکا، پرتوریکو و فرانسه در گروه D مسابقات قرار دارد.

تیم ملی والیبال کشورمان پیش از این رقابت‌ها دو بازی دوستانه با استرالیا در شهر بلکاتوف خواهد داشت. گفتنی است، بانک سامان در سال‌های ۱۳۹۲ و ۱۳۹۳ به‌عنوان حامی، پشتیبان فدراسیون و تیم‌های ملی والیبال جمهوری اسلامی ایران بوده است.

بانک سامان ۸۰۰۰ میلیارد ریالی شد

با تصویب سهام‌داران بانک سامان، سرمایه این بانک با افزایشی یک هزار و ۴۱۲ میلیارد ریالی به رقم ۸ هزار میلیارد ریال افزایش یافت.

به گزارش اداره روابط عمومی بانک سامان، مجمع عمومی فوق‌العاده بانک سامان با حضور بیش از ۷۱،۶۳ درصد سهام‌داران حقیقی و حقوقی و نماینده سازمان بورس و اوراق بهادار، ۱۲ مرداد ۹۳ در مجموعه فرهنگی - ورزشی تلاش تهران برگزار شد.

بر اساس این گزارش، در این مجمع، سرمایه بانک سامان از ۶ هزار و ۵۸۸ میلیارد ریال به ۸ هزار میلیارد ریال افزایش یافت. بر اساس این گزارش، در مجمع فوق‌العاده بانک سامان، اساسنامه جدید بانک و انتشار اوراق مشارکت قابل تبدیل به سهام مورد بررسی قرار گرفت که با توجه به نظرات سهام‌داران، انجام آن مشروط به بررسی بیشتر این امر از سوی سهام‌داران شد.

بانک سامان تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج می‌دهد

بانک سامان به زوج‌های جوان متقاضی، تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج پرداخت می‌کند. به گزارش اداره روابط عمومی بانک سامان، زوج‌های جوانی که از تاریخ ثبت عقد آنها بیش از یک سال خورشیدی نگذشته باشد، می‌توانند با مراجعه به سامانه قرض‌الحسنه ازدواج بانک مرکزی به نشانی <http://ve.cbi.ir> و انتخاب بانک سامان، از این تسهیلات بهره‌مند شوند.

این گزارش حاکی است، ثبت‌نام در سامانه و انتخاب بانک سامان برای دریافت تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج برای تمام متقاضیان اعم از این‌که نزد بانک سپرده‌ای داشته باشند یا خیر امکان‌پذیر است.

بر اساس این گزارش، به هریک از زوجین از ۳۰ تا ۵۰ میلیون ریال تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج، بر اساس شرایط و ضوابط بانک مرکزی و با کارمزد ۴ درصد سالانه پرداخت می‌شود که بازپرداخت آن در ۳۶ قسط مساوی خواهد بود.

گفتنی است، مرکز سامان ارتباط با شماره ۰۲۱-۶۴۲۲ در تمام ساعات شبانه‌روز، آماده پاسخ‌گویی در خصوص این خدمت و سایر خدمات و محصولات بانک سامان است.

افزایش ظرفیت خدمات تخصصی بانک سامان در حوزه بازرگانی بین‌المللی

بانک سامان در راستای افزایش کیفیت ارائه خدمات ارزی به مشتریان، شیوه ارائه این خدمات را تغییر داد. به گزارش اداره روابط عمومی بانک سامان، در ساختار جدید ارائه خدمات ارزی، بانک برای پاسخ‌گویی تخصصی و جامع به تجار و بازرگانان کشور، از این پس از طریق ۲۹ شعبه به‌طور اختصاصی به ارائه خدمات ارز بازرگانی می‌پردازد. بر اساس این گزارش، از این پس انجام تمام امور مربوط به اعتبارات اسنادی وارداتی، اعتبارات اسنادی داخلی، بروات اسنادی وارداتی اعم از دیداری و مدت‌دار، اعطای تسهیلات ارزی و صدور حواله ارزی به‌طور اختصاصی در شعب ویژه و منتخب ارزی و توسط بانکداران ارزی انجام می‌شود.

این گزارش می‌افزاید: خدمات ارز غیربازرگانی شامل افتتاح انواع حساب ارزی برای اشخاص حقیقی و حقوقی، انتقال وجه بین حساب‌های ارزی مشتریان در بانک، تبدیل ارز، واریز و برداشت از حساب‌های ارزی، پذیرش چک‌های ارزی بانک سامان و سایر بانک‌ها، پذیرش درخواست گواهی تمکن مالی به زبان‌های انگلیسی و فارسی و فروش انواع ارز دانشجویی، مسافرتی، زیارتی، درمانی و فرصت‌های مطالعاتی نیز همچون گذشته در تمام شعب بانک سامان در سراسر کشور ارائه می‌شود.

این گزارش حاکی است، اسامی شعب منتخب ارزی بانک سامان در تهران شامل شعب آفریقا، مرکزی، باغ فردوس، پاسداران، اقدسیه، میرداماد، سعادت آباد، میدان ونک، جام جم، آرژانتین، شهید بهشتی، امین حضور، بازار، آفریقای شمالی و ولی عصر - زرتشت است. همچنین شعب اصفهان، زاینده رود اصفهان، بلوار جمهوری یزد، مشهد، سجاد مشهد، ارومیه، ساری، تبریز، بازار تبریز، قم، شیراز، آمل، کیش و اروند در شهرستان‌ها نسبت به ارائه خدمات ارزی اقدام خواهند کرد.

گفتنی است، هموطنان جهت کسب اطلاعات بیشتر می‌توانند به یکی از شعب بانک سامان در سراسر کشور مراجعه کنند یا با مرکز سامان ارتباط به شماره ۰۲۱-۶۴۲۲ تماس بگیرند.

بانک سامان در فرودگاه اهواز هم ارز مسافرتی تحویل می‌دهد

بانک سامان با مجوز بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، از این پس علاوه بر فرودگاه امام خمینی (ره)، در فرودگاه بین‌المللی اهواز نیز ارز مسافرتی هم‌وطنان را تحویل می‌دهد. به گزارش اداره روابط عمومی بانک سامان، عموم هم‌وطنان می‌توانند با مراجعه به هریک از شعب بانک سامان در سراسر کشور و پرداخت معادل ریالی با نرخ اعلامی بانک مرکزی ارز مسافرتی مورد نیاز خود را خریداری کنند. بر اساس این گزارش، هریک از هم‌وطنان در سال می‌تواند معادل ۳۰۰ دلار ارز مسافرتی یا معادل ۲۰۰ دلار ارز زیارتی به نرخ مبادله‌ای دریافت کنند. لازم به ذکر است هر مسافر در طی یک سال تنها مجاز خواهد بود از یکی از ارزهای قابل ارائه دولتی، مسافرتی یا زیارتی استفاده کند. متقاضیان خرید ارز مسافرتی می‌توانند با همراه داشتن گذرنامه معتبر، بلیت کاغذی یا الکترونیکی مسافرت هوایی (یک‌سره یا دوسره و مهمور به مهر آژانس هواپیمایی)، ویزای کشور مقصد (در صورت لزوم) و اصل فیش پرداخت عوارض خروج از کشور به یکی از شعب بانک سامان مراجعه کنند. (به افرادی که ویزای مهاجرتی، خدمت و یا اقامت کشوری به غیر از ایران را داشته باشند ارز مسافرتی تعلق نمی‌گیرد) این گزارش حاکی است، ارز مسافرتی خریداری شده از شعب بانک، در قبال رسید فروش ارز مسافرتی و مدارک شناسایی معتبر، در باجه بانک سامان در فرودگاه امام خمینی (ره) یا فرودگاه بین‌المللی اهواز پس از گیت خروجی تحویل متقاضیان می‌شود. شایان ذکر است، فروش ارز مسافرتی به افرادی که در سال‌های قبل ارز مسافرتی دریافت کرده‌اند، اما مهر خروج از کشور در گذرنامه آنها درج نشده است، امکان‌پذیر نیست. این گزارش می‌افزاید: ارائه خدمات برای خرید ارز مسافرتی، محدود به مشتریان بانک سامان نیست و تمام هم‌وطنان می‌توانند از این خدمت بانکی بهره‌مند شوند. گفتنی است، هم‌وطنان جهت کسب اطلاعات بیشتر می‌توانند به یکی از شعب بانک سامان در سراسر کشور مراجعه کنند یا با مرکز سامان ارتباط به شماره ۰۲۱-۶۴۲۲-۰۲۱ تماس بگیرند.

سامانیان چک‌های طلایی و مشکی می‌گیرند

بانک سامان به منظور ایجاد تمایز در خدمات بانکی قابل ارائه به سامانیان، دسته چک‌های این گروه مشتریان را با طرح و رنگ ویژه طراحی کرد. به گزارش اداره روابط عمومی بانک سامان، این چک‌ها در دو طرح طلایی مخصوص مشتریان ویژه و ویژه افتخاری و طرح مشکی برای مشتریان خاص چاپ شده و جهت ارائه به مشتریان در اختیار شعب قرار گرفته است. بر اساس این گزارش، چک‌های جاری سامانیان از لحاظ ماهیت و شرایط و قوانین ناظر بر صدور و استفاده آن، کاملاً مشابه و مطابق سایر چک‌های جاری بانک است و تفاوت آنها با چک‌های عادی، تنها در رنگ و ویژگی‌های ظاهری آن است. این گزارش می‌افزاید: تمام چک‌های بانک سامان از کاغذ مخصوص واترمارک با الیاف نامرئی فیبر نوری و نام و نشان‌واره بانک به صورت نامرئی، پراکنده و فقط در پرتو UV قابل مشاهده است. این کاغذ همچنین به مواد شوینده و پاک کننده همچون سفیدکننده‌ها، اسیدها، بازها، مواد قطبی و غیرقطبی در کاغذ حساس است. علاقمندان به کسب اطلاعات بیشتر می‌توانند با شماره تلفن ۰۲۱-۲۲۶۶۱۰۶۹ مرکز خدمات مشتریان برتر تماس بگیرند.

از فروشگاه اینترنتی بانک سامان شارژ تالیا بخرید

فروش شارژ سیم‌کارت‌های تالیا از فروشگاه اینترنتی بانک سامان آغاز شد. به گزارش اداره روابط عمومی بانک سامان، با ایجاد خدمت جدید، خرید شارژ تالیا با مبلغ ۲۰ هزار، ۵۰ هزار، ۱۰۰ هزار و ۲۰۰ هزار ریالی امکان‌پذیر شد. بر اساس این گزارش، فروشگاه اینترنتی بانک سامان با هدف بهره‌برداری راحت‌تر مشتریان از خدمات خرید اینترنتی، از شهریور ۹۲ افتتاح شده و از طریق نشانی <https://shop.sb24.com> در دسترس کاربران قرار گرفته است. در این فروشگاه، علاوه بر امکان پرداخت تمام قبوض خدماتی، دارندگان انواع سیم‌کارت‌های اعتباری تلفن همراه کشور (تالیا، همراه اول، ایرانسل و رایتل) می‌توانند سیم‌کارت خود را به میزان دلخواه شارژ کنند. گفتنی است، مرکز سامان ارتباط با شماره ۰۲۱-۶۴۲۲-۰۲۱ به صورت بیست و چهار ساعته پاسخگوی پرسش‌ها و مشکلات احتمالی مشتریان درباره فروشگاه اینترنتی است.

حمایت بانک سامان از مددجویان بنیاد کودک



بنیاد کودک موسسه خیریه ای است که با اهدافی انسان دوستانه فعالیت خود را از ۲۰ سال پیش با کسب مجوز رسمی از وزارت کشور آغاز کرده است. این موسسه مردم نهاد - غیر دولتی، غیر سیاسی - با تکیه به حفظ کرامت انسانی و نیز با بهره مندی از مهرورزی هموطنان داخلی و خارجی، بر حمایت از تحصیل دانش آموزان مستعد اما نیازمند که به دلایل مختلف نان آور خانواده را از دست داده اند، متمرکز بوده و همواره تلاش کرده است که این دانش آموزان را از خطر حتمی ترک تحصیل به دلیل فقر اقتصادی برهاند. ناگفته پیداست که کودکان در خانواده هایی که با معضلات و نابسامانی های اقتصادی دست به گریبانند، در معرض خطر ترک تحصیل هستند و عموماً دختران در سنین نوجوانی مجبور به ازدواج های زود هنگام و پسران جهت تأمین و دستیابی به منابع درآمد، وارد بازار کار می شوند. بنیاد کودک در این میان می کوشد این دانش آموزان مستعد، تحصیل را رها نکنند و مصرانه تلاش می کند با حمایت از آنها، سطح فرهنگ خانواده و در پی آن جامعه فردا را تغییر دهد. بنیاد کودک در این راستا و پس از ۲۰ سال فعالیت، اکنون بیش از ۶۸۰۰ مددجو را در سراسر ایران حمایت می کند و تاکنون نیز توانسته است بیش از ۱۰۰۰۰ مددجو و خانواده های ایشان را حمایت کرده و عموماً به سرمنزل مقصود برساند. این موسسه امروزه دارای ۲۳ شعبه داخلی در سراسر کشور و ۵ شعبه برون مرزی در سطح بین الملل می باشد و از آنجا که در تمام دوران فعالیت نیکوکارانه خود، دارای ساختاری شفاف، روشن و به روز بوده است، با ارائه مدارک و اسناد به مراجع ذی صلاح، از سال ۲۰۰۵ تاکنون موفق به دریافت مقام مشورتی ویژه ECOSOC از سازمان ملل متحد شده است. همچنین این موسسه

مبتنی بر عملکرد پاسخگویی خود که برخاسته از ساختاری نظام مند و پر وضوح است، توانسته گواهی نامه استاندارد جهانی "SGS" را به دست آورده و همه ساله آن را تمدید نماید.

بنیاد کودک به منظور جلب اعتماد هرچه بیشتر نیکوکاران و نیز امکان پاسخگویی مستند به اذهان عمومی در سراسر جهان از ۱۶ سال پیش به دعوت خود، توسط حسابرسان قسم خورده، حسابرسی شده است که گزارش این حسابرسی ها در پایان هر سال مالی، ترجمه و به تمامی شعب برون مرزی ارائه می گردد. بدیهی است ارائه این گزارشات به تفکیک سال همواره برای مؤسسه مقدور و میسر می باشد.

همچنین بنیاد کودک در پی گفتگو با هیات دولت در سال ۸۶ موفق شد مجوزی دریافت نماید که براساس آن همیاران می توانند مبالغ اهدایی خود به موسسه را در قالب هزینه های قابل قبول مالیاتی ارائه نمایند.

اکنون بنیاد کودک در راستای گسترش سطح همکاری های خود و الزام حمایت از نسل آینده که دارای استعداد ولی در خطر ترک تحصیل می باشد مشارکتی انسان دوستانه را با بانک سامان آغاز کرده است. در این مشارکت بانک سامان از ۸۵ دانش آموز با استعداد اما نیازمند، تحت پوشش بنیاد کودک حمایت می کند. این مهم با همکاری بین بانک و بنیاد کودک، در زمینه های مختلف دیگری نیز می باشد. حمایت از خانواده های پرتوان ولی محروم از نظر مالی به جهت اشتغالزایی، پشتیبانی از دانشجویان مستعد در جهت موفقیت های بیشتر درسی و شغلی، حمایت از کودکان تحت پوشش به منظور تشویق بیشتر به وسیله هدایای تولد و عیدی و امید است در آینده نزدیک همکاری های بیشتری بین بانک سامان و این بنیاد معتبر در جهت کاهش نیازهای قشر آبرومند ولی نیازمند جامعه قدم های محکمتری صورت پذیرد.

شماره حساب بنیاد کودک در بانک سامان:

۸۰۵-۸۱۰-۹۶۰۸۳۸-۱

امشارکت بانک سامان در طرح غربالگری سرطان سینه

سرطان سینه یکی از شایع ترین انواع سرطان در میان زنان است که در مراحل اولیه بیماری شانس درمان و بهبودی قطعی را افزایش می دهد. از این رو به منظور تشخیص زودهنگام، ارتقا سطح سلامت زنان و کاهش هزینه های درمان آن، موسسه خیریه بهنام دهش پور فرآیند طرح غربالگری سرطان سینه را از فروردین ماه سال ۱۳۹۲ آغاز و از دی ماه در رده های سنی ۳۰ تا ۶۹ سال و فارغ از میزان تحصیلات، محل تولد، سکونت و وضعیت تاهل در جامعه آماری ۵۰۰ نفره اجرا گردید. این طرح شامل تشکیل پرونده، آموزش خود آزمایی سینه، معاینات بالینی و آزمایشات تکمیلی می باشد. در صورت مشاهده موارد مشکوک و در صورت نیاز به تامین هزینه های درمانی، موسسه خیریه بهنام دهش پور حمایت و تحت پوشش قرار دادن این افراد را نیز در برنامه کاری خود قرار می دهد.

از مهم ترین اهداف اجرای طرح غربالگری می توان به موارد زیر اشاره کرد:

دستیابی به آمار مستند در یک جامعه آماری نمونه

الگوسازی طرح غربالگری به سازمان ها و ادارات مختلف

راه اندازی مرکز تخصصی پیشگیری و تشخیص زودهنگام سرطان سینه، به منظور ارائه کلیه خدمات از جمله معاینات توسط جراح متخصص، ماموگرافی، سونوگرافی، برگزاری کلاس های آموزشی خودآزمایی سینه، مشاوره تغذیه بهداشت و سلامت.

امید است با راه اندازی این مرکز تخصصی بتوان به زنان جامعه کمک نمود تا با تشخیص به موقع بتوانند، درمان قطعی و کم هزینه ای داشته باشند و این مرکز نیز بتواند به عنوان مرکزی نمونه و قابل الگوبرداری در سایر نقاط کشور از مرگ و میر در میان زنان و هزینه های گزاف درمانی به علت عدم دسترسی به امکانات تشخیص زودهنگام جلوگیری نماید.

حضور تعدادی از مدیران و پرسنل بانک سامان در طرح فوق که یکی از حامیان و همراهان موسسه می باشند، نشانگر توجه موسسه به خیرین و همچنین الگوسازی طرح غربالگری سرطان سینه به سازمان ها و ادارات با دستیابی به آمارهای مستند می باشد. بانک سامان نیز به عنوان یکی از پیشگامان در حوزه سلامت در طرح مذکور شرکت نمودند.

حامیان و نیک اندیشان گرامی، در صورت تمایل نسبت به حمایت مالی، امکان واریز وجه از یکی از حساب های بانکی موسسه موجود می باشد.

شماره حساب بانک سامان در خیریه بهنام دهش پور مختص حامیان: ۱- ۵۰۶۰۷۰۸۰- ۸۱۰- ۸۴۷

شماره حساب بانک ملی (سیبا) شعبه تجریش جهت حمایت از طرح غربالگری سرطان سینه

۰۲۱۵۴۸۴۵۰۰۰۳

جهت اطلاعات بیشتر به سایت موسسه خیریه بهنام دهش پور www.behnamcharity.org.ir مراجعه نمایید.

سامانه سپاس (۲) پرسنل سامان

موضوع	محل خدمت	نام و نام خانوادگی	تاریخ به حروف
رضایت مشتری از عملکرد و حسن رفتار	آفریقا	متین السادات حسینی دهشیری	تیر ۱۳۹۳
رضایت مشتری از عملکرد و حسن رفتار	رسالت-مجیدیه	مصطفی عظیمی	
رضایت مشتری از عملکرد و حسن رفتار		بهروش عزیزی	
رضایت مشتری از عملکرد و حسن رفتار	جام جم	حسن فدایی	مرداد ۱۳۹۳
رضایت مشتری از عملکرد و حسن رفتار		محمد رضا البرزی اوانکی	
رضایت مشتری از عملکرد و حسن رفتار	شعبه استاد شهریار تبریز	کلیه پرسنل	
رضایت مشتری از عملکرد و حسن رفتار			
رضایت مشتری از عملکرد و حسن رفتار	جام جم	رضا بخشی	
رضایت مشتری از عملکرد و حسن رفتار	سجاد مشهد	فاطمه معینی نوده	
رضایت مشتری از عملکرد و حسن رفتار	بانکداری الکترونیک	یلدا خلیلی	
رضایت مشتری از عملکرد و حسن رفتار	قزوین	محمد جهانگیری پاشاکی	

دریافت لوح سپاس موسسه خیریه محک جهت تأمین هزینه‌های درمانی کودکان مبتلا به سرطان



بیمه سامان جهت تأمین بخشی از هزینه‌های درمانی کودکان مبتلا به سرطان موسسه خیریه محک لوح سپاس دریافت کرد. به گزارش روابط عمومی بیمه سامان، این شرکت در تیرماه سال جاری با پرداخت بخشی از هزینه‌های درمان کودکان مبتلا به سرطان موسسه خیریه محک، حامی درمان ۱۰ کودک مبتلا به سرطان به مدت ۵ سال گردید و از سوی هیأت مدیره این موسسه خیریه لوح سپاسی به بیمه سامان اهدا گردید. این گزارش می‌افزاید: با توجه به شیوع بیماری‌های صعب‌العلاج در بین کودکان کشور در سال‌های اخیر، هزینه‌های گزاف معالجات درمانی این بیماران و همچنین تهیه داروهای درمانی مورد نیاز برای آنها، موسسات خیریه را با مشکلات بسیاری همراه کرده است. از این رو بیمه سامان در راستای ایفای نقش مسئولیت اجتماعی خود و مشارکت در فعالیت‌های انسان دوستانه به ویژه کمک به این موسسات خیریه، بهبود حال بیماران و ایجاد امید به آینده در این کودکان را از اهداف و برنامه‌های خود دانسته و در سال‌های اخیر به آن پرداخته است.

راه‌اندازی کانال فروش تلفنی بیمه مسافرتی سامان



بیمه سامان در راستای گسترش و توسعه فعالیت خود در حوزه خدمات بیمه‌ای از ابتدای فصل تابستان ۱۳۹۳ «فروش تلفنی بیمه مسافرتی سامان» را راه‌اندازی نمود.

سروش مساواتی، مدیر بازاریابی و برند بیمه سامان با عنوان این مطلب افزود: با توجه به افزایش سفرهای تابستانی و نیاز به تسهیل خرید بیمه مسافرتی، بیمه‌گذاران محترم می‌توانند علاوه بر دریافت مشاوره رایگان بیمه نامه مسافرتی خود را به صورت تلفنی خریداری نمایند. مساواتی در ادامه افزود: در راستای معرفی این محصول و در جهت آشنایی مسافران عزیز با بیمه نامه‌های مسافرتی، در شرکت بیمه سامان فعالیتهای گسترده‌ای صورت گرفته است. از جمله این اقدامات ارائه این بیمه نامه از طریق باجه‌های فرودگاه امام خمینی (ره)، شعب بانک سامان و آژانس‌های مسافرتی طرف قرارداد نمایندگان بیمه سامان، خرید آنلاین و در نهایت امکان خرید تلفنی بیمه نامه مسافرتی سامان از طریق تماس با این شرکت فراهم گردیده و مسافران عزیز می‌توانند بیمه مسافرتی خود را به صورت تلفنی با کمک پرداخت حق بیمه از طریق کد USSD خرید و از پوشش‌ها و خدمات این بیمه نامه بهره‌مند شوند.

مدیر بازاریابی و برند شرکت بیمه سامان در ادامه به پوشش‌های متنوع این بیمه نامه اشاره کرد و افزود: بیمه مسافرتی سامان هزینه‌های درمانی، فوریت‌های پزشکی و دندانپزشکی، هزینه‌های ناشی از تاخیر در پرواز هواپیما و هزینه خریدهای ضروری ناشی از گم شدن و یا تاخیر در رسیدن چمدان‌ها را پوشش می‌دهد. همچنین این بیمه نامه در زمان مفقود شدن بار یا سرقت مدارک و یا در صورت نیاز به مشاوره حقوقی به مسافران ایرانی در تمامی نقاط جهان امداد رسانی می‌نماید.

گفتنی است مسافران و علاقه‌مندان به حوزه گردشگری و سفر برای کسب اطلاعات بیشتر در خصوص بیمه مسافرتی سامان می‌توانند به پایگاه اطلاع رسانی شرکت بیمه سامان به آدرس www.sic4.ir مراجعه کنند و یا با شماره تلفن ۰۲۱-۸۹۳۰۲۳۰۲ تماس حاصل فرمایند.

بیمه سامان در سال گذشته بیش از ۵۱/۷ میلیارد ریال خسارت در رشته آتش سوزی پرداخت کرد

به گزارش روابط عمومی بیمه سامان، بیشترین خسارت پرداختی بیمه سامان در رشته آتش سوزی غیر صنعتی مبلغ ۲۶,۸۱۳,۸۰۹,۹۱۷ ریال بوده است.

فریبا نقی پور مدیر بیمه‌های آتش سوزی بیمه سامان با عنوان این مطلب افزود: یکی از پرونده‌های بزرگ خسارت مربوط به آتش سوزی یک شرکت دارویی بوده است که پس از برآورد خسارت، مبلغ ۲۰,۰۸۵,۸۸۳,۴۰۰ ریال خسارت به زیان دیده حادثه پرداخت شد. وی با اشاره به اینکه در سال گذشته ۳۴۹ فقره پرونده آتش سوزی در این شرکت تشکیل و به آنها رسیدگی شده است، افزود: این شرکت در مجموع بابت خسارت بیمه آتش سوزی مسکونی بیش از ۱ میلیارد ریال و برای خسارت بیمه آتش سوزی صنعتی بیش از ۲۲ میلیارد ریال در سال ۹۲ به زیان دیدگان خسارت پرداخت کرده است. این در حالی است که پرداخت خسارت نسبت به سال ۹۱، ۶۵۵ درصد افزایش یافته است.

این گزارش می‌افزاید: بیمه سامان در راستای حمایت از بیمه‌گذاران و جلب رضایت و اعتماد سازی با پرداخت به موقع خسارت‌ها، باعث شد بیمه‌گذاران این شرکت با اهدای لوح تقدیر از ارائه خدمات سریع و بهنگام خسارت تشکر و قدردانی نمایند.

حمایت بیمه سامان از شرکت شیمیایی و پلیمر تهران سیکا

بیمه سامان بابت جبران خسارت بیمه نامه صادره برای شرکت شیمیایی و پلیمر تهران سیکا (انبار باسط)، مبلغ ۴۱ میلیارد ریال خسارت، پرداخت نمود.

به گزارش روابط عمومی بیمه سامان، به دنبال وقوع آتش سوزی بر اثر حریق ایجاد شده در شرکت شیمیایی و پلیمر تهران سیکا (انبار باسط) که محل نگهداری مواد شیمیایی بوده کارشناسان آتش سوزی شرکت بیمه سامان به محل وقوع حادثه اعزام و خسارت وارده را برآورد نموده که پس از طی مراحل فنی و اداری در کوتاه ترین زمان مبلغ ۱۴/۸۱۸/۵۱۲/۳۷۳ ریال به این شرکت پرداخت گردیده است. بر اساس این گزارش شرکت شیمیایی و پلیمر تهران سیکا (انبار باسط) واقع در شور آباد انبار عمومی مواد شیمیایی می‌باشد که تاریخ ۳۹/۲/۸۱ دچار حریق شد. بخشی از موجودی‌های این شرکت نزد بیمه سامان تحت پوشش بوده است. این شرکت با پرداخت سریع خسارت، موجب رضایت بیمه‌گذار و تقدیر و تشکر وی از بیمه سامان گردید.

این گزارش می‌افزاید: بیمه سامان پرداخت خسارت‌های کلان در راستای حمایت از بخش‌های تولیدی و اقتصادی، در کمترین زمان ممکن را در رئوس وظایف خود دانسته تا این بخش‌ها در سریع ترین زمان ممکن در مدار تولید قرار گیرند.



کیوسک‌های نظرسنجی بانک سامان



مدیریت امور تحقیقات و برنامه ریزی

ارائه خدمات مطلوب به مشتری مستلزم ایجاد سیستمی است که توانایی کسب نظرات مشتریان را در اختیار داشته و پیش‌بینی‌های دقیقی برای تأمین نیازهای آنان نماید. مشتریان به عنوان یکی از مهم‌ترین شرکای ما، نقش بسزا و مهمی در مدیریت موثر امور دارند. این واقعیت که خواسته‌ها، نیازها و انتظارات مشتریان تغییر می‌یابد، به مفهوم ضرورت بررسی نظرات مشتریان به صورت پیوسته است. بانک سامان به منظور حداکثرسازی نقش مشتریان در سازمان، برنامه‌های نظرسنجی و رضایت‌سنجی از مشتریان را به طور مستمر از طریق روش‌های مختلفی نظیر مصاحبه‌های حضوری، پرسشنامه‌های آن‌لاین

و پستی، ارسال پیامک و کیوسک‌های نظرسنجی و ... اجرا می‌نماید. در این برنامه‌ها که به صورت دوره‌ای صورت می‌گیرد، نظرات مشتریان در مورد موضوعات مختلف از قبیل فرآیند ارائه خدمات، عملکرد پرسنل، نحوه برخورد، سرعت انجام کار و ... جمع‌آوری و مورد بررسی قرار می‌گیرد و در نهایت بر اساس این نظرات، اصلاحات و بهبودهای مورد نیاز در رویه‌های داخلی انجام می‌شود. یکی از مهم‌ترین کانال‌های ارتباطی مشتریان با بانک کیوسک‌های نظرسنجی مستقر در شعب می‌باشد که به جهت سنجش رضایت مشتریان در محل و در زمان ارائه خدمات، سرعت، دقت و راحتی مشتری در فرآیند نظرسنجی از اهمیت بسیار بالایی برخوردارند. باتوجه به اهمیت بالای کسب نظرات مشتریان از این طریق و لزوم تقویت فرهنگ نظرسنجی و مشتری‌مداری در بانک سامان، به مکانیزم‌های انگیزشی برای جذب مشتریان نیز اندیشیده شده است. بدین منظور و برای تشویق مشتریان به ارائه نظرات از طریق کیوسک‌های نظرسنجی جوایزی برای شرکت‌کنندگان در نظر گرفته شده که به صورت قرعه‌کشی آن‌لاین و پس از ثبت نظر و تکمیل فرآیند از طریق نمایش بر صفحه دستگاه به مشتریان برنده اعلام می‌گردد. مشتری منتخب با ارائه کد مربوطه به ریاست شعبه، جایزه خود را دریافت خواهد نمود. بر این اساس اسامی برندگان به شرح جدول زیر می‌باشد.

ردیف	کد شعبه	نام شعبه	نام دریافت کننده	تاریخ برنده شدن
۱	۸۵۲	ترمینال ۲ فرودگاه مهرآباد	محمدرضا دری	۱۳۹۳/۰۵/۰۱
۲	۸۷۳	کریم خان زند	حسین عادل	۱۳۹۳/۰۵/۰۲
۳	۹۳۰۳	سجاد مشهد	اصغر میرسعیدی	۱۳۹۳/۰۵/۰۲
۴	۸۲۰	آفریقای شمالی	رضا مراد زاده	۱۳۹۳/۰۵/۰۴
۵	۸۶۱	اوین	هادی مهردادیان	۱۳۹۳/۰۵/۰۴
۶	۹۰۱	جهانشهر کرج	سعید دشت سیما	۱۳۹۳/۰۵/۰۴
۷	۸۶۰	اختیاریه	حمیدرضا بنایی پور	۱۳۹۳/۰۵/۰۴
۸	۹۲۲۲	خواجه رشید	مهدی افشار	۱۳۹۳/۰۵/۰۴
۹	۸۶۷	دهکده المپیک	حسین الهقلیلو	۱۳۹۳/۰۵/۰۴
۱۰	۸۱۷	یافت آباد	داود جمالی	۱۳۹۳/۰۵/۰۴
۱۱	۸۰۹	میرداماد	لیدا خجسته زنجان	۱۳۹۳/۰۵/۰۴
۱۲	۸۴۷	میدان تجریش	محمد حسن جمالیان	۱۳۹۳/۰۵/۰۵
۱۳	۹۵۶۱	اراک	مریم قنبری	۱۳۹۳/۰۵/۰۶
۱۴	۹۵۴۱	یزد	مرضیه نیکوکاران	۱۳۹۳/۰۵/۰۶

۱۳۹۳/۰۵/۰۶	امین حسن زاده	فرودگاه امام خمینی	۸۴۶	۱۵
۱۳۹۳/۰۵/۰۹	فرزانه سامانی زادگان	ستارخان شیراز	۹۱۰۶	۱۶
۱۳۹۳/۰۵/۰۹	کتایون ردکا	اریکه ایرانیان	۸۱۶	۱۷
۱۳۹۳/۰۵/۰۹	محمدعلی عباسی رشتی	هایپر استار	۸۵۷	۱۸
۱۳۹۳/۰۵/۰۹	علی جعفری بزنجانی	بلوار جمهوری اسلامی یزد	۹۵۴۲	۱۹
۱۳۹۳/۰۵/۰۹	حامد محمدی	خیابان آقابزرگی - الهیه	۸۷۶	۲۰
۱۳۹۳/۰۵/۱۱	حسین ظریف اسکوئی	خیابان جمهوری اسلامی - ابوریحان	۸۶۵	۲۱
۱۳۹۳/۰۵/۱۱	ابراهیم امیرحاجلو	زاینده رود	۹۵۲۱	۲۲
۱۳۹۳/۰۵/۱۲	حمید نادری نژاد	کیش	۹۸۰۱	۲۳
۱۳۹۳/۰۵/۱۲	ابراهیم بایرام پور	ولیعصر تبریز	۹۶۰۲	۲۴
۱۳۹۳/۰۵/۱۳	محمد شعبانی	خیابان لواسانی	۸۵۵	۲۵
۱۳۹۳/۰۵/۱۳	رقیه هشترویدیان	تنکابن	۹۴۲۲	۲۶
۱۳۹۳/۰۵/۱۴	امید مکرمی	دلاوران	۸۴۲	۲۷
۱۳۹۳/۰۵/۱۴	فرهاد دهباشی	پیروزی	۸۲۲	۲۸
۱۳۹۳/۰۵/۱۵	ایرج مقصودی	الهیه	۸۳۸	۲۹
۱۳۹۳/۰۵/۱۶	حسین دامک	۱۷ شهریور تبریز	۹۶۰۳	۳۰
۱۳۹۳/۰۵/۱۶	آتش علیمیرزالو	آفریقا	۸۰۱	۳۱
۱۳۹۳/۰۵/۱۶	مروت قلیزاده	شریعتی اردبیل	۹۶۴۲	۳۲
۱۳۹۳/۰۵/۱۸	خسرو مهتاش	مدرس مشهد	۹۳۰۲	۳۳
۱۳۹۳/۰۵/۱۸	محسن محمدی	یاسوج	۹۲۵۱	۳۴
۱۳۹۳/۰۵/۱۸	محمد پیرمردوند چگینی	سعادت آباد	۸۱۱	۳۵
۱۳۹۳/۰۵/۱۹	مصطفی آشته پور	شهری	۸۱۸	۳۶
۱۳۹۳/۰۵/۲۲	قاسمعلی صاحبان	سه راه اقدسیه	۸۰۸	۳۷
۱۳۹۳/۰۵/۲۵	سیداکرم مظفری	گلزار رشت	۹۴۰۱	۳۸
۱۳۹۳/۰۵/۲۵	مجید معصومی	فلکه جهاد	۹۰۰۲	۳۹
۱۳۹۳/۰۵/۲۵	محمد کبیری	نیاوران	۸۷۴	۴۰
۱۳۹۳/۰۵/۲۵	محمد اسکندری	خیابان ولیعصر - زرتشت	۸۶۲	۴۱
۱۳۹۳/۰۵/۲۵	مرتضی رضایی	قزوین	۹۲۰۱	۴۲
۱۳۹۳/۰۵/۲۵	علی اکبر دیندار صفا	میدان معلم تبریز	۹۶۰۶	۴۳

۱۳۹۳/۰۵/۲۵	علی جورابیچی مخصوص	باغ فردوس	۸۰۴	۴۴
۱۳۹۳/۰۵/۲۵	محسن رشیدی	ایلام	۹۲۶۱	۴۵
۱۳۹۳/۰۵/۲۵	عبدالرضا سلگی	نازی آباد	۸۴۸	۴۶
۱۳۹۳/۰۵/۲۵	تیمور نجفی	خیابان ولیعصر - پارک ساعی	۸۳۵	۴۷
۱۳۹۳/۰۵/۲۵	علیرضا عبدالعلی زاده صالح	مهرشهر کرج	۹۰۵	۴۸
۱۳۹۳/۰۵/۲۵	آرش صبوحنیان	اصفهان	۸۰۳	۴۹
۱۳۹۳/۰۵/۲۵	میثم صمدیان	پاسداران	۸۰۵	۵۰
۱۳۹۳/۰۵/۲۵	مسعود گریوانی	بجنورد	۹۳۲۱	۵۱
۱۳۹۳/۰۵/۲۵	اباسلت شفیعی	تبریز	۹۶۰۱	۵۲
۱۳۹۳/۰۵/۲۵	حمید مهدی نژاد	ایران زمین	۸۱۵	۵۳
۱۳۹۳/۰۵/۲۵	سیدصادق مهدیزاده	سجاد مشهد	۹۳۰۳	۵۴
۱۳۹۳/۰۵/۲۵	میثم عابدین پور	شهر قدس	۸۷۸	۵۵
۱۳۹۳/۰۵/۲۵	سیدهادی مصلحی	جام جم	۸۲۱	۵۶
۱۳۹۳/۰۵/۲۵	سعیده سادات طباطبایی نژاد	سرو	۸۶۶	۵۷
۱۳۹۳/۰۵/۲۵	نادر هرسینی	شهران	۸۴۴	۵۸
۱۳۹۳/۰۵/۲۵	حسین عبدی	رسالت-مجیدیه	۸۷۹	۵۹
۱۳۹۳/۰۵/۲۶	ابراهیم اوجانی	خیابان آذربایجان	۸۲۴	۶۰
۱۳۹۳/۰۵/۲۶	سعید ترابی عراقی پور	میدان حسین آباد	۸۵۹	۶۱
۱۳۹۳/۰۵/۲۶	فرهاد صادقی	خیابان حافظ اصفهان	۹۵۲۳	۶۲
۱۳۹۳/۰۵/۲۶	فرامرز طمراس	میدان نبوت	۸۴۱	۶۳
۱۳۹۳/۰۵/۲۶	کریم زند مقدم	فلکه اول تهرانپارس	۸۳۶	۶۴
۱۳۹۳/۰۵/۲۶	آرزو کریمیان	شهرکرد	۹۵۷۱	۶۵
۱۳۹۳/۰۵/۲۶	محمد محسن طحان نژاد یزدی	قم	۹۰۰۱	۶۶
۱۳۹۳/۰۵/۲۷	عیسی هروی	خیابان دزاشیب- سه راه عمار	۸۶۳	۶۷
۱۳۹۳/۰۵/۲۷	محمدعلی قاسمی ابراهیم آباد	رفسنجان	۹۵۱۱	۶۸
۱۳۹۳/۰۵/۲۷	جابر رزاقی	آمل	۹۴۳۱	۶۹
۱۳۹۳/۰۵/۲۷	حسین علیزاده	مشهد	۹۳۰۱	۷۰
۱۳۹۳/۰۵/۲۸	محسن شیخی	قیطریه	۸۲۸	۷۱
۱۳۹۳/۰۵/۲۸	ایرج خندان کوچکی	پونک	۸۷۰	۷۲

۱۳۹۳/۰۵/۲۹	حسین زبیدی	اهواز	۹۷۰۱	۷۳
۱۳۹۳/۰۵/۲۹	غلامرضا پارسایی	میدان آرژانتین	۸۲۶	۷۴
۱۳۹۳/۰۵/۲۹	علیرضا بایرام پور	ولیعصر تبریز	۹۶۰۲	۷۵
۱۳۹۳/۰۵/۳۰	لیلی خرادپور	خیابان کارگر شمالی	۸۳۳	۷۶
۱۳۹۳/۰۵/۳۰	سیدتقی حسینی	اردبیل	۹۶۴۱	۷۷
۱۳۹۳/۰۶/۰۱	محمد رضا حسینی حجازی	قلهک	۸۶۸	۷۸
۱۳۹۳/۰۶/۰۱	هاشم سلمی	بلوار ۲۴ متری سعادت آباد	۸۷۵	۷۹
۱۳۹۳/۰۶/۰۱	محمد امین جلال بدیعی	بلوار مرزداران	۸۸۱	۸۰
۱۳۹۳/۰۶/۰۲	جلال آئینه چی	همدان	۹۲۲۱	۸۱
۱۳۹۳/۰۶/۰۴	حمیدرضا بختیاری	سمنان	۹۴۵۱	۸۲
۱۳۹۳/۰۶/۰۴	سعید دشت پی	جهانشهر کرج	۹۰۱	۸۳
۱۳۹۳/۰۶/۰۴	شرف الدین چالاکی قادی کلائی	منیریه	۸۳۹	۸۴
۱۳۹۳/۰۶/۰۵	حسن باغشاهی	شهرک راه آهن	۸۴۰	۸۵

گشایش بزرگ‌ترین کارخانه سیمان سفید کشور با تسهیلات بانک سامان



با تسهیلات بانک سامان، بزرگ‌ترین کارخانه سیمان سفید کشور در استان خراسان رضوی به بهره‌برداری می‌رسد.

به گزارش اداره روابط عمومی بانک سامان، تامین مالی این پروژه از سوی مدیریت امور بانکداری شرکتی بانک سامان و با تکنولوژی بزرگ‌ترین شرکت تولیدکننده دستگاه‌های تولید سیمان در حومه شهر مقدس مشهد ساخته شده است.

بر اساس این گزارش، این کارخانه با ظرفیت تولید روزانه یک هزار تن سیمان سفید، ظرف مدت ۲۷ ماه طراحی و راه‌اندازی شده است. با آغاز به کار این واحد صنعتی، ۱۵۰ نفر به طور مستقیم و حدود ۵۰۰ نفر به طور غیرمستقیم مشغول به کار می‌شوند.

این گزارش حاکی است، با توجه به کیفیت بالای سیمان تولیدی این واحد صنعتی، هم‌اکنون قرارداد صادرات بیش از ۲۰ هزار تن سیمان سفید با کشورهای عربستان سعودی و عراق منعقد شده است.

گفتنی است، آن دسته از شرکت‌های بزرگی که فعالیت بانکی و گردش مالی آنها از حد مشخصی بیشتر باشد، در گروه مشتریان شرکتی بانک سامان قرار می‌گیرند و خدمات بانکی را به گونه‌ای متمایز و بی‌واسطه شعب از طریق بانکداران شرکتی دریافت می‌کنند. بانکداری شرکتی همگام با بانکداری بین‌الملل سامان توانسته با تمرکز جدی بر عملیات ارزی کالاهای اساسی، حمایت مؤثری از فعالیت شرکت‌های فعال در صنایع دارویی، غذایی، تجهیزات پزشکی و صنایع مادر کشور داشته باشد.

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه	کد شعبه	آدرس	تلفن	نماینر	نام مسئول شعبه باجه
۱	آفریقا	۸۰۱	تهران، بزرگراه آفریقا، نرسیده به چهارراه جهان کودک، پلاک ۳۱	۸۸۸۷۴۴۵۷-۶۱	۸۸۷۷۳۷۷۳	آقای ساعی نیا
۲	مرکزی	۸۰۲	تهران، خ انقلاب، بین چهارراه کالج و چهارراه ولیعصر، شماره ۸۰۳	۶۶۹۵۹۰۵۰	۶۶۹۶۴۹۹۸	آقای تفرشی
۳	باغ فردوس	۸۰۴	تهران، خ ولیعصر، رو به روی باغ فردوس، بالاتر از سه راه زعفرانیه، پلاک ۱۶۳۸	۲۲۷۴۰۷۷۵	۲۲۷۴۰۷۱۵	آقای باقی
۴	پاسداران	۸۰۵	تهران، خ پاسداران، مقابل بوستان ششم، جنب برج سفید، شماره ۲۳۸	۲۲۵۹۵۶۵۷-۸	۲۲۵۶۷۵۴۰	آقای رضا زاده
۵	بازار	۸۰۶	تهران، بازار، خ ۱۵ خرداد غربی، بین چهار راه گلوندک و ابوسعید، شماره ۶۸۱	۵۵۵۷۵۷۳۸-۹	۵۵۵۷۶۴۹۵	آقای اختیاری
۶	صادقیه	۸۰۷	تهران، ضلع جنوب شرقی فلکه اول صادقیه، پلاک ۹۱۸	۴۴۲۵۴۵۱۸-۲۱	۴۴۲۵۴۵۱۷	آقای رضانی
۷	سه راه اقدسیه	۸۰۸	تهران، خ پاسداران، نبش نارنجستان یازدهم، پلاک ۶۷	۲۲۸۲۱۹۱۸-۲۰	۲۲۸۲۲۲۲۳	آقای سیفی
۸	میرداماد	۸۰۹	تهران، خ میرداماد، نرسیده به میدان مادر، جنب آزمایشگاه پیشگام شماره ۱۴۸	۲۲۹۲۴۴۵۱-۳	۲۲۹۲۴۴۶۳	خانم طرفی نژاد
۹	دکتر فاطمی	۸۱۰	تهران، خ دکتر فاطمی، روبروی خ کاج، نبش کوچه ششم	۸۸۹۸۲۱۸۱-۸۵	۸۸۹۸۲۱۹۴	آقای ملامحمدی
۱۰	سعادت آباد	۸۱۱	تهران، خ سعادت آباد، میدان کاج، ضلع شمال غربی میدان، جنب مسجد الرسول	۲۲۰۸۶۱۹۶-۹۹	۲۲۰۸۷۷۰۸	آقای یوسفی پور
۱۱	جنت آباد	۸۱۲	تهران، خ جنت آباد، نبش لاله شرقی، مجتمع سمرقند	۴۴۴۹۵۲۰۱-۹	۴۴۴۹۵۲۲۸	آقای رضانیان
۱۲	دولت	۸۱۳	تهران، خ دولت-نرسیده به ۴ راه پاسداران- جنب ایران خودرو- پ ۱۸	۲۲۷۶۴۲۸۲-۷	۲۲۷۶۰۳۳۸	آقای میرزایی
۱۳	میدان ونک	۸۱۴	تهران، خ ولیعصر، بالاتر از میدان ونک نبش خیابان شریفی، پلاک ۱۳۲۵	۸۸۲۰۵۴۵۵-۵۹	۸۸۲۰۵۴۴۸	آقای نیری
۱۴	ایران زمین	۸۱۵	تهران، شهرک غرب، خ ایران زمین، پاساژ ایران زمین پلاک ۱۳ و ۱۴	۸۸۵۷۷۶۰۵-۱۰	۸۸۵۷۱۲۱۵	خانم میزان
۱۵	اریکه ایرانیان	۸۱۶	تهران، بلوار فرحزادی، نبش ارغوان غربی، مجتمع تجاری اریکه ایرانیان	۲۲۳۵۹۲۷۵-۷۸	۲۲۳۵۳۵۱۶	خانم قندیان
۱۶	یافت آباد	۸۱۷	تهران، تقاطع جاده ساوه و یافت آباد، مجموعه بازار میل، پلاک ۲۰/۵	۶۶۲۱۱۰۱۴-۱۷	۶۶۲۳۷۱۱۰	آقای میرزاخانی
۱۷	شهرری	۸۱۸	تهران، شهر ری، خ ذکریای رازی-پلاک ۲۵۷	۵۵۹۷۰۷۴۲-۳	۵۵۹۷۰۷۳۰	آقای دانش بقا
۱۸	پل رومی	۸۱۹	تهران، خ شریعتی، بعد از پل رومی، نبش کوی سلمان، پلاک ۱۷۶۹	۲۲۲۱۳۱۹۴ و ۹۶	۲۲۲۱۳۱۹۵	آقای سخایی
۱۹	آفریقای شمالی	۸۲۰	تهران، بلوار آفریقای شمالی، تقاطع دستگردی، پلاک ۱۷۲	۸۸۸۸۸۳۱۱ و ۳۱	۸۸۷۷۳۱۵۱	خانم بابائی
۲۰	جام جم	۸۲۱	تهران، خ ولیعصر، نرسیده به چهار راه پارک وی، نبش کوچه ترکش دوز، پلاک ۳	۲۶۲۱۰۹۱۲-۱۴	۲۶۲۱۰۹۱۷	آقای سماک
۲۱	پیروزی	۸۲۲	تهران، خ پیروزی، نبش خ عادل، پلاک ۵۱۷ و ۵۱۹	۳۳۳۲۳۱۴۰-۴۱	۳۳۳۲۳۱۴۳	آقای حمیدیا
۲۲	ولنجک	۸۲۳	تهران، خ ولنجک، خ چهاردهم، پلاک ۳	۲۲۴۴۱۲۲۷-۳۱	۲۲۱۷۲۵۹۰	آقای قاسمی
۲۳	آذربایجان	۸۲۴	تهران، خ آذربایجان، نبش آزادی، روبروی بهبودی، پلاک ۱۰۷۶	۶۶۰۶۷۸۸۲-۶	۶۶۰۶۷۸۸۰	آقای امینی
۲۴	شهرک اکباتان	۸۲۵	تهران، شهرک اکباتان، انتهای فاز ۲، بلوار گلها، مجتمع تجاری گلها، پلاک ۱	۴۴۶۳۶۳۰۹-۱۸	۴۴۶۵۶۸۹۶	آقای امین کاهه
۲۵	میدان آرژانتین	۸۲۶	تهران، خ بیهقی، ضلع غربی محوطه فروشگاه شماره یک شهروند پلاک ۲۱۰	۸۸۵۱۶۹۰۶ و ۸	۸۸۵۱۷۳۸۱	آقای سلمانی
۲۶	ملت/اکباتان	۸۲۷	تهران، خ سعدی جنوبی، خ اکباتان، پلاک ۹۳	۳۳۹۹۸۰۰۴-۷	۳۳۹۹۸۰۰۹	آقای حاجی پور
۲۷	قیطریه	۸۲۸	تهران، بلوار ۳۵ متری قیطریه، روبروی درب شمالی پارک قیطریه، پلاک ۱۶۱	۲۲۲۳۴۰۹۷	۲۲۲۳۴۲۵۸	آقای عباس محمدی
۲۸	ملاصدرا	۸۲۹	تهران، خ ملاصدرا، بعد از چهار راه شیراز، پ ۱۳۲	۸۸۶۲۷۴۴۸-۸۸۶۲۷۵۱۷	۸۸۶۲۶۷۳۱	آقای مصطفی محمدی
۲۹	اسدآبادی	۸۳۰	تهران، خ سیدجمال الدین اسدآبادی، نبش خ ۴۵، پلاک ۳۸۳	۸۸۰۵۵۴۶۱-۴	۸۸۶۱۰۲۹۵	خانم آیت النبی
۳۰	میدان قزوین	۸۳۱	تهران، خ کارگر جنوبی، ضلع شمال شرقی میدان قزوین، پلاک ۱۸	۵۵۴۸۱۱۷۲-۴	۵۵۴۸۱۱۷۹	آقای پاکزاد
۳۱	دکتر بهشتی	۸۳۲	تهران، خ شهید دکتر بهشتی، بعد از چهار راه شهروندی، پلاک ۱۳۶	۸۸۵۱۲۶۰۳-۸	۸۸۷۴۶۶۹۹	خانم مستقیم
۳۲	کارگر شمالی	۸۳۳	تهران، خ کارگر شمالی، بالاتر از خ دکتر فاطمی، پلاک ۲۴۳	۸۸۹۹۱۳۴۵-۸	۸۸۹۹۱۳۵۰	آقای جمشیدیان
۳۳	فلکه سوم تهرانپارس	۸۳۴	تهران، خ تهران پارس، بالاتر از فلکه سوم، نبش خ ۱۲ شرقی، پلاک ۴۴۳	۷۷۳۷۰۳۶۸-۷۷۳۷۰۱۸۶	۷۷۳۷۰۴۴۱	خانم کسرای پور
۳۴	پارک ساعی	۸۳۵	تهران، خ ولیعصر، بالاتر از خ شهید دکتر بهشتی، نبش کوچه کوزه گر، پلاک ۲۱۳۳	۸۸۷۰۹۴۸۱-۲	۸۸۵۵۶۹۶۶	آقای اعتمادیه
۳۵	فلکه اول تهرانپارس	۸۳۶	تهران، خ تهرانپارس، فلکه اول تهرانپارس، نبش خ ۴۸ غربی، پلاک ۳۲	۷۷۷۲۳۲۵۰-۵۴	۷۷۷۲۳۲۵۵	—
۳۶	بازار کفاش ها	۸۳۷	تهران، بازار بزرگ، انتهای بازار کفاش ها، مقابل سرای مشکوه، ساختمان ضیای	۵۵۱۵۱۸۰۵	۵۵۶۱۶۰۷۳	آقای سروری
۳۷	الهیه	۸۳۸	تهران، الهیه، خ مریم شرقی، نبش خ شریفی مش، پلاک ۶۰	۲۶۲۰۳۴۷۰-۱	۲۲۰۲۷۹۳۰	خانم ترابی
۳۸	منیریه	۸۳۹	تهران، خ ولیعصر، میدان منیریه، خ معیری، نبش بن بست ناظمی، پلاک ۵۳	۶۶۴۹۱۰۷۵ و ۸۸	۶۶۴۹۱۰۷۳	آقای رسولی
۳۹	شهرک راه آهن	۸۴۰	تهران، شهرک راه آهن، میدان امیر کبیر، خ امیر کبیر، پلاک ۵۳	۴۴۷۳۸۹۶ و ۵۹	۴۴۷۳۷۸۸۸	آقای کریمی
۴۰	میدان نبوت	۸۴۱	تهران، ضلع جنوبی میدان نبوت، پلاک ۵۶۰	۷۷۹۴۰۴۲۸-۹	۷۷۹۴۰۴۱۸	آقای سلیمان بیات
۴۱	دلاوران	۸۴۲	بلوار دلاوران، بعد از چهارراه آزادگان- پلاک ۳۴۰	۷۷۲۱۱۶۵۱-۷۷۲۱۱۹۳۴	۷۷۲۱۳۷۷۷	آقای نودست
۴۲	شهران	۸۴۴	تهران، شهران، نبش فلکه دوم، ابتدای خ ۱۲ متری، پلاک ۱۲	۴۴۳۱۲۹۵۵	۴۴۳۰۳۶۹۱	آقای اسلامی
۴۳	بلوار فردوس	۸۴۵	تهران، بلوار فردوس، بزرگراه شهید ستاری، ابتدای بلوار فردوس شرقی، پلاک ۴۴۸	۴۴۰۰۳۸۵-۶	۴۴۰۰۶۸۲۶	آقای پرند

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه	کد شعبه	آدرس	تلفن	نمابر	نام مسوول شعبه باجه
۴۴	فرودگاه امام خمینی	۸۴۶	تهران، کیلومتر ۳۰ اتوبان تهران-قم، فرودگاه بین المللی امام خمینی، سالن ورودی، طبقه همکف	۵۵۶۷۸۴۰۸-۱۱	۵۵۶۷۸۴۱۰	آقای حسینی
۴۵	میدان تجریش	۸۴۷	تهران، میدان تجریش، خ شهرداری- جنب سینما آستارا- پلاک ۸۱	۲۲۷۳۲۳۵۲-۲۲۷۳۲۱۳۹	۲۲۷۳۲۴۴۸	آقای دادخواه
۴۶	نازی آباد	۸۴۸	تهران، نازی آباد، خ مدانی، بعد از ایستگاه برق، پلاک ۱۱۸ و ۱۱۶	۵۵۳۳۱۰۰۶-۷	۵۵۳۵۶۰۵۱	آقای میرحسینی
۴۷	سی تیر	۸۴۹	تهران، خ سی تیر، جنب بانک ملی شعبه سی تیر، نبش کوچه بهزاد، پلاک ۸۳	۶۶۷۵۰۴۱۲-۱۸	۶۶۷۵۰۲۳۶	آقای عطائی فر
۴۸	باجه هواپیمائی ماهان	۸۵۱	تهران، اول اتوبان کرج، خ آزادگان، برج هواپیمائی ماهان	۴۸۳۱۴۹۲-۹۴	۴۸۳۱۴۹۵	---
۴۹	مهرآباد ترمینال ۲	۸۵۲	تهران، فرودگاه مهرآباد، پروازهای داخلی، ترمینال ۲	۴۴۶۹۰۰۹۰	۴۴۶۶۲۲۵۲	آقای حسینی
۵۰	امین حضور	۸۵۳	تهران، میدان پارسان، خیابان مصطفی خمینی، خیابان امیرکبیر شرقی نبش کوچه علیرضا جاویدی، پلاک ۱۲۰	۳۳۵۴۸۴۴۱-۳	۳۳۱۳۸۳۱۴	آقای فکوری
۵۱	مولوی	۸۵۴	تهران، میدان محمدیه، خ مولوی شرقی، ایستگاه سعادت، نبش کوچه اکبری، پلاک ۵۱۸	۵۵۱۵۴۶۳۱	۵۵۱۵۴۷۲۹	آقای امیری
۵۲	لواسانی	۸۵۵	تهران، خ کامرانیه، شهید لواسانی غربی، نبش دو راهی آریا، پلاک ۲	۲۲۸۱۶۶۹۱-۵	۲۲۸۱۶۶۸۹	آقای پوریامیری
۵۳	تهرانسر	۸۵۶	تهران، بلوار اصلی تهرانسر، نبش خ چهاردهم، پلاک ۶۴	۴۴۵۱۷۵۵۶	۴۴۵۱۷۶۶۲	آقای صفری
۵۴	هاپیر استار	۸۵۷	تهران، بزرگراه شهیدستاری، بلوار فردوس غربی، بزرگراه شهیدباکری، مرکز خرید هاپیر استار	۴۴۱۶۷۱۸۲-۸۷	۴۴۱۶۷۱۹۹	آقای صالحی کیا
۵۵	آصف	۸۵۸	تهران، زعفرانیه، خ آصف، خ بهزادی، پلاک ۳	۲۲۴۳۱۹۷۶	۲۲۴۳۲۶۲۲	خانم قدمی
۵۶	میدان حسین آباد	۸۵۹	تهران، چهارراه پاسداران، میدان حسین آباد، ساختمان مهدی، پلاک ۱۲۰	۲۲۹۵۹۹۵۹	۲۲۹۵۹۹۰۹	آقای ملک شاهی
۵۷	اختیاریه	۸۶۰	تهران، خ شهید کلاهدوز (دولت)، خ اختیاریه جنوبی، نبش کوچه خداجو، پلاک ۲۶	۲۲۵۷۵۰۷۶	۲۲۷۷۵۷۱	آقای صدقیانی
۵۸	اوین	۸۶۱	تهران، بزرگراه چمران، خ رجایی اوین، درکه، خ شهید کجویی، پلاک ۸۸ و ۹۰	۲۲۴۳۲۴۱۹	۲۲۴۳۲۴۲۶	خانم حکیمی
۵۹	ولیعصر - زرتشت	۸۶۲	تهران، بالاتر از میدان ولیعصر، نرسیده به کوچه ناصر، پلاک ۱۷۷۷	۸۸۹۰۶۱۷۸	۸۸۸۰۷۵۹۲	آقای اطهری
۶۰	دزاشیب - سه راه عمار	۸۶۳	تهران، میدان قدس، خیابان شهید کبیری (دزاشیب)، سه راه عمار، پلاک ۱۵۸	۲۲۷۵۳۹۱۴-۱۸	۲۲۷۵۳۹۱۳	آقای علیخانی
۶۱	بورس کالا	۸۶۴	تهران، خ طالقانی، نبش خیابان بندر انزلی، ساختمان بورس کالا، طبقه همکف	۸۸۹۴۱۷۵۲	۸۸۹۴۵۱۹۲	آقای آهنگری
۶۲	جمهوری - ابوریحان	۸۶۵	تهران، خ جمهوری، پس از تقاطع فلسطین، جنب اورژانس تهران، پ ۱۰۴	۶۶۴۷۷۶۷۴	۶۶۴۷۷۶۵۵	آقای نصیری
۶۳	سرو	۸۶۶	سعادت آباد - سرو غربی - میدان سرو - ضلع جنوب شرقی میدان - پلاک ۷	۲۲۱۴۶۰۸۳-۴	۲۲۱۴۵۸۳۲	خانم رضایی
۶۴	دهکده المپیک	۸۶۷	تهران، بلوار دهکده المپیک، خ شهید یعقوبی، پلاک ۲	۴۴۷۰۱۴۶۷	۴۴۷۱۱۷۸۲	آقای اصلان زاده
۶۵	قلهک	۸۶۸	خیابان شریعتی - قلهک - نبش کوچه خلیل پور - پلاک ۱۴۹۸	۲۶۶۰۱۵۰۵-۸	۲۶۶۰۱۵۰۹	آقای علی اصغر بیات
۶۶	ستارخان	۸۶۹	میدان توحید - ابتدای خیابان ستارخان - نبش کوچه ستایش - پلاک ۲	۶۶۵۶۲۶۱۵	۶۶۵۷۲۸۶۵	آقای اسلامی
۶۷	پونک	۸۷۰	خیابان اشرفی اصفهانی - بالاتر از میدان پونک - نبش کوچه نوزدهم - پلاک ۱	۴۴۴۶۲۵۱۰	۴۴۴۶۲۸۱۵	آقای رشیدی
۶۸	آجودانیه	۸۷۱	خیابان اقدسیه - بعد از خیابان سپند - نبش کوچه نسیم - پلاک ۶۳	۲۲۸۲۳۲۴۹	۲۲۸۲۳۲۴۵	خانم قاسمی
۶۹	شمس آباد - میدان ملت	۸۷۲	خیابان استاد حسن بنا، بالاتر از میدان ملت، نبش شهید عبیدی، پلاک ۱	۲۲۳۱۷۹۶۸ و ۶۹	۲۲۵۳۰۱۴۶	آقای صفری
۷۰	کریم خان زند	۸۷۳	تهران، خ کریم خان زند، نرسیده به میدان هفت تیر، ضلع جنوبی، پلاک ۴۲	۸۸۸۴۵۹۴۲	۸۸۸۴۶۱۹۰	آقای حیدر هانی
۷۱	نیاوران	۸۷۴	خیابان دکتر باهنر (نیاوران)، رویروی پارک باهنر، پلاک ۱۴۸	۲۶۱۱۷۲۰۱ - ۲۶۱۱۷۱۹۲	۲۶۱۱۷۱۹۵	خانم خسروی
۷۲	بلوار ۲۴ متری سعادت آباد	۸۷۵	سعادت آباد، میدان فرهنگ، بلوار ۲۴ متری، نبش کوچه چهارم غربی	۲۲۳۷۸۵۵۶-۷	۲۲۳۷۵۷۶۰۵	خانم حاجی بابایی
۷۳	آقا بزرگی - الهیه	۸۷۶	تهران، الهیه، خ شهید آقا بزرگی، نبش استانبول، پلاک ۳۰	۲۲۶۹۶۴۵۱-۵۲	۲۲۶۹۶۴۵۳	خانم رحیمی
۷۴	بزرگراه فتح	۸۷۷	بزرگراه فتح، جاده قدیم کرج، بعد از شیر باستوریز، مجتمع تجاری تهران، پلاک ۲۳۸	۶۶۸۱۵۹۶۵ و ۲۸ و ۹۷	۶۶۸۱۶۰۰۸	آقای احسنی
۷۵	شهر قدس	۸۷۸	شهر قدس (قلعه حسن خان) بلوار ۴۵ متری انقلاب، جنب بانک ملت، پلاک ۱۱۲	۴۶۸۳۲۲۳۰	۴۶۸۳۲۲۴۱	آقای اسدیان
۷۶	رسالت - مجیدیه	۸۷۹	بزرگراه رسالت - نبش جنوب شرقی رسالت و تقاطع مجیدیه - پلاک ۴۱۷	۲۲۳۱۷۱۹۴ و ۹۵	۲۶۳۱۹۹۲۷	آقای عظیمی
۷۷	بلوار مرزداران	۸۸۱	شهرک ژاندارمری، بلوار مرزداران، پلاک ۱۳۶	۴۴۲۱۱۰۴۰	۴۴۲۱۱۸۴۱	آقای جلالی
۷۸	بلوار کشاورز	۸۸۲	بلوار کشاورز - رویروی وزارت کشاورزی، پلاک ۱۷۸	۸۸۹۸۳۱۵۴-۶	۸۸۹۸۳۱۵۷	آقای جلیل زاده
۷۹	بلوار دریا	۸۸۳	سعادت آباد، بلوار دریا، پلاک ۸۶۳	۸۸۳۳۶۳۸۱۸ و ۸۸۵۷۸۱۷۱	۸۸۳۶۶۷۶۹	خانم سعیدی
۸۰	گیشا	۸۸۴	کوی نصر (گیشا)، نبش خیابان نوزدهم، پلاک ۲۶۲	۸۸۴۸۵۷۸۴-۹۱، ۸۸۲۴۷۲۶۲	۸۸۴۸۵۷۸۷	آقای احمدی
۸۱	جهان شهر کرج	۹۰۱	کرج، میدان سپاه، اول خ جهان شهر، نبش نیلوفر، پلاک ۱	۰۲۶۳-۴۴۷۹۹۶۰	۰۲۶-۳۴۴۸۱۴۴۵	آقای ملکی
۸۲	میدان توحید کرج	۹۰۲	کرج، خ شاه عباسی، بین میدان توحید و میدان قدس، برج سامان	۰۲۶۳-۲۲۰۶۴۷۲-۹	۰۲۶-۳۲۲۵۴۸۶۲	آقای سامانی پور
۸۳	بورس کرج	۹۰۳	کرج، میدان هفت تیر، ابتدای بلوار شهدای دانش آموز، تالار بورس	۰۲۶۳-۲۷۷۰۱۹۶	۰۲۶-۳۳۷۷۰۱۹۶	خانم سرمدی
۸۴	مهرشهر کرج	۹۰۵	مهرشهر، بلوار شهرداری، فاز ۲، نبش خیابان ۲۰۸، پلاک ۵۴۳	۰۲۶۳-۳۴۱۵۷۳۳-۵	۰۲۶-۳۳۴۱۷۹۰۵	آقای رضایی
۸۵	شهریار	۹۰۴	شهریار، خ ولیعصر، ضلع شرقی میدان امام، پلاک ۱۳۰	۰۲۱۰-۶۵۲۶۹۰۲۱ و ۳	۰۲۱-۶۵۲۶۸۹۶۲	آقای ایرج کاوندی
۸۶	تبریز	۹۶۰۱	تبریز، خ امام خمینی، بالاتر از میدان شهید بهشتی، جنب کوی فرهنگ، پلاک ۵۲۱	۰۴۱۰-۳۳۳۷۳۸۳۸	۰۴۱-۳۳۳۶۵۱۶۰	آقای فرامرز زاده

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه	کد شعبه	آدرس	تلفن	نمابر	نام مسوول شعبه باجه
۸۷	ولیعصر تبریز	۹۶۰۲	تبریز، خیابان ولیعصر، حد فاصل فلکه بازار و ایرادک، پلاک ۲۷	۰۴۱-۳۳۳۲۷۰۸۵	۰۴۱-۳۳۳۱۹۸۶۴	خانم هریسچی
۸۸	۱۷ شهر یور تبریز	۹۶۰۳	تبریز، ابتدای خیابان ۱۷ شهر یور جدید، جنب ساختمان آبان، پلاک ۱۴	۰۴۱۱-۳۵۵۷۳۶۷۱-۲	۰۴۱۱-۳۵۵۷۳۶۷۳	آقای رضایی
۸۹	استاد شهریار	۹۶۰۴	تبریز، ابتدای جاده اتل گلی، بالاتر از هتل شهریار، نبش کوی الهی پرست، پلاک ۳	۰۴۱-۳۳۲۹۳۲۶۳-۴	۰۴۱۱-۳۳۲۹۳۲۶۰	آقای محمودی
۹۰	بازار تبریز	۹۶۰۵	تبریز، بلوار جمهوری اسلامی، ابتدای خ دارایی، پلاک ۱۹۲۷۳۲	۰۴۱۱-۳۵۲۴۴۰۴۹	۰۴۱۱-۳۵۲۴۴۶۲۳	آقای میرزایی
۹۱	میدان معلم تبریز	۹۶۰۶	تبریز، خ ولیعصر، میدان معلم، پلاک ۲۰	۰۴۱-۳۳۳۳۵۴۰۰-۱	۰۴۱۱-۳۳۳۱۰۷۱۲	آقای دانشمند
۹۲	ارومیه	۹۶۲۱	ارومیه، خ کاشانی، روبروی مرکز بهداشت، پلاک ۱۵۶	۰۴۴-۳۲۲۴۳۶۶۸-۹	۰۴۴-۳۲۲۴۰۳۹۲	خانم امامی
۹۳	سرداران ارومیه	۹۶۲۲	ارومیه، خ سرداران، جنب مسجد قدس، پلاک ۱۶۹	۰۴۴-۳۲۲۵۰۵۲۲-۲۴	۰۴۴-۳۲۲۲۷۸۴۶	آقای نامی فر
۹۴	اردبیل	۹۶۴۱	اردبیل، خ شیخ صفی، پلاک ۱۶۰	۰۴۵-۳۳۲۵۲۶۰۱-۸	۰۴۵-۳۳۲۵۳۵۰۱	آقای ستاری
۹۵	شریعتی اردبیل	۹۶۴۲	اردبیل، میدان شریعتی، به طرف ایستگاه سرعین، پلاک ۳۴۶	۰۴۵-۳۳۲۵۴۰۹۱-۸	۰۴۵-۳۳۲۵۴۰۹۹	آقای ربیعی
۹۶	اصفهان	۸۰۳	اصفهان، خ فردوسی، نبش منوچهری، ساختمان امیر، پلاک ۱۳	۰۳۱-۳۲۲۳۰۴۲۴-۷	۰۳۱-۳۲۲۳۰۴۲۸	آقای رحمانی
۹۷	زاینده رود اصفهان	۹۵۲۱	اصفهان، خ توحید، پلاک ۵	۰۳۱-۳۶۲۸۲۵۷۲-۸	۰۳۱-۳۶۲۶۹۴۰۹	آقای سیف الدینی
۹۸	چهار باغ بالا	۹۵۲۲	اصفهان، میدان آزادی، خ چهار باغ بالانیش کوچه بهار آزادی	۰۳۱-۳۶۲۹۱۳۲۵-۶	۰۳۱-۳۶۲۹۱۳۲۹	آقای غیور
۹۹	حافظ اصفهان	۹۵۲۳	اصفهان، میدان نقش جهان، ابتدای خیابان حافظ	۰۳۱-۳۲۲۰۹۴۷۶-۹	۰۳۱-۳۲۲۳۷۴۲۶	آقای سیزدهزار
۱۰۰	خانه اصفهان	۹۵۲۴	اصفهان، خانه اصفهان، ابتدای خیابان گلستانه، پلاک ۶۰	۰۳۱-۳۴۴۱۲۲۷۱	۰۳۱-۳۴۴۱۳۶۸۸	آقای کیلانی فر
۱۰۱	ایلام	۹۲۶۱	ایلام، خ طالقانی، روبه روی فرمانداری ایلام، پلاک ۳۵۱	۰۸۴۱-۳۳۶۸۹۷۶۰۹	۰۸۴۱-۳۳۳۳۱۵۲	آقای کریمی
۱۰۲	خرم آباد	۹۲۸۱	خرم آباد، بلوار علوی، نرسیده به میدان امام، پلاک ۴۲۲	۰۶۶-۳۳۳۳۵۵۹۰	۰۶۶-۳۳۳۳۵۵۹۱	آقای راهنمایی
۱۰۳	بوشهر	۹۱۴۱	بوشهر، میدان امام خمینی، ابتدای فرودگاه، پلاک ۳۷	۰۷۷۱-۵۵۶۲۳۱۹-۲۴	۰۷۷۱-۵۵۶۲۳۲۵	آقای فرشیدفر
۱۰۴	بجنورد	۹۳۲۱	بجنورد، تقاطع بلوار امام خمینی و میرزا رضای کرمانی	۰۵۸۴-۲۲۴۴۳۲۰	۰۵۸۴-۲۲۴۷۳۴۸	آقای تیموری
۱۰۵	مشهد	۹۳۰۱	مشهد، بلوار احمد آباد، سی متری اول، نبش کوچه رضای دوم	۰۵۱-۳۸۴۴۴۴۰۰-۱	۰۵۱-۳۸۴۴۳۹۱۴	آقای آرزومندان
۱۰۶	مدرس مشهد	۹۳۰۲	مشهد، بلوار مدرس، نبش مدرس ۵، پلاک ۳۷	۰۵۱-۳۲۲۸۳۸۰۲-۷	۰۵۱-۳۲۲۴۱۰۴۶	خانم توننده جانی
۱۰۷	بلوار سجاد مشهد	۹۳۰۳	مشهد، بلوار سجاد، نبش سجاد ۸ یا خ لاله جنوبی	۰۵۱-۳۷۶۴۸۲۰۸-۹	۰۵۱-۳۷۶۷۴۰۴۶	خانم سازگار
۱۰۸	فرامرز عباسی مشهد	۹۳۰۴	مشهد، بلوار فرامرز عباسی، بین عباسی ۱۳ و ۱۴، پلاک ۱۶۸	۰۵۱-۳۶۰۹۷۸۹۲۰۴	۰۵۱-۳۶۰۹۷۸۹۵	آقای حاتمی
۱۰۹	هاشمیه مشهد	۹۳۰۵	بلوار هاشمیه، بین هاشمیه ۱۶ و ۱۸، پلاک ۱۴۴	۰۵۱-۳۸۸۳۴۸۴۴	۰۵۱-۳۸۸۴۱۵۲۹	آقای طوسی
۱۱۰	نیشابور	۹۳۱۶	نیشابور، خیابان امام خمینی، روبروی کوچه واعظی، پلاک ۱۳۸۸	۰۵۵۱-۳۳۴۹۴۱۳-۱۵	۰۵۵۱-۳۳۴۹۴۱۶	آقای علی ابراهیمیان
۱۱۱	بیرجند	۹۳۴۱	بیرجند- خیابان مدرس- نبش چهارراه دوم- مقابل حسینیه گازی ها - کدپستی ۹۷۱۸۶۹۷۷۱۵	۰۵۶۱-۴۴۵۰۹۷۰-۴	۰۵۶۱-۴۴۵۰۹۷۵	آقای نیک کار
۱۱۲	اهواز	۹۷۰۱	اهواز، خ کیانپارس، حدفاصل خیابان های ۴ و ۳ شرقی، پلاک ۲۰۵	۰۶۱۱-۳۹۲۰۵۲۳-۷	۰۶۱۱-۳۹۲۰۷۴۵	آقای اهل الیرف
۱۱۳	زنجان	۹۶۸۱	زنجان، میدان آزادی، ابتدای خ امام	۰۲۴-۳۳۳۲۰۶۵۴-۶۰	۰۲۴-۳۳۳۲۷۷۳۳	---
۱۱۴	سعدی شمالی زنجان	۹۶۸۲	زنجان، خ سعدی شمالی، نبش کوچه روشن، ساختمان اشراق، پلاک ۷۲	۰۲۴-۳۳۵۶۸۶۵۱	۰۲۴-۳۳۵۶۸۶۸۱	آقای دارویی
۱۱۵	زاهدان	۹۱۳۱	زاهدان، میدان امام علی (ع)، ابتدای بلوار شهید مطهری	۰۵۴۱-۳۲۶۰۱۷۸-۷۹	۰۵۴۱-۳۲۶۳۲۸۲	آقای شهرکی
۱۱۶	شیراز	۹۱۰۱	شیراز، خ زند، بین خ فلسطين ۲۰ متری سینما سعدی، پلاک ۳۹۶، ساختمان پاسارگاد	۰۷۱-۳۳۳۱۹۵۲۱-۲۷	۰۷۱-۳۳۳۱۹۵۱۳	آقای آزادی
۱۱۷	فلکه گاز جام جم شیراز	۹۱۰۲	شیراز، فلکه گاز، ابتدای خیابان جهاد سازندگی، جنب فروشگاه رفاه، پلاک ۲۰	۰۷۱-۳۳۲۶۲۸۵۲-۴	۰۷۱-۳۳۲۶۲۸۳۴	آقای یاری
۱۱۸	قصرالدشت شیراز	۹۱۰۳	شیراز، خ قصرالدشت، روبروی خلد برین، پلاک ۷۵	۰۷۱-۳۶۲۷۹۱۸۰ و ۸۹	۰۷۱-۳۶۲۷۹۲۱۶	آقای بردبار
۱۱۹	بلوار میرزای شیرازی	۹۱۰۴	شیراز، معالی آباد، نبش کوچه ۲۷، کدپستی ۷۱۸۷۷۱۱۶۴۵	۰۷۱-۳۶۳۴۱۳۹۷	۰۷۱-۳۶۳۴۱۴۰۶	آقای جمسی
۱۲۰	پاسداران شیراز	۹۱۰۵	شیراز، بلوار پاسداران، بین خ مبعث و مطهری	---	---	---
۱۲۱	قزوین	۹۲۰۱	قزوین، خ خیام شمالی، جنب بانک ملی شعبه خیام شمالی، پلاک ۵۶۰	۰۲۸-۳۳۳۵۷۳۰۵-۸	۰۲۸-۳۳۳۵۸۰۹۵	آقای فرضی
۱۲۲	قشم	۹۸۲۱	قشم، بلوار امام قلی خان، روبروی مرکز تجاری خلیج فارس و مرجان	۰۷۶۳-۵۲۲۴۶۴۰-۴۷	۰۷۶۳-۵۲۲۴۶۵۰	آقای بهاری
۱۲۳	قم	۹۰۰۱	قم، بلوار امین، نبش کوچه ۴۱	۰۲۵-۳۲۹۴۰۶۰۱-۳	۰۲۵-۳۲۹۱۶۶۱۶	آقای درویشی
۱۲۴	فلکه جهاد قم	۹۰۰۲	قم، فلکه جهاد، خ ۱۹ دی، پلاک ۵۵۵ و ۵۵۷	۰۲۵-۳۷۷۰۸۸۴۱	۰۲۵-۷۷۰۵۹۴۹	آقای مجاهدی
۱۲۵	سنندج	۹۲۷۱	سنندج، خ سید قطب، پلاک ۳	۰۸۷۱-۳۲۴۵۴۳۱-۳۴	۰۸۷۱-۳۲۴۵۴۲۶	آقای سخاوی
۱۲۶	کرمان	۹۵۰۱	کرمان، خ قره نی، نرسیده به ژاندارمری، نبش تیمچه	۰۳۴۱-۲۲۳۳۴۹۶	۰۳۴۱-۲۲۶۷۹۶۰	آقای نقیبی
۱۲۷	کوثر کرمان	۹۵۰۲	کرمان، شهرک باهنر، میدان کوثر، جنب شهرداری منطقه ۲	۰۳۴۱-۲۴۷۶۷۶۱-۲	۰۳۴۱-۲۴۷۶۷۶۵	آقای ابراهیمی
۱۲۸	رفسنجان	۹۵۱۱	ابتدای خیابان مطهری، بعد از پل فجر، ساختمان محمد عسگری	۰۳۹۱-۳۲۲۲۱۰۵-۶	۰۳۹۱-۳۲۲۲۱۰۱	آقای علی پور
۱۲۹	کرمانشاه	۹۲۴۱	کرمانشاه، میدان فردوسی، جنب بیمارستان معتضدی، پلاک ۱۲	۰۸۳-۳۷۲۵۹۹۵۹-۶۴	۰۸۳-۳۷۲۵۹۹۷۱	آقای توحیدلی
۱۳۰	یاسوج	۹۲۵۱	یاسوج، بلوار مطهری، پلاک ۴۰۰	۰۷۴۱-۲۲۳۵۳۴۸	۰۷۴۱-۲۲۳۵۳۷۵	آقای حسینی
۱۳۱	کیش	۹۸۰۱	کیش، خ فردوسی، مجتمع تجاری کیش، طبقه همکف، پلاک ۶۴ و ۶۷	۰۷۶۴-۴۴۵۲۴۹۰-۹۵	۰۷۶۴-۴۴۵۲۲۵۹	آقای خیاطی
۱۳۲	گرگان	۹۴۴۱	گرگان، خ ولیعصر، بین عدالت ۸ و ۱۰	۰۱۷-۳۲۳۶۹۰۰۱-۸	۰۱۷-۳۲۳۶۹۰۱۶	آقای میدانی

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه	کد شعبه	آدرس	تلفن	نمابر	نام مسئول شعبه
۱۳۳	گنبد	۹۴۴۲	گنبد کاووس، خ امام خمینی جنوبی، بین خ گلشن و شهدای شرقی پلاک ۱۸۳۹	۰۱۷-۳۳۳۴۷۶۱۲-۱۹	۰۱۷-۳۳۳۴۷۶۲۴	آقای قاضی
۱۳۴	گلزار رشت	۹۴۰۱	رشت، میدان باستانی شعار، اول بلوار گلزار	۰۱۳۱-۷۲۲۴۷۱۰۱۲	۰۱۳۱-۷۲۲۴۷۱۳	آقای بابک دولتی
۱۳۵	آمل	۹۴۳۱	آمل، خیابان امام خمینی، حد فاصل آفتاب ۱۸ و ۲۰	۰۱۲۱-۲۲۹۶۴۲۱-۸	۰۱۲۱-۲۲۹۶۴۳۵	آقای ملکی پاشا
۱۳۶	ساری	۹۴۰۲	ساری، خ فرهنگ، بعد از سه راه قارن (به طرف میدان شهدا) پلاک ۲۸	۰۱۱-۳۳۳۵۹۷۶۶	۰۱۱-۳۳۳۵۹۷۶۱	آقای اساسه
۱۳۷	بابل	۹۴۲۱	بابل، میدان ولایت، ابتدای خ مدرس، روبروی شهرداری	۰۱۱۱-۲۱۹۷۱۴۱-۴	۰۱۱۱-۲۱۹۷۱۴۸	آقای عبدالمجید طاهری
۱۳۸	تنکابن	۹۴۲۲	تنکابن، خ امام خمینی، نبش شهید مروتی	۰۱۹۲-۴۲۱۰۴۶۱-۷۰	۰۱۹۲-۴۲۱۰۲۷۴	آقای غفوری
۱۳۹	اراک	۹۵۶۱	اراک، خ شهید رجانی، پلاک ۸۸۳۷	۰۸۶-۳۲۲۱۴۵۰۴-۱۰	۰۸۶-۳۲۲۵۹۵۷	آقای کریمی
۱۴۰	بندرعباس	۹۱۲۱	بندرعباس، خیابان امام خمینی، سه راه دلگشا، برج نیلوفر، طبقه همکف	۰۷۶۱-۲۲۳۵۳۰۲-۸	۰۷۶۱-۲۲۳۵۳۳۰	آقای گوری
۱۴۱	همدان	۹۲۲۱	همدان، خ جهان نما، روبروی خ آزادی، پلاک ۱۵۳، برج شهپاز، طبقه همکف	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۹۰-۲	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۸۹	آقای تریان
۱۴۲	خواجه رشیدهمدان	۹۲۲۲	همدان، خ شریعتی، نرسیده به چهارراه خواجه رشید، روبروی کوچه نبوی، پلاک ۲۷۳	۰۸۱-۳۲۵۲۷۳۳۲	۰۸۱-۳۲۵۲۷۳۳۸	آقای سعید طاهری
۱۴۳	یزد	۹۵۴۱	یزد، خ امام خمینی، جنب کوچه شهید صدوقی، پلاک ۲۷۴	۰۳۵۱-۶۲۲۱۶۹۱-۲	۰۳۵۱-۶۲۶۹۵۲۵	آقای رشیدی
۱۴۴	جمهوری اسلامی یزد	۹۵۴۲	یزد، بلوار جمهوری اسلامی، نبش کوچه وحدت، پلاک ۷۹	۰۳۵۱-۵۲۴۸۲۰۳-۵	۰۳۵۱-۵۲۴۸۲۰۶	آقای زارع
۱۴۵	سمنان	۹۴۵۱	سمنان، خ مولوی، سه راه فرمانداری سابق، پلاک ۲۲۴	۰۲۳-۳۳۳۲۰۲۸۹	۰۲۳-۳۳۳۲۰۴۷۶	آقای شهاب
۱۴۶	شهرکرد	۹۵۷۱	شهرکرد، خ ملت، نرسیده به چهار راه بازار، پلاک ۳۹۲	۰۳۸۱-۲۲۷۷۵۸۳-۵	۰۳۸۱-۲۲۷۷۵۸۰	آقای یزدانی
۱۴۷	منطقه آزاد اروند	۹۸۵۱	منطقه آزاد اروند، بلوار شهید منتظری (شاهپور سابق) نبش خیابان امیری	۰۶۳۱-۲۲۲۶۷۲۴-۵	۰۶۳۱-۲۲۲۶۷۳۱	آقای هیرامی

شعب بانک سامان پاسخگوی همیشگی شما

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

لیست مشخصات مربوط به سرپرستی‌ها

نام	سمت	آدرس
عزیزاله عزیزی	سرپرست منطقه ۱	خیابان دزاشیب سه راه عمار، پلاک ۱۵۸-طبقه فوقانی شعبه دزاشیب- تلفن: ۲۲۷۱۷۵۶۹ نمایر: ۲۶۸۵۰۴۶۰
هادی صدیقی	سرپرست منطقه ۲	خیابان انقلاب، بین چهارراه کالج و ولیمصر، ش ۸۰۳، طبقه سوم استیجاری، سرپرستی منطقه دو تهران. تلفن: ۶۶۴۸۳۳۶۳-۵ نمایر: ۶۶۴۸۳۳۶۶
محمد غفاری	سرپرست منطقه ۳	سعادت آباد-خ سرو غربی-میدان سرو- پ ۷-طبقه فوقانی شعبه سرو- تلفن: ۲۲۰۷۵۴۹۸ نمایر: ۲۲۰۷۸۵۵۴
تقی لقمانی	سرپرست استان‌های مرکز	اصفهان - خیابان توحید میانی- نبش کوچه شهید نقی آبادی-پلاک ۵-ط اول - تلفن: ۳۶۲۸۴۰۸۰-۳۱ نمایر: ۳۶۲۸۴۰۹۰
منصور صرافی	سرپرست استان‌های جنوب شرق	کرمان- خیابان سپهبد قره نی- نرسیده به میدان سپهبد قره نی (ژاندارمری سابق)- جنب تیمچه-پلاک ۲۱۶- تلفن: ۹۵-۲۲۳۸۷۹۴-۲۲۳۸۷۹۴ نمایر: ۲۲۶۶۳۲۴-۳۴۱
احمد ابراهیمیان	سرپرست استان‌های شرق و شمال شرق	مشهد- بلوار سجاده- نبش سجاده-۸ (خیابان لاله جنوبی)- ساختمان بانک سامان طبقه ۶- تلفن: ۳۷۷۹۱۴۳-۴۴ نمایر: ۳۷۷۹۱۴۳-۵۱
عبداله اصفهانی	سرپرست استان‌های شمال غرب	تبریز-خ امام خمینی-بالتر از میدان شهید بهشتی، جنب کوی فرهنگ-پلاک ۵۲۱-طبقه چهار ساختمان شعبه تبریز- تلفن: ۳۳۳۳۸۴۰-۴۱۱ نمایر: ۳۳۳۳۸۳۷-۴۱۱
محمد نبی وفا	سرپرست استان‌های جنوب و جنوب غرب	شیراز، خ زند، بین خ فلسطین و ۲۰متری سینما سعدی، ساختمان پاسارگاد تلفن: ۳۲۳۱۹۴۵۷-۰۷۱ نمایر: ۳۲۳۱۹۴۶۶-۰۷۱
سید حسین ایمانی	سرپرست استان‌های شمال	ساری- خیابان فرهنگ- بعد از سه راه قارن- طبقه فوقانی شعبه ساری- تلفن: ۳۲۵۹۷۸۴-۱۵۱
ابوالحسن گروسی	سرپرست استان‌های غرب	زنجان، میدان آزادی، ابتدای خ امام- تلفن: ۳۳۳۶۵۸۶۰-۱ نمایر: ۳۳۳۶۵۸۶۴-۰۲۴

نرخ سود سپرده‌های ارزی و ریالی

جدول نرخ سود سپرده‌های سرمایه‌گذاری مدت‌دار ارزی
از تاریخ ۹۳/۵/۳۰ (نرخ‌ها به درصد)

نوع ارز	۱ ماهه	۲ ماهه	۳ ماهه	۶ ماهه	۹ ماهه	۱ ساله
یورو	۲	۲/۵	۴	۵	۵/۵	۶/۵
درهم امارات	۳/۲۵	۳/۵	۴	۵/۵	۶	۶/۵
پوند انگلیس	-----	-----	۱	۱/۲۵	۱/۴۰	۱/۵۰

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

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

نرخ سود اندوخته‌های بیمه نامه عمر و تشکیل سرمایه سامان

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

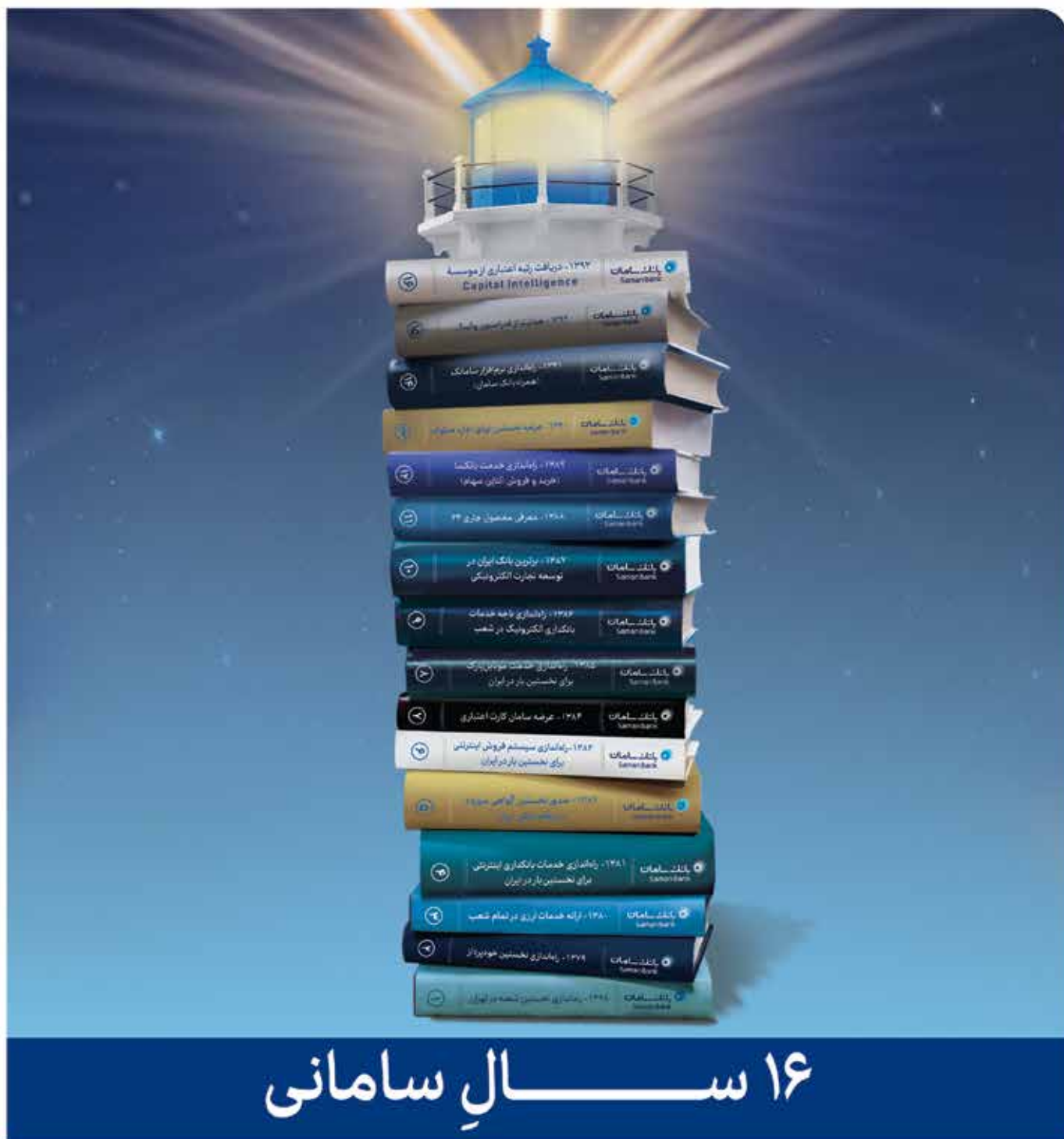




بیمه مسافرتی سامان را
از کجا بخرم؟



جهت کسب اطلاع از پوشش‌های جدید بیمه مسافرتی سامان، می‌توانید به وب‌سایت www.si24.ir مراجعه و یا با شماره تلفن: ۰۲۱-۸۹۳۰۲۳۰۲ تماس حاصل فرمایید.



۱۶ سال سامانی

باشماهتیم

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

سالروز تأسیس بانک سامان مبارک باد