



افتتاح یازدهمین مدرسه بانک سامان
در روستای دومک استان سیستان و بلوچستان

حساب وکالتی رو بزن! 

وکالتی کردن آنلاین سپرده خرید خودرو



گروه مالی سامان

بانک سامان



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

پروژه الکترونیک سامان کیش



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

بیمه سامان



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

کارگزاری بانک سامان



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

صرافی سامان



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

اعتبارسنجی حافظ سامان ایرانیان



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

خدماتی آفتاب تجارت سامان



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

تأمین سرمایه کاردان



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

کیش سل پارس



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

پروژه شگران سامان



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

تندر نور



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



سامان

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

همیشه منتظر آثار شما هستیم

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

نشانی اداره مرکزی و مدیریت روابط عمومی

و صدای مشتریان بانک سامان:

تهران، خیابان شریعتی، نیش کوچه اتوبانک، برج سامان

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

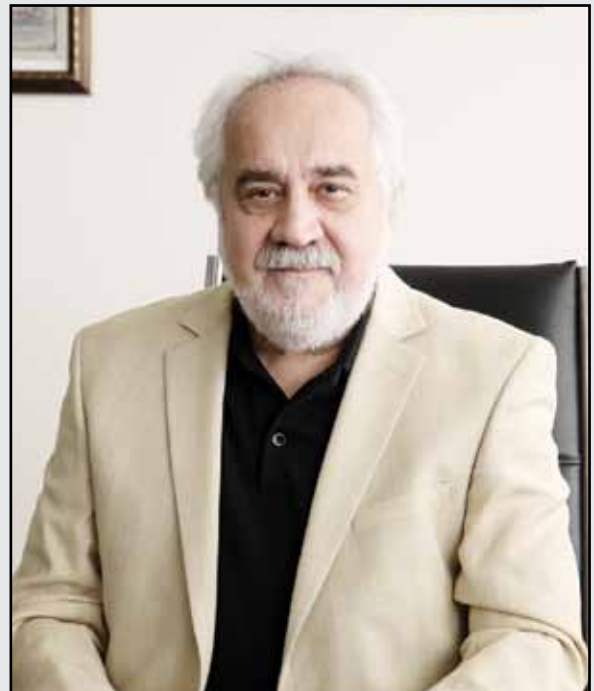
Email: samanbankmag@gmail.com

نشانی دفتر مجله سامان:

خیابان قائم مقام فرحانی، مقابل خیابان فجر، پلاک ۷۴

تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۴۸۷۹ فاکس: ۰۲۱-۸۸۸۳۷۴۸۳

- ۶..... یادداشت سردبیر.....
- ۸..... ساخت یک ابر قدرت؛ از هفت شگفت‌انگیز چه می‌توانیم بیاموزیم؟ (بخش دوم).....
- ۱۲..... مدیریت منابع انسانی (HRM) و مشارکت کارکنان.....
- ۱۵..... عزت نفس در برابر خودشیفتگی: راز موفقیت یا سقوط در مدیریت.....
- ۱۶..... تکنیک‌های حل تعارض.....
- ۱۸..... کالو کیشن‌ها: آجرهای طبیعی سازی یادگیری زبان انگلیسی.....
- ۲۰..... پیامک‌های بانکی.....
- ۲۲..... ۲۵ نکته برای شناخت زبان بدن.....
- ۲۳..... گفتگو با همکاران شعبه پیشرو فاطمی.....
- ۲۹..... سپاس رفتار حرفه‌ای.....
- ۳۰..... داستان اقتصاد ایران: دستاوردهای عصر اصلاحات (۸۴-۱۳۷۶).....
- ۳۲..... محصولات جذاب بیمه‌نامه مسافرتی سامان در نمایشگاه گردشگری تهران.....
- ۳۲..... حضور بیمه سامان در هفتمین نمایشگاه کار.....
- ۳۳..... بیمه سامان تنها حامی فدراسیون چوگان.....
- ۳۳..... ثبت نام آسان خرید خودرو با حساب و کالته بانک سامان.....
- ۳۴..... افتتاح یازدهمین مدرسه بانک سامان در روستای دومک سیستان و بلوچستان.....
- ۳۶..... بهنام‌بنا؛ شرکت برتر از نظر رشد سریع در سال ۱۴۰۳ در رتبه‌بندی شرکت‌های برتر ایران IMI100.....
- ۳۸..... برگزاری همایش ملی صنعت لیزینگ و تأمین مالی با حمایت بانک سامان.....
- ۴۰..... حضور در خشان گروه مالی سامان در نمایشگاه کار ۱۴۰۳.....
- ۴۳..... گامی به سوی بهبود کیفیت آموزش و توانمندسازی نیروی انسانی.....
- ۴۴..... پرسش و پاسخ.....
- ۴۶..... کافه تک.....
- ۴۷..... معرفی کتاب.....
- ۴۸..... نقش شهرسازی در بهبود کیفیت زندگی.....
- ۴۹..... اینترنت در چاه «فیلترینگ و آلودگی فیلتر شکن‌ها».....
- ۵۰..... خلاقیت در نوآوری است.....
- ۵۱..... برای حمل و نقل پاک چه باید کرد؟.....
- ۵۲..... روند تغییر در اقتصاد جهانی.....
- ۵۳..... سیاره زمین کمیاب است.....
- ۵۴..... معماری موضوعی با ارزش است.....
- ۵۵..... زمین بازی جدید آماده است!.....
- ۵۶..... تهدید ژئوپلیتیک برای قطع مدار جهانی برقی سازی.....
- ۵۷..... جذب سرمایه خارجی کلید توسعه مناطق آزاد.....
- ۵۸..... سنواتی شدن مطالبات شبکه بانکی از دولت!.....
- ۵۹..... درآمد ۲۲ میلیارد یورویی یونان از گردشگری.....



ناصر بزرگمهر

nbozorgmehr@yahoo.com

از چهار تا پانزده سالگی؟

به نام او که هر چه بخواد همان می شود

دارند، از سرخ و سبز و آبی و زرد صورتی لذت می برند، لبخند می زنند، مشکی رنگ عشق نیست، عشق را تا لحظه مرگ می فهمند، عاشقی را دوست دارند.

مردمی را دیده ام که خزان زندگی را می شناسند، در وسط هر محله، قبرستانی در انتظارشان است، هر روز از کنار آن رد می شوند، به دیدن سنگ قبرها عادت کرده اند، بهشت زهرا را در خارج از شهر، دور از چشم اغیار نساخته اند، هر محله برای خودش آرامستانی دارد که از کودکی مردم به دیدن آن عادت کرده اند، نیازی به پیشواز مرگ رفتن ندارند، اما می دانند که مرگ یک روز به سراغشان می آید، به آن فکر نمی کنند، صحبتی از رفتن نیست، کودک و نوجوان و جوان و مسن و پیر، همه به زندگی دلبسته اند، اما مرگ را هم مثل زندگی باور دارند ولی عجله ای برای مردن ندارند.

جهانی را می شناسم که فرهنگ شادی، برفرنگ غم پیروز است، برای مرده های تاریخ تعطیل نمی کنند، تولد را جشن می گیرند، در همه تقویم، همه تعطیلات برای جشن تولدها و شادی هاست. کرونا آمده است که آمده است، خوش آمده است، بدنبال راه مبارزه با آن هستند، بیماری آمده است، از آن فرار نمی کنند، آن را جنگ جهانی سوم می دانند، اما می خواهند از آن خاطره بسازند تا برای فرزندانشان تعریف کنند، پادشان هست که پدر بزرگ ها و مادر بزرگ هایشان از جنگ جهانی دوم گفته اند. مردمی را دیده ام که شب ها ساعتشان را کوک می کنند و صبح ها بیدار می شوند، تا به آفتاب سلامی دوباره کنند، زیرا تا شقایق هست، زندگی باید کرد. ساعت تان را دوباره کوک کنید، زندگی جریان دارد. دوران کرونا یا دوران بیماری را یک توقفگاه کنار جاده ای یا به قول

اگر تولد آدمی را، جوانه زدن بدانیم، سبزینه وجود و سال های بهاری عمر، دوران کودکی و نوجوانی است.

و جوانی آغاز شکفتن غنچه زیبایی ست، سال هایی که برای هر فرد با فرد دیگر متفاوت خواهد بود.

کودک روستایی، بچگی نکرده، با گاو و گوسفند و گرگ و مار بزرگ می شود، و کودک شهری، در جوانی، هنوز ترس های کودکی را با خود حمل می کند و گاهی از سگ و گربه و سوسک و کبوتر می ترسد یا می هراسد. تابستان وجود انسان، سال های تجربه اندوزی است، گرمای دوران کار کردن است، روزهای پس انداز کردن است، زمان اندوخته های عقلانی است، چل چلی عمری است که زود به پیری می رسد.

پانزده سالگی با بیماری، بیکاری، بازنشستگی، دلزدگی، خستگی، خواب آلودگی، دوا، دکتر، درمان و پراز حرف های نهفته و نگفته از راه می رسد. هر چند که کهنسالی و پیری برای یک نفر در پنجاه سالگی و برای دیگری در هشتاد و نود سالگی هم زود است.

من در طول دوران زندگی خودم، جوان های پیر شده در زیر بارناندانی را سالهاست که در این کلاس و آن محل کار می بینم و رنج می کشم، آدم هایی که نصیحت پذیر نیستند، پرمدعای ساکت هستند، زیر بار زندگی زاییده اند، آویزان پدر و مادر هستند، حسرت نسل قبل را می خورند، روی قبر خالی گذشته نامعلومی سینه می زنند، نگاهشان به خارجی است، اما عقل و همت شان داخلی است.

اما پیر مردان ۸۰ ساله ای را در فرنگ دیده ام که کودکی می کنند، پیر زنان ۹۰ ساله را دیده ام که جوانی می کنند، سفر می روند، راه می روند، حرف می زنند، با سگ و گربه زندگی می کنند، رنگ را دوست

فرانسوی ها (Aire) محلی برای بنزین زدن، دستشویی رفتن، خوردن، خوابیدن، پا را دراز کردن، بازی کردن بچه ها، خستگی در کردن، پر و خالی شدن می دانند.

سعی کردم در پایان سال، از بهارتا پائیز زندگی انسان را بنویسم و بگویم که تاشقایق هست، زندگی باید کرد، ساعت تان رادوباره کوک کنید، زندگی جریان دارد، عمر زود تمام می شود.

متولد می شوی، نوزادی تمام می شود، کمی بزرگ می شوی، کودکی به پایان می رسد، نوجوانی و جوانی زود می گذرد، ازدواج می کنی و تولد بچه ها و میانسالی و پیرسالی شروع می شود، و کهنسالی هم در یک چشم بهم زدن تمام می شود، به آخر خط می رسی و ناگهان بانگی برمی آید که خواجه مرد.

خوش نگرانم که او با خود چه برد
خاک بر قبرش بریزند از پی اش
چونکه او، خاک هم برای خود نبرد
خاک دنیا را نباشد فایده

کارنیکي بایدش با خود ببرد
نکبت ظلم و ستم بر او بماند
گرچه از ما هرچه بوده او ببرد
لیک زورگویان عالم غافلند
ناگهان بانگی برآمد خواجه مرد.

همه این اتفاقات، از تولد تا مرگ، برای یک انسان حداکثر حدود هفتاد، هشتاد یا صدسال و برای یک کلاغ و لاشخور و لاکپشت دویست سیصد سال طول می کشد.

حالا حیواناتی هم هستند که همه این گذر عمر برایشان یک روز است، خانواده حشره های یک روزه، کوتاه ترین طول دوره زندگی را بر روی کره زمین دارند. زندگی آن ها تنها ۲۴ ساعت است و به علت طول عمر یک روزه شان با عنوان (حشرات یک روزه) نامیده می شوند.

مگس ها دو هفته و تک سلولی ها چندثانیه و صدف هزارسال زندگی می کنند.

و این نشان میدهد که زمان یک امر قراردادی برای هر مخلوقی است. البته ما انسان ها، زمان همه حیوانات را با زمان تعیین شده خودمان می سنجم، وقتی از طول عمر چندثانیه ای یک حیوان و هزارساله یک حیوان دیگر حرف می زنیم، این طول عمر تعیین شده را با عمر خودمان یعنی انسان سنجم می کنیم.

وقتی داریم چندثانیه را می شماریم ۱،۲،۳،۴،۵ به عدد ۱۰ نرسیده عمر یک تک سلولی تمام می شود، یعنی چند ثانیه ما، برای یک آمیب، یک عمر است، زایش و بزرگ شدن و تجدید نسل کردن و پیر شدن و مردن است.

حالا ما گاهی چند ساعت، چندروز، چندماه، چندسال را برای آشنایی، برای لذت بردن، برای شادی، برای یادگرفتن، برای انسان بودن کم می دانیم.

در نیایی که تسوی چندثانیه، حیوانی دیگر متولد می شود، بزرگ می شود، ازدواج می کند، پیر می شود و می میرد، چرا به چند ساعت، چندروز، چند هفته، چندماه، چندسال اهمیت نمی دهیم.

هر چندثانیه، یک زندگی است، قدر لحظه لحظه آن را در این دوران سخت اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و بیماری های ناشناخته بدانیم.

کرونا بیماری آغاز یا پایان قرن ما بود و هست، درد افزا بود، نکبت داشت و دارد، عزیزان ما را از ما گرفت، در آن زمان که دولتمردان ما و جهان، درگیر بازی های سیاسی و اقتصادی خودشان بودند و مردم هم، تلاش می کردند که هیولای کرونا را به کرونای خوبی تبدیل کنند و راه مقاومت و مبارزه با آن را با نکات ساده فاصله اجتماعی و ماسک و الکل و سایر موارد ابتدایی بیاموزند، ظاهرا گذشت، اما واقعیت این است که همیشه یک بیماری در راه است.

مثلا الان دوران بیماری اقتصادی است، دوران بیماری تحریم است، دوران بیماری گرانی است، دوران تورم است، دوران سختی است، و باز هم باید به همدیگر کمک کنیم، باید حال همدیگر را خوش کنیم، باید مواظب خودمان باشیم، باید در روابط انسانی دقت کنیم که دل های کمتری آزرده شوند. در این دوران، اگر نمی توانیم در محدوده اقتصادی نقش تعیین کننده بازی کنیم، اما حتما می توانیم در محدوده دل ها تاثیرگذار باشیم.

مشاغل ما همیشه مهم است، هر کارمندی در هر سازمانی می تواند با رفتار خودش و کلامی خوش و نگاهی آرامش بخش و لبخندی مهربانانه، مراجعه کننده و مشتری خود را پاسخگو بوده و او را با خاطره ای خوش روانه کند.

همه مدیران و کارکنان سازمان های خدماتی چنین وظیفه ای دارند، ما هم در خانواده بزرگ سامان چنین وظیفه ای داریم.

این حداقل کاری است که هر نیروی صف و ستاد می تواند در حق اعضای بزرگ خانواده سامان انجام دهد و هر مشتری را با نگاه و کلام و لبخندی پذیرا و بدرقه نماید.



ساخت یک ابر قدرت؛ از هفت شگفت‌انگیز چه می‌توانیم بیاموزیم؟ (بخش دوم)

| نویسندگان: برد مندلسون، هارالد فاندلر، همایون حاتمی و لیز هیلتون سگل
| شرکت مشاوره مک‌کینزی - ژوئن ۲۰۲۴

"ذهنیت ایستا" چیست؟

- افراد معتقدند که توانایی‌هایشان ثابت است و نمی‌توانند تغییر کنند.
- به جای یادگیری و رشد، سعی می‌کنند از اشتباهات خود دفاع کنند.
- افراد باور دارند که توانایی‌هایشان از طریق یادگیری و تلاش افزایش می‌یابد.
- اشتباهات را فرصتی برای رشد و پیشرفت می‌بینند.
- نادلا این ایده را با شعار "یادگیرنده باشید، نه دانای مطلق" در سراسر کشور گسترش داد.

نتایج این تغییر:

- همکاری بین تیم‌های مختلف افزایش یافت.
- تمرکز بر نوآوری بیشتر شد.
- مایکروسافت از یک شرکت در حال افول، به یکی از باارزش‌ترین شرکت‌های جهان تبدیل شد.
- مطالعه موردی: نتفلیکس و فرهنگ آزادی و مسئولیت‌پذیری
- نتفلیکس یکی از شرکت‌هایی است که به‌شدت بر فرهنگ سازمانی و طرز فکر رشد تأکید دارد.

اصول فرهنگی نتفلیکس:

- کارکنان آزادی عمل بالایی دارند، اما در برابر عملکردشان مسئولیت‌پذیر هستند.
- فرایندهای غیرضروری حذف شده‌اند تا تصمیم‌گیری سریع‌تر شود.
- ارزیابی کارکنان نه بر اساس رعایت قوانین بلکه بر اساس ارزش‌آفرینی

فرهنگ و طرز فکر - چگونه شرکت‌ها

یک ذهنیت رشد را در کارکنان خود ایجاد می‌کنند؟

فرهنگ سازمانی یکی از عوامل کلیدی موفقیت شرکت‌های برتر است. تحقیقات مک‌کینزی نشان می‌دهد که سازمان‌های سالم و دارای فرهنگ قوی، عملکردی سه برابر بهتر از سایر سازمان‌ها دارند.

اما مشکل اصلی چیست؟

- بسیاری از سازمان‌ها فرهنگ را به عنوان یک مفهوم انتزاعی در نظر می‌گیرند و از پیاده‌سازی آن در فرایندهای عملیاتی غافل می‌شوند.
- ذهنیت و رفتار کارکنان برای اجرای فرهنگ صحیح، نیاز به نهادهای سازشی در فرایندهای استخدام، مدل‌های رهبری و سیستم‌های ارزیابی عملکرد دارد.

سازمان‌های موفق چگونه فرهنگ

و طرز فکر رشد را تقویت می‌کنند؟

- ایجاد محیطی که نوآوری و یادگیری را تشویق کند.
- گسترش طرز فکر "ما همیشه در حال یادگیری هستیم" به جای "ما همه چیز را می‌دانیم".
- ایجاد فرایندهایی که فرهنگ سازمان را در زندگی روزمره کارکنان پیاده کند.

مطالعه موردی: مایکروسافت و ذهنیت رشد

مایکروسافت در دوران ساتیا نادلا دچار یک تحول اساسی شد. نادلا، مدیرعامل مایکروسافت، از همان ابتدای کار، فرهنگ سازمان را از "ذهنیت ایستا" به "ذهنیت رشد" تغییر داد.

MAGNIFICENT SEVEN BUSINESS STRATEGIES



آنها انجام می‌شود.

نتیجه‌گیری:

این فرهنگ باعث شده تا تفلیکس یک شرکت خلاق و انعطاف‌پذیر باقی بماند و همواره در صنعت سرگرمی پیشرو باشد. مطالعه موردی: نستله و فرهنگ کارآفرینی نستله یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های غذایی جهان است که از سال ۱۸۶۶ فعالیت می‌کند.

راز موفقیت نستله چیست؟

- ایجاد یک فرهنگ کارآفرینی درون‌سازمانی که کارکنان را به کشف فرصت‌های جدید تشویق می‌کند.
- سرمایه‌گذاری در روندهای جدید مصرف‌کنندگان، مانند غذاهای سالم و پایدار
- حمایت از ایده‌های نوآورانه و گسترش کسب‌وکارهای کوچک درون شرکت
- مثال: موفقیت نستله در بازار قهوه
- در دهه ۱۹۵۰، نستله به محبوبیت نوشیدنی‌های فوری پی برد و برند نسکافه را توسعه داد.
- در دهه ۱۹۸۰، نستله با تحلیل رفتار مشتریان، سیستم قهوه کپسولی "Nespresso" را راه‌اندازی کرد.
- این مدل باعث ایجاد یک کسب‌وکار ۶ میلیارد دلاری شد که سالانه بین ۵ تا ۲۰ درصد رشد دارد.

نتیجه:

نستله توانسته است با یک فرهنگ کارآفرینی قوی، روندهای جدید بازار را به سرعت شناسایی کرده و در آنها سرمایه‌گذاری کند. در بخش بعدی بررسی خواهیم کرد که چگونه شرکت‌هایی مانند آمازون، ASML و انویدیا از فناوری برای ایجاد مزیت رقابتی استفاده کرده‌اند.

فناوری - چگونه شرکت‌ها از تکنولوژی

برای ایجاد ابرقدرت‌های سازمانی استفاده می‌کنند؟

در دنیای امروز، فناوری یکی از عناصر اصلی موفقیت سازمانی است. اما بسیاری از شرکت‌ها صرفاً با خرید نرم‌افزارهای جدید یا اجرای پروژه‌های دیجیتال، انتظار تحول دارند.

چالش اصلی چیست؟

- بسیاری از سازمان‌ها درک درستی از چگونگی ادغام فناوری با فرایندهای کلیدی خود ندارند.
- فناوری زمانی اثربخش است که به طور عمیق در ساختار و فرهنگ سازمان نهادینه شود.

شرکت‌های موفق چگونه از فناوری

برای ایجاد ابرقدرت سازمانی استفاده می‌کنند؟

- استفاده از فناوری برای بهبود فرایندهای داخلی و تجربه مشتری
- ایجاد سیستم‌هایی که امکان توسعه و یادگیری مستمر را فراهم کنند
- سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های دیجیتال که سرعت و مقیاس‌پذیری را افزایش دهند
- مطالعه موردی: آمازون و معماری فناوری منعطف
- یکی از دلایل موفقیت آمازون، ساختار فناوری غیرمتمرکز و مبتنی بر API است.
- آمازون سیستم‌های نرم‌افزاری خود را به گونه‌ای طراحی کرده که هر تیم داخلی بتواند به صورت مستقل از APIها برای توسعه محصولات جدید استفاده کند.
- این مدل باعث شده که آمازون بتواند سریع‌تر نوآوری کند و خدمات جدیدی را در زمان کوتاه‌تری ارائه دهد.
- این تجربه بعدها باعث ایجاد Amazon Web Services (AWS) شد. سرویس شد که امروزه یکی از سودآورترین بخش‌های آمازون است. نتیجه: معماری فناوری چابک و مقیاس‌پذیر، آمازون را قادر ساخته است

با سرعت بیشتری وارد بازارهای جدید شود و همچنان مشتری محور باقی بماند.

مطالعه موردی: ASML و فناوری پیشرفته در صنعت نیمه‌هادی
ASML یکی از مهم‌ترین شرکت‌های تولیدکننده تجهیزات نیمه‌هادی در جهان است.

چالش: صنعت نیمه‌هادی نیازمند فناوری‌های بسیار پیشرفته و دقیق است.

راه‌حل ASML: توسعه ماشین‌های لیتوگرافی فوق پیشرفته که تنها توسط این شرکت ساخته می‌شوند.

سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه (R&D)

ASML سالانه میلیاردها دلار در فناوری‌های جدید سرمایه‌گذاری می‌کند.

با شرکت‌های پیشرو مانند اینتل، سامسونگ و TSMC همکاری نزدیک دارد تا تکنولوژی‌های آینده را شکل دهد.

نتیجه:

ASML توانسته است با سرمایه‌گذاری مداوم در فناوری‌های انحصاری، یک مزیت رقابتی بی‌نظیر ایجاد کند.

مطالعه موردی: انویدا و توسعه سخت‌افزار و نرم‌افزار هوش مصنوعی
انویدا از یک شرکت تولیدکننده کارت‌های گرافیک، به یک رهبر جهانی در حوزه هوش مصنوعی تبدیل شده است.

راز موفقیت انویدا چیست؟

ترکیب سخت‌افزار و نرم‌افزار برای بهینه‌سازی قدرت پردازشی در کاربردهای AI

توسعه CUDA، یک پلتفرم نرم‌افزاری که به محققان و شرکت‌ها اجازه می‌دهد از پردازنده‌های گرافیکی برای پردازش‌های پیچیده استفاده کنند

سرمایه‌گذاری در شبکه‌های عصبی و یادگیری عمیق که امروزه در فناوری‌هایی مانند خودروهای خودران، پزشکی و بازی‌های ویدیویی کاربرد دارد.

نتیجه:

انویدا با ایجاد اکوسیستم نرم‌افزار و سخت‌افزار هوش مصنوعی، رهبر بازار شده است و شرکت‌های دیگر برای استفاده از قدرت محاسباتی آن به این پلتفرم وابسته‌اند.

در بخش بعدی بررسی خواهیم کرد که چگونه شرکت‌هایی مانند آمازون، Novo Nordisk و LVMH با طراحی ساختارهای سازمانی مناسب، مزیت رقابتی خود را حفظ کرده‌اند.

ساختار سازمانی - چگونه شرکت‌ها

تیم‌های خود را برای موفقیت طراحی می‌کنند؟

ساختار سازمانی مناسب، کلید موفقیت شرکت‌هایی است که قصد دارند یک ابرقدرت سازمانی ایجاد کنند. در بسیاری از شرکت‌ها، ساختارهای سنتی مانع از رشد و نوآوری می‌شوند، زیرا:

تصمیم‌گیری‌ها بیش از حد متمرکز و کند است.
تیم‌ها به اندازه کافی استقلال و منابع ندارند تا روی پروژه‌های مهم تمرکز کنند.

همانگی بین بخش‌های مختلف سازمان به درستی انجام نمی‌شود.
شرکت‌های پیشرو چگونه این مشکل را حل کرده‌اند؟

طراحی ساختارهای انعطاف‌پذیر و مقیاس‌پذیر

ایجاد تیم‌های مستقل با مسئولیت‌های مشخص
حمایت از نوآوری و کاهش موانع بوروکراتیک

مطالعه موردی: آمازون و مدل "رهبر تک‌موضوعی"

آمازون یکی از شرکت‌هایی است که ساختار مدیریتی سنتی را تغییر داده است.

این شرکت از مدل "رهبر تک‌موضوعی (Single-Leader) Threaded" استفاده می‌کند.

این مدل چگونه کار می‌کند؟

هر مدیر ارشد فقط روی یک حوزه کلیدی تمرکز دارد.
مدیران جدید نباید چندین پروژه مختلف را هم‌زمان مدیریت کنند.
اگر یک بخش جدید در آمازون ایجاد شود، یک مدیر اختصاصی برای آن منصوب می‌شود که تمام تمرکزش روی همان بخش است.

مثال‌های موفقیت این مدل:

زمانی که ایده کیندل مطرح شد، آمازون مدیر بخش کتاب‌های فیزیکی خود را به توسعه کتاب‌خوان الکترونیکی اختصاص داد.

همین مدل در توسعه Prime Amazon و Alexa هم استفاده شد.
اما این روش همیشه موفق نبوده است: پروژه‌هایی مانند Amazon Fire و Amazon China با شکست مواجه شدند، اما فلسفه کلی آمازون این است که "شکست بخشی از فرایند نوآوری است".

نتیجه:

مدل رهبر تک‌موضوعی کمک کرده است که آمازون سریع‌تر تصمیم بگیرد، نوآوری کند و بدون پیچیدگی‌های مدیریتی رشد کند.

مطالعه موردی: Nordisk Novo و ساختار سازمانی غیرسنتی
Nordisk Novo، شرکت داروسازی دانمارکی، به تازگی ارزشمندترین شرکت اروپا شده است.

چرا؟

موفقیت اخیر این شرکت در حوزه داروهای دیابت و چاقی مانند Ozempic و Wegovy توجه جهانی را جلب کرده است.

اما موفقیت واقعی این شرکت فقط به‌خاطر فرمول‌های دارویی جدید نیست، بلکه به دلیل ساختار سازمانی منحصربه‌فرد آن است.

این شرکت چگونه از ساختار سازمانی برای رشد خود استفاده کرده است؟

۱. مالکیت عمده آن در اختیار یک بنیاد خیریه است، نه سهامداران کوتاه‌مدت.

۲. این مدل باعث شده که فشارهای مالی کوتاه‌مدت مانع از سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت در تحقیق و توسعه نشود.

۳. Nordisk Novo توانسته است بدون نگرانی از نوسانات بازار، روی توسعه داروهای نوآورانه تمرکز کند.

نتیجه:

نگرش بلندمدت این شرکت، عامل اصلی موفقیت آن در توسعه درمان‌های پیشرفته دیابت و چاقی بوده است.

مطالعه موردی: LVMH و مدل "فدراسیون برندها"
LVMH، غول صنعت کالاهای لوکس، دارای بیش از ۷۵ برند در زمینه‌های مختلف است.

چگونه می‌توان برندی مانند Louis Vuitton، Dior، Moët & Chandon، Hublot را تحت یک ساختار سازمانی مدیریت کرد

بدون اینکه استقلال و نوآوری آن‌ها از بین برود؟

راه حل:

LVMH به جای یک ساختار مدیریتی متمرکز، مدل "فدراسیون برندها" را پیاده کرده است.

- هر برند کاملاً مستقل اداره می‌شود.
- تصمیم‌گیری‌ها در سطح هر برند انجام می‌شود، نه توسط مدیریت LVMH

- در عین حال، برندها از منابع و حمایت‌های شرکت مادر بهره‌مند می‌شوند.

نتیجه:

LVMH توانسته است هم‌زمان نوآوری کند، هویت برندهای لوکس خود را حفظ کند و همچنان به رشد پایدار ادامه دهد.

در بخش بعدی بررسی خواهیم کرد که چگونه شرکت‌هایی مانند آمازون و مایکروسافت فرایندهای عملیاتی خود را استاندارد کرده‌اند تا عملکرد پایداری داشته باشند.

روال‌ها - چگونه شرکت‌ها فرایندهای خود را برای موفقیت بهینه می‌کنند؟
فرایندها و روال‌های عملیاتی، ستون فقرات یک ابرقدرت سازمانی هستند.

شرکت‌هایی که فرایندهای کارآمد

و استانداردسازی شده دارند، می‌توانند:

- سریع‌تر تصمیم بگیرند.
- از اشتباهات گذشته یاد بگیرند.
- عملکرد خود را بدون ازدست‌دادن کیفیت مقیاس‌پذیر کنند.

چالش اصلی چیست؟

- بسیاری از شرکت‌ها فرایندهای خود را فقط روی کاغذ طراحی می‌کنند، اما در عمل اجرا نمی‌شوند.
- اجرای یک فرایند جدید نیاز به تکرار مداوم و آموزش کارکنان دارد.
- فرایندهای جدید باید حداقل ۲۰ بار اجرا شوند تا کاملاً در سازمان نهادینه شوند.

شرکت‌های موفق چگونه این مشکل را حل کرده‌اند؟

- استانداردسازی فرایندهای تصمیم‌گیری و مدیریت عملکرد
- ایجاد مکانیزم‌هایی که کارکنان را در اجرای فرایندها همراه کند
- بازبینی مستمر برای بهبود فرایندهای اجرایی
- مطالعه موردی: آمازون و فرایندهای اجرایی استاندارد
- آمازون صدها واحد عملیاتی دارد که شامل فروش، تبلیغات، لجستیک، رایانش ابری و غیره می‌شوند.
- باین حال، همه این واحدها از مجموعه‌ای از "مکانیزم‌های استاندارد پیروی می‌کنند."

این مکانیزم‌ها چه هستند؟

۱. جلسات هفتگی، ماهانه و فصلی:
 - معیارهای کلیدی عملکرد (KPI) در این جلسات بررسی می‌شود.
 - مدیران موظف‌اند هر هفته پیشرفت‌های تیم خود را ارزیابی کنند.
۲. مدل "دو پیتزا" برای اندازه تیمها:
 - تیم‌های جدید نباید بزرگ‌تر از تعداد افرادی باشند که با دو پیتزا سیر می‌شوند!

- این مدل باعث شده که تیم‌ها کوچک، چابک و مؤثر باقی بمانند.
- ۳. فرایند "کار از آخر به اول":

- هر ایده جدید در آمازون ابتدا به صورت یک بیانیه مطبوعاتی (Pres) (Release) نوشته می‌شود.

- تیم‌ها به جای تمرکز روی ویژگی‌های فنی روی اینکه مشتری چگونه از محصول استفاده می‌کند تمرکز دارند.

نتیجه:

این مکانیزم‌ها کمک کرده‌اند که آمازون یک فرهنگ چابک و عملیاتی قوی ایجاد کند که امکان مقیاس‌پذیری بالا را فراهم می‌کند.

مطالعه موردی: مایکروسافت و فرایندهای یادگیری از اشتباهات

مایکروسافت یکی از شرکت‌هایی است که به جای ترس از اشتباه، آن را بخشی از فرایند یادگیری می‌داند

یکی از روال‌های کلیدی در مایکروسافت، فرایند "اصلاح اشتباه" است.

- این فرایند چگونه کار می‌کند؟

۱. هر خطا به صورت یک گزارش ثبت می‌شود.

۲. گزارش‌ها وارد یک سیستم مرکزی می‌شوند.

۳. یک تیم تخصصی بررسی می‌کند که چگونه میتوان از تکرار این اشتباه در کل سازمان جلوگیری کرد.

نمونه واقعی:

در سال ۲۰۱۴، ساتیا نادلا (مدیرعامل مایکروسافت) در یک مصاحبه درباره حقوق زنان گفت که زنان نباید در مورد حقوقشان مذاکره کنند، بلکه باید به "سیستم" اعتماد داشته باشند.

- این جمله بلافاصله واکنش‌های منفی زیادی به همراه داشت.

- اما نادلا به جای دفاع از گفته خود، به سرعت اعتراف کرد که اشتباه کرده است و سیاست‌های مایکروسافت را برای حمایت از برابری جنسیتی تغییر داد.

نتیجه:

این مدل باعث شده که مایکروسافت یک فرهنگ یادگیری مداوم داشته باشد که به رشد و نوآوری کمک می‌کند.

جمع‌بندی: چگونه یک ابرقدرت سازمانی بسازیم؟

برای ایجاد یک ابرقدرت سازمانی، شرکت‌ها باید شش عنصر کلیدی مدل VECTOR را رعایت کنند:

- چشم‌انداز (Vision): داشتن یک هدف مشخص و بلندمدت (مانند LVMH و آمازون).

- کارکنان (Employees): توسعه مهارت‌ها و ایجاد فرهنگ یادگیری (مانند نتفلیکس و LVMH).

- فرهنگ (Culture): نهادینه کردن طرز فکر رشد (مانند مایکروسافت و نستله).

- فناوری (Technology): استفاده هوشمندانه از تکنولوژی برای ایجاد مزیت رقابتی (مانند آمازون، ASML و انویدیا).

- ساختار سازمانی (Organization): طراحی تیم‌های مستقل و چابک (مانند آمازون و NovoNordisk).

- روال‌ها (Routines): استانداردسازی فرایندها برای اجرای پایدار استراتژی‌ها (مانند مایکروسافت و آمازون).

پیاده‌سازی این اصول می‌تواند به شرکت‌ها کمک کند که در بازارهای رقابتی رشد کنند و مزیت‌های پایداری ایجاد کنند.

مدیریت منابع انسانی (HRM) و مشارکت کارکنان



۱. مدیریت منابع انسانی و عملکرد مالی

آیا مدیریت منابع انسانی به حد سودآوری (درآمد خالص) صورت سود و زیان بانک کمک می‌کند؟ به بیان ساده، آیا HRM به خلق سود کمک می‌کند؟ اگر پاسخ مثبت باشد، پس چگونه این کار انجام می‌شود؟ رابط‌های منطقی کدام‌اند؟

شواهد در ادبیات حرفه‌ای و دانشگاهی نشان می‌دهند که پیوند بین HRM و حد سودآوری (درآمد خالص) از راه مشارکت کارکنان صورت می‌گیرد. اما مشارکت کارکنان چیست؟ هارتر، اشمیت و هیز (Hartyer, Schmidt abd Hayes: ۲۰۰۲) مشارکت کارکنان را به این صورت تعریف می‌کنند: «درگیری و رضایتمندی از، و نیز شور و شوق فرد برای کار». این تعریف رضایتمندی از کار کارکنان تا اندازه‌ای دل‌بستگی سازمانی و قصد ماندن در شرکت را در برمی‌گیرد. لانفیر (Lanphear: ۲۰۰۴) دل‌بستگی سازمانی را به عنوان «پیوندی که کارکنان با سازمان نشان دادند»، تعریف می‌کند. یعنی «زمانی که کارکنان واقعاً به کسب و کار خود علاقه‌مندند، به احتمال زیاد بیشتر کار می‌کنند».

یک بررسی، مشارکت کارکنان را به این شکل تعریف می‌کند: «آن حد که کارکنان درباره شغل خود احساس شور و شوق می‌کنند، به سازمان خود متعهدند و در کارشان تلاش داوطلبانه می‌کنند. (Customer Insight, nd)

این‌طور به نظر می‌رسد که مشارکت کارکنان دو روی یک سکه است: در یک طرف سکه نیروی کاری قرار دارد که مجهز به دانش، مهارت و تجربه برای انجام دادن وظایف است. در سوی دیگر سکه نیروی کاری

قرار دارد که برای انجام دادن وظایف از انگیزه بالایی برخوردار است. اینک دو پرسش اصلی این فصل را مطرح می‌کنیم:

- اگر مشارکت کارکنان مهم است، در این صورت، چرا مهم است؟
- اگر مشارکت کارکنان مهم است، در این صورت، چگونه می‌توان به آن دست یافت؟

شواهد قابل ملاحظه‌ای وجود دارد که مشارکت کارکنان با بهره‌وری کارکنان و رضایتمندی مشتریان رابطه مستقیمی دارد؛ برای مثال، نگاه کنید به کافمن و گونزالس - مولینا (Coffman, Gonzalez-Molina: ۲۰۰۲) - این رابطه توسط باربر و استراک (Barber and Strack: ۲۰۰۵) نیز به دست آمد که نشان می‌دهد مشارکت کارکنان به سود اقتصادی، منبعی از خلق ارزش سهام‌دار، هم‌بسته است.

طبق «پیوند بین مشارکت و بهره‌وری» (We Thrive Ltd: ۲۰۱۷)، تاور واتسون (Tower Watson) مدعی است که شرکت‌هایی که از مشارکت پایدار بالایی برخوردارند دارای سه برابر حاشیه عملیاتی هستند تا شرکت‌هایی که مشارکت پایینی دارند.

استاندارد چارترد (Standard Chartered): شعب دارای مشارکت بالا، ۱۶ درصد رشد بیشتر و ۴۶ درصد گردش (جانشینی) کارکنان پایین‌تری دارند.

هی‌گروپ (Hay Group): مدعی است شرکت‌هایی که در یک‌چهارم بالای میزان مشارکت قرار دارند رشد درآمدشان ۲/۵ برابر شرکت‌هایی است که در یک‌چهارم پایین سطح مشارکت هستند.

گالوپ (Galop): مدعی است شرکت‌هایی که کارکنانشان مشارکت



با بازگشت به مثال بالا، مشاهده می‌کنیم که:

$$EP = (0.1 - 0.08) \times 100 = 2$$

اینک ما به دو پرسشی که در ابتدای این بخش مطرح کردیم پاسخ می‌دهیم. اجازه دهید آن‌ها را با دو پاسخ پیشنهادی تکرار کنیم.

جدول ۲-۴. اهمیت مشارکت کارکنان

پرسش	پاسخ‌های پیشنهاد شده
اگر مشارکت کارکنان مهم است، در این صورت، چرا مهم است؟	مشارکت کارکنان با بهره‌وری کارکنان رابطه مستقیمی دارد. برای مثال، نگاه کنید به: Buckingham and Coffman and Coffman and Gonzalez- Monila باربر و استراک ((Barber and Strack نشان می‌دهند که مشارکت کارکنان با خلق ارزش سهام‌داران با خلق سود اقتصادی همبسته است.
اگر مشارکت کارکنان مهم است، در این صورت چگونه جلب شود؟	این چالشی برای مدیر منابع انسانی است. کارشناسان منابع انسانی باید محرک‌های مشارکت کارکنان را شناسایی و سپس مدیران را برای بارگیری این محرک‌ها به‌عنوان بخشی از راهبری کسب‌وکار آموزش دهند.

بالایی دارند ۲/۶ برابر رشد سود هر سهمشان بالاتر از شرکت‌هایی است که سطح مشارکت پایینی دارند.

اینک مشاهده کردیم چرا مشارکت کارکنان مهم است؛ زیرا به سطح بالاتری از بهره‌وری کارکنان می‌انجامد. آنچه می‌خواهیم بدانیم ارتباطی است که بین بهره‌وری کارکنان و خلق ارزش وجود دارد. باربر و استراک (Barber and Strack: ۲۰۰۵) نشان می‌دهند که سود اقتصادی در صورتی مثبت است که میانگین بهره‌وری کارکنان از میانگین هزینه کارکنان بیشتر باشد.

روش سنتی محاسبه سود اقتصادی برای یک شرکت به شرح زیر است: فرض کنید مدیری ۱۰۰ دلار در یک واحد کسب‌وکار خود سرمایه‌گذاری می‌کند و در پایان سال، این سرمایه‌گذاری به ۱۱۰ دلار می‌رسد. سرمایه‌گذاری اولیه ۱۰۰ دلار، سرمایه‌گذاری (IC) نامیده می‌شود. از دید حسابداری، سود ۱۰ دلار عاید می‌شود یا بازده این سرمایه‌گذاری (ROI) ۱۰ درصد خواهد بود. اما این میزان سود بیش از میزان واقعی سود نشان داده شده است، زیرا هزینه پولی را که سرمایه‌گذاری شده به حساب نیاوردیم. این هزینه، هزینه سرمایه (COC) نامیده می‌شود. فرض کنید که هزینه سرمایه ۸ درصد باشد. این یعنی سود فقط ۲ درصد یا ۲ دلار سرمایه‌گذاری ۱۰۰ دلاری است. این، سود اقتصادی نامیده می‌شود. با این تعریف‌ها فرمول زیر ارائه می‌شود:

$$EP = (ROI - COC) \times IC$$

که در این فرمول EP، سود اقتصادی؛ ROI، بازده سرمایه‌گذاری؛ COC، هزینه سرمایه و IC سرمایه‌گذاری است.

شناسایی قرار دهیم. این موضوع مشارکت کارکنان را در زمره اقدامات واقعی مدیریتی قرار خواهد داد.

۲. محرک‌های مشارکت کارکنان که

مدیر منابع انسانی آن‌ها را باید تحریک کند

شواهدی وجود دارد که مشارکت کارکنان زمانی جلب می‌شود که حداقل سه عامل وجود داشته باشد. این‌ها عبارت‌اند از:

۱- جهت و هدف مشترک: کلیه کارکنان می‌خواهند در مورد جهت و راهبرد آینده کاملاً باخبر باشند. برای حمایت از این محرک، مقاله‌ای از لاک وود (Lockwood: ۲۰۰۷) چنین بیان می‌کند که «پژوهش‌ها نشان می‌دهد، ارتباط بین شغل کارمند و راهبرد سازمان، مانند درک اینکه این شغل چقدر برای سازمان اهمیت دارد، مهم‌ترین عامل محرک در مشارکت کارکنان است. در واقع، کارکنان با بالاترین سطح تعهد ۲۰ درصد از عملکرد بهتری برخوردارند و ۸۷ درصد احتمال کمتری دارد که سازمان را ترک کنند».

به‌ظاهر کارکنان می‌خواهند بدانند راهبرد سازمانی چیست و چگونه آنان می‌توانند به آن کمک کنند. با ایجاد ارتباط با اجزای سرمایه فکری، کارکنان می‌خواهند پیوند بین خود (سرمایه انسانی) را با سرمایه سازمانی که راهبرد شرکت بخشی از آن است، مشاهده کنند.

رهبران کسب‌وکار باید به طور مستمر کارکنان خود را از راهبرد شرکت و سمت‌وسوی آینده مطلع سازند و به آنان بگویند در کجای این مسیر قرار دارند. افزون بر اینکه آنان باید بدانند موفقیت چگونه تعریف می‌شود.

باز از این بهتر، فرایند توسعه راهبرد باید کارکنان را در کلیه سطوح به طور فراگیر در برگیرد. پیاده‌کردن مدل تمرین شدید (Workout Model) که توسط شرکت جنرال الکتریک (GE) تدوین شد بسیار توصیه می‌شود.

۲- مدیریت استعداد: کارکنانی که بیشترین مشارکت را دارند معمولاً کسانی هستند که استعدادشان با وظیفه شغلی‌شان تطبیق می‌کند.

۳- مدیریت عملکرد: این سومین عامل محرک است که احتمالاً مشارکت کارکنان را به طرز مثبتی جلب می‌کند.

۳. خلاصه تا اینجا

تا اینجا، نکات مهم زیر مطرح شده‌اند:

در یک بانکداری خرد، نمونه‌ای از یک کسب‌وکار انسان‌محور، مدیریت منابع انسانی بسیار مهم است. یک کسب‌وکار انسان‌محور فعالیتی است که در آن هزینه‌های کارکنان درصد بالایی از هزینه‌های عملیاتی کل را تشکیل می‌دهند و دارایی‌هایی که نیروی انسانی در ترازنامه خلق کرده درصد به نسبت بالایی از دارایی‌های کل را تشکیل می‌دهد.

نقش عمده کارشناسان منابع انسانی جلب مشارکت کارکنان است، زیرا این مشارکت با بهره‌وری کارکنان رابطه مستقیمی دارد. بهره‌وری کارکنان رابطه مستقیم با سود اقتصادی و خلق ارزش سهام‌داران دارد. نتیجه نهایی این است که مشارکت کارکنان یک رابطه مستقیم با خلق ارزش سهام‌داران دارد.

پس محرک‌های اصلی مشارکت کارکنان عبارت‌اند از:

- هدف مشترک
- مدیریت استعداد
- مدیریت عملکرد

به این موضوعات در فصول بعد می‌پردازیم.

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

آیا پژوهش‌هایی وجود دارد که از این پیشنهاد حمایت کند که مشارکت کارکنان با سود اقتصادی و از این رو با ارزش سهام‌دار رابطه مستقیم دارد؟ شواهد زیادی برای اثبات ادعای بالا وجود دارد. برای مثال، در سال ۲۰۰۷، گالپ (Galop) داده‌های ۳۳۲ سازمان را که دارای بیش از ۴/۵ میلیون نفر نیروی کار بودند برای محاسبه رابطه بین مشارکت کارکنان و سود هر سهم (EPS)، تعیین‌کننده قیمت هر سهم، مورد تجزیه و تحلیل قرار داد. این پژوهش نشان می‌دهد که شرکت‌های دولتی که در رتبه‌بندی در یک چهارم بالایی مشارکت کارکنان قرار داشتند از رشد سود هر سهم ۲/۶ برابر آن‌هایی برخوردار بودند که زیر حد متوسط بودند.

بانک استاندارد چارتر به طور فعالانه در حال اندازه‌گیری، مدیریت و بهبود مشارکت کارکنان خود از سال ۲۰۰۱ بوده‌اند که طی این دوره زمانی ارزش شرکت ۲/۵ برابر افزایش یافته است. تیم میلر، مدیرکل نیروی انسانی، اموال و تضمینات بانک کاملاً می‌داند که چگونه مشارکت کارکنان موجب خلق ارزش می‌شود.

رابطه‌ای مستقیم بین مشارکت کارکنان و بازده کل سهام‌داران (TRS- Total Shareholder Return) وجود دارد. به‌ویژه، شرکت‌هایی که از ۶۰ درصد تا ۱۰۰ درصد مشارکت کارکنان برخوردارند، میانگین TRS ۲۴/۲ درصد را کسب کردند. با نمره مشارکت ۴۹ درصد تا ۶۰ درصد، TRS به ۹/۱ درصد تنزل یافت. شرکت‌هایی با مشارکت کمتر از ۲۵ درصد با TRS منفی مواجه شدند.

[http://www.ddiworld.com/resources/library/white-\(papers-monographs/employee-engagement](http://www.ddiworld.com/resources/library/white-(papers-monographs/employee-engagement)

علاوه بر این، بیک-کیو (بریان) جو و گری مک‌لین (Baek-Kyoo Joo and Gary McLean) در ۲۰۰۶ دریافتند که همبستگی بسیار قوی (۵۴ درصد) بین مشارکت کارکنان و میانگین پنج‌ساله TSR شرکت وجود دارد.

شرکت کاترپیلار (Caterpillar, Inc) در سال ۲۰۰۲ بر مشارکت کارکنان زمانی تمرکز کرد که پویش سالانه‌اش نشان داد، تنها نیمی از کارکنانش مشارکت می‌کنند. در ۲۰۰۹م.

این رقم به ۸۰ درصد افزایش یافته بود که این شرکت معتقد است ۸/۸ میلیون دلار درآمد فروش، حاصل کاهش غیبت، گردش (جانشینی) کارکنان و بهره‌وری بیشتر بوده است. (Schaufenbuel: ۲۰۱۳)

نوشابه‌سازی مولسون کورز بریوری (Molson Coors Brewery) گزارش می‌دهد که در ۲۰۱۰م. تقریباً ۹۰ درصد نیروی کارش مشارکت می‌کردند، بسیار بیشتر از ۳۰ درصد میانگین صنعت (نقل قول از مؤسسه آمارگیری گالپ). فقط موارد کاهش ایمنی بیش از ۱/۷ میلیون دلار و به‌علاوه ۲/۱ میلیون دلار در بهره‌وری بالاتر صرفه‌جویی کرد. (Schaufenbuel: ۲۰۱۳)

اجازه دهید منطق مطالب عنوان شده در این فصل را خلاصه کنیم. ما نشان دادیم که:

- بهره‌وری کارکنان با سود اقتصادی و بنابراین خلق ارزش سهام‌داران رابطه مستقیمی وجود دارد.
- مشارکت کارکنان به بهره‌وری کارکنان رابطه مستقیمی وجود دارد.
- با ترکیب این دو ارتباط، مشاهده می‌کنیم که: میان مشارکت کارکنان با خلق ارزش سهام‌داران رابطه مستقیمی وجود دارد.
- نقش مدیر منابع انسانی در تقویت مشارکت کارکنان و سپس افزایش سودآوری بنگاه چیست؟ ما باید محرک‌های مشارکت کارکنان را مورد



عزت نفس در برابر خودشیفتگی: راز موفقیت یا سقوط در مدیریت

| حسن بودلایی |

تصور کنید دو مدیر در سازمان شما وجود دارند:

یکی با عزت نفس بالا که ضعف‌های خود را می‌پذیرد و به دیگران احترام می‌گذارد.

دیگری خودشیفته که همیشه به دنبال اثبات برتری خودش است و انتقادات را تهدیدی علیه خود می‌داند.

تفاوت این دو می‌تواند سرنوشت تیم شما را رقم بزند. در ادامه، با نگاهی به یک موقعیت مدیریتی و نحوه برخورد این دو سبک مدیریتی، به عمق تفاوت‌ها می‌پردازیم.

ماجرای تیم فروش: برخورد دو سبک مدیریت

چالش: تیم فروش در ماه گذشته عملکرد ضعیفی داشته است. جلسه‌ای برای بررسی و اصلاح این شرایط برگزار می‌شود.

مدیر خودشیفته:

«من فکر می‌کنم ساده‌ترین راه اینه که یکی از اعضای ضعیف تیم رو اخراج کنیم. این باعث می‌شه بقیه بفهمن که اشتباه جایی نداره.»

مدیر با عزت نفس:

«اخراج همیشه آخرین راه‌حل باید باشه. بیایید بررسی کنیم که مشکل اصلی کجاست. آیا آموزش کافی بوده؟ آیا منابع لازم در اختیار تیم قرار گرفته؟ حل مشکل از ریشه، نتیجه بهتری داره.»

مدیر خودشیفته:

«ما نیازی به این همه جلسه و بحث نداریم. من می‌دونم چی درسته. کارمندان فقط باید گوش بدن و اجرا کنن.»

مدیر با عزت نفس:

«جلسات تیمی می‌تونه فضایی برای شفاف‌سازی و هم‌فکری باشه. وقتی تیم احساس کنه که نظراتش شنیده می‌شه، انگیزه و تعهدش بیشتر می‌شه.»

مدیر خودشیفته:

«انتقادات فقط وقت تلف کردنه. کسی که از من انتقاد کنه، فقط حسودیه.»

چرا باید به این حرف‌ها اهمیت بدیم؟

مدیر با عزت نفس:

«انتقاد سازنده بهترین ابزار برای رشد و یادگیریه. اگر کسی انتقادی داره، بهش گوش بدیم. این نشون‌دهنده قدرت شخصی و حرفه‌ای ماست.»

نتیجه تفاوت‌ها: تأثیر سبک مدیریت بر تیم

خودشیفتگی:

- ایجاد محیطی پرتنش و ناامن
- کاهش اعتماد به نفس کارکنان
- افزایش نرخ خروج کارمندان

عزت نفس:

- تقویت همکاری و همدلی در تیم
- افزایش انگیزه و تعهد کارکنان
- رشد و پیشرفت پایدار سازمان

راهکارهایی برای رهبری با عزت نفس:

- پذیرای انتقاد باشید: انتقادات را فرصتی برای یادگیری و بهبود ببینید.
- به اشتباهات به‌عنوان فرصت نگاه کنید: از اشتباهات کارکنان برای تقویت مهارت‌هایشان استفاده کنید.
- برقراری ارتباط شفاف: فضایی ایجاد کنید که کارکنان بدون ترس نظراتشان را بیان کنند.
- تمرکز بر تقویت تیم: به جای برتری جویی، تیم را به سمت موفقیت هدایت کنید.

جمع‌بندی:

مدیریت موفق بر پایه عزت نفس ساخته می‌شود، نه خودشیفتگی. مدیران با عزت نفس می‌توانند الهام‌بخش تیم‌های قوی، باانگیزه و موفق باشند، درحالی‌که مدیران خودشیفته، فضای سازمان را به محیطی پرتنش و ناامن تبدیل می‌کنند.

منبع: گاهنامه مدیر



تکنیک‌های حل تعارض



ابراهیم زارپور، دکتری مدیریت
بازرگانی و مدرس بانک سامان
Zarepour.TMU@gmail.com

در محیط بانک‌ها، تعارض میان کارکنان، مشتریان و مدیران اجتناب‌ناپذیر است. مدیریت صحیح این تعارضات باعث افزایش بهره‌وری، بهبود رضایت مشتریان و کاهش استرس کاری می‌شود. در این راهنما، تکنیک‌های حل تعارض همراه با مثال‌های کاربردی و تمرین‌های عملی ارائه شده است.

بخش ۱: تکنیک‌های مبتنی بر ارتباطات

۱.۱. گوش دادن فعال

• روش اجرا:

به صحبت‌های طرف مقابل بدون قطع کردن گوش دهید. خلاصه‌ای از گفته‌های او را برای اطمینان از درک درست تکرار کنید. از عبارات تأییدی مانند "متوجه هستم که این موضوع برای شما مهم است." استفاده کنید.

• مثال:

یک مشتری به دلیل تأخیر در انتقال وجه عصبانی است. کارمند بانک با آرامش می‌گوید: "متوجه هستم که این تأخیر باعث ناراحتی شما شده است. اجازه دهید

بررسی کنم که مشکل از کجاست و چگونه می‌توان آن را حل کرد."

• تمرین:

یک همکار را تصور کنید که به دلیل تأخیر در فرایند وام، از شما ناراحت است. چگونه می‌توانید از گوش دادن فعال برای حل این مشکل استفاده کنید؟ پاسخ خود را یادداشت کنید.

۱.۲. تکنیک بازتاب دادن

• روش اجرا:

بخشی از صحبت‌های طرف مقابل را به او بازگردانید.

از زبان بدن مشابه استفاده کنید.

جملات طرف مقابل را با تغییرات جزئی تکرار کنید تا نشان دهید که درک کرده‌اید.

● مثال:

مشتری: "چرا سود تسهیلات این قدر بالاست؟ این برای من مشکل بزرگی است!"
کارمند: "متوجه هستم که سود تسهیلات برای شما نگران کننده است. اجازه دهید گزینه های بهتری را بررسی کنیم."

● تمرین:

به یک مکالمه اخیر با مشتری یا همکار فکر کنید که در آن سوء تفاهمی رخ داده است. یک پاسخ با استفاده از تکنیک بازتاب دادن بنویسید.

بخش ۲: تکنیک های رفتاری

۲.۱. روش مهرورزی سخت گیرانه

● روش اجرا:

با احترام اما قاطعانه صحبت کنید.
قوانین را توضیح دهید اما انعطاف پذیری نشان دهید.

● مثال:

مشتری درخواست بازگشت وجهی را دارد که طبق قوانین بانک امکان پذیر نیست. کارمند می گوید:
"من درک می کنم که شما انتظار بازگشت وجه دارید، اما قوانین بانک اجازه این کار را نمی دهد. اما می توانم پیشنهاد دهم که این مبلغ را به یک حساب دیگر با سود بهتر منتقل کنید."

● تمرین:

یک موقعیت فرضی را در نظر بگیرید که مشتری تقاضای نامعقولی دارد. چگونه می توانید با احترام ولی قاطعانه پاسخ دهید؟

۲.۲. تکنیک زمان توقف

● روش اجرا:

اگر تعارض در حال تشدید است، پیشنهاد دهید که مکالمه را بعداً ادامه دهید.

زمانی برای بازنگری و تحلیل موقعیت تعیین کنید.

● مثال:

دو همکار در بانک بر سر نوبت کاری خود بحث می کنند. مدیر می گوید:
"بهتر است ۱۰ دقیقه استراحت کنیم و بعد راهکاری پیدا کنیم که برای هر دو طرف مناسب باشد."

● تمرین:

یک موقعیت در محیط کار را تصور کنید که در آن بحثی بالا گرفته است. چگونه می توانید از این تکنیک برای آرام کردن شرایط استفاده کنید؟

بخش ۳: تکنیک های شناختی و روان شناختی

۳.۱. تغییر زاویه دید

● روش اجرا:

از خود پرسید: "اگر من جای این فرد بودم، چه احساسی داشتم؟" تلاش کنید از دیدگاه او به مسئله نگاه کنید.

● مثال:

مشتری ناراضی است که بانک درخواست وام او را رد کرده است. کارمند بانک می گوید:

"اگر من جای شما بودم، احتمالاً همین احساس را داشتم. اجازه دهید شرایط شما را دوباره بررسی کنیم و ببینیم چه گزینه های دیگری ممکن

است مناسب شما باشد."

● تمرین:

یک مشتری ناراضی را تصور کنید. چگونه می توانید از تغییر زاویه دید برای همدلی بیشتر استفاده کنید؟

۳.۲. تکنیک بازسازی شناختی

● روش اجرا:

به جای دیدن تعارض به عنوان تهدید، آن را فرصتی برای بهبود ببینید. جملات منفی را به جملات مثبت تبدیل کنید.

● مثال:

- "این مشتری همیشه شکایت می کند و اعصاب مرا خرد می کند."
- "این مشتری بازخورد ارزشمندی ارائه می دهد که به ما کمک می کند خدمات خود را بهبود دهیم."

● تمرین:

یک موقعیت واقعی را یادداشت کنید که در آن احساس منفی داشتید. آن را به یک فرصت مثبت تبدیل کنید.

بخش ۴: تکنیک های مدیریتی

۴.۱. تکنیک امتیازدهی هوشمندانه

● روش اجرا:

امتیازات کوچکی بدهید که برای شما کم هزینه اما برای طرف مقابل ارزشمند باشند.

● مثال:

مشتری خواهان کاهش کارمزد حساب بانکی است. بانک نمی تواند آن را کاهش دهد، اما پیشنهاد می دهد که مشتری امتیازاتی برای خرید بیمه دریافت کند.

● تمرین:

یک موقعیت فرضی بنویسید که در آن بتوانید امتیازاتی بدهید که هم مشتری راضی شود و هم بانک متضرر نشود.

۴.۲. تکنیک مدیریت از طریق الگوبرداری

● روش اجرا:

مدیران باید خودشان شیوه حل تعارض را نشان دهند. پاداش دادن به رفتارهای مثبت در مدیریت تعارض.

● مثال:

مدیر بانک در برخورد با مشتری ناراضی، آرام و مؤدب باقی می ماند. کارکنان این رفتار را مشاهده کرده و از او الگو می گیرند.

● تمرین:

اگر شما مدیر یک شعبه بودید، چگونه می توانستید به کارکنان خود نشان دهید که مدیریت تعارض به درستی چگونه انجام می شود؟

نتیجه گیری و تمرین کلی

- همه تکنیک های فوق بسته به شرایط مختلف کاربرد دارند:
- درگیری های جزئی: اجتناب یا سازش
- اختلافات بین کارکنان: گفت و گوی مستقیم، میانجی گری
- نارضایتی مشتریان: گوش دادن فعال، تغییر زاویه دید
- تعارض های جدی: پروتکل های رسمی، اعمال قدرت در موارد ضروری



علی صباغی، مدرس
زبان آکادمی سامان

کالوکیشن‌ها: آجرهای طبیعی سازی یادگیری زبان انگلیسی

بر فلسفه‌ای است که ما در اینجا بر آن تأکید داریم). این کار به شما کمک می‌کند تا در موقعیت‌های خاص از کالوکیشن‌های مناسب استفاده کنید.

۳. استفاده از فلش کارت واقعی یا مجازی

کالوکیشن‌ها را روی فلش کارت‌ها بنویسید و به طور منظم مرور کنید. یک طرف فلش کارت را کالوکیشن و طرف دیگر را معنی یا مثال آن بنویسید.

۴. تمرین در جمله‌سازی یا شخصی‌سازی کردن

کالوکیشن‌ها را در جملات کامل استفاده کنید تا بهتر در ذهن شما ثبت شوند. سعی کنید جملات خود را با موقعیت‌های واقعی زندگی خودتان یا همان lived experience خودتان درونی کنید.

۵. گوش دادن و تقلید

به پادکست‌ها، فیلم‌ها، یا سخنرانی‌های انگلیسی گوش دهید و به کالوکیشن‌هایی که استفاده می‌شوند توجه کنید. سعی کنید این کالوکیشن‌ها را در صحبت‌های خود تقلید کنید.

راهکارهای پرسونالیزیشن کالوکیشن‌ها

پرسونالیزیشن به معنای مرتبط کردن کالوکیشن‌ها با زندگی شخصی و تجربیات خودتان است. این کار به شما کمک می‌کند تا کالوکیشن‌ها را بهتر به‌خاطر بسپارید و به طور طبیعی از آنها استفاده کنید.

۱. ایجاد جملات شخصی

یادگیری کالوکیشن‌ها (Collocations) و پرسونالیزیشن (Personalization) آنها یکی از روش‌های مؤثر برای بهبود مهارت‌های زبانی، به‌ویژه در زبان انگلیسی است. کالوکیشن‌ها، ترکیب‌های رایج کلمات هستند که به طور طبیعی در زبان استفاده می‌شوند (مانند "make a decision" به جای "do a decision"). یادگیری این ترکیبات به زبان‌آموزان کمک می‌کند تا طبیعی‌تر و روان‌تر صحبت کنند. در ادامه، استراتژی‌ها و راهکارهایی برای یادگیری و شخصی‌سازی کالوکیشن‌ها ارائه می‌شود:

استراتژی‌های یادگیری کالوکیشن‌ها

۱. شناسایی کالوکیشن‌های پرکاربرد

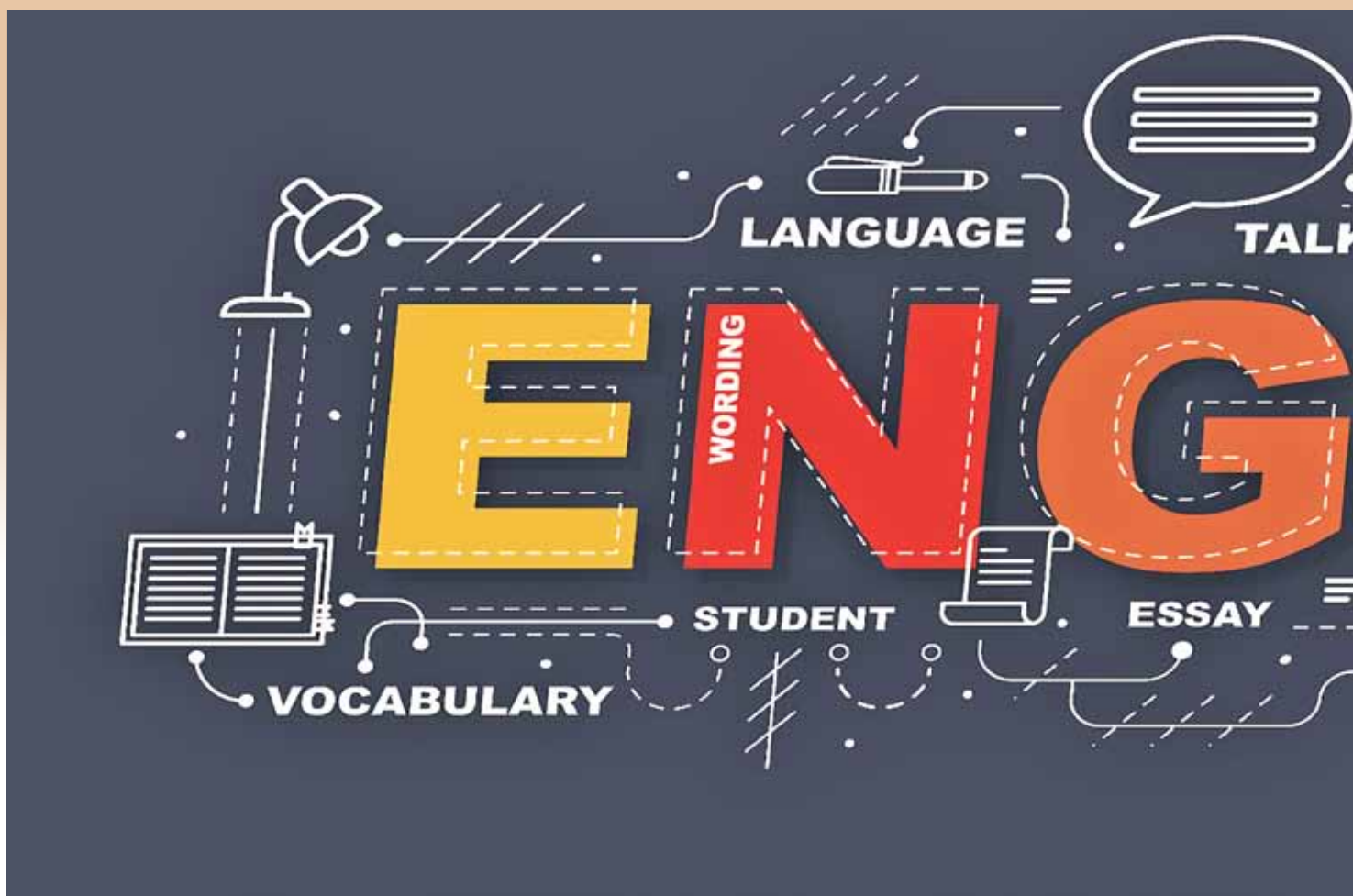
- با مطالعه متون انگلیسی (مانند کتاب‌ها، مقالات، اخبار) کالوکیشن‌های رایج را شناسایی کنید.

- از دیکشنری‌های کالوکیشن مانند Oxford Collocations Dictionary استفاده کنید.

- به ترکیب‌های رایج فعل‌ها، اسم‌ها، صفت‌ها و قیده‌ها توجه کنید (مثلاً "take a break"، "heavy rain").

۲. دسته‌بندی کالوکیشن‌ها

- کالوکیشن‌ها را بر اساس موضوعات مختلف دسته‌بندی کنید (مثلاً کالوکیشن‌های مرتبط با کار، تحصیل، سفر، یا احساسات که دقیقاً مبتنی



کمک می‌کند تا آنها را بهتر به‌خاطر بسپارید. مثلاً برای کالوکیشن "feel relieved"، به یادآورید که آخرین باری چه زمانی احساس آرامش کردید.

نمونه‌ای از پرسونالیزیشن کالوکیشن‌ها

فرض کنید کالوکیشن "break the news" را یاد گرفته‌اید. برای شخصی‌سازی آن، می‌توانید جمله‌ای مانند این بسازید:

"Last month, I had to break the news to my friend that our favorite café was closing. It was a difficult conversation, but she appreciated my honesty."

این جمله نه‌تنها کالوکیشن را در متن واقعی استفاده می‌کند، بلکه آن را با یک خاطره شخصی مرتبط می‌سازد.

بنابراین، مبتنی بر همان استراتژی پیش‌تر یاد شده در شماره‌های قبلی باید یادگیری را به امری آشنا با زندگی و تجربه روزمره خود پیوند بزنید. یادگیری کالوکیشن‌ها و شخصی‌سازی آنها یکی از مؤثرترین راه‌ها برای بهبود مهارت‌های زبانی است. با استفاده از استراتژی‌هایی مانند شناسایی کالوکیشن‌های پرکاربرد، دسته‌بندی آنها و تمرین در جمله‌سازی، می‌توانید این ترکیبات را به‌خوبی یاد بگیرید. همچنین، با مرتبط کردن کالوکیشن‌ها به زندگی شخصی و تجربیات خود، می‌توانید آنها را بهتر به‌خاطر بسپارید و به‌طور طبیعی در مکالمات خود استفاده کنید.

کالوکیشن‌ها را در جملاتی استفاده کنید که مربوط به زندگی شخصی، علایق یا تجربیات شما هستند. مثلاً اگر کالوکیشن "make a decision" را یاد می‌گیرید، جمله‌ای مانند این بسازید: "Last week, I made a decision to start learning Spanish."

۲. استفاده از خاطرات و روایت‌سازی

کالوکیشن‌ها را با خاطرات یا رویدادهای خاص در زندگی خود مرتبط کنید. مثلاً اگر کالوکیشن "catch a cold" را یاد می‌گیرید، به یادآورید که آخرین باری که سرما خوردید چه اتفاقاتی افتاد.

۳. نوشتن خاطرات روزانه

هر روز چند جمله درباره اتفاقات روزانه خود بنویسید و سعی کنید از کالوکیشن‌های جدید در نوشته‌های خود استفاده کنید. این کار به شما کمک می‌کند تا کالوکیشن‌ها را در متن واقعی به کار ببرید.

۴. تمرین مکالمه شخصی

با خود یا با یک دوست درباره موضوعات شخصی صحبت کنید و سعی کنید کالوکیشن‌های جدید را در مکالمات خود وارد کنید. مثلاً اگر کالوکیشن "take a risk" را یاد گرفته‌اید، درباره تصمیماتی که در زندگی گرفته‌اید و ریسک‌هایی که انجام داده‌اید صحبت کنید.

۵. استفاده از تصاویر و احساسات

کالوکیشن‌ها را با تصاویر یا احساسات مرتبط کنید. این کار به شما



پیامک‌های بانکی

| تهیه و تولید محتوا: اداره رسیدگی به صدای مشتریان | نویسنده: لی لی کیوان |

مقاله‌ای که با هم می‌خوانیم با موضوع پیامک‌های بانکی بانک سامان است. انواع پیامک‌ها در بانک سامان شامل پیام‌های کوتاه بانکی عمومی، امنیتی و اختصاصی است.

پیام‌های کوتاه بانکی عمومی

این پیام‌ها شامل پیام‌هایی نظیر تبریک تولد، اعلام خدمات جدید بانکی و... است که در حال حاضر تمام مشتریان بانک مشمول دریافت این نوع پیامک‌ها می‌شوند و نیازی به انعقاد قرارداد برای دریافت این نوع پیامک‌ها نیست.

پیام‌های کوتاه بانکی امنیتی

این پیام‌ها شامل پیامک‌هایی همچون ورود به تلفن بانکی، ورود به نت بانکی، ورود به موبایلت، تغییر رمز موبایلت، صدور کارت و... است. در حال حاضر تمام مشتریان بانک مشمول دریافت این نوع پیامک‌ها می‌شوند و نیازی به انعقاد قرارداد برای دریافت این نوع پیامک‌ها نیست، اما باید فعال‌سازی سامانه پیام کوتاه بانکی برای مشتری انجام شود.

پیام‌های کوتاه بانکی اختصاصی

این پیام‌ها شامل پیامک‌هایی همچون واریز به سپرده و برداشت از سپرده است. حداقل مبلغ تراکنش باید ۱۰۰ هزار ریال باشد تا پیامک آن تراکنش ارسال شود.

مشتریان واجد شرایط:

سیستم پیام کوتاه بانکی برای مشتریان زیر فعال می‌شود:

همه مشتریان حقیقی و حقوقی که دارای شماره مشتری در بانک سامان هستند و شماره موبایل آنها در سیستم بانک سامان ثبت شده است، از خدمت پیامک بانکی بهره‌مند می‌شوند.

برای تمامی مشتریان حقیقی و حقوقی خارجی که امکان افتتاح حساب برای آنها وجود داشته باشد، هم خدمت پیام کوتاه بانکی فعال می‌شود. خدمات پیام کوتاه بانکی برای مشتریانی می‌تواند فعال شود که به‌عنوان صاحب سپرده و امضادار یا فقط صاحب سپرده تعریف شده باشند. برای مشتری که فقط امضادار است پیامک ارسال نمی‌شود.

وکیل یک شخص در صورتی می‌تواند از طریق وکالت‌نامه اقدام کند که در متن وکالت‌نامه عبارت "ارائه اشتراک خدمات بانکداری الکترونیک" ذکر شده باشد.

فعال‌سازی سیستم پیام کوتاه بانکی برای اشخاص زیر ۱۸ سال به شرطی مقدور است که ولی قهری یا قیم به شعب بانک سامان مراجعه کند. زمانی که شخص به ۱۸ سال می‌رسد می‌تواند با ارائه شناسنامه یا کارت ملی نسبت به تغییر شماره تلفن همراه خود اقدام کند. برای شخص غیر رشید (سقیه) یا مجنون این امر توسط قیم قانونی امکان‌پذیر است.

فرایند فعال‌سازی پیامک

برای فعال‌سازی پیامک‌ها سه راه توصیه می‌شود. این سه راه شامل موبایلت، مراجعه به شعبه و تماس با ۶۴۲۲-۰۲۱ است:

• تماس با شماره تلفن ۶۴۲۲-۰۲۱ و انتخاب قسمت "دریافت خدمات بانکی" (شماره ۲ در تماس با ۶۴۲۲) و سپس انتخاب مجدد شماره ۲ (فعال‌سازی پیامک بانکی) تا پیامک‌های مشتری پس از اخذ حق اشتراک

فعال‌سازی پیامک فعال شود. در حال حاضر ۶ ماه یک‌بار ارسال پیامک‌ها باید فعال شود.

• مشتری می‌تواند برای فعال‌کردن پیامک‌هایش به شعب بانک سامان مراجعه کند.

• از طریق نرم‌افزار موبایل هم می‌توان پیامک‌ها را فعال کرد؛ وارد موبایل می‌شویم، سپس به قسمت پروفایل رفته و عبارت فعال‌سازی پیامک تراکنش را کلیک می‌کنیم. سپرده موردنظر برای برداشت هزینه اشتراک خدمت پیامک بانکی را انتخاب کرده و سپس گزینه فعال‌سازی را کلیک می‌کنیم.

برای غیرفعال‌سازی پیامک باید به شعب بانک سامان مراجعه کرد تا غیرفعال‌سازی انجام شود.

بررسی عدم فعال‌سازی پیامک بانکی

اگر مشتری پیامک را دریافت نکند، مشتری در ابتدا می‌تواند موارد زیر را در گوشی خود چک کند. راهکارهایی همچون بررسی بخش هرزنامه مربوط به پیامک‌ها، بالارفتن حجم پیامک‌های سامان، خروج سیم‌کارت گوشی، روشن و خاموش کردن گوشی و جایگزینی ایمیل توصیه می‌شود.

بررسی بخش هرزنامه مربوط به پیامک‌ها

برای رفع دریافت‌نشدن پیامک توصیه می‌کنیم، در وهله اول مشتری پیامک‌هایش را چک کند. ممکن است سرشماره بانک سامان به شماره ۰۹۹۹۹۹۲۰۰۰۰ مسدود شده باشد. برای بررسی وارد بخش پیامک‌ها (Messages) می‌شویم. در برخی گوشی‌ها، روی دایره سمت راست در بالای پیامک‌ها که معمولاً عکس شخص نمایان است، کلیک می‌کنیم و عبارت "مسدودکردن و گزارش هرزنامه" (Spam and blocked) را کلیک کرده و اگر سرشماره ذکر شده یا سایر سرشماره‌های بانک سامان (۰۹۹۹۹۹۲۰۰۰۱ الی ۲۰۰۳) (سرشماره‌های پیامک‌های تبلیغاتی، وین کارت و نظرسنجی) در این قسمت بود، عبارت not spam

(هرزنامه نیست) را می‌زنیم و این‌گونه مشکل حل می‌شود.

بالارفتن حجم پیامک‌های سامان

گاهی اوقات ممکن است حجم پیامک‌های بانک سامان در برخی گوشی‌ها زیاد شود و این امر باعث اختلال در دریافت پیامک‌ها شود. در چنین شرایطی باید مقداری از پیامک‌های قدیمی را پاک کنیم. این امر می‌تواند در بسیاری از موارد باعث رفع مسئله شود.

روشن و خاموش کردن گوشی

در برخی مواقع اگر مشتری پیامک‌ها را دریافت نمی‌کند، روشن و خاموش کردن گوشی می‌تواند باعث ارسال بهتر پیامک‌های مشتری شود.

خارج کردن سیم‌کارت گوشی

در برخی تجربه‌های مشابه، بیرون آوردن سیم‌کارت و تعبیه مجدد سیم‌کارت و روشن و خاموش کردن گوشی می‌تواند دریافت پیامک‌های سامان را تسریع ببخشد.

ایمیل، جایگزین مناسب پیامک

همچنین، فعال‌شدن ایمیل برای دریافت رمزها هم یکی از راه‌هایی است که می‌تواند جایگزین مناسبی برای رفع این مسئله باشد.

تمامی پیام‌های کوتاه بانکی علاوه بر اینکه از طریق ارسال پیام کوتاه بانکی به تلفن همراه باید ارسال شوند، از طریق پست الکترونیکی (ایمیل) که در سیستم ثبت شده باشد، هم دریافت می‌شود.

اگر ایمیل مشتری در سیستم ثبت نشده باشد، باید مشتری مراجعه به شعبه داشته باشد و ایمیلش را اعلام کند تا رمزها و پیامک‌ها برای مشتری ایمیل شود. در مورد مشتریان حقوقی فقط پیامک‌های واریز، برداشت و ورود به نت بانک ایمیل می‌شود.

ذکر این نکته ضروری است که اگر پیامک مشتری فعال باشد و قبل از موعد اتمام حق اشتراک شش‌ماهه بخواهد از خدمات دریافت پیام کوتاه از طریق ایمیل هم استفاده کند، مجدد از مشتری هزینه حق اشتراک کسر می‌شود.





۲۵ نکته برای شناخت زبان بدن

نشان‌دهنده میل به اشغال کردن فضای بیش‌تر یا نمایش سلطه باشد.
۱۳. حالت دست‌به‌کمر (فردی که در حالت ایستاده دست‌هایش را روی پهلوها قرار داده است و انگشت شصت به سمت عقب است) یک ژست قدرتمند برای اشغال فضای بیش‌تر و نمایش سلطه است، یا نشان‌دادن این‌که «مسائلی» وجود دارد.

۱۴. حالت دست‌به‌کمر با انگشت شصت به سمت جلو، بازنمای موضعی کنجکاوانه‌تر، با قدرت‌طلبی کم‌تر است.

۱۵. وقتی فردی انگشت شصت هر دودست را داخل کمر بند در دو طرف زیپ شلوار قرار می‌دهد، این یک نمایش قدرتمند سلطه است.

۱۶. بر خلاف باور رایج، بیش‌تر دروغگوها با قربانی‌شان ارتباط چشمی قدرتمندی برقرار می‌کنند.

۱۷. دست‌هایی که پشت سر قفل شده نشان‌دهنده راحتی و تسلط است. معمولاً فرد ارشد در یک جلسه به این روش ژست می‌گیرد.

۱۸. شاید چسباندن نوک انگشتان دست‌ها به یکدیگر قدرتمندترین حالت دست افراد با اعتمادبه‌نفس باشد. این حالت شامل لمس انگشتان هر دودست به‌صورت باز است، توجه داشته باشید که انگشتان قفل نمی‌شوند و کف دست‌ها با هم تماس ندارند.

۱۹. بیرون بودن انگشت شصت از جیب که اغلب در افرادی با جایگاه بالا دیده می‌شود، نمایشی حاکی از اعتمادبه‌نفس بالا است.

۲۰. پژوهش‌ها حاکی از آن است که معمولاً دروغگوها نسبت به افراد راست‌گو کم‌تر ژست می‌گیرند، کم‌تر لمس می‌کنند، و دست‌ها و پاهایشان را کم‌تر تکان می‌دهند.

۲۱. پژوهش‌ها حاکی از آن است که تظاهر به «ژست قدرت» باعث می‌شود آدم‌ها بیش‌تر احساس قدرت کنند و در واقع میزان تستوسترون و کورتیزول را در بدن تغییر می‌دهد. اگر قبل از یک جلسه مهم ۲ تا ۳ دقیقه «ژست قدرت» را تمرین کنید، کمکتان می‌کند بیش‌تر احساس قدرتمندی کنید.

۲۲. اگر بدنتان را با فردی که با او صحبت می‌کنید هم‌سو کنید، به رفع تنش‌های مکالمه و سریع‌تر رسیدن به راه‌حل کمک می‌کند.

۲۳. آدم‌هایی با زبان بدن «گشاده‌رو» بیش‌ترین جذابیت را دارند. زبان بدن گشاده‌رو شامل لبخند، دست‌های آزاد، پاهایی که رو هم قرار نگرفته‌اند، و نگاه‌کردن به پایین، کفش‌ها یا گوشی.

۲۴. زنان عموماً در خواندن زبان بدن بهتر از مردان هستند.

۲۵. آدم‌هایی که در حال دروغ گفتن هستند، اغلب در مصاحبه پایشان را تکان نمی‌دهند یا پاهایشان را به هم قفل می‌کنند تا حرکات آن را محدود کنند.

منبع: گاهنامه مدیر

زبان بدن ابزاری برای برقراری ارتباط بدون واژگان است؛ درواقع زبان بدن هر کاری است که یک شخص انجام می‌دهد تا شخص دیگر از طریق آن، معانی موردنظر را برداشت کند. در این نوشتار با حقایقی از زبان بدن آشنا می‌شوید که به شما در شناخت و فهم زبان بدن زنان و مردان کمک می‌کند.

۱. وقتی فرد هم‌زمان پا روی پا می‌اندازد و دست‌به‌سینه است، از نظر هیجانی از مکالمه عقب‌نشینی کرده است.

۲. آدم‌هایی که تحت‌فشار هستند (مثلاً خانم‌ها وقتی دروغ می‌گویند) احتمال دارد میزان پلک‌زدنشان به‌شدت افزایش پیدا کند.

۳. در اوضاع پراسترس برخی افراد با دست‌به‌سینه شدن و مالیدن دست‌ها به شانه‌شان، به‌طوری‌که انگار خود را در آغوش گرفته‌اند، به خودشان آرامش می‌دهند.

۴. «حالت ایستادن دوشاخه» غالباً یک حالت بدن مردانه است. این حالتی است که شخص هر دو پا را محکم و با کمی فاصله از یکدیگر روی زمین قرار می‌دهد. مردان از این حالت به‌عنوان سیگنال سلطه استفاده می‌کنند.

۵. آدم‌ها وقتی خودشان را در اوضاع مقابله‌ای می‌یابند، پاهایشان را از هم باز می‌کنند، نه فقط برای تعادل بیش‌تر، بلکه برای تصرف قلمروی بیش‌تر.

۶. مردان عموماً هنگامی که احساس معذب بودن می‌کنند ترجیح می‌دهند صوریشان را لمس کنند. از سوی دیگر زنان ترجیح می‌دهند گردن، لباس، جواهرات، بازوها و موی خود را لمس کنند.

۷. رایج‌ترین ژست‌های دروغ شامل این موارد است: (۱) پوشاندن دهان؛ (۲) لمس بینی، (۳) تکان ناهماهنگ سر، (۴) مالیدن چشم‌ها، (۵) گرفتن گوش، (۶) کشیدن گردن، (۷) کشیدن یقه لباس

۸. به نظر می‌رسد مردانی که صاف می‌ایستند، چهارشانه هستند، پاهایشان را کمی بیش‌تر از عرض شانه باز می‌کنند، و دست‌هایشان را نشان می‌دهند قدرت بیش‌تری دارند.

۹. در طول آن دسته از تعاملات اجتماعی که طی آنها احساس راحتی می‌کنیم، پاهایمان حرکات پای کسانی را که با آنها صحبت می‌کنیم تکرار می‌کند.

۱۰. وقتی پای یک فرد ناگهان شروع به جنبیدن می‌کند، معمولاً نشانه بارز معذب بودن است. در مصاحبه‌ها وقتی سؤالی پرسیده شود که افراد دوست ندارند، عموماً این حرکت مشاهده می‌شود.

۱۱. ناگهان دست‌به‌سینه شدن در طول یک مکالمه اغلب نشان‌دهنده معذب بودن فرد است.

۱۲. نشستن با پاهای باز روی نیمکت معمولاً نشانه راحتی است. پایین‌حال وقتی درباره مسائل جدی بحث می‌شود، پاهای باز می‌تواند



گفتگو با همکاران شعبه پیشرو فاطمی

گام‌های موفقیت در شعبه فاطمی بانک سامان

گفتگو: جعفر تکبیری

اهداف مشخص تنظیم کرده و به صورت منظم عملکرد خود را ارزیابی می‌کند. تعامل و ارتباط نزدیک با مشتریان، بررسی فعالیت‌های بانکی آنها و تلاش برای ارائه بهترین راهکارها از ویژگی‌های اصلی کار در این شعبه است. همکاران این شعبه نه تنها در ارائه خدمات بانکی بلکه در آموزش همکاران دیگر در آکادمی سامان نیز فعالیت دارند. جلسات مستمر برای بررسی بخش‌نامه‌ها و رفع ابهامات، فضایی پویا و همدلانه را در این شعبه ایجاد کرده است.

به گفته نغمه خسروی، حال خوب همکاران و تعامل مثبت آنها با مشتریان از مهم‌ترین عوامل موفقیت این شعبه است. احترام به نیازهای مشتریان، آموزش ابزارهای الکترونیک و پیگیری مستمر از مواردی است که این شعبه به آن توجه ویژه دارد. همچنین، با تمرکز بر چشم‌انداز سامان ۱۴۰۴، ارائه خدمات ارزی به اصناف و شرکت‌های SME به عنوان یک هدف استراتژیک دنبال می‌شود. افزایش درآمدهای عملیاتی و کارمزدی، جذب منابع ارزان قیمت و ارائه محصولات متنوع بانکی نیز در دستور کار قرار دارد. در پایان، نغمه خسروی از تیم سرپرستی ناحیه ۴ و مدیریت سرکار خانم علیاری به دلیل حمایت‌های مستمر قدردانی کرده و برای تمامی همکاران بانک سامان آرزوی سلامتی و موفقیت می‌کند.

رقابت شدید چالش این روزهای شعبه

مرتضی رمضان‌زاده، معاون شعبه فاطمی، متولد سال ۱۳۳۲ و دارای مدرک کارشناسی ارشد مدیریت و دکتری مدیریت کسب و کار، از دیگر ارکان موفقیت این شعبه است. او با ۱۷ سال سابقه کاری، ۱۲ سال از آن را در سمت معاون شعبه گذرانده است. در سال ۱۴۰۰، باتوجه به حجم عملیاتی ارزی و ریالی، توانست در غیاب رئیس شعبه امین‌حضور، اهداف بانک را محقق کرده و رتبه برتر را کسب کند. در همین راستا، لوح سپاس از جانب جناب آقای مؤمنی به او اهدا شد. علاوه بر این، تجربه همکاری با شرکت SRL VLS ایتالیا و سازمان ECI متشکل از ۱۰ کشور، از دیگر نقاط برجسته کارنامه حرفه‌ای او به شمار می‌رود.

از چالش‌های روزانه در شعبه می‌توان به تعامل با مشتریان سخت‌گیر و رقابت شدید در بازار اشاره کرد. در عین حال، گستردگی ارتباطات، محیط کار رسمی و حرفه‌ای از جذابیت‌های این حوزه به شمار می‌آید. رمضان‌زاده در تعامل با رئیس شعبه، حمایت از سیاست‌های مدیریتی، حفظ روحیه همکاری و اعتماد را از اولویت‌های خود می‌داند. همچنین، در تعامل با همکاران، ایجاد فضای کار تیمی، انگیزه‌بخشی و تفویض اختیار را راهکاری برای افزایش بهره‌وری و بهبود عملکرد شعبه معرفی می‌کند.

شعبه فاطمی در راستای تحقق استراتژی سامان ۱۴۰۴، علاوه بر پیگیری سرخ‌های اعلامی، تمرکز خود را بر خدمات ارزی و ریالی قرار داده است. طی سال جاری، درآمدهای عملیاتی و کارمزدهای حاصل از عملکرد ارزی شعبه، گواه این تمرکز ویژه بوده است.

از نگاه رمضان‌زاده، نحوه تعامل با مشتری بر پنج اصل کلیدی استوار است: رفتار حرفه‌ای و احترام‌آمیز، شفافیت و صداقت، پاسخگویی سریع و مؤثر، ایجاد حس اعتماد و وفاداری، و مدیریت هوشمندانه مشتریان ناراضی. او معتقد است که در دنیای بانکداری، تنها اعداد و ارقام تعیین‌کننده نیستند، بلکه تجربه مشتری و نحوه تعامل بانک با او، تفاوت واقعی را رقم می‌زند. در پایان، مرتضی رمضان‌زاده از تیم سرپرستی ناحیه ۴ و مدیریت سرکار خانم علیاری به دلیل حمایت‌های مستمر قدردانی کرده و برای تمامی همکاران بانک سامان آرزوی موفقیت و سلامت دارند.



نغمه خسروی - رئیس شعبه

در شعبه فاطمی بانک سامان، جایی که مشتریان نه تنها خدمات بانکی، بلکه تجربه‌ای بی‌نظیر از همکاری، اعتماد و تعهد را احساس می‌کنند، با همکاران این شعبه همراه می‌شویم تا نگاهی نزدیک به روزمرگی‌ها و چالش‌هایشان داشته باشیم. در این گفت‌وگو، از راز موفقیت‌های تیمی و چگونگی برقراری ارتباطی مؤثر با مشتریان پرده برمی‌داریم.

نغمه خسروی، رئیس شعبه فاطمی بانک سامان، از مسیر حرفه‌ای خود و دستاوردهایش در بانک سامان می‌گوید. او با مدرک کارشناسی مترجمی زبان انگلیسی، فعالیت خود را از سال ۱۳۸۱ در بانک سامان و در حوزه بانکداری بین‌الملل آغاز کرد. پس از چند سال، به شعبه صادقیه منتقل شد و تاکنون در شعب مختلف بانک سامان به فعالیت خود ادامه داده است.

اولین مسئولیت او به عنوان رئیس شعبه در سال ۱۳۹۱ در شعبه نیاوران بود. این شعبه با تلاش تیمی موفق به دریافت لوح تقدیر به عنوان یکی از برترین شعب بانک در جذب منابع شد. در اسفند ۱۴۰۱، نغمه خسروی توانست از مؤسسه آموزش بانکداری ایران و بانک مرکزی، لوح تقدیر رؤسای برتر شعب بانک‌ها را از بانک سامان دریافت کند. همچنین، در سال ۱۴۰۲، شعبه فاطمی تحت مدیریت او در بخش تعهدات ارزی و عملیات ارزی به عنوان یکی از برترین شعب شناخته شد. در حوزه ریالی نیز این شعبه از لحاظ بهداشت اعتباری و وصول مطالبات جزو برترین‌ها بود.

او تأکید می‌کند که تمامی این موفقیت‌ها به لطف کار تیمی و همکاری صمیمانه اعضای شعبه حاصل شده است. شعبه فاطمی، یکی از شعب منتخب ارزی بانک سامان، در خیابان دکتر فاطمی، قبل از میدان فاطمی، نیش خیابان شیخ‌ر واقع شده است. موقعیت استراتژیک این شعبه و حضور شرکت‌های دارویی، موبایلی، کامپیوتری و تجهیزات مرتبط در این منطقه، زمینه مناسبی را برای ارائه خدمات متنوع به مشتریان فراهم کرده است. در این شعبه، تلاش می‌شود تا تمامی خدمات بانک به مشتریان از طریق فروش متقاطع ارائه شود و ارتباطی مستمر و دوستانه با مشتریان برقرار باشد.

تیم ۱۳ نفره شعبه فاطمی، در ابتدای هر ماه برنامه‌ای برای دستیابی به



مرتضی رمضان زاده - معاون شعبه

نگاه به شغل و فلسفه کاری

محمد بنیاد، بانکدار فروش تخصصی در شعبه فاطمی بانک سامان، از مسیر حرفه‌ای خود و تجربیاتش در بانکداری می‌گوید. او متولد ۱۳۶۴ است و دارای مدرک کارشناسی حسابداری است. فعالیت حرفه‌ای خود را از سال‌ها قبل آغاز کرد و تا سال ۱۳۹۱ در مؤسسه کوثر مشغول به کار بود. از سال ۱۳۹۱ تاکنون در بانک سامان به‌عنوان بانکدار فروش تخصصی فعالیت می‌کند. در این مدت، توانسته است تجربیات ارزشمندی در زمینه فروش محصولات و خدمات مالی کسب کند و مهارت‌های متعددی در ارتباط با مشتریان، شناسایی نیازهای آنها و ارائه راه‌حل‌های مالی مناسب به دست آورد. محمد بنیاد در بانک سامان به‌عنوان بانکدار فروش تخصصی، مسئولیت شناسایی نیازهای مالی مشتریان و ارائه مشاوره‌های تخصصی جهت انتخاب محصولات بانکی مناسب را بر عهده دارد. این نقش نیازمند مهارت‌های فروش پیشرفته، توانایی مدیریت ارتباطات با مشتریان و دانش عمیق از خدمات مالی است. او همواره تلاش کرده است تا بهترین خدمات را به مشتریان ارائه دهد و از این طریق به رشد و توسعه بانک کمک کند. محمد بنیاد به شغل خود به‌عنوان یک مسیر بلندمدت نگاه می‌کند. او معتقد است که در این حرفه، بانکداران مانند یک کشتی در دریا هستند و برای رسیدن به مقصد، تمامی اعضای تیم باید هماهنگی با یکدیگر عمل کنند. او باور دارد که موفقیت تنها در صورتی حاصل می‌شود که هر فرد نقش خود را به بهترین نحو ایفا کند. این همکاری و هماهنگی در تیم، منجر به ارائه خدمات بهتر و افزایش رضایت مشتریان خواهد شد. از مهم‌ترین چالش‌های این حرفه می‌توان به رقابت شدید در بازار مالی، انتظارات بالای مشتریان و لزوم آگاهی از جدیدترین مقررات و خدمات مالی اشاره کرد. با این حال، او معتقد است که این چالش‌ها فرصت‌های مناسبی برای یادگیری و رشد بیشتر ایجاد می‌کنند. جذابیت‌های این شغل نیز شامل ارتباط مستمر با مشتریان، امکان توسعه مهارت‌های فروش و فرصت ارائه راه‌حل‌های مالی نوین به مشتریان است.

تمرکز بر مشتریان ویژه بر اساس استراتژی سامان ۱۴۰۴ اعظم اعتمادی، بانکدار فروش شعبه فاطمی بانک سامان، از مسیر حرفه‌ای خود و تجربیاتش در این بانک می‌گوید. او فارغ‌التحصیل مقطع کارشناسی ارشد رشته حسابداری از دانشگاه الزهرا (س) است و پیش از ورود به بانکداری، چهار سال به‌عنوان حسابرس معتمد بورس فعالیت داشته است. با شش سال سابقه کار بانکی، موفق به ثبت ۲۱ پیشنهاد در بهبود فرایندهای بانک و پنج پیشنهاد ارائه محصول جدید در پروژه پلنت شده است. همچنین، او در پروژه SAP موفق به کسب لوح سه ستاره شده و در حوزه تولید محتوا، مقالاتی در زمینه فروش محوری محصولات بانک در مجله سامان منتشر کرده است. انتشار و اجرای ویدئوی آموزشی سامانه صیاد در سایت بانک سامان و آپارات که بیشترین بازدید را به خود اختصاص داده، از دیگر افتخارات اوست. در سال ۱۳۹۹ نیز از دیدگاه همکاران، به‌عنوان اثرگذارترین فرد در همسا انتخاب شد.

او روزهای نخست استخدام خود در بانک سامان را پر از استرس اما شیرین توصیف می‌کند و معتقد است که همکاری با مجموعه بانک سامان، یکی از بزرگ‌ترین افتخارات اوست. از نظر او، چالش‌های روزانه در شعبه شامل مهارت‌های ارتباطی، دقت، تمرکز، آگاهی از قوانین مالی و بانکی و توانایی هماهنگی با سایر همکاران است. با این حال، او اعتقاد دارد که کار بانکی به همان اندازه که سخت است، شیرینی خاص خود را دارد.

تعامل او با دیگر همکاران، به‌ویژه رئیس شعبه، مبتنی بر برگزاری جلسات منظم، ارائه مشاوره و راهنمایی، یادآوری نکات مهم و به‌اشتراک‌گذاری تجربیات کاری است. او بر اهمیت کار تیمی و حمایت از همکاران در راستای دستیابی به اهداف مشترک تأکید دارد.

در راستای تحقق استراتژی سامان ۱۴۰۴، اعظم اعتمادی تمرکز خود را بر مشتریان ویژه قرار داده و به دنبال کاهش فرایندهای اضافی برای افزایش بهره‌وری و تسریع خدمات بانکی است. او معتقد است که به‌روزرسانی اطلاعات و به‌اشتراک‌گذاری آن با همکاران، همراه با فروش متقاطع، از مهم‌ترین گام‌های تحقق این چشم‌انداز است.

تعامل او با مشتریان فراتر از ارائه خدمات بانکی است. او اعتقاد دارد که در برندهای مطرح دنیا، فروش تنها به معنای عرضه یک محصول نیست، بلکه به معنای انتقال احساس مثبت به مشتری است. به همین دلیل، تلاش کرده است تا تصویری مثبت از برند بانک سامان در ذهن مشتریان به یادگار بگذارد.

یکی از خاطرات به‌یادماندنی او در دوران فعالیتش در شعبه، مربوط به تعامل با یک مشتری مسن است که هر ماه برای دریافت سود سپرده خود به بانک مراجعه می‌کرد. در یکی از مراجعات، اعظم اعتمادی با آرامش و توجه به صحبت‌های او، اطلاعاتی درباره بهینه‌سازی سود سپرده‌هایش ارائه کرد. پس از مدتی، این مشتری که ابتدا برای سود بیشتر به بانک‌های دیگر مراجعه می‌کرد، به دلیل برخورد محترمانه و حس اعتمادی که در او ایجاد شد، تمامی سپرده‌های خود را به بانک سامان منتقل کرد. او این تجربه را نمونه‌ای از اهمیت تکریم و توجه به مشتری می‌داند و معتقد است که احترام و ارائه حس خوب، می‌تواند مسیر تصمیم‌گیری مشتری را تغییر دهد.

اعظم اعتمادی با باور به نقش تعامل مؤثر در موفقیت بانکی، به کار خود در بانک سامان ادامه داده و امیدوار است که با تمرکز بر استراتژی‌های بانک، به اهداف عالی تری دست یابد.

تمرکز بر شناخت نیازهای مشتریان

ساعده حبیب‌پور، بانکدار فروش تخصصی شعبه فاطمی بانک سامان، از مسیر حرفه‌ای خود و تجربیاتش در این حوزه می‌گوید. او که متولد ۱۳۶۴ است، دارای مدرک کارشناسی ارشد در رشته بازرگانی بین‌الملل بوده و از سال ۱۳۸۹ فعالیت خود را در بانک سامان آغاز کرده است.

وی گفت: وقتی وارد بانک شدم، احساس می‌کردم که مسئولیت‌های زیادی روی دوشم است و باید خیلی سریع خودم را وفق بدهم. همه چیز تازه و پیچیده به نظر می‌رسید، اما این چالش‌ها باعث شد که سریع‌تر رشد کنم. اکنون بعد از ۱۳ سال، با فرایندها به طور کامل آشنا هستم و دیگر نگرانی‌های اولیه را ندارم. البته هنوز هم هر روز با چالش‌ها و مسائل جدیدی روبه‌رو هستم که فرصتی برای یادگیری بیشتر ایجاد می‌کند.

وی افزود: کار در واحد فروش تخصصی نیازمند دقت و سرعت عمل بالاست. تغییرات سریع در قوانین ارزی، یکی از چالش‌های اصلی این حوزه است، زیرا عدم تطابق با این قوانین می‌تواند پیامدهای سنگینی به همراه داشته باشد. با این حال، پویایی و تنوع بالای این حوزه باعث شده که هر روز با فرصت‌های جدیدی روبه‌رو باشم. یکی از جذابیت‌های این شغل این است که یادگیری در آن هیچ‌گاه متوقف نمی‌شود و همیشه باید اطلاعات خود را به‌روز نگه داریم.

وی در خصوص تعامل با همکاران و رئیس شعبه اظهار کرد: همیشه سعی می‌کنم که روحیه همکاری و حمایت متقابل را حفظ کنم. زمانی که فشار کاری افزایش پیدا می‌کند، همکاران با کمک به یکدیگر، فرایندها را تسهیل می‌کنند. همچنین، استفاده از تجربیات و راهنمایی‌های رئیس شعبه در حل مشکلات و دستیابی به اهداف بسیار مؤثر است.

وی با اشاره به اهمیت مشتری‌مداری در بانک سامان گفت: تمرکز بر شناخت نیازهای مشتریان، ارائه خدمات مرتبط، ایجاد روابط بلندمدت و استفاده از فناوری‌های نوین، راهکارهایی هستند که می‌توانند در دستیابی به اهداف استراتژیک بانک مؤثر باشند. به عنوان یک بانکدار، باید همیشه آماده باشیم تا مشکلات و سؤالات مشتریان را سریع و دقیق حل کنیم و در صورت نیاز، خدمات مشاوره‌ای ارائه دهیم.

وی افزود: در تعامل با مشتریان، اولین و مهم‌ترین اصل گوش دادن دقیق به نیازهای آنهاست. این کار کمک می‌کند تا بهترین راهکار را ارائه دهیم. همچنین، پیگیری دقیق درخواست‌های مشتریان باعث ایجاد حس اعتماد و تقویت روابط بلندمدت خواهد شد. تعامل حرفه‌ای و کارآمد با مشتریان، تأثیر مستقیمی بر موفقیت سازمان دارد.

وی در پایان تأکید کرد: زندگی مجموعه‌ای از لحظات ریزودرشت است که هر کدام می‌توانند تأثیرگذار باشند. ممکن است برخی چالش‌ها پیچیده به نظر برسند، اما همیشه امکان رشد و پیشرفت وجود دارد. مهم‌ترین نکته‌ای که به آن اعتقاد دارم، این است که باید در لحظه زندگی کرد و از کوچک‌ترین اتفاقات لذت برد، چرا که همین لحظات ساده، معنای واقعی زندگی را می‌سازند.

علاقه‌مند به فعالیت در حوزه بانکی بودم

حامد دست‌باز، ۲۷ ساله و فارغ‌التحصیل رشته مهندسی صنایع از دانشگاه آزاد تهران مرکز است. او از مهرماه ۱۴۰۳ به بانک سامان پیوسته و پیش از آن، حدود چهار سال تجربه کاری در حوزه فروش و بازرگانی در شرکت‌های مختلف، از جمله اسنپ، داشته است. حامد از ورود خود به بانک سامان به عنوان یک نقطه عطف در مسیر



فاطمه شمس الدین - معاون ارزی

محمد بنیاد تعامل خود با همکاران و رئیس شعبه را مبتنی بر همکاری و حمایت می‌داند. او معتقد است که ایجاد فضای کار تیمی و انگیزه‌بخش، تفویض اختیار مؤثر و به‌اشتراک‌گذاری دانش و تجربیات، نقش مهمی در بهبود عملکرد شعبه دارد. هماهنگی و همسویی با اهداف بانک و حمایت از سیاست‌ها و تصمیمات مدیریت، از جمله اصول کاری او در تعامل با رئیس شعبه است.

او در راستای تحقق استراتژی سامان ۱۴۰۴، تمرکز خود را بر شناسایی و جذب مشتریان ویژه، کاهش فرایندهای اضافی برای افزایش کارایی، به‌روزرسانی اطلاعات و به‌اشتراک‌گذاری آن با همکاران قرار داده است. همچنین، اجرای فروش متقاطع برای ارائه جامع‌تر خدمات بانکی به مشتریان از دیگر برنامه‌های او در راستای این استراتژی است.

تعامل حرفه‌ای و احترام‌آمیز، شفافیت و صداقت، پاسخگویی سریع و مؤثر، ایجاد حس اعتماد و وفاداری، و مدیریت هوشمندانه مشتریان ناراضی، از اصولی هستند که محمد بنیاد در تعامل با مشتریان رعایت می‌کند. او معتقد است که در بانکداری، تنها اعداد و ارقام مهم نیستند، بلکه تجربه و نحوه تعامل با مشتریان تفاوت را رقم می‌زند.

محمد بنیاد به تجربه‌ای اشاره می‌کند که نشان‌دهنده اهمیت احترام و تکریم ارباب‌رجوع است. یکی از مشتریان مسن بانک که ماهانه برای دریافت سود سپرده خود مراجعه می‌کرد، به دلیل دریافت سود کم از یکی از سپرده‌هایش ناراضی بود. محمد بنیاد با آرامش و دقت به او گوش داد، اطلاعات مفیدی در مورد بهینه‌سازی سپرده‌هایش ارائه کرد و او را راهنمایی نمود. این تعامل باعث شد که مشتری اعتماد بیشتری به بانک پیدا کند و در نهایت، تمام سرمایه خود را به شعبه فاطمی منتقل نماید. این تجربه نشان‌دهنده اهمیت توجه به نیازهای مشتریان و ایجاد حس اطمینان در آنهاست.

محمد بنیاد امیدوار است که با ادامه این مسیر، بتواند همچنان به رشد و توسعه بانک سامان کمک کرده و رضایت مشتریان را بیش از پیش جلب کند.



اعظم اعتمادی



حامد دست باز



ساعده حبیب پور



سیدسجاد سیدمرتضی



فرزاد نجاتی



محمد بنیاد



مهدی طاهری

برخورد، می‌تواند تصویر روشنی از برند بانک سامان در ذهن مشتری بسازد و تأثیرگذاری مثبتی بر اعتماد و وفاداری او داشته باشد.

یک تیم حرفه‌ای و هماهنگ داریم سید سجاد سیدمرتضی، ۲۸ ساله و کارشناس حسابداری، در سال ۱۴۰۱ به بانک سامان پیوست و از آن زمان تاکنون از همکاری با این بانک پویا ابراز خرسندی می‌کند. او ورود به بانک را فرصتی ارزشمند برای رشد حرفه‌ای خود می‌داند و معتقد است که تجربه کار در این مجموعه، به او مهارت‌های زیادی در تعامل با مشتریان و مدیریت امور بانکی آموخته است. یکی از مهم‌ترین چالش‌های کاری در شعبه دکتر فاطمی، شلوغی زیاد آن است. اما سجاد تأکید دارد که باوجود یک تیم حرفه‌ای و هماهنگ، این چالش‌ها به راحتی مدیریت می‌شود. به گفته او، تعامل مثبت و سازنده بین همکاران، نقش مهمی در بهبود فضای کاری دارد و این همدلی باعث شده است که حتی در لحظات پرتنش نیز بتوانند بهترین خدمات را به مشتریان ارائه دهند.

او از تجربه همکاری در شعب مختلف بانک سامان می‌گوید و معتقد است که داشتن ارتباط خوب و صمیمانه با همکاران، نقش تعیین‌کننده‌ای در موفقیت کاری دارد. در همین راستا، او از نقش کلیدی رئیس و معاون شعبه در ایجاد محیطی پرانرژی و حرفه‌ای یاد می‌کند و قدردان همکاری با خانم خسروی، رئیس شعبه، و آقای رمضان‌زاده، معاون شعبه، است که به گفته او، تأثیر زیادی در ایجاد فضای مثبت کاری داشته‌اند. سجاد تأکید دارد که دستیابی به اهداف استراتژیک بانک سامان در افق

شغلی‌اش یاد می‌کند و می‌گوید که همیشه علاقه‌مند به فعالیت در حوزه بانکداری بوده است. او می‌گوید که مراحل استخدامی برایش هم جذاب و هم پر از استرس بود، چراکه وارد دنیایی شد که نیازمند تمرکز و تعهد کاری بالایی است. به گفته او، چالش‌های روزانه این مسیر در ابتدا سخت به نظر می‌رسید، اما با گذشت زمان، تسلط بر قوانین و فرایندهای بانکی، و همچنین یادگیری نحوه تعامل با مشتریان، کار را برایش آسان‌تر کرده است. او درباره فعالیت خود در بانک سامان می‌گوید که به عنوان بانکدار عملیات، در خط مقدم ارتباط با مشتریان قرار دارد و هر روز با چالش‌های مختلفی مواجه می‌شود. اما همین چالش‌ها را فرصتی برای یادگیری می‌داند. به گفته او، روند انجام کارهای بانکی، پاسخگویی به مشتریان، و نحوه برخورد با تیپ‌های شخصیتی مختلف، بخشی از جذابیت‌های کار در این حوزه است. حامد معتقد است که تحقق اهداف بانک سامان در افق ۱۴۰۴ تنها در سایه تلاش و همدلی همه کارکنان در جایگاه‌های مختلف امکان‌پذیر است. به گفته او، روز اول ورودش به شعبه فاطمی و آشنایی با رئیس و معاون شعبه، حس محیطی پویا و دوستانه را در او ایجاد کرد و از اینکه در چنین فضایی کار خود را آغاز کرده، خوشحال است.

او تعامل با مشتریان را یکی از مهم‌ترین بخش‌های کار خود می‌داند و تأکید دارد که در گام نخست، شناخت دقیق نیازهای مشتری ضروری است. از نظر او، نحوه برخورد با مشتری باید به گونه‌ای باشد که احساس ارزشمندی و همدلی را در او ایجاد کند، چراکه این موضوع نه تنها برای فرد بانکدار، بلکه برای کل سازمان اهمیت دارد. حامد معتقد است که هر

۱۴۰۴، نیازمند همکاری و تلاش جمعی است. او تلاش می‌کند تا با دریافت راهنمایی‌های مدیریتی و تعامل نزدیک با همکاران، در این مسیر نقش مؤثری ایفا کند.

او همچنین به اهمیت برخورد حرفه‌ای با مشتریان اشاره می‌کند و معتقد است که در دنیای بانکداری، هر مشتری با شخصیت و نیازهای متفاوتی مراجعه می‌کند. از نظر او، وظیفه بانکداران این است که با صبوری و مهربانی، پاسخگوی درخواست‌ها و مشکلات مشتریان باشند و به آن‌ها بهترین راهکار ممکن را ارائه دهند.

در پایان، سجاد با نگاهی مثبت به آینده، قدردان مسیر پیش روی خود است و می‌گوید: خدا را شاکریم بابت هر چیزی که در ذهنمان غیرممکن بود و برایمان ممکن شد.

چالش‌ها و جذابیت‌های کار در شعبه دکتر فاطمی

مهدی طاهری، ۲۷ ساله و فارغ‌التحصیل رشته حسابداری از دانشکده فنی حرفه‌ای شهید شمس‌پور، پیش از ورود به بانک سامان، هشت سال در حوزه مالی شرکت‌های تولیدی و بازرگانی فعالیت داشته و تجربه راه‌اندازی سیستم‌های مالی بیش از ۳۰ شرکت را در کارنامه خود دارد. علاوه بر این، چهار سال سابقه تدریس نرم‌افزارهای مالی را نیز پشت سر گذاشته است. او درباره علایق شخصی‌اش می‌گوید: افتخارات علمی، ورزشی و هنری بسیار است، اما فرصت محدود! اما یکی از لذت‌بخش‌ترین تجربه‌های من، راه‌اندازی کافه‌ای مشترک با پدرم بود که همچنان فعالیتش ادامه دارد.

مهدی از دی‌ماه ۱۴۰۱ به بانک سامان پیوست. او درباره نخستین تجربه‌های کاری‌اش در بانک می‌گوید: پشت بانه بودن برای من یک دنیای کاملاً جدید بود. برخلاف انتظار همکاران، از همان روزهای اول جسور و بی‌پروا کارم را شروع کردم، به طوری که در هفته نخست تمکن مالی و بیمه مسافرتی هم انجام دادم! با گذر زمان، کسب تجربه و مطالعاتی که در زمینه ارتباط مؤثر با مشتریان داشتم، این کار برایم

لذت‌بخش‌تر شد، هرچند که همچنان نیاز به انرژی فراوان دارد. او درباره چالش‌های کاری خود در شعبه دکتر فاطمی می‌گوید: یکی از چالش‌های مهم در این شعبه، مدیریت مشتریان ویژه و شرکت‌های SME است. این شعبه باجه اختصاصی برای مشتریان ویژه ندارد، بنابراین مدیریت نیازهای این دسته از مشتریان اهمیت زیادی دارد. خوشبختانه به لطف همکاران و تعاملات مثبت، موفق شده‌ایم این چالش را به خوبی مدیریت کنیم. از طرفی، ارتباط با افراد مختلف از طیف‌های فرهنگی و اقتصادی گوناگون، دنیای جدیدی را به روی من باز کرده که بسیار جذاب و آموزنده است.

طاهری درباره فضای کاری در شعبه دکتر فاطمی چنین می‌گوید: "همیشه سعی کرده‌ام در هر محیطی که هستم، یک جمع دوستانه توأم با احترام ایجاد کنم و خوشبختانه در شعبه فاطمی نیز چنین فضایی برقرار است. رابطه رئیس شعبه با همکاران یک رابطه رئیس و مرئوسی خشک نیست، بلکه بیشتر شبیه به یک رهبری هدفمند است که باعث ایجاد همدلی و پیشبرد اهداف سازمانی می‌شود.

او درباره مسیر آینده بانک سامان و نقش کارکنان در تحقق اهداف بانک اظهار می‌کند: "ما باید استراتژی سامان ۱۴۰۴ را درک کنیم و در مسیر تحقق آن قدم برداریم. اولین گام، عمل کردن به شاخص‌های اهداف شعبه است. اگر این قدم‌ها درست برداشته شود، نه تنها استراتژی تدوین‌شده بانک را محقق می‌کنیم، بلکه حتی می‌توانیم از آن فراتر برویم.

از نگاه مهدی، مشتریان نقش کلیدی در موفقیت یک بانک دارند. او می‌گوید: من مشتریان را فرشتگان روزی‌رسان می‌دانم و تمام سعی‌ام بر این است که ارتباطی مؤثر، صمیمی و دوستانه با آن‌ها داشته باشم. شناسایی نیازهای مشتری، پیگیری مشکلات آن‌ها و برقراری ارتباط با مرتبطین مانند تأمین‌کنندگان و شرکت‌ها، از مهم‌ترین اهداف من در این شغل است.



سپاس رفتار حرفه‌ای

بهمن‌ماه به صورت کتبی تقدیر کرده‌اند. ما به رسم سپاس و قدردانی،
اسامی این عزیزان را در نشریه سامان منتشر می‌کنیم.
با تشکر
مدیریت سرمایه انسانی بانک سامان

همه شما عزیزان در شعب بانک سامان در جهت رضایت مشتریان
تلاش کرده و موجبات خشنودی مشتریان را فراهم می‌کنید تا آنها بتوانند
با خیالی آسوده و امن به امور بانکی خود بپردازند. در این میان برخی
از مشتریان از همکارانی که حسن خلق و پیگیری مؤثری داشته‌اند، در

ردیف	نام و نام خانوادگی	محل خدمت	تصویر
۷	راحله رحیمیان لنگرودی	شعبه دلاوران	
۸	محسن روزبهانی	شعبه دلاوران	
۹	علی میرزاحیدر	شعبه دلاوران	
۱۰	پریسا رنجبرقلیچی	شعبه دلاوران	
۱۱	سیده فرزانه ترابی خرق	شعبه دلاوران	
۱۲	فرشاد عزتی	شعبه دلاوران	

ردیف	نام و نام خانوادگی	محل خدمت	تصویر
۱	سودابه ایزدی	شعبه میدان حسین آباد	
۲	مریم اوریات	شعبه اریکه ایرانیان	
۳	شیوا معصومی مفری	شعبه اریکه ایرانیان	
۴	صفورا فضل اله فیروزکوهی	شعبه دلاوران	
۵	زهرا کسرائی پور	شعبه دلاوران	
۶	سید فاضل رضوی نژاد	شعبه دلاوران	

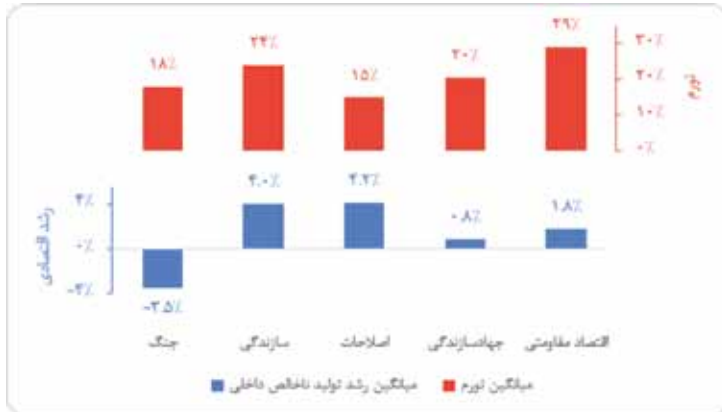
داستان اقتصاد ایران:

دستاوردهای اقتصادی

عصر اصلاحات (۸۴-۱۳۷۶)



محمدعلی براتی
معاون اداره مطالعات اقتصادی



شگفتی سازی اقتصادی

اگرچه اقتصاد در درون محورهای اصلاحات نبود (و اصلاحات نیز در یگانه هدف خود یعنی توسعه سیاسی شکست خورد)، اما همواره از دوران اصلاحات، به استناد آمارها، به عنوان موفق ترین دوران اقتصادی جمهوری اسلامی یاد می شود: کمترین تورم و بیشترین رشد اقتصادی. این ادعا این پرسش را مطرح می سازد که کدام سیاست ها این دستاورد عظیم اقتصادی را رقم زده اند؟ آیا درسی برای آموختن وجود دارد؟

اجتماع نقیضین

یک راه برای یافتن پاسخ این پرسش تهیه فهرست اقتصاددانان اثرگذار است که توضیح داده خواهد شد. برجسته ترین اختلاف میان اقتصاددانان آن زمان (که همچنان نیز وجود دارد) در خصوص تعیین قیمت نرخ ارز، قیمت حامل های انرژی و موانع وارداتی برای حمایت از تولید داخلی بود که اقتصاد آزادی ها موافق با تعدیل و یکسان سازی نرخ ارز و قیمت حامل های انرژی، و کاهش موانع وارداتی بودند، نهادگراها و اسلامی ها موافق با تثبیت قیمت ها و ایجاد موانع وارداتی بودند. دعوی این دو گروه در کابینه بعضاً به نامه نگاری ها و تهدیدها و اربعابها ختم می شد و عمدتاً نیز به «به تعویق انداختن سیاست ها» می انجامید؛ بنابراین شاید بهترین نام برای نظام سیاست گذاری دوران اصلاحات «سیاست نگذاری» باشد، زیرا دولت از سیاست گذاری طفره می رفت تا آنجا که بحران ها سیاست گذاری را گریزناپذیر می کردند.

اقتصاددانان برجسته دوران اصلاحات

نام	سمت	ایدئولوژی
محسن نوربخش	ریاست بانک مرکزی (۱۳۷۳-۱۳۸۲)	اقتصاد آزاد
مسعود نیلی	معاون سازمان برنامه و بودجه (۱۳۷۶ تا ۱۳۷۹)، نویسنده سند استراتژی توسعه صنعتی ۱۳۷۹ تا ۱۳۸۲	اقتصاد آزاد
علی طیب نیا	معاون طرح و بررسی نهاد ریاست جمهوری و سپس برای یک سال معاون اقتصادی و هماهنگی امور برنامه و بودجه معاونت اقتصادی سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور	نهادگرا
حسین نمازی	وزیر امور اقتصادی و دارایی (۱۳۷۶-۱۳۸۰)	اقتصاد اسلامی
محمد نهاوندیان	مشاور رئیس جمهور، معاون برنامه ریزی و اطلاع رسانی وزیر بازرگانی (۱۳۷۶-۱۳۷۷)، و رئیس مرکز ملی مطالعات جهانی شدن (۱۳۸۲-۱۳۸۶)	اقتصاد آزاد

معجزه سیاست نگذاری

بنابراین، این پرسش مطرح می شود که چگونه این اجتماع نقیضین (سیاست نگذاری) بهترین عملکرد اقتصادی را طی ۴۵ سال گذشته رقم زده است؟

نخست اینکه برآیند دو قطب تعدیل و تثبیت، یک نظام تعدیل جزئی شد که در عین اینکه سرکوب قیمت ها حاکم شده بود که هم از بی ثباتی های حاصل از شوک درمانی های دوران سازندگی می کاست و هم از بی ثباتی های حاصل از سیاست های تثبیت نامعقول پس از دوران اصلاحات جلوگیری می کرد که ناترازی های بزرگی را به اقتصاد تحمیل می کرد؛ بنابراین این پیام به بازیگران اقتصادی مخابره می شد که قرار نیست اتفاق بزرگی (مثبت یا منفی) بیفتد و این به معنای قابل پیش بینی تر شدن اقتصاد بود. اگرچه نباید این واقعیت را نادیده گرفت که سیاست های مداری داخلی و گفتگو در عرصه جهانی، چشم انداز مثبتی را به سرمایه گذاران مخابره می کرد که به رشد سرمایه گذاری و رشد بلندمدت اقتصاد کمک می رساند.

آتش زیر خاکستر

علی رغم این خوش بینی ها که به رشد و ثبات اقتصادی کمک می کرد، آتشی زیر خاکستر اصلاحات روشن بود که به زودی زبانه کشید. نخست اینکه سیاست مداری خاتمی از سوی جامعه ناکافی تعبیر شده بود که این امر منجر به شکست زود هنگام اصلاح طلبان در انتخابات ۱۳۸۴ گردید.

مرداد ۱۳۸۱، ایران در معرض بزرگترین بحران اقتصادی معاصر یعنی تحریم های نفتی قرار گرفت. اما دولت خاتمی توانست با یک تصمیم عاجل و با پذیرش «تعلیق داوطلبانه برنامه های اتمی» با هدف اعتماد سازی، از این بحران جلوگیری نماید. با وجود این، جبهه اصول گرا این اقدام را بهانه ای برای حذف اصلاح طلبان قرار داد و نهایتاً به دستور رهبری در آخرین ماه ریاست جمهوری خاتمی غنی سازی از سر گرفته شد و این اقدام منجر به ورود ایران به بزرگترین بحران سیاسی-اقتصادی خود یعنی تحریم های نفتی گردید.

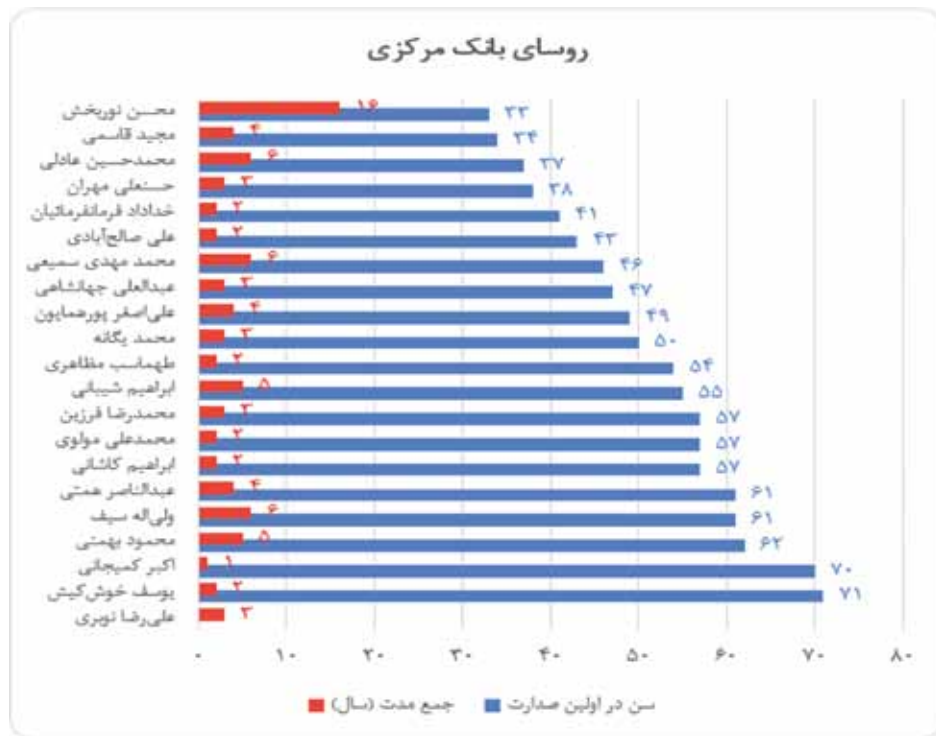
یکسان سازی نرخ ارز

محسن نوربخش (متولد ۱۳۲۷ و متوفی ۱۳۸۲) وزیر اقتصاد سال های ۱۳۷۸-۱۳۷۲ و رئیس کل بانک مرکزی در سال های ۱۳۶۰-۱۳۶۵ و ۱۳۷۳-۱۳۸۲ و نماینده مجلس ۱۳۶۷-۱۳۶۸ بود. او معمار یکسان سازی نرخ ارز در



تبدیل کرد. وی برای نخستین بار همراه با دولت هاشمی در زمستان ۱۳۷۱ (هنگامی که دولت غرق در بدهی‌های خارجی بود) اقدام به یکسان‌سازی نرخ ارز نمود اما این سیاست به سرعت و در کمتر از هفت ماه با شکست مواجه شد و سال‌ها کنار گذاشته شد.

جمهوری اسلامی است. وی دومین رئیس بانک مرکزی بعد از انقلاب و جوان‌ترین رئیس بانک مرکزی در کل تاریخ ایران بود که طولانی‌ترین صدارت را نیز از آن خود کرد. ترکیب جوان و انقلابی بودن کافی بود تا فردی ماجراجو از وی بسازد و این ماجراجویی‌ها وی را به باتجربه‌ترین و بی‌بدیل‌ترین فرد برای ریاست بانک مرکزی



نه تنها منجر به افزایش نرخ ارز نخواهد شد بلکه بالعکس، موجب کاهش نرخ ارز می‌شود. اما حتی در این شرایط نیز مداخله دولت در تعیین نرخ ارز گریزناپذیر است و توصیه می‌شود که نرخ ارز (به سمت بالا) تثبیت گردد.

دلایل تثبیت به سمت بالای نرخ ارز:

- بیماری هلندی: وفور ارزهای نفتی (خصوصی یا دولتی) موجب می‌شود که نرخ‌های ارز، بسیار پایین‌تر از حد رقابتی (در غیاب نفت) برای سایر تولیدات داخلی باشد و لذا منجر به نابودی کامل صنایع داخلی غیرنفتی می‌شود.
- محدودیت ذخایر ارزی: تثبیت نرخ ارز در سطوح پایین موجب شکل‌گیری مازاد تقاضای ارز می‌شود لذا محدودیت ذخایر ارزی، در بلندمدت، دولت را مجبور می‌کند که یا ارزها را جیره‌بندی کند، یا نرخ ارز را افزایش دهد.
- اما سرکوب نرخ ارز در شرایط تورمی و نوسانات اقتصادی علاوه بر فاصله‌گرفتن نرخ ارز بازار از نرخ دولتی که به‌شدت فسادخیز است، می‌تواند به فاجعه‌ناامنی سرمایه‌گذاری داخلی بینجامد. تنها راه برای جلوگیری از این فاجعه، یافتن مکانیزم قیمت‌گذاری نرخ ارز متناسب با شرایط اقتصاد کلان است که فرمول بسیار ساده‌ای دارد: نرخ ارز برابر با اختلاف تورم داخلی و جهانی منهای اختلاف رشد تولید ناخالص داخلی کشور و جهان به علاوه یک مارجین حمایتی (۳٪) رشد یابد. این تعدیل متناسب، رمز موفقیت یکسان‌سازی نرخ ارز در دهه ۸۰ بود.

سرکوب یا مدیریت نرخ ارز و بازار آزاد

اما این شکست مانع از آن نشد که نوربخش از این سیاست به‌کلی دست بردارد. او در آخرین تلاش خود در سال ۱۳۸۱ (یکسال قبل از فوتش) توانست یکسان‌سازی نرخ ارز را به طور موفقیت‌آمیزی (تنها بار در کل تاریخ پس از انقلاب) به مورد اجرا درآورد. اما یکسان‌سازی نرخ ارز به چه معناست؟ چه جایگاهی در اقتصاد ایران دارد؟ و چطور در دهه ۱۳۸۰ توانست به نحو موفقیت‌آمیزی به اجرا درآید؟

نفت یکبار در سال ۱۳۳۲ روی کاغذ و بار دیگر در سال ۱۳۵۲ با بازنگری قرارداد کنسرسیوم در عمل ملی شد، اما دولتی نبود تا آنکه با انقلاب ۱۳۵۷ دولتی نیز شد. دولتی بودن نفت علاوه بر نفتی بودن اقتصاد ایران الزامات خاصی را به سیاست‌گذاری تحمیل می‌کند که مهم‌ترین آن سرکوب نرخ ارز (رژیم نرخ ارز ثابت) است، یعنی نرخ ارز توسط دولت تعیین می‌شود. اما این امر موجب می‌شود که بازار آزاد شکل بگیرد که ارزهای غیردولتی و غیرقانونی و مازاد تقاضای ارز به آنجا منتقل گردد.

دو سیاست در قبال بازار آزاد اتخاذ شده است که هر دو سیاست را بایستی ذیل سیاست سرکوب نرخ ارز (رژیم نرخ ارز ثابت) طبقه‌بندی کرد:

● بالا بردن نرخ ارز دولتی تا اندازه‌ای که نرخ ارز بازار آزاد کنترل گردد. در این حالت این نرخ‌ها بسیار به هم نزدیک‌اند و لذا به این سیاست، یکسان‌سازی نرخ ارز گفته می‌شود.

● تعطیل کردن بازار آزاد ارز و غیرقانونی اعلام کردن هرگونه معامله خارج از سامانه دولتی نرخ ارز (نیما یا بازار ارز تجاری ایران یا...)

آزادسازی نرخ ارز (رژیم نرخ ارز شناور) تنها هنگامی به وقوع می‌پیوندد که اولاً صنعت نفت خصوصی و غیر ملی شود (دولت عرضه‌کننده عمده ارز نباشد) و ثانیاً دولت مداخله‌ای در معاملات ارزی (جز قوانین شفافیت) نداشته باشد که این امر،



بیمه سامان

Saman Insurance

حضور بیمه سامان در هفتمین نمایشگاه کار

شرکت بیمه سامان با هدف ملاقات بی واسطه با کارجویان و ارتقای برند کارفرمایی در هفتمین نمایشگاه کار ایران حضوری پررنگ داشت.

به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، در این رویداد مهم، کارجویان با مراجعه به نمایشگاه کار علاوه بر کسب اطلاعات درباره شرکت‌ها و ارائه رزومه، با نمایندگان هر سازمان به طور مستقیم وارد گفت‌وگو می‌شوند و در کارگاه‌های آموزشی کار و کاریابی نیز شرکت می‌کنند. هفتمین نمایشگاه کار ایران در راستای توانمندسازی، توسعه و معرفی فرصت‌ها و موقعیت‌های شغلی و رویدادی برای تعامل مستقیم کارجو و کارفرما است و در آن سازمان‌های شرکت‌کننده موقعیت‌های شغلی مختلف خود را ارائه می‌کنند.

در همین راستا شرکت بیمه سامان، با حضور در این نمایشگاه سه‌روزه، علاوه بر ارائه راهکارهایی در حوزه کارآفرینی، به معرفی و عرضه محصولات بیمه‌ای در حوزه‌های مختلف پرداخت. جذب نیروهای متخصص و توانمند توسط سازمان‌ها، ارتقای برند کارفرمایی و معرفی فرهنگ، ارزش‌ها و استراتژی‌های منابع انسانی و تسهیل فرایند جذب و استخدام، از جمله نتایج برگزاری نمایشگاه کار برای سازمان‌ها است.



محصولات جذاب بیمه نامه مسافرتی سامان در نمایشگاه گردشگری تهران

شرکت بیمه سامان با حضور در هجدهمین نمایشگاه گردشگری تهران و صنایع وابسته، محصولات متنوع و جذاب خود در حوزه گردشگری و مسافرتی را به بازدیدکنندگان معرفی کرد.

به گزارش روابط عمومی بیمه سامان، هجدهمین نمایشگاه گردشگری تهران و صنایع وابسته، یکی از بزرگ‌ترین و شناخته‌شده‌ترین نمایشگاه‌های بین‌المللی گردشگری در کشور است که علاقه‌مندان زیاد صنعت گردشگری را از کشورهای مختلف به خود جذب می‌کند.

از این رویداد مهم به عنوان یک فرصت مناسب برای برقراری ارتباط رودررو در بخش‌های مختلف فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری یاد می‌شود. با توجه به موقعیت جغرافیایی راهبردی کشور ما و وجود جاذبه‌های زیبای تاریخی، فرهنگی، طبیعی و زیارتی، ایران دارای امتیازات بسیار مهم و خاص در حوزه گردشگری است. شرکت بیمه سامان امسال نیز همچون سال‌های گذشته، در نمایشگاه گردشگری حضوری جدی دارد و کارشناسان مجرب این شرکت در نمایشگاه، به معرفی آخرین دستاوردها و خدمات بیمه‌ای در حوزه صنعت گردشگری و مسافرتی اقدام می‌کنند. شرکت بیمه سامان از ۱۵ سال قبل تا کنون با ارائه انواع بیمه‌نامه مسافرتی، همراه صنعت جذاب و پرطرفدار گردشگری بوده و از آنجایی که با مراکز درمانی متعددی در سراسر دنیا هم طرف قرارداد است، بنابراین بیمه‌شدگان می‌توانند با تهیه بیمه‌نامه مسافرتی بیمه سامان، با خیالی آسوده به اقصای نقاط دنیا سفر کنند. هجدهمین نمایشگاه گردشگری تهران و صنایع وابسته از سه‌شنبه ۲۳ بهمن ماه به مدت چهار روز محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار گردید.



بیمه سامان تنها حامی فدراسیون چوگان

هفته بیست و پنجم لیگ ملی چوگان با نام جام یاس در بخش بانوان، با حضور چهار تیم و سطح هندی کاپ مثبت دو برگزار و تیم کانون چوگان البرز قهرمان شد. شایان ذکر است جام یاس به عنوان پایان بخش رقابت های چوگان لیگ ملی ایران در سال ۱۴۰۳ بود. بیمه سامان تنها حامی مالی فدراسیون چوگان در کشور است.



بانک سامان
Saman Bank

ثبت نام آسان خرید خودرو با حساب وکالتی بانک سامان

بانک سامان امکان وکالتی کردن حساب های مشتریان برای شرکت در طرح های جدید فروش خودرو را فراهم کرده است. به گزارش سامان رسانه، مشتریان بانک سامان می توانند با مراجعه به نشانی vekalati.sb24.ir ضمن وکالتی کردن حساب خود به صورت غیر حضوری، به آسانی و سرعت بالا، اقدام به شرکت در طرح های فروش شرکت های خودروسازی کنند. گفتنی است، مشتریان پس از وکالتی کردن و مسدود کردن مبلغ مورد نظر در حساب خود نزد بانک سامان، می توانند به سایت شرکت خودروساز مراجعه و خودرو مورد نظر را انتخاب کنند. لازم به ذکر است، ضروری است تا زمان اعلام اولویت بندی توسط شرکت های خودروساز، وجه در حساب متقاضی موجود باشد و هرگونه برداشت یا کاهش موجودی به منزله انصراف از اولویت بندی خواهد بود.

بزن!

START

حساب وکالتی رو

وکالتی کردن آنلاین سپرده خرید خودرو



افتتاح یازدهمین مدرسه بانک سامان در روستای دومک سیستان و بلوچستان

دومک از توابع شهر زاهدان استان سیستان و بلوچستان برگزار شد. این مدرسه چهارکلاسه که به نام نوردانش نام گذاری شده با همت مشترک بانک سامان و دکتر احمد مجتهد، رئیس هیئت مدیره این بانک با بالاترین کیفیت در روستای دومک سیستان و بلوچستان از محروم ترین روستاهای

یازدهمین مدرسه بانک سامان با حضور دکتر احمد مجتهد در روستای دومک استان سیستان و بلوچستان افتتاح شد. به گزارش سامان رسانه، آیین افتتاح یازدهمین مدرسه بانک سامان با حضور دکتر احمد مجتهد، رئیس هیئت مدیره بانک سامان در روستای





افتتاح قرار دارد. همچنین در سفر اخیر رئیس هیئت‌مدیره بانک سامان به سیستان و بلوچستان، تفاهم‌نامه احداث یک مدرسه دیگر توسط این بانک در استان سیستان و بلوچستان نیز امضا شد. لازم به ذکر است که بانک سامان سال‌ها است در حوزه مسئولیت اجتماعی با احداث چندین مدرسه در مناطق محروم، تجهیز بیمارستان‌ها، کمک به بیماران نیازمند، حمایت از دانش‌آموزان مستعد نیازمند و کمک در تأمین آب شرب از طریق دفتر یونسکو، اقدامات قابل توجهی انجام داده است.

کشور احداث شده است. با ساخت این مدرسه، بانک سامان تاکنون یازده مدرسه با بالاترین استانداردهای ساختمانی و تجهیزات، در سراسر ایران ساخته و هزاران دانش‌آموز را در اقصی نقاط کشور راهی فضاهای آموزشی کرده است. گفتنی است، چهار مدرسه دیگر در روستای آبگاه استان سیستان و بلوچستان، روستای کبذور استان خراسان رضوی، شهر کرمانشاه و یزد نیز توسط بانک سامان و در راستای ایفای مسئولیت‌های اجتماعی احداث شده و در آستانه





بهناد بنا؛ شرکت برتر از نظر رشد سریع در سال ۱۴۰۳ در رتبه بندی شرکت های برتر ایران IMI 100

رتبه بندی شرکتها؛ معیار سنجش تعالی

معمولاً طبق عادت هر ساله، مؤسسات و نشریات بسیار معتبر جهانی که در حیطه تخصصی اقتصاد و امور مالی جهانی مشغول به فعالیت هستند؛ بر اساس پارامترهای مختلفی، رتبه اعتباری شرکتها و مؤسسات مختلف را مورد ارزیابی و سنجش قرار می دهند.

از جمله این نشریات بسیار معتبر در سطح بین المللی می توان به نشریه FORTUNE اشاره کرد که به رتبه بندی اعتباری شرکت های برتر آمریکایی می پردازد تا آنها را بر حسب پارامترهای مختلف رتبه بندی نماید و به هر یک از آنها رتبه اعتباری مخصوص به خود را بدهد.

فورچون جهانی ۵۰۰، یک فهرست سالانه است که توسط مجله فورچون تهیه و منتشر می شود و ۵۰۰ شرکت بزرگ را بر اساس درآمد کل سالانه آنها رتبه بندی می کند این فهرست شامل شرکت های تجاری عمومی و شرکت های خصوصی است که درآمد خود را منتشر می کنند.

نشریه فورچون، ۵۰۰ شرکت برتر آمریکا را علاوه بر رتبه بندی از نظر درآمد، از نظر شاخص های مهم دیگری نیز بررسی می نماید که در زیر به برخی از آنها اشاره شده است:

- درصد تغییر درآمد سالانه شرکت های مختلف و نیز میزان سودآوری
- میزان دارایی های شرکت مذکور
- تعداد کارکنان و ارزش بازار شرکت های مختلف
- میزان فروش، سود خالص، ارزش بازار
- گردش مالی شرکت در پروسه زمانی مشخص

• میزان سپرده ها و سرمایه های شرکت

• تعداد شعبه های شرکت مذکور

این نشریه رتبه بندی های دیگری نیز دارد که معروف ترین آنها رتبه بندی ۵۰۰ شرکت برتر در جهان می باشد که با اعتبارسنجی های دقیق و منظم، رتبه اعتباری شرکت های برتر جهان را نیز از لحاظ درآمد "بعنوان شاخص اصلی رتبه بندی" و شاخص های دیگر مورد بررسی قرار داده و آنها را منتشر می کند، این نشریه علاوه بر ارائه فهرست های خود، مقالات و گزارش های تحلیلی در مورد مسایل مختلف اقتصادی و تجاری انتشار می دهد. در آخرین رتبه بندی منتشر شده خلاصه بعضی نتایج به شرح زیر است:

• شرکت Walmart با بیش از ۱۰۶۰۰ فروشگاه در سراسر جهان، جایگاه خود را به عنوان بزرگترین شرکت جهان از نظر درآمد برای ۱۲ سال متوالی حفظ کرده است.

• شرکت amazon با درآمد ۵۷۴/۸ میلیارد دلاری در سال ۲۰۲۴ در رتبه دوم قرار دارد که از ۲۳۲/۹ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۹ افزایش یافته است.

• شرکت چینی State Grid که در رتبه سوم قرار دارد با سرمایه گذاری در پروژه هایی در استرالیا، برزیل، پرتغال، ایتالیا و فیلیپین، بزرگترین کارفرما و شرکت توزیع برق در جهان است.

• در سال ۲۰۲۴، ده شرکت بزرگ از نظر درآمد شامل شش شرکت آمریکایی و سه شرکت چینی است.

رتبه بندی IMI-100

در همین راستا و به منظور رتبه بندی شرکت های برتر ایران سازمان مدیریت صنعتی

می‌نماید. اطلاعات مندرج در فهرست رتبه‌بندی می‌تواند به شرکت‌های داخلی و خارجی در یافتن فرصت‌های همکاری و مشارکت اقتصادی با بنگاه‌های مستعد یاری نماید.

شاخص کسب شده توسط بهناد بنا

کسب عنوان شرکت برتر از نظر رشد سریع در سال ۱۴۰۳

شاخص رشد سریع

در رتبه‌بندی IMI-100، شاخص «رشد سریع» از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و به‌عنوان یکی از معیارهای کلیدی برای ارزیابی عملکرد شرکت‌ها در نظر گرفته می‌شود. در واقع، این شاخص نشان می‌دهد که یک شرکت تا چه اندازه توانسته است روند مثبت پایداری داشته و در طول زمان، به‌ویژه در مقایسه با رقبای خود، رشد سریعی را در فروش و سایر شاخص‌های عملکردی تجربه کند، این شاخص در میان شاخص‌های ۳۲ گانه همواره پراهمیت‌ترین شاخص بوده است.

معیار اصلی در انتخاب شرکت‌های برتر از نظر رشد سریع، تغییر رتبه فروش شرکت‌های فهرست، طی چهار سال اخیر است. به این معنا که شرکت‌هایی که بیشترین میزان ارتقای رتبه را در شاخص فروش طی این مدت داشته‌اند، به‌عنوان شرکت‌های برتر از نظر رشد سریع شناخته می‌شوند.

در نتیجه، شاخص رشد سریع در رتبه‌بندی IMI-100 نه‌تنها به شناسایی و تقدیر از شرکت‌های برتر از نظر رشد کمک می‌کند، بلکه می‌تواند به‌عنوان یک الگوی الهام‌بخش برای سایر شرکت‌ها نیز عمل کند و آن‌ها را به تلاش برای رشد و توسعه بیشتر تشویق کند.

سازمان مدیریت صنعتی همواره به‌صورت ویژه و جداگانه به این شاخص پرداخته است و کسب عنوان شرکت برتر از نظر رشد سریع توسط شرکت بهناد بنا از اهمیت به‌سزایی برخوردار است و نشان از تلاش بی‌شائبه و زحمات همکاران این شرکت دارد. بهناد بنا مطابق با سیاست‌های کلان بانک و بر مبنای استراتژی‌های خود تلاش نموده جایگاه خود را در صنعت ساختمان بهبود و ضمن افزایش سبد پروژه‌ها، نقش مناسبی در تحقق اهداف محوله ایفا نماید.

پروژه‌ای تعریف نموده است،

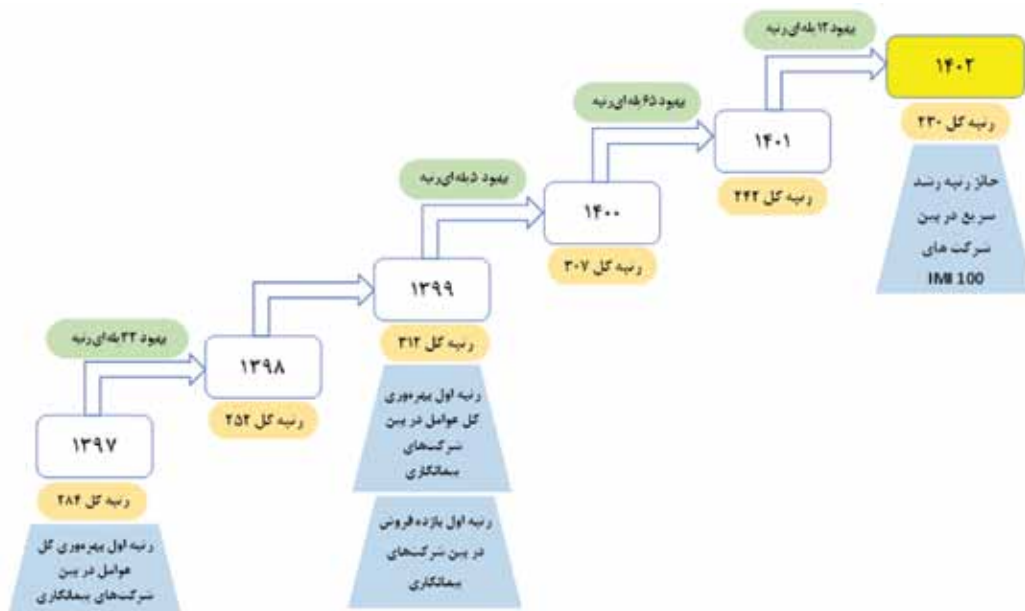
رتبه‌بندی IMI-100 پروژه‌ای است که توسط سازمان مدیریت صنعتی ایران (IMI) از سال ۱۳۷۷ آغاز شده و هدف آن شناسایی و رتبه‌بندی ۵۰۰ شرکت برتر ایران بر اساس میزان فروش و سایر شاخص‌های عملکردی است. که اهداف زیر را دنبال می‌نماید:

- شفافیت: ارائه اطلاعات شفاف و قابل اعتماد در مورد عملکرد شرکت‌های بزرگ ایران به‌منظور ایجاد فضای روشن‌تر در کسب‌وکار کشور.
- مقایسه: فراهم کردن امکان مقایسه شرکت‌ها با یکدیگر و با دوره‌های زمانی مختلف به‌منظور ارزیابی عملکرد و شناسایی نقاط قوت و ضعف.
- تشویق: ایجاد انگیزه برای شرکت‌ها برای بهبود عملکرد و رقابت سالم در بازار.
- اطلاع‌رسانی: ارائه اطلاعات مفید به مدیران، سیاست‌گذاران، پژوهشگران و سایر ذی‌نفعان برای تصمیم‌گیری‌های آگاهانه.

معیار اصلی رتبه‌بندی IMI-100، میزان فروش شرکت‌ها است که با توجه به ماهیت و حجم و نوع فعالیت شرکت‌ها نمی‌تواند سایر جنبه‌های عملکردی شرکت‌ها را در نظر بگیرد. لذا، سازمان مدیریت صنعتی در سال‌های اخیر تلاش کرده است تا شاخص‌های دیگری مانند سودآوری، بهره‌وری، رشد، صادرات و... را نیز در رتبه‌بندی لحاظ کند. (۳۲ شاخص دیگر) و از آنجایی که این رتبه‌بندی ابزاری مناسب برای تصمیم‌گیری، برنده‌نگ، تعالی سازمانی و ارزیابی عملکرد را فراهم می‌کند مورد استقبال شرکت‌های پیشرو کشور قرار گرفته و فضایی را فراهم کرده تا عملکرد خود را در مقایسه با رقبای ارزیابی، نقاط قوت و ضعف خود را شناسایی، استراتژی‌های مناسب برای رشد و توسعه خود اتخاذ و بهبود مستمر در عملکرد خود را پیگیری کنند.

رتبه‌بندی IMI-100 برای سرمایه‌گذاران و فعالان اقتصادی هم اهمیت دارد چون فهرست رتبه‌بندی می‌تواند به فعالان اقتصادی - به‌خصوص سهام‌داران و فعالان بازارهای سرمایه - اطلاعات تحلیلی دقیق‌تری ارائه دهد. این اطلاعات در کنار اطلاعات معتبر دیگر، به شناسایی روند شرکت و پیش‌بینی روند آینده آن کمک

نقشه راه طی شده شرکت بهناد بنا در رتبه‌بندی شرکت‌های برتر ایران (IMI100)





برگزاری همایش ملی صنعت لیزینگ و تأمین مالی با حمایت بانک سامان

همایش که با حمایت مالی بانک سامان و حضور جمعی از رؤسای ادارات و کارشناسان بانک سامان برگزار شد، محمدرضا فرزین،

نخستین همایش صنعت لیزینگ و تأمین مالی در تاریخ ۲۸ بهمن ماه در محل بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران برگزار شد. در این



موفقیت‌ها و مزیت‌های صنعت لیزینگ نمایان گردید. در اختتامیه این همایش ملی موارد زیر را به‌عنوان انتظارات صنعت لیزینگ بیان می‌داریم:

۱. بازنگری نرخ سود تسهیلات شرکت‌های لیزینگ و مجاز نمودن دریافت کارمزدهای خدمات لیزینگ
 ۲. لزوم تسریع در روند بازنگری دستورالعمل اجرایی لیزینگ و متناسب‌سازی آن با نیازهای مشتریان و محوریت نگاه توسعه‌ای صنعت
 ۳. ایجاد شرکت‌های لیزینگ تخصصی
 ۴. تسریع در زمان بررسی‌های ابعاد افزایش سرمایه و تغییرات شرکت‌های لیزینگ و فرایندهای تأسیس و راه‌اندازی این شرکت‌ها
 ۵. افزایش زمان اعتبار مجوزهای فعالیت شرکت‌ها
 ۶. مجاز نمودن عاملیت منابع مالی از اشخاص و برقراری مشوق‌های مالیاتی آن
 ۷. رفع محدودیت ممنوعیت عاملیت منابع مالی از بانک‌ها و مؤسسات اعتباری
 ۸. مجاز نمودن قراردادهای اجاره عملیاتی، اجاره مالی و فروش و اجاره مجدد
 ۹. تسهیل در روابط شرکت‌های لیزینگ با بانک‌ها و لیزینگ‌ها و استارت‌آپ‌های مالی و پلتفرم‌های برخط در توسعه خدمات غیرحضوری
 ۱۰. طراحی ابزارها و ایجاد نهادهای مالی تأمین‌کننده منابع از طریق بازار سرمایه
 ۱۱. برگزاری همایش ملی لیزینگ هر سال هم‌زمان با روز جهانی لیزینگ در ۱۹ آبان‌ماه
 ۱۲. پذیرش هزینه‌های مطالبات مشکوک‌الوصول شرکت‌های لیزینگ به‌عنوان هزینه‌های قابل قبول مالیاتی
- شایان‌ذکر است در پایان نخستین همایش ملی صنعت لیزینگ و تأمین مالی از برگزارندگان این صنعت تقدیر شد.

رئیس‌کل بانک مرکزی، حسین عبده تبریزی مشاور رئیس‌جمهور، کورش پرویزیان، رئیس پژوهشکده پولی و بانکی، فرشاد محمدپور معاون تنظیم‌گری و نظارت بانک مرکزی و روح‌الله جراحی، رئیس هیئت‌مدیره انجمن لیزینگ ایران به سخنرانی پرداختند.

در کنار سخنرانی‌های اصلی این همایش، کارگاه‌هایی نیز با محوریت موضوعات عملی در صنعت لیزینگ همچون تأمین مالی لیزینگ، مبارزه با پول‌شویی در صنعت لیزینگ، پیاده‌سازی سیستم فروش لیزینگ اروپایی خودرو در ایران، چالش‌های مالیاتی لیزینگ و غیره با حضور کارشناسان برجسته این صنعت برگزار شد.

بیانیه اختتامیه همایش ملی صنعت لیزینگ و تأمین مالی نیز که توسط کورش پرویزیان، رئیس پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی قرائت شد به‌قرار زیر بود:

اولین همایش ملی صنعت لیزینگ و تأمین مالی، در حالی به پایان می‌رسد که حضور علاقه‌مندان سیاست‌گذاران، ناظران، متخصصان و فعالان صنعت لیزینگ کشور را شاهد بودیم. شایسته است قدردانی صمیمانه برگزارکنندگان همایش و دست‌اندرکاران صنعت لیزینگ از توجه و حضور صمیمانه حاضران و شرکت‌کنندگان گرامی را در این همایش ابراز کنیم. مشارکت همه فعالان صنعت لیزینگ در کنار مدیران و مسئولان ارجمند نهاد نظارتی یک اتفاق مبارک و تاریخی است تا بتواند طلوعه‌ای را برای آینده صنعت بگشاید. چشم‌های همه ما به افق‌های دور و آینده‌ای پر از چالش دوخته شده که باید برای ماندگاری و پایداری، تلاش‌ها را دوچندان کنیم.

زحمات و کوشش‌های ارزشمند همه دست‌اندرکاران برگزاری قابل‌ستایش است و پژوهشکده پولی و بانکی و همچنین شرکت‌های مطرح لیزینگ کشور در برگزاری بهینه این همایش سنگ تمام گذاشتند. در این همایش آنچه که لازم بود در حد امکان مطرح شد و نشانه‌هایی از چالش‌ها، دست‌انداها، موانع و بازدارندگی‌ها، پیشرفت‌ها و





حضور درخشان گروه مالی سامان در نمایشگاه کار ۱۴۰۳

یکپارچه و هماهنگ معرفی کنیم. این رویکرد فرصتی ارزشمند بود تا نه تنها بزرگی و انسجام خانواده سامان را به نمایش بگذاریم، بلکه تصویری قدرتمند از یک اکوسیستم مالی پویا و هم‌بسته ارائه دهیم - اکوسیستمی که در آن، تمامی اعضا در مسیر رشد، نوآوری

پس از برگزاری ششمین نمایشگاه کار ایران و بررسی تجربیات آن تصمیم گرفتیم که در دوره بعدی با رویکردی متفاوت و هدفی گسترده‌تر حضور پیدا کنیم. این بار به جای شرکت‌های مجزا بر آن شدیم که برند کارفرمایی کل گروه مالی سامان را به عنوان مجموعه‌ای





مالی سامان، در این رویداد حضور یافتند و موفق شدند توجه بسیاری از بازدیدکنندگان را به خود جلب کنند. طبق آمار جاب ویزن، طی این سه روز بیش از ۱۱۲,۰۰۷ رزومه توسط کارجویان برای سازمان‌های مختلف ارسال شد که ۱۴,۴۵۶ رزومه متعلق به گروه مالی سامان بود. این میزان ارسال رزومه، گروه مالی سامان را با اختلاف زیاد، برترین گروه در جذب رزومه در نمایشگاه امسال قرار داد.

و جذب استعدادهای برتر همگام هستند. هفتمین نمایشگاه کار ایران، از ۲۴ تا ۲۶ بهمن‌ماه ۱۴۰۳ در برج میلاد تهران برگزار شد و با حضور بیش از ۷۰ سازمان معتبر کشور، به بستری برای تعامل کارجویان و کارفرمایان تبدیل شد. نمایشگاه کار امسال، فرصتی ارزشمند برای تعامل با استعدادهای آینده، معرفی فرهنگ سازمانی و خلق تجربه‌ای منحصر به فرد برای کارجویان بود. بانک سامان، بیمه سامان، بلوبانک، سامانتل و سپ تحت عنوان گروه



همچنین، استقبال گسترده از غرفه گروه مالی سامان (بانک سامان، بیمه سامان، سپ، سامانتل و بلوبانک)، نشان‌دهنده جایگاه گروه مالی سامان به عنوان یک مقصد شغلی جذاب برای استعدادهای برتر بود.

کارگاه‌هایی که نگاه‌ها را به خود جلب کردند

بانک سامان امسال فراتر از ارائه فرصت‌های شغلی، تلاش کرد تا بستری برای یادگیری و رشد فراهم کند. در همین راستا، دو کارگاه تعاملی و الهام‌بخش برگزار کرد که با استقبال فوق‌العاده‌ای از سوی کارجویان همراه بود.

کارگاه "چرا ما اینجا هستیم؟"

این کارگاه که با ارائه مصطفی مزینانی برگزار شد، به شرکت‌کنندگان کمک کرد تا معنای کار و مسیر حرفه‌ای خود را بهتر درک کنند. روایت داستانی و تعاملات عمیق در این کارگاه، موجب شد که شرکت‌کنندگان بتوانند با نگاهی آگاهانه‌تر به استعدادهای، علایق و مسیر شغلی‌شان فکر کنند.

کارگاه "کار، داستانی فراتر از یک شغل"

در این کارگاه که توسط فاطمه احمدی ارائه شد، نقش کار در زندگی، رشد فردی و تأثیرگذاری بر جامعه مورد بررسی قرار گرفت. شرکت‌کنندگان متوجه شدند که کار، چیزی فراتر از یک وظیفه روزمره است و می‌تواند بخشی از مسیر توسعه فردی و حرفه‌ای آن‌ها باشد.

استقبال کم‌نظیر از این کارگاه‌ها، نشان داد که کارجویان امروزی به دنبال چیزی بیشتر از یک عنوان شغلی هستند؛ آن‌ها به دنبال معنا، یادگیری و فرصتی برای رشد واقعی‌اند.

بازی‌ای که استعدادهای را کشف کرد

یکی از جذاب‌ترین بخش‌های غرفه گروه مالی سامان، بازی کشف استعدادهای درونی بود. این بازی که با الهام از تست کلیفتون طراحی شده بود، به شرکت‌کنندگان کمک کرد تا با استعدادهای منحصر به فرد خود آشنا شوند و توانایی‌های خود را بهتر بشناسند. ۲۷۵۰ نفر در این بازی شرکت کردند و تجربه‌ای متفاوت از تعامل با بانک سامان داشتند.

بسیاری از شرکت‌کنندگان پس از دریافت نتایج، از دقت و جذابیت تحلیل‌ها شگفت‌زده شدند.

پس از نمایشگاه، لینک تست اصلی کلیفتون برای تمامی شرکت‌کنندگان ارسال شد تا بتوانند تحلیلی جامع‌تر از استعدادهای خود داشته باشند.

این بازی نه تنها باعث تعامل بیشتر شرکت‌کنندگان با تیم منابع انسانی شد، بلکه تجربه‌ای سرگرم‌کننده و آموزشی را برای آن‌ها رقم زد.

حضور مدیرعامل و تیم اجرایی پرتلاش

نمایشگاه کار امسال، علاوه بر ارائه فرصت‌های شغلی و برگزاری کارگاه‌های ارزشمند، فرصتی برای گفت‌وگوی مستقیم میان مدیران ارشد و کارجویان نسل جدید فراهم کرد.

علیرضا معرفت، مدیرعامل بانک سامان و اکبر قهری، مدیرعامل سامانتل، با حضور در غرفه، از نزدیک در جریان فضای نمایشگاه و تعاملات تیم‌های جذب و کارجویان قرار گرفتند.

همچنین، داوود سوری و قاسم سرخوش، اعضای هیئت‌مدیره بانک سامان، با حضور خود در غرفه گروه مالی سامان بر اهمیت نیروی انسانی و ارتباط مستقیم با استعدادهای جوان تأکید کردند. یکی از اتفاقات ویژه در غرفه، برگزاری جلسه‌ای صمیمانه با کارجویان نسل Z بود. در این گفت‌وگو، کارجویان دغدغه‌ها و انتظارات خود از محیط کار را مستقیماً با مدیران سرمایه انسانی گروه مالی سامان به اشتراک گذاشتند. این تعامل، فرصتی عالی برای درک بهتر نیازهای نسل جدید و ارائه راهکارهایی برای بهبود تجربه کاری آن‌ها بود.

این حضور و گفت‌وگوی مستقیم، نشان داد که بانک سامان فراتر از یک کارفرما، به دنبال ایجاد تعامل و درک واقعی از انتظارات و نیازهای نسل جدید نیروی کار است.

ما همچنان در مسیر ناب شدن...

نمایشگاه کار ۱۴۰۳ به پایان رسید، اما مأموریت ما همچنان ادامه دارد.

گروه مالی سامان باور دارد که کار، فقط یک شغل نیست؛ بلکه مسیری برای یادگیری، رشد و تأثیرگذاری است.

ما همچنان در مسیر ساختن یک تجربه شغلی متفاوت، ایجاد فرصت‌های یادگیری و حمایت از استعدادهای برتر قدم برمی‌داریم.



گامی به سوی بهبود کیفیت آموزش و توانمندسازی نیروی انسانی

گروه تولید محتوای شرکت آفتاب تجارت سامان



۳- افزایش بهره‌وری: آموزش کارکنان به آنها کمک می‌کند تا وظایف خود را به شکل مؤثرتری انجام دهند. این موضوع می‌تواند به کاهش زمان‌های اتلافی و افزایش بهره‌وری کلی سازمان منجر شود.

۴- ایجاد فرهنگ یادگیری: آموزش مداوم به ایجاد فرهنگی از یادگیری و بهبود مستمر در سازمان کمک می‌کند. این فرهنگ می‌تواند به نوآوری و خلاقیت در ارائه خدمات منجر شود.

در اولین گام، شرکت آفتاب تجارت سامان با ارائه دوره‌های آموزشی تخصصی و کاربردی به رانندگان و تحصیلداران فرصتی بی‌نظیر برای رشد و پیشرفت کارکنان خود فراهم کرده است.

به‌منظور ارتقای دانش و ارزیابی توانمندی‌های کارکنان، آزمون کتبی با موفقیت در دی‌ماه ۱۴۰۳ برگزار شد. این آزمون با هدف سنجش و ارزیابی سطح مهارتی همکاران و همچنین شناسایی نیازهای آموزشی بیشتر برگزار گردید.

ما بر این باوریم که برگزاری چنین آزمون‌هایی، گامی مؤثر در ارتقای سطح کیفی عملکرد کارکنان و پیشبرد اهداف شرکت آفتاب تجارت سامان است.

در دنیای امروز، شرکت‌ها و سازمان‌ها با چالش‌های متعددی مواجه هستند که یکی از مهم‌ترین آن‌ها تأمین ایمنی و کیفیت خدمات است. یکی از راه‌های مؤثر برای دستیابی به این اهداف، برگزاری دوره‌های آموزشی برای کارکنان است. آموزش کارکنان یکی از ارکان اساسی موفقیت در شرکت‌های خدماتی است. جایی که رقابت در بازار بسیار شدید است، توجه به کیفیت خدمات و توانمندی‌های کارکنان می‌تواند تفاوت‌های بزرگی ایجاد کند.

اهمیت آموزش کارکنان در شرکت‌های خدماتی

۱- بهبود کیفیت خدمات: آموزش‌های مستمر به کارکنان این امکان را می‌دهد که مهارت‌های لازم برای ارائه خدمات با کیفیت را کسب کنند. کارکنان آموزش دیده می‌توانند بهتر با نیازهای مشتریان آشنا شوند و خدمات بهتری ارائه دهند.

۲- افزایش رضایت مشتری: کارکنان آموزش دیده با توانایی‌های بیشتر در ارتباط با مشتریان، می‌توانند تجربه‌ای مثبت و رضایت‌بخش برای آنها ایجاد کنند. این موضوع نه تنها به حفظ مشتریان فعلی کمک می‌کند، بلکه مشتریان جدیدی نیز جذب می‌کند.



پرسش و پاسخ

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

سوال این ماه:

به نظر شما گوش دادن فعال چه نقشی در ارتباطات روزمره دارد؟ چگونه می توان آن را بهتر کرد؟

فرد احترام قائلم. این اتفاق می تونه به مکالمات و همکاری های مؤثرتری منجر بشود و باعث بشه اعتماد طرف مقابل رو جلب کنیم. حالا چطور میشه آن رو بهتر کرد:

مهارت گوش دادن فعال امکان حفظ اطلاعات برای مدت طولانی تر و با جزئیات بیشتر، نسبت به زمانی که به طور منفعلانه گوش می دهیم یا دچار حواس پرتی هستیم رو فراهم می کنه. با تکنیک هایی مثل بازگویی، رفع ابهام یا خلاصه سازی مکالمه، می توانیم جزئیات رو دقیق تر به خاطر بسپاریم.

● علیرضا مقدسی، بانکدار فروش تخصصی، شعبه بازار

گوش دادن فعال در ارتباطات روزمره باعث درک بهتر، تقویت روابط، کاهش سوء تفاهم و افزایش کارایی می شود. برای بهبود آن:

۱. تمرکز کنید - حواس پرتی ها را کنار بگذارید.
۲. تماس چشمی داشته باشید - نشان دهنده توجه شماست.
۳. سوال بپرسید - برای درک بهتر مکالمه.
۴. حرف گوینده را قطع نکنید - صبر کنید تا صحبتش تمام شود.
۵. بازخورد بدهید - با تکان دادن سر یا تکرار نکات مهم.
۶. از زبان بدن مناسب استفاده کنید - حالت بدنی باز داشته باشید.
۷. قضاوت نکنید - ابتدا خوب بشنوید، سپس نظر دهید.

● حامد دورقی نژاد، بانکدار فروش شعبه اروند

مهم ترین بخش درک مفاهیم هر برنامه ریزی گوش دادن مؤثر است، گوش کردن مؤثر با قلب و سر، انجام می شود. اگر انعکاس گفته های گوینده با صدایی سرد و عاری از عواطف صورت گیرد؛ به ندرت ممکن است این احساس را در او به وجود آورد که درک شده است؛ هیچان ها و عواطف، کلید برقراری ارتباطی پویا و پر نشاط است. هر قدر شنونده در انعکاس احساسات طرف مقابل درست تر اقدام کند، گوش دادن فعال بهتر انجام می شود.

اگر شما تظاهر به فهمیدن کنید، ضربه جبران ناپذیری به ارتباطتان زده اید؛ بنابراین در این شرایط بهتر است با صداقت در مورد عدم درک حرف هایش صحبت کنید تا بتوانید دوباره به مسیر گوش دادن مؤثر برگردید.

● طاهره مؤمن طایفه، کارشناس ارشد پشتیبانی درگاه های فیزیکی، مدیریت پشتیبانی فروش

گوش دادن فعال یعنی توجه دقیق به چیزی که گوینده در حال گفتن آن است بدون آنکه حواس ما متوجه چیزهای دیگری باشد در زمان گوش دادن نگران پاسخ دادن نباشیم و به اطراف و گوشی موبایل و ساعت خود نگاه نکنید. زبان بدن مثبت مثل تکان دادن سر تغییر چهره متناسب با موضوع و نگاه به گوینده داشته باشیم. مهارت سؤال پرسیدن نیز مهم است. گوش دادن فعال نیازمند مهارت همدلی با شخص گوینده است.

● محمدعلی رزمی آرا، کارشناس ارشد روش های اعتباری و ارزی، مدیریت بهبود و کیفیت

نیاز پایه و اصلی یک گفتگوی مؤثر این هست که هر دو طرف از توانمندی فعال بودن بودن بهره مند باشند. شنونده فعال حد الم قد و سعی میکند پیش از قضاوت و ارائه راهکار، همه جوانب موضوع رو با شنیدن فعالانه بررسی کنه. تمرین و یادآوری ضرورت و اهمیت اینکه شنونده بودن گاهی اوقات خیلی از گوینده می تواند کار رو پیش ببره، ما رو در رسیدن به این توانایی کمک کند.

● محمد جعفر پور، کارشناس ارشد بررسی مطالبات در معرض ریسک، مدیریت پیگیری مطالبات

گوش دادن فعال نقش کلیدی در بهبود ارتباطات روزمره دارد، زیرا باعث درک بهتر، کاهش سوء تفاهم، افزایش اعتماد و تقویت روابط بین فردی می شود. برای بهبود آن، می توان از تمرکز کامل روی گوینده، اجتناب از قطع کردن صحبت، استفاده از زبان بدن مناسب، بازتاب دادن صحبت ها و پرسیدن سؤالات روشن کننده استفاده کرد.

● زینب پرویزی کارشناس پشتیبانی عملیات بانکی، مدیریت پشتیبانی فروش
با تمرین گوش دادن فعال و با داشتن تعامل کامل در حین صحبت های فرد مقابل و به خاطر سپردن موارد مطرح شده، نشان می دهیم که برای حرف ها و نگرانی های آن

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

به نظرم، مهم‌ترین عامل در گوش دادن فعال همدلی کردن و همراهی با موضوعی هست که گوینده در حال طرح کردن آن است. اینکه در هنگام گوش دادن فقط به حرف‌های طرف مقابل توجه کرد و در ذهن خود دنبال پاسخ به‌طرف مقابل نبود، مهم‌ترین کاری هست که باید انجام داد. طرح سؤال‌هایی در ارتباط با موضوع مطرح شده نیز از جمله راهکارهای شنیدن فعال هست.

● داریوش جهان‌گیر مقدم، بانکدار فروش تخصصی، شعبه حافظ اصفهان

شاید کلید اصلی برقراری ارتباطات مؤثر در شناخت تفاوت‌های شنیدن و گوش دادن خلاصه شده باشد.

((شنیدن))، یعنی توانایی دریافت و درک صداها، ولی ((گوش دادن)) یعنی این که بفهمیم، عمیق بشویم و اهمیت بدیم و به همین دلیل، برای گوش دادن و درک پیام‌های غیرکلامی مخاطب، به چیزی بیشتر از گوش‌هایمان نیاز داریم که همان احساسات است.

((احساسات)) تنها ابزار دریافت و درک پیام‌های غیرکلامی و افزایش آگاهی برای کاهش تنش‌های ناشی از سوء تفاهم‌هاست.

ما خیلی از وقت‌ها فقط فکر می‌کنیم که شنونده خوبی هستیم، اما در واقع در اغلب اوقات، مشغول فکر کردن به آن چیزی هستیم که خودمان می‌خواهیم بگوییم و به‌درستی متوجه نیازها و احساسات دیگران و برقراری ارتباط کوثر با آن‌ها نمی‌شویم. گاهی فقط، گوش دادن همه چیز را بهتر می‌کند. فرصت‌ها گاهی وقت‌ها، به‌آهستگی در می‌زنند.

● عادل برزگری، بانکدار عملیات، شعبه اروند

گوش دادن فعال از جمله عناصر مهم ارتباطی است که گوش دادن را که یکی از مهارت‌های ارتباطی مؤثر است، ثمربخش می‌کند. در فرایند گوش دادن فعالانه، شنونده از فنون ارتباطی مانند تکرار، تأکید، تأمل، همدلی، شفاف‌سازی، خلاصه کردن، خواندن حالت عاطفی خود و انعکاس آن استفاده می‌کند.

بخشی از مهارت گوش دادن فعالانه، وابسته به مهارت سؤال پرسیدن شما است. معمولاً با هر چند کلمه سؤالی که می‌پرسید، اگر دقیق و هوشمندانه پرسید، می‌توانید چند ده یا چند صد کلمه بشنوید.

سؤال پرسیدن، هم این اطمینان را به‌طرف مقابل می‌دهد که به حرف‌هایش گوش می‌دهید و هم باعث می‌شود خودتان دقت و تمرکز بیشتری داشته باشید.

● فریماه کریم، رئیس اداره روش‌های ریالی و الکترونیک، مدیریت بهبود و کیفیت

هر وقت عبارت «گوش کردن» رو می‌بینم ناخودآگاه یاد این می‌افتم که همه ما دو گوش داریم برای شنیدن و فقط یک‌زبان داریم برای پاسخ‌دادن. چه بسیار بودند ارتباطات انسانی و کاری که به‌واسطه نبودن این مهارت رو به افول رفته‌اند. همه ما کم‌وبیش با اقداماتی مثل همراهی، همدلی، دقت به جزئیات حرف‌های گوینده یا ارائه بازخورد برای تقویت گوش دادن فعال آشنا هستیم. اما من پیشنهاد می‌کنم تمرینی که در دوره کوچینگ بانک سامان یاد گرفته‌ام را امتحان کنید. این بار در جلسه‌ای که حضور پیدا کردید آخرین نفری باشید که صحبت می‌کنید!

● هادی ایرانی پور، بازرس تطبیق و مبارزه با پولشویی شعب، مدیریت تطبیق و مبارزه با پولشویی

گوش دادن فعال یکی از قوی‌ترین ابزارها در برقراری ارتباط است. تفاوت است میان شنیدن (Hearing) و گوش‌دادن (Listening). شنیدن، یک بحث کاملاً فیزیولوژیک است و اما گوش‌دادن یک مهارت شناختی است.

ارتباطات موفق بر پایه اعتماد و درک متقابل شکل می‌گیرند. زمانی که شما به‌صورت فعال گوش می‌دهید، به‌طرف مقابل نشان می‌دهید که نظرات او ارزشمند هستند که منتج به ایجاد محیطی مثبت در مکالمات می‌شود که در آن طرفین احساس احترام و

همدلی می‌کنند. به همین دلیل تقویت مهارت گوش دادن فعال باعث ایجاد ارتباطات مؤثرتر بوده و به افراد کمک می‌کند تا در مذاکرات، روابط کاری و حتی تعاملات روزمره زندگی موفق‌تر عمل کنند.

گوش دادن فعال شامل توجه کردن، واکنش نشان‌دادن نظیر: تماس چشمی و تکان‌دادن سر است.

جمله طلایی: گوش دادن فعال کلید موفقیت در ارتباطات.

● آزینا نوبری، بانکدار فروش، شعبه برج سامان

گوش دادن فعال نقش بسیار مهمی در ارتباطات روزمره دارد، زیرا باعث می‌شود افراد احساس کنند که موردتوجه و احترام قرار می‌گیرند. این نوع گوش دادن به ما کمک می‌کند تا درک بهتری از صحبت‌های دیگران داشته باشیم و به‌صورت مؤثری پاسخ دهیم. در نتیجه، به روابط شخصی و حرفه‌ای ما عمق و استحکام می‌بخشد.

برای بهبود گوش دادن فعال، می‌توانید چند نکته را رعایت کنید:

۱. توجه کامل: هنگام صحبت با کسی، تمام تمرکز خود را بر روی او بگذارید و از حواس‌پرتی‌هایی مثل گوشی یا تلویزیون خودداری کنید.

۲. بازخورد دادن: هنگام شنیدن صحبت‌ها، با سر تکان دادن، یا گفتن جملاتی مانند "درسته" یا "متوجه شدم"، نشان دهید که در حال شنیدن هستید.

۳. سؤال پرسیدن: بعد از اینکه شخص صحبت کرد، سؤالاتی پرسید که نشان‌دهنده توجه شما به جزئیات باشد. این کار می‌تواند کمک کند که اطلاعات را بهتر درک کنید و نشان دهد که علاقه‌مند به ادامه مکالمه هستید.

۴. اجتناب از قطع کردن صحبت‌ها: بگذارید طرف مقابل کامل حرف‌هایش را بزند و پس از آن نظر خود را بیان کنید.

۵. تشخیص احساسات طرف مقابل: به احساسات نهفته در صحبت‌ها توجه کنید. این به شما کمک می‌کند تا نه تنها حرف‌های طرف مقابل را درک کنید، بلکه وضعیت عاطفی او را هم درک نمایید.

● زهرا پروینی قریق، کارشناس فروش غیرحضور، مدیریت جذب و فروش

گوش دادن به‌عنوان یکی از مهارت‌های زبانی اساسی مانند خواندن، نوشتن، صحبت کردن و داشتن دایره لغات غنی جایگاه خود را دارد. استماع، یک مهارت ارتباطی است که شامل یک سری فرایندهای فعال مبتنی بر شنیدن، درک و آماده‌سازی برای دادن بازخورد در مورد پیام‌های صوتی است و هم به‌عنوان وسیله ارتباطی و هم به‌عنوان یک جزء ضروری از مهارت‌های مهمی مانند برقراری روابط اجتماعی و یادگیری در زندگی ما جای دارد؛ بنابراین شنونده خوب بودن لازمه ادب و احترام است.

گوش دادن فعالانه فرصتی برای تبادل فکری ایجاد می‌کند. از مزایای گوش دادن فعالانه می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد:

- ایجاد آرامش در افراد بدون اعتمادبه‌نفس

- ایجاد اعتماد و صمیمیت پایدار در روابط

- توسعه توانایی همدلی

- دوری از منیت و تعصبات

- افزایش انگیزه درونی افراد

- کمک به زنده نگه‌داشتن علاقه گوینده و شنونده

- ارتباط تعاملی سالم میان گوینده و شنونده

● مهدی بهبودی عیسی‌لو، بانکدار فروش تخصصی، شعبه اردبیل

چقدر زیبا گفت هوشنگ ابتهاج:

نشود فاش کسی آن‌چه میان من و توست

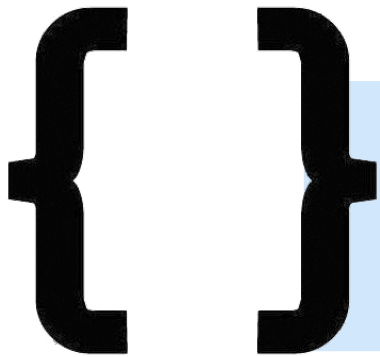
تا اشارات نظر نامهران من توست

گوش کن بال لب خاموش سخن می‌گویم

پاسخم گو به نگاهی که زبان من و توست

کل دوره برقراری ارتباط مؤثر در دو بیت

کافه تک



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

| مهرناز تباری |

| کارشناس مدیریت روابط عمومی و صدای مشتریان |

Udemy: تنوع بالا با قیمت‌های مناسب

Udemy یکی از منابع محبوب برای کارمندان است که به دنبال یادگیری موضوعات خاص و کاربردی هستند. این پلتفرم دوره‌هایی با قیمت‌های مناسب و تنوع بالا در موضوعات مختلف ارائه می‌دهد. از یادگیری زبان‌های برنامه‌نویسی گرفته تا توسعه



مهارت‌های شخصی.

مزیت کلیدی: تنوع گسترده دوره‌ها و تخفیف‌های دوره‌ای.

Skillshare: تمرکز بر مهارت‌های خلاقانه

Skillshare یک گزینه عالی برای افرادی است که به دنبال توسعه مهارت‌های خلاقانه مانند طراحی، عکاسی و نویسندگی هستند. این پلتفرم دوره‌هایی کوتاه و عملی ارائه می‌دهد که می‌تواند در زمان‌های استراحت یا بعد از ساعات کاری تکمیل شود.

مزیت کلیدی: محتوای کاربردی برای خلاقیت و توسعه فردی.

Khan Academy: آموزش رایگان برای همه

اگر به دنبال دوره‌های رایگان هستید، Khan Academy یک منبع بی‌نظیر است. این پلتفرم دوره‌های آموزشی در زمینه‌های مختلف مانند ریاضیات، علوم و حتی برنامه‌نویسی ارائه می‌دهد و کاملاً رایگان است.

مزیت کلیدی: آموزش باکیفیت بدون



Khan Academy

نیاز به پرداخت هزینه.

سلام به همراهان کافه تک این ماه قصد داریم با معرفی برترین دوره‌های آنلاین ارتقای مهارت‌های حرفه‌ای، بهترین و راحت‌ترین منابع آموزشی را در اختیار کارمندان پرمشغله بگذاریم.

در دنیای کاری امروز که سرعت تغییرات بسیار زیاد است، یادگیری مداوم و به‌روز نگه داشتن مهارت‌ها از اهمیت بالایی برخوردار است. با این حال، کارمندان پرمشغله اغلب با چالش کمبود زمان مواجه‌اند. در این شرایط، دوره‌های آموزشی آنلاین یک راهکار عالی برای ارتقای مهارت‌های حرفه‌ای به شمار می‌روند. دوره‌های آنلاین به کارمندان پرمشغله کمک می‌کنند تا بدون نیاز به تغییر برنامه روزانه، مهارت‌های خود را ارتقا دهند و در مسیر پیشرفت حرفه‌ای گام بردارند. انتخاب پلتفرم مناسب به نیازها و اهداف شما بستگی دارد. با استفاده از منابع معرفی شده، می‌توانید یادگیری مؤثری را تجربه کنید و در عین حال زمان خود را بهینه مدیریت کنید. اما بهترین منابع برای این دوره‌ها کدام‌اند؟

LinkedIn Learning: یادگیری از متخصصان برتر

LinkedIn Learning یکی از پلتفرم‌های پیشرو در ارائه دوره‌های آموزشی آنلاین است. این پلتفرم دوره‌هایی در زمینه‌های مختلف از جمله مدیریت پروژه، نرم افزارهای کاربردی و مهارت‌های ارتباطی ارائه می‌دهد. دوره‌ها معمولاً کوتاه و کاربردی هستند و برای کارمندان پرمشغله طراحی شده‌اند.

مزیت کلیدی: امکان یادگیری در زمان دلخواه و دریافت گواهینامه معتبر.



Coursera: دوره‌های تخصصی از دانشگاه‌های معتبر

Coursera به شما امکان می‌دهد تا از بهترین دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی جهان یاد بگیرید. این پلتفرم شامل دوره‌های متنوعی در زمینه فناوری، علوم داده، مدیریت و حتی هنر است. همچنین می‌توانید مدارک معتبر حرفه‌ای از این دوره‌ها دریافت کنید.

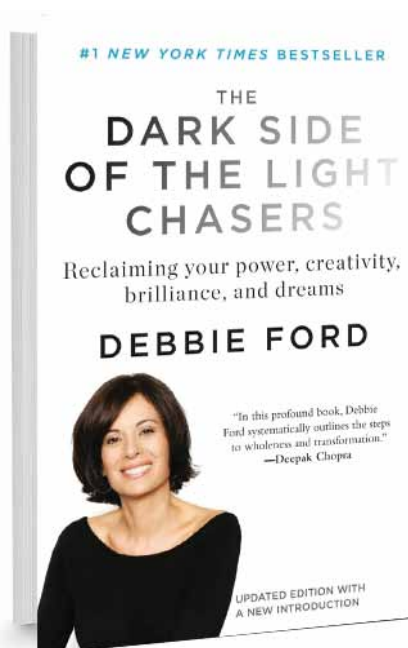
مزیت کلیدی: دسترسی به محتوای دانشگاهی با هزینه مقرون به صرفه.

coursera

Café Tech

The Dark Side of the Light Chasers.
By Debbie Ford

دبی فورد / مترجم: فرناز فرود
درجه محبوبیت در سایت گود ریدز: ۴.۰۶ از ۵



درباره کتاب

- به دنبال بهبود روابط خود با دیگران هستید.
- علاقه‌مند به رشد شخصی و توسعه فردی هستید.

درباره نویسنده

دبی فورد، نویسنده، سخنران و مربی برجسته در حوزه خودشناسی و رشد فردی، آثار متعددی در زمینه روان‌شناسی نوشته است. او با استفاده از تجربه‌های شخصی و علمی خود، مفاهیمی نظیر پذیرش نیمه تاریک و یکپارچگی شخصیت را به زبانی ساده و تأثیرگذار توضیح می‌دهد. فورد در آثارش همواره تأکید داشته که رشد واقعی زمانی حاصل می‌شود که فرد توانایی پذیرش کامل خود را به دست آورد. کتاب «نیمه تاریک وجود» یکی از پرفروش‌ترین کتاب‌های اوست که به چندین زبان ترجمه شده و مورد استقبال خوانندگان در سراسر جهان قرار گرفته است.

چکیده‌ای از کتاب

دبی فورد معتقد است که هر انسانی دارای یک «نیمه تاریک» است؛ بخش‌هایی از شخصیت که آن‌ها را به دلیل ناپسندیده بودن، غیرقابل قبول بودن، یا عدم انطباق با ارزش‌های اجتماعی پنهان می‌کند. او استدلال می‌کند که این نیمه تاریک، اگر به‌درستی شناسایی و پذیرفته شود، می‌تواند منبعی برای قدرت، خلاقیت و رشد باشد. کتاب شامل تمرینات کاربردی است که به خواننده کمک می‌کند تا نیمه تاریک خود را بشناسد، به جای سرکوب آن، با آغوش باز پذیرای آن باشد و از آن برای تحول و توسعه شخصی استفاده کند. فورد توضیح می‌دهد که یکپارچگی شخصیت زمانی حاصل می‌شود که فرد هم بخش‌های روشن و هم بخش‌های تاریک وجود خود را بپذیرد.

این کتاب مناسب چه افرادی است؟

- این کتاب برای افرادی مناسب است که:
- به دنبال خودشناسی عمیق‌تر هستند.
- احساس می‌کنند بخش‌هایی از شخصیت خود را نمی‌توانند بپذیرند.
- می‌خواهند با ترس‌ها، ضعف‌ها و جنبه‌های سرکوب‌شده خود روبه‌رو شوند.



منبع فارسی:

<https://bookcofe.ir/>



منبع انگلیسی:

The Dark Side of the Light Chasers:
Reclaiming Your Power, Creativity,
Brilliance, and Dreams by Debbie
Ford | Goodreads



نقش شهرسازی در بهبود کیفیت زندگی

| اردشیر گراوند جامعه‌شناس شهری |

در کنار ابعاد مختلف کیفیت زندگی، توجه به شهرسازی یکی از مهم‌ترین این ابعاد تلقی می‌شود، زیرا دارای یک نقش اساسی در بهبود وضعیت ساکنان شهرها بوده و تامین‌کننده حس رضایت‌مندی برای افراد هست. همچنین تاثیر عمیقی بر سلامت، کارایی، رفتار اجتماعی، رضایت‌مندی و رفاه عمومی جامعه ایفا می‌کند.

موضوع شهرسازی یکی از مهم‌ترین مسائل کشورهای در حال توسعه از جمله ایران است؛ زیرا اگرچه سرعت گسترش و سرعت در ساخت‌وسازها تاحدودی جوابگوی نیازهای کمی و مادی شهروندان است، اما بی‌توجهی به جنبه‌های کیفی، چالش‌های فرهنگی و روانی را در پی خواهد داشت.

اگرچه تقسیم‌بندی کیفیت زندگی و در نظر گرفتن مسکن و مسائل مرتبط با آن از نظر کارشناسان و صاحب‌نظران مختلف، متفاوت است، اما این موضوع انکارناپذیر است که یکی از عناصر کلیدی کیفیت زندگی افراد در محیط شهری همان کیفیت مسکن است. سرپناه مناسب تنها به‌معنای وجود یک سقف بالای سر هر شخص نیست، بلکه آسایش مناسب، فضای مناسب، دسترسی فیزیکی و امنیت مالکیت، امنیت و دوام سازه‌ای، بهداشت و آموزش و مکان مناسب است که باید موردتوجه قرار بگیرد.

رشد جمعیتی کلانشهرها در سال‌های اخیر شدت گرفته است، چراکه این شهرها قطب اشتغال و صنعتی‌گرایی بودند و کشاورزی در روستاها دیگر برای مردم توجه اقتصادی نداشت. از طرف دیگر با تمرکز بیشتر فعالیت‌های رفاهی، اقتصادی، آموزشی و... به مرکز شهرهای بزرگ این اتفاق رخ داد تا افراد از شهرهای کوچک‌تر به سمت این مناطق مهاجرت کنند تا از فراوانی امکانات استفاده کنند. این موضوعات باعث شده تا ما نتوانیم سیستم و فضای شهری را برای این سیل جمعیت مهاجر آماده‌سازی کنیم. اگر از گذشته توزیع فرصت و منابع در تمام شهرها عادلانه تقسیم می‌شد، این اتفاق رخ نمی‌داد و لزومی نداشت افراد برای دسترسی به امکانات بیشتر به شهرهای بزرگ‌تر مهاجرت کنند. تمام این موضوعات باعث آلودگی‌های زیست‌محیطی و آسیب به فضای

سبز شهری می‌شود و منابع طبیعی درون و برون‌شهری را از بین می‌برد. از سوی دیگر، در کنار آلودگی زیست‌محیطی باعث آلودگی‌های اجتماعی نیز می‌شود. همچنین جدا از بحث کلانشهرها، شهرک‌سازی‌هایی که برای کاهش جمعیت شهرهای بزرگ انجام گرفته، اقدام نادرستی بود که مرزبندی شهرها را با آسیب‌های زیادی مواجه کرد، چراکه این اقدام بدون برنامه‌ریزی شهری انجام گرفته و افرادی که در این مناطق زندگی می‌کنند، درصد بسیار کمی از جمعیت بومی این شهرها هستند. این موضوع نهایتاً تراکم جمعیتی ناهمگونی را ایجاد می‌کند، زیرا این افراد وابستگی به محیطی که در آن زندگی می‌کنند، ندارند و هرگونه تخریب زیست‌محیطی را برای خود مجاز می‌دانند. اساساً توان اکولوژیک اصطلاحی است که در موضوعات اقلیمی وجود دارد. به این معنا که سرزمین‌ها براساس توان محیط‌زیستی نظیر منابع آبی، پوشش گیاهی و جانوری، امکانات توسعه‌ای و... یک حجم مشخصی برای پذیرش نیروی انسانی و جمعیت ظرفیت دارند، بنابراین بیش‌ازحد مجاز کشش نخواهد داشت و نباید سیل جمعیت بدون برنامه‌ریزی به این مناطق مهاجرت کنند. شرایط پیش‌آمده مقصران زیادی دارد، اما متهم ردیف اول این اوضاع، ضعف در نظام برنامه‌ریزی حاکم در موضوعات بنیادی است که با فعالیت‌های اشتباه، محیط‌زیست را با خلل مواجه و شهروندان را با مشکل روبه‌رو کرده است.

اتفاقی که می‌افتد، نهایتاً این است که کلانشهری مانند تهران دچار یک بی‌انضباطی شهری در ساخت‌وسازهای مجاز و غیرمجاز می‌شود و یک حجم عظیمی از جمعیت، بخش عمده‌ای از زیرساخت‌های شهری و زیست‌محیطی را از بین می‌برند، چراکه چنین موضوعاتی بحران‌زاست و تا جایی پیش می‌رود که معضلات گوناگون دست در دست هم می‌دهند تا محیط اجتماعی و محیط‌زیست را تخریب و یک موقعیت دوسر باخت را ایجاد کنند.

تا زمانی که نظام برنامه‌ریزی اصلاح نشود و شهروندان نتوانند در شهر خودشان در هر جایی که مایل هستند، زندگی کنند، این شرایط باقی می‌ماند و مردم به هر مکانی جز شهر خود برای زندگی بروند، با یک‌سری از اختلافات و دردسرهای متعدد روبه‌رو می‌شوند.

اینترنت در چاه «فیلترینگ و آلودگی فیلتر شکن ها»

| بهزاد اکبری - مدیرعامل شرکت ارتباطات زیرساخت |

توسعه اینترنت نسل سوم و چهارم سال ۹۳ در کشور آغاز شد و ما در مدت زمان کوتاهی شاهد گسترش پوشش این فناوری در کشور بودیم و حتی جاده‌های کشور نیز زیر پوشش قرار گرفتند.

مدتی بعد رشد ترافیک شدت گرفت. از سال ۹۵ تا سه سال بعد رشد خوبی را تجربه کردیم و زمانی که ترافیک مصرفی کشور را پایش می‌کردیم حدوداً سالانه رشد ۷۰ درصدی را داشتیم. سال ۹۸ نیز با شیوع کرونا این رشد سرعت گرفت. این رشد تقریباً بالاتر از متوسط جهانی بود تا اینکه محدودیت‌ها در سال ۱۴۰۱ رخ داد و ما کاهش شدیدی را در ترافیک دیتا داشتیم. سپس با یک شیب ملایمی به سمت رشد حرکت کردیم و تازه به وضعیت نزدیک تابستان ۱۴۰۱ رسیده‌ایم.

به طور متوسط در چندین سال اخیر رشد ترافیک دیتا در دنیا بین ۲۵ تا ۳۰ درصد است. البته ایران در دو سال و نیم گذشته نه تنها رشدی را تجربه نکرده بلکه یک بازگشت به عقب را نیز داشته است.

این اتفاق آسیب جدید به صنعت تلکام کشور زد و باعث کوچک‌تر شدن این بخش شد. سرمایه‌گذاری در شبکه ارتباطی کشور به شدت کاهش پیدا کرد و الان شاهد آن هستیم که کل بخش تلکام ما کمتر از ۲۰۰ هزار میلیارد تومان باشد در حالی که کل این عدد نصف سود یکی از شرکت‌های بزرگ حوزه بورس است. بخش تلکام ضعیف شده و آسیب جدی به توسعه کشور می‌زند. صنایع دنیا در حال حرکت به سمت تحول هستند اما ما در این حوزه بسیار عقب مانده‌ایم و زیرساخت‌های ما بروزرسانی نشده است. ما در بخش ارتباطات ثابت اصلاً وضعیت مناسبی نداریم.

البته آسیبی که به کیفیت اینترنت وارد شده بخش‌های متعددی دارد و نمی‌توان آن را محدود به یک بخش دانست. برخی رسانه‌ها دلیل کیفیت پایین اینترنت را تجهیزات فیلترینگ می‌دانند. نه اینکه این تجهیزات بی‌تاثیر باشند اما عوارض جانبی آن بیشتر تأثیرگذار بوده و باعث شده بخش قابل توجهی از کاربران از فیلتر شکن‌ها استفاده کنند و روشن بودن این ابزار باعث کندی و اختلال در برخی از سایت‌ها می‌شود چرا که برخی از سایت‌های داخلی به درخواست دستگاه یا نهادهای نظارتی با فیلتر شکن قابل دسترسی نیستند.

موضوع دیگر آلودگی شدیدی است که به این واسطه ایجاد شده و در پایش‌های ما مشخص است که اوضاع آلودگی چقدر شدید است. پایش لحظه‌ای نشان می‌دهد مثلاً روز گذشته ۱۱ هزار و ۷۴۵ حمله از داخل ایران به خارج از ایران داشتیم و امروز تا کنون ۶ هزار و ۴۲۸ حمله داشتیم که حملات از خارج به داخل کشور امروز ۱۳۷ حمله بوده است.

حجم حملاتی که از داخل کشور به خارج صورت می‌گیرد، به دلیل آلودگی شدیدی است که به دلیل نصب فیلتر شکن‌های غیر امن روی گوشی‌های همراه، لپ‌تاپ و کامپیوترها وجود دارد.

این دستگاه‌ها آلوده هستند و ناخواسته به سمت مقاصد خارجی، ترافیک تولید می‌شود. ۷۰ درصد ترافیک مصرفی کشور بر بستر موبایل‌ها اتفاق می‌افتد و اپراتورها مجبور هستند هر بایتی که از شبکه موبایل عبور می‌کند را بشمارند و برخی از کاربران شکایتی داشته باشند که بسته‌های آنها ناخواسته مصرف می‌شود.

این حجم از حملات باعث شده برخی از آی‌پی‌های ایران در بلک‌لیست قرار بگیرند و تعداد زیادی از درخواست‌هایی که از ایران به سمت دامنه‌های خارجی می‌روند، به دلیل آلودگی که وجود دارد در سطح شبکه بلاک شود. البته به آنها حق می‌دهم که بخواهند این حجم از آلودگی را نپذیرند.

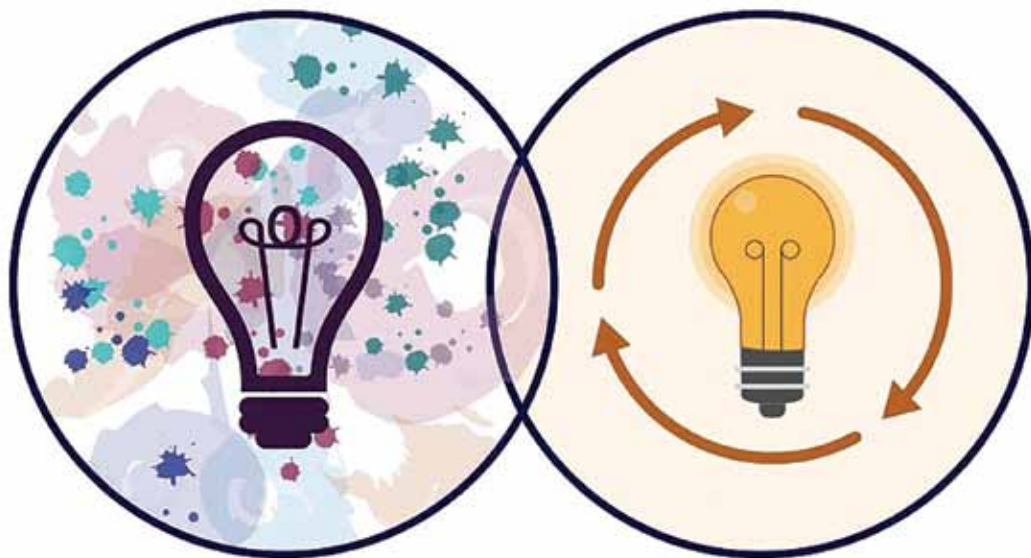
به این اختلالات اگر اختلال تحریم را نیز اضافه کنیم، وضعیت بدتر می‌شود. پایش لحظه‌ای ۱۰۰ هزار دامنه پربازدید دنیا حکایت از این دارد که ۱۶ هزار و ۲۳۹ دامنه در ۲۴ ساعت گذشته به دلیل آلودگی و تحریم از سمت کشورهای خارجی بلاک شده است که ۱۷ درصد کل دامنه‌های خارجی پربازدید دنیا را شامل می‌شود که به این شکل از دسترس کاربران ایرانی خارج می‌شود.

اگر به این آمار، محدودیت‌های داخلی نیز اضافه شود تقریباً می‌توان گفت دسترسی به ۳۰ درصد دامنه‌های خارجی برای کاربران ایرانی امکان‌پذیر نیست. یعنی اگر یک ایرانی با اینترنت فیبرنوری و سرعت خوب به اینترنت متصل شود نیز ۳۰ درصد از دامنه‌های خارجی را در دسترس ندارد.

این تبعات فنی سمت کاربران است و از طرف دیگر ایران نیز مقصد حملات Ddos زیادی است. اکنون در حال پایش این حملات به شکل آنلاین هستیم و دسترسی برخط آن را برای مردم نیز مهیا کرده‌ایم تا این حملات را مشاهده کنند.

مدتی است تعداد این حملات کاهش پیدا کرده اما هنوز هم کم نیست که منجر به اختلال در کیفیت اینترنت می‌شود. البته با سامانه‌ای که راه‌اندازی شده در کمتر از ۳۰ ثانیه می‌توان این حملات را پاکسازی کرد. البته همین فرآیند کشف کردن تا پاکسازی ترافیک حدوداً بین ۲ تا ۱۰ دقیقه طول بکشد و کاربران تحت تأثیر قرار می‌گیرند. با برخی از اپراتورها این فرآیند را به شکل اتوماتیک جلو می‌بریم و در حال انجام اقداماتی هستیم که بتوانیم در فرانکفورت شبکه را بالا بیاوریم و از همان جا جلوی برخی از حملات را بگیریم.

خلاقیت در نوآوری است



آقربانعلی تنگ شیر - مدرس دانشگاه

روابط عمومی (Public Relations یا PR) به مدیریت گردش اطلاعات بین یک سازمان و جامعه گفته می‌شود. برای تعریف روابط عمومی می‌توان از استعاره «پُل» استفاده کرد، پلی بین سازمان و مردم. هم مردمی که در سازمان کار می‌کنند و هم آنهایی که بیرون از آن سازمان و مخاطبان آن هستند. موفقیت روابط عمومی نیازمند داشتن شاخصی به نام «تفکر روابط عمومی» است. در حقیقت داشتن تفکر روابط عمومی در دنیای کسب و کار امروز که رقابت روزافزون و تغییرات سریع ویژگی‌های بارز آن هستند یک رشد رو به جلو است.

روابط عمومی نقش اساسی در برقراری ارتباطات موثر و ایجاد تعاملات پایدار با ذی‌نفعان ایفا می‌کند و دارای وظایف و نقش‌های کاربردی زیر است: برندسازی و افزایش اعتبار: مردم جامعه به اشتراک گذاشتن محتوای برندینگ کسب‌وکارها در رسانه‌ها بیشتر از محتوای تبلیغاتی اعتماد دارند.

کاهش هزینه عملیاتی: استراتژی روابط عمومی موفق می‌تواند هزینه‌های تبلیغاتی سازمان را کاهش دهد و روی جذب مشتری و وفادارسازی مخاطب اثر بیشتری داشته باشد.

تعامل دوطرفه برند با مخاطب: با توجه به گستردگی رسانه‌ها و ابزارهای مختلف، امکان انتقال سریع و مقرون‌به‌صرفه انواع فرمت‌های پیام و ارتباط دوسویه با مخاطبان و مشتریان، یکی از مزایای روابط عمومی دیجیتال و ایجاد تعامل بهتر و موثرتر با مخاطبان است.

مدیریت بحران‌ها: با استفاده از تکنیک‌ها و روش‌های روابط عمومی می‌توانید مسائل پیرامون برند خود را رصد کنید و قبل از به وجود آمدن بحران، از آن باخبر شوید. مدیریت نارضایتی‌ها و رسیدگی به شکایات در زمان درست و به موقع از از خدشه‌دار شدن وجهه برند شما جلوگیری می‌کند. گفتم تفکر روابط عمومی در دنیای کسب و کار امروز که با رقابت روزافزون و تغییرات سریع مشخص می‌شود، به عنوان یک روند رو به جلو و نوآورانه در این حوزه شناخته می‌شود. روابط عمومی نقش اساسی در برقراری ارتباطات موثر و ایجاد تعاملات پایدار با ذی‌نفعان ایفا می‌کند.

تفکر روابط عمومی به معنای اتخاذ یک رویکرد استراتژیک، هوشمندانه و سیستماتیک در حوزه ارتباطات سازمانی است که با تحلیل دقیق داده‌ها و استفاده از تکنولوژی‌های نوین، به سازمان‌ها کمک می‌کند تا در مواجهه با چالش‌های پیچیده ارتباطی، موفق باشند.

تفکر روابط عمومی یعنی طراحی برنامه‌های ارتباطی مبتنی بر تحلیل‌های دقیق، برای شناسایی گروه‌های هدف و بهینه‌سازی محتوا با استفاده از داده‌های کلیدی. این رویکرد شامل موارد زیر می‌شود:

پیش‌بینی و مدیریت بحران: یکی از مهم‌ترین جنبه‌های تفکر روابط عمومی توانایی پیش‌بینی بحران‌ها و مدیریت آن‌هاست. با استفاده از این تفکر، سازمان‌ها می‌توانند ریسک‌های ارتباطی را به‌طور پیوسته ارزیابی کنند و برای جلوگیری از آسیب‌های احتمالی آماده شوند. این شامل آماده‌سازی پیام‌های بحران، آموزش کارکنان و ایجاد کانال‌های ارتباطی سریع و شفاف است.

مدیریت افکار عمومی: این رویکرد به شکل‌دهی مثبت به افکار عمومی جامعه از طریق کانال‌های ارتباطی مفید کمک می‌کند تا تأثیر مطلوبی بر مخاطبان بگذارد.

برندسازی هوشمندانه: سازمان‌ها می‌توانند با استفاده از تفکر روابط عمومی، تصویر برند خود را با شیوه‌های مناسب مدیریت کنند و با ارتباطات شفاف و موثر، ارتباطات درون سازمانی را تقویت کنند. این امر به تقویت انگیزه و تعهد کارکنان و استفاده از تکنیک‌های نظرسنجی داخلی، جلسات تیمی منظم و ایجاد کانال‌های ارتباطی باز برای کارکنان کمک می‌کند.

با وجود مزایای زیاد، اجرای این تفکر با چالش‌هایی نیز همراه است. از جمله نیاز به تغییر فرهنگ سازمانی، آموزش نیروی کار، ایجاد هماهنگی میان بخش‌های مختلف سازمان و نیاز به تخصص‌های جدید در حوزه تحلیل داده‌ها برای بهره‌برداری از مزایای بلندمدت این رویکرد.

راهبردهای نوین در روابط عمومی نیاز به مدیران خلاق و هوشمند دارند که بتوانند هم خود را به‌روز نگه دارند و هم سازمان خود را برای ارتباطات نوین و موفق آماده کنند، زیرا خلاقیت در نوآوری است.



برای حمل و نقل پاک چه باید کرد؟

| مهدی حسن زاده کارشناس حوزه حمل و نقل |

در صحبت‌های مدیران و سیاست‌گذاران ما، بارها به ضرورت توسعه حمل و نقل عمومی و حمل و نقل پاک مانند دوچرخه، اسکوتر و پیاده‌روی اشاره شده، اما واقعیت این است که در عمل، باور عمیق و جدی به این موضوع وجود ندارد و همین عدم‌باور، به‌ویژه درباره تصمیم‌گیری‌های بین‌بخشی سبب می‌شود بودجه‌های مربوط به این بخش عمدتاً به سمت توسعه زیرساخت‌های حمل و نقل شخصی هدایت شود. در نتیجه، پروژه‌هایی مانند پل‌ها، زیرگذرها و بزرگراه‌های جدید همچنان در حال ساخت هستند که خود چراغ سبزی برای افزایش استفاده از خودروهای شخصی است. علاوه بر این برنامه‌ریزی حمل و نقل شهری ما همچنان خودرومحور است. طبق قوانین بالادستی، سهم حمل و نقل عمومی باید سال‌ها پیش به حدود ۷۵ درصد می‌رسید، اما متأسفانه مسیر عکس پیموده و سال‌به‌سال کمتر شده است. کارشناسان و متخصصان برنامه‌ریزی شهری، شبکه‌های حمل و نقل و ترابری شهرها را براساس سرعت خودروها طراحی کرده‌اند که این رویکرد به مشکلات فعلی دامن زده و منجر به افزایش استفاده از خودرو در شهرها شده است.

شهرهای پیشرو در دنیا که سال‌ها قبل با مشکلاتی مانند ترافیک و آلودگی هوا مواجه بودند، از سه چهار دهه قبل، تغییر رویکردی اساسی را آغاز کردند. آنها متوجه شدند که ایجاد خیابان‌های عریض تر برای جابه‌جایی بیشتر خودروها دیگر جوابگو نیست و به همین دلیل، پارادایم شیفیتی در برنامه‌ریزی‌های حمل و نقل آنها رخ داد که به جای تمرکز بر خودروهای شخصی، بر شیوه‌های جابه‌جایی عمومی و انبوه متمرکز بود. این تغییر رویکرد که مردم به غیر از خودروهای شخصی با چه شیوه‌های دیگری می‌توانند جابه‌جا شوند، نقطه عطفی برای آنها بود و در نهایت توسعه سیستم‌های حمل و نقل عمومی با گسترش استفاده از اتوبوس، مترو، تراموا و قطارهای شهری برای جابه‌جایی‌های طولانی در دستور کار آنها قرار گرفت. بر این اساس برنامه‌ها تغییر کرد و به سمت جابه‌جایی انبوه تغییر مسیر داد. براساس این رویکرد جدید برای جابه‌جایی‌های کوتاه، زیر یک کیلومتر، پیاده‌روی به‌عنوان بهینه‌ترین شیوه جابه‌جایی شناخته شد؛ از این رو توجه به زیرساخت‌های پیاده‌روی، ایجاد پیاده‌روهای عریض و رعایت حق تقدم عابران پیاده از جمله اقداماتی است که باید در دستور کار قرار گیرد. در شهرهای پیشرو، سهم جابه‌جایی با پیاده‌روی به ۲۵ درصد رسیده است. برای مسافت‌های بین یک تا پنج کیلومتر نیز استفاده از وسایل نقلیه پایدارتر و پاک‌تر مانند دوچرخه و اسکوتر برقی موردتوجه قرار گرفت. این رویکرد نه تنها به کاهش آلودگی هوا کمک می‌کند، بلکه سلامت شهروندان را نیز ارتقا می‌بخشد. بنابراین، ضروری است که مدیران ما باور کنند با سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های حمل و نقل پاک و عمومی، می‌توانند به تغییرات مثبتی در زندگی شهری دست یابند.

افزایش جمعیت و گسترش شهرها و چالش‌های حمل و نقل شهری، یکی از معضلات اصلی جوامع کنونی است. در بسیاری از شهرهای ما، برنامه‌ریزی‌های شهری همچنان بر پایه استفاده از خودروهای شخصی استوار است. این رویکرد نه تنها منجر به ترافیک شدید و آلودگی هوا می‌شود، بلکه کیفیت زندگی شهروندان را نیز تحت‌تأثیر قرار می‌دهد. بنابراین، نیاز به تغییر این رویکرد به سمت توسعه حمل و نقل عمومی و شیوه‌های پایدارتر احساس می‌شود. شهرهای پیشرفته دنیا سال‌هاست به این نتیجه رسیده‌اند که تمرکز بر خودروهای شخصی نه تنها مشکلات ترافیکی را حل نمی‌کند، بلکه آنها را تشدید می‌کند. به همین دلیل، این شهرها به سمت طراحی شبکه‌های حمل و نقل عمومی کارآمد و ایجاد زیرساخت‌های مناسب برای پیاده‌روی و دوچرخه‌سواری حرکت کرده‌اند. این تغییر رویکرد به کاهش ترافیک، بهبود کیفیت هوا و افزایش سلامت عمومی منجر شده است. در ایران نیز با وجود تأکیدات مکرر بر ضرورت توسعه حمل و نقل عمومی، هنوز هم سرمایه‌گذاری‌ها به سمت پروژه‌های خودرومحور سوق داده می‌شود. این موضوع نشان‌دهنده عدم‌باور جدی به اهمیت حمل و نقل پاک و عمومی است. برای مقابله با این چالش، لازم است که سیاست‌گذاران و مدیران شهری به اهمیت ایجاد زیرساخت‌های لازم برای حمل و نقل عمومی و پایدار توجه بیشتری داشته باشند تا بتوانند کیفیت زندگی شهروندان را ارتقا دهند. تغییر رویکرد در برنامه‌ریزی حمل و نقل شهری نیازمند همکاری تمامی ذینفعان از جمله دولت، شهرداری‌ها، بخش خصوصی و جامعه مدنی است. تنها در صورتی که همه این گروه‌ها با هم همکاری کنند و به اهمیت حمل و نقل پایدار پی ببرند، می‌توان به آینده‌ای بهتر امیدوار بود.

از این رو ضرورت دارد که شیوه‌های مختلف جابه‌جایی در اختیار مردم قرار گیرد و از سوی دیگر، مطلوبیت استفاده از خودروهای شخصی نیز باید کاهش یابد. اگر این موازنه برقرار نشود، وضعیت حمل و نقل شهری بهبود نخواهد یافت. در شهرهای پیشرو دنیا، وقتی وارد محدوده مرکزی شهر می‌شوید، مشاهده می‌کنید که خیابانی با عرض مثلاً ۴۵ متر، تنها یک خط به خودروهای شخصی اختصاص دارد، در حالی که خطوط ویژه‌ای برای اتوبوس‌ها و سیستم‌های ریلی وجود دارد. همچنین، پیاده‌روهای عریض و مسیرهای ویژه برای دوچرخه‌ها و اسکوترها طراحی شده است.

در نهایت تأکید می‌کنم که متأسفانه وضعیت کنونی به هیچ وجه مطلوب نیست و اگر همین روند ادامه یابد، در سال‌های آتی ترافیک و آلودگی هوا به مراتب بدتر خواهد شد. افزایش تعداد خودروهای شخصی در کنار کمبود زیرساخت‌های مناسب برای حمل و نقل عمومی، منجر به تشدید مشکلات ترافیکی و آلودگی هوا خواهد شد. بنابراین، نیاز مبرمی به تغییر رویکرد در برنامه‌ریزی حمل و نقل شهری احساس می‌شود تا بتوانیم به سمت آینده‌ای پایدارتر و باکیفیت‌تر حرکت کنیم.

روند تغییر در اقتصاد جهانی

| پریسا حاجی محمدی دکتری کسب و کار حرفه‌ای DBA |

سیاست اقتصادی در جهان در حال تغییر است و همه دولت‌ها، تا همین چندی پیش، انتظارات زیادی از جهانی شدن داشتند و این به معنای حضور پویا در اقتصاد جهانی است. انتظار می‌رفت که جهانی شدن رشد و رفاه جهانی را مانند منابع جهان افزایش دهد، و عملیات تجاری و صنعتی کارآمدتر سازماندهی شود.

همانطور که کشورها ثروتمندتر، بازتر و بازارگراتر می‌شوند، ارزش‌های دموکراتیک و حاکمیت قانون گسترش خواهد یافت و همه اینها باعث می‌شود اقتصادهای نوظهور به صورت چندجانبه خاصیت مولدتری یابند و در نتیجه بیشتر رشد کنند.

هیچ کشوری روی کره زمین نیست که خواهان یافتن راهی برای تجارت جهانی نباشد.

کالاها و خدمات ضمن ایجاد ایده‌های جدید تجاری خارج از مرزها، مسبب رشد اقتصادند و همگرایی به سوی استانداردهای بالاتر زندگی، ارزش‌های جهانی و برقراری قانون بین‌المللی همگی پیشرفت و توسعه را به همراه دارند. شکی نیست که برخی از این انتظارات برآورده شده است و گشایش جهانی بازارها در دهه‌ها کشور باواردشدن به اقتصاد جهانی ایجاد شده است و میلیاردها نفر را در بازار کار پرورش داده و سریع‌ترین بهبود استانداردهای زندگی را که تاکنون متصور نبود، در تاریخ شاهد است. اما مدل جهانی شدن کنونی یک ضعف اساسی نیز دارد. برای بازارهای آزاد بین کشورها و برای تداوم و پایداری و استمرار آتی، باید قوانین بین‌المللی و حل و فصل اختلافات نیز وجود داشته باشد که همه کشورها تحت آن پیروی کنند، اما در این دنیای جدید جهانی شده، تعهد برخی از بزرگترین شرکای تجاری اقتصاد جهانی به اجرای قوانین مبهم است و گاهی در ورطه تغییرات سیاسی گم می‌شود.

بنابراین، نظم جهانی تجارت جهانی همیشه در برابر شرایطی که هر کشوری آسیب‌پذیر باشد یا گروهی از کشورها بتوانند تصمیم بگیرند که پیروی از قوانین در کوتاه مدت به آنها کمک نمی‌کند باعث تغییرات منافع شده و دور بازی جهانی اقتصاد را عوض می‌کند و این تلاش‌های اجرایی، شتاب قابل توجهی دارد اما بی‌تفاوتی غالب شده است و هیچ اقدام اساسی برای رسیدگی به آن انجام نشده است. زیرا گوی رقابت گاهی در اختیار یکی دو بازیگر پیشستاز است که بدون توجه به منفعت بین‌المللی و جهانی کل پیش می‌روند.

پیامدهای این تبعیت ضعیف اقتصادی، اجتماعی و سیاسی باعث

می‌شود مرزهای کشورها تا حدی در واکنش به عوامل اقتصادی مانند الگوی تجارت بین‌المللی تغییر کند. برعکس، همه کشورها بر عملکرد اقتصادی و ترجیحات آن برای سیاست‌های اقتصادی بین‌المللی تأثیر می‌گذارد. به عنوان مثال کشورهای کوچک‌تر سهم بیشتری در حفظ تجارت آزاد دارند.

هم تأثیر اندازه بازار بر رشد و هم تعیین درونزای اندازه کشورها در اقتصاد جهانی را بایستی در نظر بگیریم. ما استدلال می‌کنیم که درک ما از عملکرد اقتصادی و یکپارچگی اقتصادی بین‌المللی می‌تواند تا حد زیادی با قرار دادن اندازه اقتصاد کشورها در خط مقدم تحلیل رشد بهبود یابد. اقتصاد جهانی دارای چندین ویژگی است، از جمله:

- جهانی شدن، جهانی شدن فرآیندی را توصیف می‌کند که طی آن اقتصادها، جوامع و فرهنگ‌های ملی و منطقه‌ای از طریق شبکه تجارت جهانی، ارتباطات و حمل‌ونقل یکپارچه شده‌اند منسجم شوند.

با توجه به اقتصاد جهانی و جهانی شدن، اقتصادهای داخلی نیز همراه شده و منجر به بهبود عملکرد تجاری کشورها شده است.

- تجارت بین‌الملل: تجارت بین‌الملل به عنوان تأثیر جهانی شدن در نظر گرفته می‌شود. این به مبادله کالاها و خدمات بین کشورهای مختلف اشاره دارد و همچنین به کشورها کمک کرده است تا در محصولاتی که در آنها مزیت نسبی دارند تخصص پیدا کنند.

هزینه فرصت نسبت به شرکای تجاری خود را به خوبی تبذیل به منفعت تجاری کنند.

- پول: پول را می‌توان با سرعت بیشتری در مقایسه با کالاها، خدمات و افراد بین کشورها منتقل کرد. تبدیل مالی بین‌المللی به یکی از ویژگی‌های اصلی اقتصاد جهانی مبدل گردیده است و امور مالی بین‌المللی که شامل موضوعاتی مانند نرخ ارز و سیاست پولی است پلتفرم‌های عظیمی را بخود اختصاص داده است و تبدیل به یک بازی بزرگ جذاب اقتصادی شده است.

با این نگاه جامع به مبانی اقتصادی تجارت جهانی، به اکتشاف خوبی می‌رسیم که اساس ساختار یافته مفاهیم کلیدی و اصول تجارت جهانی را آشکار می‌کند. در تئوری‌های تجارت، از مفاهیم مزیت مطلق و نسبی گرفته تا تأثیر عمیق تجارت بر اقتصاد جهانی، این تحلیل کامل درک شما را از عوامل اقتصادی زیربنای تجارت غنی می‌کند.

با تمرکز ویژه بر تجارت بین‌الملل، جهانی شدن و توسعه بر می‌خیزد که چشم‌انداز آتی را بیش از پیش افشا می‌کند.

| پرهام پهلوان کارشناس اقتصاد انرژی |

مفهوم مرزهای سیاره‌ای، مجموعه‌ای از ۹ مرز زیست محیطی را ارائه می‌دهد که در چارچوب آنها، بشریت می‌تواند برای نسل‌های آینده به توسعه و پیشرفت ادامه دهد. فعالیت اقتصادی بشر روی کره زمین محدود به حفاظت از سیاره و حفظ منابع طبیعی برای استفاده نسل‌های آینده است.

یوهان راکستروم در سال ۲۰۰۹، برای نخستین بار مفهوم ۹ مرز سیاره‌ای را برای فعالیت انسان مشخص کرد. این مرزها، محدودیت‌هایی مطمئن برای جلوگیری از فشارهای انسانی بر فرایندهای حیاتی هستند که به‌طور مشترک پایداری توسعه اقتصادی و مقاومت زمین را حفظ می‌کنند. مطابق گزارش مرکز تاب‌آوری دانشگاه استکهلم، همه این مرزها در سال ۲۰۲۳ کمی سازی شدند و مشخص شد ۶ مورد از این ۹ مرز تاکنون از آستانه حیاتی عبور کرده‌اند و پایداری به محدودیت‌های آنها نقض شده است.

عبور از مرزها، خطر ایجاد تغییرات ناگهانی یا غیرقابل برگشت زیست محیطی در مقیاس بزرگ را افزایش می‌دهد. این تغییرات ممکن است فوراً اتفاق نیفتند، اما مجموع این مرزها آستانه بحرانی از افزایش خطرات برای انسان‌ها و اکوسیستم‌هایی را که ما بخشی از آن هستیم، نشان می‌دهند؛ اتفاقاتی که هزینه‌های روزمره به زیست انسانی و فعالیت‌های اقتصادی وارد می‌کنند و حتی فراتر از کره زمین و حیات بشر، پایداری رشد و توسعه اقتصادی را هم که شاید علت‌العلل باشند، مورد تهدید قرار می‌دهند.

برای نمونه، آتش‌سوزی‌های اخیر در لس‌آنجلس که از ۷ ژانویه ۲۰۲۵ آغاز شده، خسارات مالی و جانی قابل توجهی به همراه داشته‌اند.

این آتش‌سوزی‌ها تاکنون جان ۲۴ نفر را گرفته و بین ۲۵۰ تا ۲۷۵ میلیارد دلار خسارت مالی به بار آورده‌اند. وزش بادهای شدید و خشک «سانتا آنا» به گسترش سریع‌تر شعله‌ها کمک کرده و باعث تخریب بیش از ۱۲ هزار ساختمان و قطع برق ۹۰ هزار خانه شده است. این آتش‌سوزی‌ها علاوه بر خسارات انسانی و مالی، آسیب‌های جبران‌ناپذیری به محیط‌زیست وارد کرده و هزاران هکتار جنگل را از بین برده‌اند. شرکت‌های

بیمه نیز با ضربه‌ای سنگین مواجه شده‌اند و تحلیلگران پیش‌بینی می‌کنند خسارات املاک بیمه‌شده به‌طور قابل توجهی افزایش یابد. تلاش‌ها برای مهار کامل آتش‌سوزی‌ها همچنان ادامه دارد و مقامات محلی از ساکنان مناطق در معرض خطر خواسته‌اند تا به هشدارهای تخلیه توجه کنند. مرزهای سیاره‌ای به یکدیگر وابسته هستند، به این معنی که عبور از یک مرز می‌تواند دیگر مرزها را تحت تأثیر قرار داده یا حتی آنها را از فضای عملیاتی ایمن خارج کند. این مرزها فرآیندهایی مرتبط در سیستم پیچیده زیست - فیزیکی زمین هستند.

بنابراین، نمی‌توان مرزهای سیاره‌ای را در تصمیم‌گیری‌های مربوط به پایداری به‌طور جداگانه در نظر گرفت. تنها با احترام به همه ۹ مرز، می‌توانیم فضای عملیاتی ایمن برای تمدن بشری را حفظ کنیم. مفهوم «Planetary Boundaries» (مرزهای سیاره‌ای) یک چارچوب علمی است که با هدف شناسایی حدود ایمن برای سیستم‌های زیست محیطی زمین طراحی شده است تا تضمین شود فعالیت‌های انسانی از ظرفیت‌های تحمل‌پذیر کره زمین فراتر

نمی‌رود. در چارچوب توسعه پایدار، مرزهای سیاره‌ای ابزاری کلیدی برای هدایت سیاست‌ها و اقدامات به سمت حفظ پایداری محیط‌زیست هستند.

۹ مرز سیاره‌ای و وضعیت آنها

۱. تغییرات اقلیمی - نقض شده: تغییرات اقلیمی به تغییرات بلندمدت در الگوهای آب‌وهوایی زمین اشاره دارد که به‌طور عمده ناشی از فعالیت‌های انسانی مانند سوزاندن سوخت‌های فسیلی (نفت، گاز و زغال‌سنگ)، قطع درختان جنگل‌ها و تولید گازهای گلخانه‌ای مانند دی‌اکسید کربن (CO_2) و متان (CH_4) است. این پدیده به افزایش میانگین دمای سطح زمین، تغییر الگوهای بارش، ذوب شدن یخ‌های قطبی و افزایش سطح آب دریاها منجر شده است. از جمله عواقب تغییرات اقلیمی می‌توان به گرمایش جهانی، پدیده‌های شدید آب‌وهوایی، آسیب به اکوسیستم‌ها، اسیدی شدن آب اقیانوس‌ها، کاهش منابع آب شیرین و تهدید امنیت غذایی اشاره کرد.

۲. مواد و ترکیبات جدید - نقض شده: شامل مواد شیمیایی مصنوعی، میکروپلاستیک‌ها، آلاینده‌های آلی، مواد رادیواکتیو و مداخلات انسانی در فرآیندهای تکاملی (مانند ارگانسم‌های اصلاح شده ژنتیکی) می‌شود. میزان ترکیبات مصنوعی آزاد شده به محیط‌زیست بالاتر از سطح ایمن است.

۳. حفاظت از ضخامت لایه ازن - حفظ شده: این لایه، از حیات زمین در برابر اشعه ماورای بنفش محافظت می‌کند. با وجود کاهش ضخامت لایه ازن، این مرز در سطح ایمن باقی مانده است و به گزارش مرکز تاب‌آوری دانشگاه استکهلم، روند بهبود ادامه دارد.

۴. ذرات معلق جوی - حفظ شده: افزایش ذرات معلق ناشی از فعالیت‌های انسانی یا منابع طبیعی بر الگوهای دما و بارش تأثیر می‌گذارد. تفاوت در بارگذاری آئروسول‌ها بین نیمکره‌های زمین همچنان در محدوده ایمن است.

۵. اسیدی شدن اقیانوس‌ها - در آستانه نقض: افزایش اسیدیته اقیانوس‌ها به دلیل جذب CO_2 به اکوسیستم‌های دریایی آسیب می‌رساند و ظرفیت اقیانوس به عنوان منبع جذب کربن را کاهش می‌دهد. این مرز نزدیک به سطح بحرانی است.

۶. تغییر در چرخه‌های بیوشیمیایی - نقض شده: اختلال در چرخه عناصر کلیدی مانند نیتروژن و فسفر برای حیات ضروری هستند. جریان فسفر به اقیانوس و تثبیت صنعتی نیتروژن از سطح ایمن فراتر رفته است.

۷. تغییرات منابع آب شیرین - نقض شده: تغییر در چرخه‌های آب شیرین شامل رودخانه‌ها و رطوبت خاک، بر تنوع زیستی و جذب کربن تأثیر می‌گذارد.

۸. تغییر در سیستم‌های زمینی - نقض شده: تبدیل چشم‌اندازهای طبیعی مانند جنگل‌زدایی و شهرسازی باعث کاهش جذب کربن، بازیافت رطوبت و زیستگاه‌ها می‌شود. مناطق جنگلی در ۳ زیست‌بوم اصلی زیر سطح ایمن قرار دارند.

۹. یکپارچگی زیست‌کره - نقض شده: کاهش تنوع، گستره و سلامت موجودات زنده و اکوسیستم‌ها توانایی زیست‌کره را برای تنظیم وضعیت سیاره تضعیف می‌کند.



معماری موضوعی با ارزش است

| ایمان رضوانی کارشناس معماری |

چارچوب‌های آن، لازم است که مفهومی از شیوه معماری به عنوان پیش‌نیاز اولیه نقد معماری ارائه شود. به‌طور کلی، معماری مقوله‌ای است که تحت‌تأثیر پارامترهای مختلف قرار دارد و همچنین بر آنها تأثیر می‌گذارد. در طول عمر یک اثر معماری، می‌توان عوامل متعددی را به عنوان مولفه‌های تأثیرگذار بر شکل‌گیری آن شناسایی کرد. این عوامل ممکن است در کشمکش و تداخل با یکدیگر قرار گیرند. از سوی دیگر، دامنه تأثیرگذاری هر اثر معماری نیز ابعاد متنوع و گسترده‌ای را شامل می‌شود. در این زمینه، هرگونه نظریه‌پردازی در حوزه معماری و به‌ویژه نقد آن، زمانی می‌تواند به گفتمانی معنادار تبدیل شود که نسبت به جنبه‌های مختلف تأثیرپذیری و تأثیرگذاری خود آگاهی داشته باشد. اگر معماری را پدیده‌ای بدانیم که تحت‌تأثیر و تأثیرگذار بر مجموعه‌ای متنوع از پدیده‌های دیگر است، ناگزیر باید درک تک‌بعدی از معماری را به درک سیستماتیک و منظومه‌ای ارتقا دهیم. این رویکرد به معماری به معنای نفی تمرکز نقادانه بر جنبه‌های خاص و محدود آثار معماری نیست. طبق دیدگاهی که در توضیح آن تلاش می‌کنم، تمرکز بر جنبه‌های خاص و محدود یک اثر معماری باید در چارچوب یک سیستم نظری قرار گیرد، حتی اگر این سیستم به‌طور واضح در متن نقد مطرح نشود. اینکه نقد معماری چه ارتباطی با درک اثر معماری دارد و آیا به‌طور کامل بر فهمی سیستماتیک تکیه دارد، موضوعی است که نیاز به بررسی دقیق‌تری دارد.

هر نوع نظریه‌پردازی در حوزه معماری و به‌ویژه نقد آن، زمانی می‌تواند به یک گفتمان معنادار تبدیل شود که نسبت به جنبه‌های مختلف تأثیرپذیری و تأثیرگذاری خود آگاه باشد. انسان در فضای معماری زندگی می‌کند و معمار مسئول ایجاد این فضاهاست. این وظیفه‌ای حساس است که معمار باید به اصول معماری پایبند باشد و همچنین حقوق شهروندی هر فرد را در نظر بگیرد. معماری موضوعی با ارزش است و مسئولیت معماران در این زمینه به‌وضوح قابل مشاهده است، زیرا معماری فرصتی برای شناخت انسان از محیط اطرافش فراهم می‌آورد و معماران مکان‌هایی را برای برآورده کردن نیازهای مردم طراحی می‌کنند که این طراحی برپایه اندیشه و باور استوار است. بنابراین، در راستای تأمین فضای مناسب برای آسایش بشر، معماری باید به نیازهای روحی و روانی انسان نیز توجه کند. از سوی دیگر، باید به این نکته توجه داشت که تنها ساختمان‌ها و بناهایی می‌توانند پایدار و ماندگار باشند که براساس اصول اخلاقی ساخته شوند. نقد معماری چه نوع پدیده‌ای است و با چه رویکردی باید به ارزیابی آثار معماری پرداخت؟ نگاه نقادانه به یک اثر معماری بر چه زمینه‌هایی استوار است و چه ارتباطی میان نقد اثر و درک آن وجود دارد؟ در این یادداشت، تلاش کرده‌ام این سوالات را به عنوان موضوعاتی برای تفکر مطرح کنم و تحلیلی از این مقوله ارائه دهم. به نظر می‌رسد برای بررسی نقد معماری و



زمین بازی جدید آماده است!

DeFi

| محمد سهراب ثامنی، کارآفرین و توسعه‌دهنده بلاک چین |

پس از رشد اولیه پلتفرم‌های امور مالی غیرمتمرکز در سال ۲۰۲۱ و با افت ارزش کل بازار رمزارزها در زمستان کریپتو، حجم نقدینگی این حوزه رکود موقتی داشت و تا امروز هم نتوانسته است از مرز ۲۰۰ میلیارد دلار فراتر برود. از مهم‌ترین دلایل این رکود، می‌توان به موانع قانونی نهادهای مالی بزرگ برای انتقال سرمایه به حوزه دیفای اشاره کرد. با وجود این ناکامی در تکرار رشد، پیش‌بینی می‌شود در سال‌های ۲۰۲۵ و ۲۰۲۶ شاهد رشد پرشتاب دیگری در این حوزه باشیم؛ چراکه موانع حقوقی با تغییر رویکرد بسیاری از کشورها، تا حد خوبی برطرف خواهد شد.

آنچه در سال جدید میلادی در انتظار ماست

بررسی تحولات اخیر آمریکا نشان می‌دهد که دولت جدید ایالات متحده، درصدد تسهیل انتقال دارایی از نهادهای مالی این کشور به حوزه امور مالی غیرمتمرکز خواهد بود. هم‌اکنون و حتی پیش از استقرار دولت منتخب، پیشنهاد شده وضع مقررات و تعیین تکلیف مسائل مرتبط با رمزارز و بلاک چین از حوزه اختیارات کمیسیون بورس و اوراق بهادار آمریکا (SEC) خارج و به نهاد مستقلی محول شود. همچنین پیش‌نویس‌هایی برای تصویب توسط کنگره و امضا توسط ترامپ، در حال تدوین است. این قوانین و دستورات در صورت تصویب، می‌توانند محدودیت‌های نهادهای مالی برای استفاده از سرویس‌های دیفای را برطرف کنند.

دولت جدید آمریکا به این فهم رسیده که محدودیت‌های قانونی موجود، نوعی خودتحریمی بوده که تنها انتفاع شرکت‌های آمریکایی از سرویس‌های دیفای را دشوار کرده است؛ بنابراین، خیلی جدی به دنبال رفع این محدودیت‌ها هستند. با توجه به تسهیل امکان انتقال دارایی نهادهای مالی آمریکایی به پلتفرم‌های دیفای، رسانه‌ها از اتفاقات مذکور به‌عنوان «سال رنسانس» در دیفای یاد می‌کنند.

بکارگیری عبارت «رنسانس» خود نشانگر پیش‌بینی انقلاب بزرگی در حوزه امور مالی غیرمتمرکز است؛ چراکه با سرریز شدن دارایی‌های بزرگ نهادهای مالی آمریکا به پلتفرم‌های دیفای، حجم نقدینگی این حوزه از ۵۰۰ میلیارد دلار هم فراتر خواهد رفت. این همان صبح جدیدی است که قریب به یقین پس از غروب طولانی در دنیای دیفای شاهد آن خواهیم بود.

در گذشته دور، کنترل دولت روی مفهوم، سازکار و تبادل پول بسیار کم‌رنگ بود. حتی شکل‌های اولیه اعتبار غیردولتی بودند و همه مردم نسبت به جهان امروز به سیستم‌های خلق اعتبار دسترسی آزادتری داشتند. با شکل‌گیری استاندارد طلا و بعدتر شوک نیکسون، دولت‌ها و به‌ویژه دولت آمریکا، مدیریت خلق، گردش و حتی ارزش اعتبار را در دست گرفتند. کنترل روزافزون دولت‌ها بر دارایی مردم، زمینه‌ساز و انگیزه اصلی شکل‌گیری تلاش‌هایی برای بازسازی نهادهای مالی آزاد شد.

زیست‌بوم امور مالی غیرمتمرکز (Decentralized Finance یا به اختصار دیفای - DeFi) به نهادهایی اطلاق می‌شود که داده‌های حساس مالی و همچنین قراردادهای تعاملات و تغییر این داده‌ها را بر بستر بلاک چین ذخیره و پردازش می‌کنند. قدرتی که بلاک چین (ورای مفهوم رمزارز یا پول غیرقابل سانسور) به دیفای داده، این است که یک قرارداد مالی (تبادل، توثیق، وام، سپرده، کسب سود، تسویه، سرمایه‌گذاری یا بسیاری اشکال دیگری از قرارداد) بر بستر بلاک چین، به شکلی غیرقابل نقض، مستقر و اجرا خواهد شد. در واقع، هیچ‌کسی نمی‌تواند جلوی اجرای مفاد این قراردادها را بگیرد یا داده تراکنش‌های انجام گرفته را سانسور کند.

شکل‌گیری دیفای، یک زمین بازی جدید تعریف می‌کند که در آن همه مردم دسترسی یکسانی به بالاترین نرخ سپرده‌گذاری در پلتفرم‌های تأمین مالی دارند؛ در حالی که در بازارهای مالی رایج، فقط نهادهای بزرگ می‌توانند با نرخی رقابتی دارایی خود را در برابر استهلاک سرمایه، hedge کنند یا از منابع بزرگ، تأمین مالی انجام دهند. با شکل‌گیری این زمین بازی جدید در سال ۲۰۲۱، حجم بزرگی از دارایی (بیش از ۱۰۰ میلیارد دلار) ظرف کمتر از یک سال به این اکوسیستم تزریق شد. مهم‌ترین دلایل رشد سریع نقدینگی پلتفرم‌های دیفای به ترتیب این موارد بوده است: ۱. عدم نیاز به اعتماد؛ ۲. ارائه سرویس‌های رقابتی و مشوق‌های نسبتاً پرسود در مقابل ساختارهای رایج امور مالی؛ ۳. امنیت فوق‌العاده بالای دارایی و ۴. عدم نیاز به مجوز یا احراز توسط دولت‌ها یا نهادهای ثالث.



تهدید ژئوپلیتیک برای قطع مدار جهانی برقی سازی

مرزهای خود، رقابت شدید قبلا باعث کاهش قابل توجه قیمت‌ها توسط تولیدکنندگان بزرگی مانند BYD شده است، تاکتیکی که می‌تواند در سطح جهانی نیز تکرار شود. با بهره‌گیری از صرفه‌های مقیاس و تسلط بر مواد کلیدی باتری مانند لیتیوم و کبالت، چین می‌تواند خودروهای برقی با کیفیت بالا را با قیمت‌هایی ارائه دهد که رقبا را در مناطقی مانند اروپا و آمریکای شمالی پشت سر بگذارد. اگرچه این رویکرد می‌تواند از طریق مقرون‌به‌صرفه بودن، پذیرش جهانی خودروهای برقی را تسریع کند، اما خطر افزایش تنش‌های تجاری و ایجاد وابستگی‌های اقتصادی را دارد که ممکن است مقاومت کشورهایی را که نگران نفوذ فزاینده چین هستند، برانگیزد.

در مجموع هنوز موانع قابل توجهی برای پذیرش گسترده خودروهای برقی همچنان در بسیاری از کشورها وجود دارد. هزینه‌های اولیه بالا، نوسانات قیمت انرژی و زیرساخت ناکافی شارژ همچنان پیشرفت را مختل می‌کنند. علاوه بر این، نگرانی‌ها درباره کنترل چین بر مواد خام حیاتی برای باتری‌ها و پیامدهای زیست‌محیطی استخراج منابع، چشم‌انداز همکاری را پیچیده‌تر می‌کند. همچنین رقابت‌های ژئوپلیتیکی میان قدرت‌های بزرگ ممکن است جابه‌طلبی‌های چین در انرژی تجدیدپذیر و خودروهای برقی را تحت تأثیر قرار دهد. سال‌های آینده، به‌ویژه در سال ۲۰۲۵، برای تعیین اینکه آیا خودروهای برقی و انرژی سبز به سلطه جهانی دست خواهند یافت یا با چالش‌های مداوم مواجه خواهند شد، حیاتی خواهند بود.

توانایی چین برای تحقق جاه‌طلبی‌های خود و یا مبارزه با جاه‌طلبی‌های ترامپ ۲۰۰ به ایجاد تعادل ظریف میان دیپلماسی و استراتژی‌های رقابتی بازار بستگی دارد. رویکردی چندوجهی که همکاری بین‌المللی را با قیمت‌گذاری استراتژیک ترکیب کند می‌تواند به چین کمک کند تا گذار جهانی انرژی را بدون بیگانه کردن شرکای کلیدی هدایت کند. چه از طریق تقویت شراکت‌ها یا اعمال سلطه از طریق تاکتیک‌های قیمت‌گذاری تهاجمی، نقش چین همچنان برای شکل‌دهی مسیر حرکت به‌سوی حمل‌ونقل برقی و پیگیری گسترده‌تر توسعه پایدار در سراسر جهان مرکزی خواهد بود؛ اما اگر چین نتواند به بازارهای دیگر دسترسی پیدا کند یا سایر ملت‌ها متقاعد نشوند، یا غرب در برقی سازی بیشتر سنگ‌اندازی کند، انقلاب خودروهای برقی و انرژی سبز ممکن است چندان با سرعت پیش نرود. یا شاید ترامپ ۲۰۰ با انبر ژئوپلیتیک مدار برقی سازی جهانی را زودتر از آنچه فکر کنیم برای همیشه قطع کند.

| علی میرزایی سیسان کارشناس و پژوهشگر حوزه برقی سازی |

چین با سیاست‌های صنعتی استراتژیک، نوآوری فناورانه و تولید به‌صرفه، خود را به‌عنوان بازیگری محوری در حرکت جهانی به سمت برقی‌سازی، به‌ویژه در صنعت خودروهای برقی، مطرح کرده است. واقعیت این است که چین و سایر کشورها همچون اجزای یک مدار الکتریکی به‌هم پیوسته‌اند؛ گسست این ارتباط، جریان برقی‌سازی را متوقف خواهد کرد. جهان برای پیشبرد برقی‌سازی صنایع، خودروسازی و دستیابی به انرژی سبز، به چین نیازمند است و چین نیز به جهان. هرگونه اختلال در این مدار، روند تحولات را کند خواهد کرد. در حال حاضر، تنها عامل بالقوه‌ای که می‌تواند این مدار را در آینده نزدیک مختل کند، تنش‌های ژئوپلیتیکی جهانی است.

چین برای دستیابی به هدف کلی خود برای رهبری جهانی در حوزه خودروهای برقی و هدایت تغییر جهانی به‌سوی حمل‌ونقل پایدار، نیازمند همکاری با سایر کشورهاست. این موضوع پرسشی اساسی را مطرح می‌کند: آیا چین در سال ۲۰۲۵ استراتژی دیپلماتیکی برای تقویت همکاری بین‌المللی اتخاذ خواهد کرد یا با تکیه بر قیمت‌گذاری تهاجمی، سلطه خود را در بازارهای جهانی اعمال خواهد کرد؟

رویکرد دیپلماتیک شامل استفاده چین از تخصص فناورانه و منابع صنعتی خود برای ایجاد شراکت‌ها و تقویت حسن نیت در عرصه بین‌المللی یا سرمایه‌گذاری در ساخت کارخانجات باتری‌سازی و خودروسازی خارج از چین خواهد بود. چین با ارائه خودروهای برقی به‌صرفه به کشورهای در حال توسعه، می‌تواند همزمان تقاضا را تحریک کرده اما نمی‌تواند برای همیشه محرک اصلی رشد خودرو برقی باشد. علاوه بر این، تلاش‌های مشترک چین با بقیه کشورها در زیرساخت‌های انرژی تجدیدپذیر می‌تواند اطمینان مصرف را بالا ببرد که پذیرش خودروهای برقی هم پایدارتر جلوه می‌کنند.

اشتراک پیشرفت‌ها در فناوری باتری، نوآوری‌های بازیافت و سیستم‌های یکپارچه انرژی نه تنها شهرت چین را به‌عنوان رهبر اقدامات اقلیمی تقویت می‌کند، بلکه آن را به شریکی قابل اعتماد در گذار جهانی به اقتصادهای کم‌کربن تبدیل می‌کند. چنین استراتژی می‌تواند تنش‌های ژئوپلیتیکی را کاهش داده و اعتماد کشورهایی که نسبت به وابستگی اقتصادی عمیق‌تر به چین محتاط هستند، جلب کند.

در سناریوی دیگر، چین ممکن است استراتژی داخلی خود در قیمت‌گذاری تهاجمی را به بازارهای بین‌المللی گسترش دهد. در داخل



جذب سرمایه خارجی کلید توسعه مناطق آزاد

| مجید صفدری کارشناس اقتصادی |

سرمایه‌گذاری به عنوان موتور محرکه رشد اقتصادی، لازمه نیل به توسعه اقتصادی و اجتماعی است. افزایش سرمایه‌گذاری منجر به افزایش تولید، ارزش افزوده، درآمد، رفاه، اشتغال، کاهش نرخ بیکاری و فقر می‌شود. مقوله سرمایه و سرمایه‌گذاری در فرآیند توسعه اقتصادی از اهمیت ویژه و بنیادی برخوردار است. بر این اساس دولت‌ها برای دستیابی به یک اقتصاد پیشرفته و پویا، توجه لازم را به آن از طریق وضع و اعمال قوانین و مقررات خاص، ایجاد بسترها و بهبود زیرساخت‌های لازم، استفاده بهینه از منابع، امکانات، ظرفیت‌ها، توانمندی‌ها و بکارگیری مدیریت اصولی و علمی و منطقی معطوف می‌دارند تا بدین وسیله موجبات تحول و پیشرفت کشور و جوامع را فراهم آورند.

وابستگی شدید اقتصاد ایران به تک‌محصول نفت و دلارهای نفتی و همچنین حضور کم‌رنگ اقتصاد ایران در عرصه رقابت جهانی، ایجاد مناطق آزاد را به عنوان عاملی موثر در راستای جبران فرصت‌های از دست رفته و توسعه صادرات، ایجاد اشتغال سالم و مولد، ارتقای جایگاه اقتصادی کشور و بهره‌مندی از اقتصاد رقابتی مورد توجه و تاکید سیاست‌گذاران نظام اقتصادی کشور قرار داد. در همین راستا براساس خط‌مشی شماره ۴ قانون برنامه اول توسعه مبنی بر «ایجاد رشد اقتصادی در راستای افزایش تولید سرانه، اشتغال مولد و کاهش وابستگی اقتصادی با تاکید بر تولید محصولات استراتژیک و مهار تورم» از طریق «برداشتن کلیه موانع و ایجاد همه‌گونه تسهیلات برای توسعه صادرات کالاهای صنعتی براساس مزیت‌های کشور از جمله ایجاد مناطق صنعتی آزاد برای استقرار صنایع تولیدکننده محصولات صادراتی و جذب سرمایه در این صنایع» در دستورکار قرار گرفت. به موجب تبصره ۱۹ قانون برنامه اول توسعه مصوب ۱۳۳۸ مجلس، به دولت اجازه داده شد حداکثر در ۳ نقطه از نقاط مرزی کشور، مناطق آزاد تجاری - صنعتی تاسیس کند.

بنابراین جذب سرمایه‌گذاری خارجی باتوجه به نقش ذاتی آن در توسعه مناطق آزاد و ویژه اقتصادی، امروزه از مبرم‌ترین نیازهای اقتصادی این مناطق برای پیشرفت و جذب تکنولوژی پیشرفته است. تاکید بر تامین منابع مالی خارجی در بند ۱۱ سیاست‌های اقتصاد مقاومتی و ماده ۱۹ قانون چگونگی اداره مناطق آزاد، به‌درستی نشان از اهمیت این مسئله برای تعامل با اقتصاد بین‌الملل و رونق مناطق آزاد کشور دارد. اجرای طرح‌های زیربنایی و تولیدی مناطق در قالب برنامه و بودجه مصوب، با تامین و تضمین اعتبار از منابع خارجی تصریح شده و مشارکت، ورود و خروج سرمایه و سود حاصل از فعالیت‌های اقتصادی خارجیان در مناطق آزاد رسمیت یافته است. قانون‌گذار از این بابت حقوق قانونی سرمایه‌گذاران خارجی را مورد تضمین و حمایت قرار داده؛ چنانکه در مواد ۲۰ و ۲۱ قانون یادشده، تصریح شده است. بر این اساس، باتوجه به زیرساخت‌های قانونی و نرم‌افزاری موجود در

کشور، سرمایه‌گذاری خارجی شاخصی برای توسعه و رونق فعالیت‌های اقتصادی مناطق آزاد به‌شمار می‌رود؛ به‌طوری‌که نقش مهمی در افزایش توسعه اقتصادی داشته و به‌منزله شاخصی است که می‌تواند در ترکیب بهینه نیروی کار و فناوری بخش صنعت و خدمات و رونق تجارت زمینه‌های بهبود سطح زندگی و رشد اقتصادی را فراهم آورد. باتوجه به اهمیت منابع سرمایه‌گذاری و ضرورت تخصیص بهینه از آن برای تحریک رشد اقتصادی، لازم است مزیت‌های نسبی مناطق آزاد کشور در زمینه تخصیص منابع سرمایه‌گذاری، به‌درستی شناسایی شده و با هدایت این منابع، ظرفیت‌ها به مولدترین و کارآمدترین بخش‌ها رهنمون شوند. آثار سرمایه‌گذاری خارجی بر رشد اقتصادی با تاکید بر ۲ نوع سرمایه‌گذاری خارجی؛ یعنی سرمایه‌گذاری‌های مستقیم خارجی و پرتفوی خارجی، اثر ورود سرمایه بر رشد اقتصادی را در طول زمان در مناطق آزاد نشان می‌دهد. از بین جریانات مختلف سرمایه‌گذاری خارجی، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی (FDI) نقش اثرگذارترین متغیر را بر رشد اقتصادی کشورها در صحنه اقتصادی ایفا می‌کند و به‌لحاظ اهمیت ماهیت و انگیزه‌های ایجادکننده آن، از افق روشن‌تر و باثبات‌تری برای استفاده در برنامه‌ریزی‌های اقتصادی که معطوف به هدف رشد است، برخوردار است. سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی قطع‌نظر از عواملی که موجب این سرمایه‌گذاری‌ها می‌شوند، تأثیرات درخور توجهی بر متغیرهای کلان اقتصادی از جمله کاهش نرخ بهره، کاهش نرخ ارز، افزایش رشد اقتصادی، کاهش بدهی دولت، بهبود توزیع درآمد، انتقال تکنولوژی پیشرفته، ایجاد فرصت‌های شغلی و افزایش اشتغال، افزایش تحقیق و توسعه (D&R)، تقویت و گسترش منابع مهم مالی بین‌المللی، تکنولوژی تولید، افزایش قدرت رقابت، توسعه صادرات، کاهش واردات و تأثیر مثبت در تراز پرداخت‌ها دارد. علاوه بر آن، باعث می‌شود سرمایه‌گذاران بخش خصوصی کشور نیز بیش از پیش فعال شوند و درصدد مشارکت با سرمایه‌گذاران خارجی باشند. فرصت‌ها و ظرفیت‌های موجود در مناطق آزاد از جمله انگیزه‌ها و امکاناتی هستند که در مناطق آزاد کشور وجود دارند و باعث جذب سرمایه‌گذاران خارجی به‌سمت مناطق آزاد می‌شوند. از زمینه‌های کسب‌وکار در مناطق آزاد می‌توان به صنایع بیوتکنولوژی، صنایع های‌تک، صنایع تاسیسات دریایی، صنایع شیلاتی و کشاورزی، خدمات پشتیبانی نفت، تکنولوژی حفاری دریایی، خدمات پزشکی فرامرزی، صنایع غذایی و فرآوری کشاورزی، صنایع پاک، صنایع پالایشگاهی، صنایع حمل‌ونقل، واحدهای کشت و صنعت، صنایع معدنی و خدمات در حوزه ICT اشاره کرد. مشارکت هند در بندر چابهار نیز از اهداف رقابتی بزرگی است که هندی‌ها در رقابت با چین سرمایه‌گذاری کرده‌اند. این امر در عین حال برای ایران نیز فرصتی تلقی شده که بتواند با گسیل امکانات به‌سوی بندر چابهار، مانعی بر سر راه تحریم‌ها بگذارد؛ ضمن آنکه می‌تواند موجبات جذب سرمایه‌گذاری هندی‌ها را به‌سمت چابهار فراهم کند.



سنواتی شدن مطالبات شبکه بانکی از دولت!

در اشاره به اینکه چند عامل بر ناترازی بانکها موثر واقع می‌شود؛ اول اینکه حسب قوانین بودجه‌ای که قانون‌گذاران کشور در سنوات گذشته با عنوان تسهیلات تبصره‌ای به بانکها شارژ کردند، منجر به این می‌شود که بانکها تسهیلات را به صورت ارزان‌نرخ به یکسری فعالان اقتصادی بدهند و از آنجا که این فعالان اقتصادی یا به‌درستی یا براساس شرایط اقتصادی نتوانند آن را بازپرداخت کنند، بنابراین در نهایت ورودی وجه نقد بانکها متوقف خواهد شد. در این شرایط به شناسایی درآمد بابت تسهیلات اقدام می‌شود که برحسب گذر زمان درآمد تسهیلاتی موردشناسایی قرار می‌گیرد و ابتدا سهم دولت را تحت عنوان مالیات، سهم سود سپرده‌گذاران را در مجامع سالانه و چنانچه سهامدار دولت بوده، حق او را باید پرداخت کند.

خروجی‌های بانک به صورت نقد است و قاعدتاً در مواعد زمانی که طبق قانون تاکید شده باید پرداخت شود، در صورتی که بابت درآمدهای موردشناسایی این بانک به دلیل پول اعتباری که در بالا اشاره شده، وجه نقد نداشته باشد، بانک دچار کم‌توانی در بازپرداخت یا کمبود وجه نقد می‌شود که موضوع فوق به دلیل مشکلی که توضیح داده شد، مسائلی را ایجاد می‌کند که منجر به تشدید تنگنای مالی خواهد شد و نهایتاً به همان ناترازی می‌رسد. این امر از نظر مقام ناظر و مجلس به عنوان قانون‌گذار طلب می‌کند که برای اصلاح این شرایط قوانینی را پشت‌سر بگذارد یا مقرراتی را پی‌ریزی کند تا مشکلات بانکها بیش از این نشود.

درباره نیاز اصلاح نظام بانکی، شکی وجود ندارد که باید از طریق قانون جدید؛ هم از سوی قانون بانک مرکزی و هم اصلاح قانون بانکداری به بانکها کمک شود. از طرف دیگر نیاز است تا بار تامین مالی کسری بودجه دولت‌ها توسط بانک مرکزی کنار گذاشته شود و در حقیقت دست دولت از جیب بانکها و مردم بیرون آید، زیرا شبکه بانکی بیش از این کشش ندارد که تامین مالی مربوط به کسری دولت درباره هزینه‌های جاری را انجام دهد. به هر روی تاکید همیشگی این است که شبکه بانکی مطالباتی از دولت دارد که سنواتی شده و میانگین آن هم در حال نزدیک شدن به دو رقم است. به این معنا؛ میانگین مطالبات بانکها از دولت نه‌ساله شده و این عدم بازپرداخت، تنگنای مالی را تشدید می‌کند.

| حجت‌الله فرزانی - کارشناس بانکی |

اصلاح نظام بانکی برای شبکه بانکی کشور، بخشی از ضروریات به حساب می‌آید. ناترازی دارایی - بدهی بانکها منجر به این شده که دچار اعسار به معنای عدم توانایی بازپرداخت بدهی‌هایی که عمدتاً سپرده‌های سرمایه‌گذاران است، شوند.

منابع بانکها در حقیقت از محل سپرده‌گذاری تشکیل می‌شود، به این معنا که سپرده‌گذاران این منابع را در اختیار بانکها قرار می‌دهند تا بتوانند آن را در عملیات اعطای تسهیلات برای امر تولید یا فعالیت‌های اقتصادی به متقاضیان برای کسب درآمد ارائه دهند و سپرده‌گذاران هم از آن منتفع خواهند شد.

زمانی که بانکها در مدیریت دارایی و بدهی دچار ناترازی می‌شوند، به این معنا است که رشد دارایی‌های آنها کمتر از نرخ سود سپرده‌ها است که در نظام پرداختی اصطلاحاً از آن تحت عنوان نرخ رشد بدهی‌ها نام می‌برند.

وقتی درآمدها کمتر از نرخ رشد بدهی‌ها باشد، بانکها در حقیقت رفته‌رفته دچار مشکل ناتوانی یا تنگنای مالی در بازپرداخت سپرده‌های سرمایه‌گذار می‌شوند که در نهایت هم چنانچه به شکل حاد درآید، قطعاً سپرده‌گذاران برای بازپس‌گیری سپرده خود به بانک هجوم می‌برند و از آنجا که معمولاً بانکها تسهیلات را به صورت بلندمدت پرداخت می‌کنند و سپرده‌ها هم عندالمطالبه است، مشکل در این زمان پیش می‌آید که ریسک سپرده‌گذاری می‌تواند به کل شبکه بانکی سرایت کند.

سپرده‌گذاران چنانچه به‌طور ناگهانی سپرده خود را مطالبه کنند، بانکهای مورد اشاره وجه نقد یا منابع در اختیار ندارند که این کار را عملی کنند، زیرا حسب وظیفه خود باید این منابع را در امر اعطای تسهیلات مطرح می‌کرد و تفاوت سررسیدی این سپرده‌ها که در مطالبه وجود دارد و تسهیلات که معمولاً بلندمدت و حداکثر ۵ ساله در نظر گرفته می‌شود، وجود ندارد، بر همین اساس ترس در بین سپرده‌گذاران دوچندان می‌شود و منجر به این خواهد شد که مسائل اجتماعی و اقتصادی پی در پی برای کشور پیش آید و هر یک از بانکها یکی پس از دیگری مورد هجوم سپرده‌گذاران برای دریافت سپرده‌های خود قرار گیرند.



درآمد ۲۲ میلیارد یوروی یونان از گردشگری

گردشگری ۲۰۲۴ نیز به ۲۲ میلیارد یورو رسید.

این گزارش نشان می‌دهد: تولید صنعتی یونان در سال ۲۰۲۴ رشد مستمری را تجربه کرده و به میزان ۶.۲ درصد نسبت به سال گذشته افزایش یافته که عمدتاً ناشی از رشد در بخش‌های تولیدی مانند مواد غذایی، نوشیدنی‌ها، محصولات معدنی غیرفلزی و محصولات فلزی پایه بوده است. تولید در بخش ساخت‌وساز نیز در سال ۲۰۲۴ رشد کرده و به میزان ۵.۱ درصد نسبت به سال گذشته افزایش داشته است.

بر اساس این گزارش، بدهی عمومی یونان نسبت به تولید ناخالص داخلی در سال ۲۰۲۴ در مقایسه با سال ۲۰۲۳ به میزان تقریبی ۱۰ درصد کاهش یافت. بر این اساس یونان بدهی عمومی خود را که بالاترین میزان در منطقه یورو است، از ۱۶۲ درصد تولید ناخالص داخلی در سال ۲۰۲۳ به ۱۴۹ درصد در سال ۲۰۲۴ کاهش داد. همچنین در سال ۲۰۲۴ بازده اوراق قرضه دولتی یونان کاهش یافته و رتبه اعتباری کشور به درجه سرمایه‌گذاری رسید.

در این گزارش آمده است: چشم‌انداز آینده رشد اقتصادی یونان در سال ۲۰۲۵ با رشد اقتصادی به میزان ۲.۳ درصد، عمدتاً به دلیل مصرف خصوصی و سرمایه‌گذاری همچنان قوی پیش‌بینی می‌شود. با این حال انتظار می‌رود تورم در سال ۲۰۲۵، به‌ویژه به دلیل کاهش نرخ تورم مواد غذایی، کالاهای صنعتی غیر انرژی و خدمات، بیشتر کاهش یافته به میزان حدود دو درصد کاهش یابد. با پرداخت پیش از موعد بدهی‌ها نیز پیش‌بینی می‌شود بدهی عمومی این کشور نیز به میزان ۵ میلیارد یورو کاهش یابد. با این حال سیاست مالی در دوره ۲۰۲۵-۲۰۲۶ نسبتاً انبساطی خواهد بود و عمدتاً توسط افزایش هزینه‌های سرمایه‌گذاری تأمین مالی شده از منابع اتحادیه اروپا پشتیبانی می‌شود.

بر اساس ارزیابی‌های به عمل آمده، مطابق آمار صندوق بین‌المللی پول برای سال ۲۰۲۴، اقتصاد یونان پنجاه و دومین اقتصاد بزرگ جهان از نظر از نظر برابری قدرت خرید (PPP) بوده و این کشور شانزدهمین اقتصاد بزرگ اتحادیه اروپا و یازدهمین در منطقه یورو بوده است.

منبع: خبرگزاری مهر

درآمدهای گردشگری یونان در سال گذشته میلادی با افزایش ۱۰ درصدی به ۲۲ میلیارد یورو رسیده است.

به گزارش مهر، بخش اقتصادی سفارت ایران در یونان، در گزارشی با عنوان «اقتصاد یونان در سال ۲۰۲۴ و چشم‌انداز آن در سال ۲۰۲۵» آورده است: اقتصاد یونان در سال ۲۰۲۴ رشد قوی خود را حفظ کرد و تولید ناخالص داخلی در این سال ۲.۲ درصد رشد داشت. بر این اساس تولید ناخالص داخلی (GDP) یونان در این سال به میزان ۲۵۲.۷۳۲ میلیارد دلار رسید. همچنین درآمد سرانه یونان نیز ۲۴،۳۴۲ دلار به ارزش اسمی و ۴۲،۰۶۶ دلار بر اساس قدرت خرید تعیین شده است.

در ادامه این گزارش آمده است: نرخ بیکاری در یونان در سال ۲۰۲۴ به میزان ۹.۸ درصد رسید که این رقم پایین‌ترین میزان از سال ۲۰۰۹ است. نرخ تورم این کشور نیز در این سال به حدود ۲.۹ درصد رسید که نشان‌دهنده ثبات نسبی قیمت‌ها و کنترل مناسب تورم در اقتصاد این کشور است.

بر اساس این گزارش، کسری تجاری یونان در ۱۰ ماه اول سال به ۲۸.۳۲ میلیارد یورو رسید که در مقایسه با دوره مشابه سال ۲۰۲۳ به میزان ۸.۹ درصد افزایش داشته است. ارزش صادرات یونان در ۱۰ ماه اول سال ۲۰۲۴ به ۴۱.۸۷ میلیارد یورو رسید که در مقایسه با دوره مشابه سال ۲۰۲۳ (۴۲.۹۷ میلیارد یورو) به میزان ۲.۶ درصد کاهش یافته است. همچنین ارزش واردات یونان در دوره ژانویه تا اکتبر ۲۰۲۴ به ۷۰.۱۹ میلیارد یورو رسید که در مقایسه با دوره نسبی ۲۰۲۳ (۶۸.۹۶ میلیارد یورو) به میزان ۱.۸ درصد افزایش یافت.

در این گزارش قید شده است: کسری تجاری از مهم‌ترین ضعف‌های ساختاری اقتصاد یونان در سالیان اخیر بوده است که این مسئله در سال ۲۰۲۴ نیز همچنان مشهود است.

در این گزارش آمده است: صنعت گردشگری یونان به عنوان یکی از موفق‌ترین بخش‌های اقتصادی یونان، به میزان قابل توجهی بهبود یافته و تعداد بازدیدکنندگان خارجی در این سال با رشد ۱۰ درصدی در مقایسه با سال ۲۰۲۳ بالغ بر ۳۶ میلیون گردشگر بوده و درآمدهای حاصل از

با موبایلت چک کن!

مشاهده مراحل درخواست دسته چک



پرداخت تدریجی اقساط ماهانه

در اپلیکیشن موبایل



شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه / بایچه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمابر	نام مسئول شعب / بایچه ها
۱	آفریقا	۸۰۱	تهران، بزرگراه آفریقا، نرسیده به چهارراه جهان کودک، پلاک ۳۱	۸۸۷۴۴۵۷-۶۱	۸۸۷۳۷۷۳	شاهرخ نیری
۲	مرکزی	۸۰۲	تهران، خیابان انقلاب، بین چهارراه کالج و چهارراه ولیعصر، پلاک ۸۰۳	۶۶۹۵۸۹۳۳-۶۶۹۵۹۰۵۰	۶۶۹۷۱۰۶۱	محمد سلگی
۳	اصفهان	۸۰۳	اصفهان، خیابان فردوسی، نبش خیابان منوچهری، ساختمان امیر، پلاک ۱۳	۰۳۱-۳۲۲۳۰۴۲۴-۷	۰۳۱-۳۲۲۳۰۴۲۸	جمشید باقری
۴	باغ فردوس	۸۰۴	تهران، خیابان ولیعصر، نرسیده به میدان تجریش، روپروی باغ فردوس، پلاک ۲۹۴۴	۲۲۷۴۰۷۷۵	۲۲۷۴۰۷۱۵	نیما گیلانی
۵	پاسداران	۸۰۵	تهران، خیابان پاسداران، مقابل بوستان ششم، جنب برج سفید، پلاک ۲۵۰	۲۲۵۹۵۶۵۸	۲۲۵۹۷۵۴۰	مهدی عبدلی ویشه
۶	بازار	۸۰۶	تهران، بازار بزرگ، خیابان ۱۵ خرداد غربی، بین چهارراه گلوبندک و خیابان ابوسعید، پلاک ۶۸۱	۵۵۵۷۵۷۳۸-۹	۵۵۵۷۶۴۹۵	امین بیگلری
۷	صادقیه	۸۰۷	تهران، ضلع جنوب شرقی فلکه اول صادقیه، پلاک ۹۱۸	۴۴۲۵۵۵۱۸-۲۰	۴۴۲۵۵۵۱۷	شادمان غفوری
۸	اقدسیه	۸۰۸	تهران، خیابان اقدسیه (موحد دانش)، نبش کوچه نسیم، پلاک ۶۳	۲۲۸۳۳۰۵۶-۲۲۸۳۳۲۴۹	۲۲۸۳۳۲۴۵	حیدررسانی فر
۹	میرداماد	۸۰۹	تهران، خیابان میرداماد، نرسیده به میدان مادر، پلاک ۱۴۸	۲۲۹۳۴۵۰۱-۴	۲۲۹۳۴۴۶۳	امیر گیلانی فر
۱۰	دکتر فاطمی	۸۱۰	تهران، خیابان دکتر فاطمی غربی، روپروی خیابان هشت بهشت، نبش کوچه شیخار (ششم)، پلاک ۱۴۰	۸۸۹۸۲۱۸۱-۸۴	۸۸۹۸۲۱۹۴	نغمه خسروی
۱۱	سعادت آباد	۸۱۱	تهران، خیابان سعادت آباد، میدان کاج، پلاک ۱۳	۲۲۰۸۶۱۹۵-۲۰۰	۲۲۰۸۷۷۰۸	فاطمه دولت آبادی فراهانی
۱۲	جنت آباد	۸۱۲	تهران، خیابان جنت آباد جنوبی، پایین تر از میدان چهار باغ، نبش خیابان لاله غربی، ساختمان سمرقند، پلاک ۴۷	۴۴۴۹۵۲۰۱-۱۲	۴۴۴۹۵۲۸	مهدی طلایی
۱۳	خیابان دولت	۸۱۳	تهران، خیابان دولت، نرسیده به چهارراه پاسداران، پلاک ۱۸	۲۲۷۶۴۲۸۲-۷	۲۲۷۸۱۰۶۹	سمانه دانشمند
۱۴	میدان ونگ	۸۱۴	تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از میدان ونگ، نبش خیابان برادران شرقی، پلاک ۲۴۷۷	۸۸۲۰۵۵۵۵-۹	۸۸۲۰۵۵۴۸	حمید نودست
۱۵	ایران زمین	۸۱۵	تهران، شهرک غرب، خیابان ایران زمین، مجتمع ایران زمین، پلاک ۱۳ و ۱۴	۸۸۵۷۶۲۰۵-۱۰	۸۸۵۷۱۲۱۵	فرشته قانع
۱۶	ارنک ایرانیان	۸۱۶	تهران، بلوار فرحزادی، نبش اردوگان غربی، مجتمع ارنک ایرانیان، پلاک ۱	۲۲۳۵۹۲۷۵-۷۸	۲۲۳۵۳۵۱۶	آزاده روشن
۱۷	یافت آباد	۸۱۷	تهران، بزرگراه آیت اله سعیدی، یافت آباد شرقی، بازار میل ایران، پلاک ۲۰۲ و ۲۰۵	۶۶۲۱۱۰۱۴-۱۷	۶۶۲۳۷۱۱۰	-
۱۸	شهری	۸۱۸	شهری، میدان شهری، خیابان ۲۴ متری زکریای رازی (بیات)، پلاک ۲۵۷	۵۵۹۷۰۷۳۲-۵۵۹۷۰۷۳۸	۵۵۹۷۰۷۳۰	افشین فرج زاده
۱۹	ظفر	۸۱۹	خیابان ظفر، بعد از خیابان کازرون شمالی، پلاک ۱۲۸	۳۶۶۴۵۹۱۶-۳۶۶۴۵۷۱۵	۳۶۷۰۵۳۲۷	بهنام یونانفر
۲۰	آفریقای شمالی	۸۲۰	تهران، خیابان نلسون ماندلا (آفریقا)، بالاتر از خیابان اسفندیار، نبش شمالی خیابان شهید سعیدی، پلاک ۱۵۸	۳۶۲۱۹۶۵۸-۳۶۲۱۹۹۰۸	۳۶۲۱۹۷۱۳	نسرین خوش صحبت
۲۱	جام جم	۸۲۱	تهران، خیابان ولیعصر، نرسیده به چهارراه پارک وی، نبش کوچه ترکش دوز، پلاک ۲	۳۶۲۱۰۹۱۲-۱۴	۳۶۲۱۰۹۱۷	فرهاد عطایی فر
۲۲	پیروزی	۸۲۲	تهران، خیابان پیروزی، نبش خیابان عادل	۳۳۳۳۳۱۴۰-۲	۳۳۳۳۳۱۴۳	عباس دانش بقا
۲۳	ولنجک	۸۲۳	تهران، خیابان ولنجک، خیابان چهاردهم، پلاک ۷	۲۲۴۴۱۳۲۷-۳۱	۲۲۱۷۲۵۹۰	امیرعلی جدیدی
۲۴	خیابان آذربایجان	۸۲۴	تهران، خیابان آزادی، نبش خیابان آذربایجان، پلاک ۱۰۴۶	۶۶۰۶۷۸۸۲-۶۶۰۶۷۸۸۴-۶	۶۶۰۶۷۸۸۰	روح اله صفری
۲۵	شهرک اکباتان	۸۲۵	شهرک اکباتان، فاز یک، خیابان نفیسی، روپروی مخابرات، پلاک ۵۹	۴۰۴۴۶۹۳۰-۴۰۴۴۶۹۲۵	۴۴۶۹۵۴۳	نیما رسولی
۲۶	میدان آرژانتین	۸۲۶	تهران، میدان آرژانتین، اول خیابان بهمن، پلاک ۲۱	۸۸۵۱۶۶۴۰-۸۸۵۱۷۴۱۸	۸۸۵۱۷۳۸۱	محمد رضا البرزی
۲۷	خیابان ملت اکباتان	۸۲۷	تهران، خیابان سعدی جنوبی، خیابان اکباتان، پلاک ۹۳	۳۳۹۹۸۰۰۵-۷ و ۱۲	۳۳۹۹۸۰۰۹	حسام حاجی حیدری
۲۸	قیطریه	۸۲۸	تهران، بلوار ۳۵ متری قیطریه، روپروی پارک قیطریه، پلاک ۸۵	۲۲۲۳۴۴۳۷-۸	۲۲۲۳۴۴۵۸	علیرضا رشیدی
۲۹	ملاصدرا	۸۲۹	تهران، خیابان ملاصدرا، بعد از خیابان شیراز، پلاک ۱۳۲	۸۸۶۳۵۵۱۷-۸۸۶۳۴۴۸	۸۸۶۳۶۷۳۱	فاطمه حیاتی
۳۰	خیابان سید جمال الدین اسد آبادی	۸۳۰	تهران، خیابان سید جمال الدین اسد آبادی، نبش شمالی خیابان ۴۹، پلاک ۴۳۳	۸۸۶۱۷۹۳۵-۸۸۶۱۰۲۹۶	۸۸۶۱۸۳۲۷	بهنام عسگری علویچه
۳۱	میدان قزوین	۸۳۱	تهران، خیابان کارگر جنوبی، ضلع شمال شرقی میدان قزوین، پلاک ۱۸	۵۵۴۸۱۱۲۲-۴-۸	۵۵۴۸۱۱۷۹	-
۳۲	خیابان دکتر بهشتی	۸۳۲	تهران، خیابان شهید دکتر بهشتی، بعد از چهارراه سه رودی، پلاک ۱۳۸	۸۸۵۱۲۶۰۳-۸	۸۸۷۴۶۶۹۹	سید محمد میرحسینی نیری
۳۳	خیابان کارگر شمالی	۸۳۳	تهران، خیابان کارگر شمالی، بالاتر از خیابان دکتر فاطمی، پلاک ۱۶۱۵	۸۸۹۹۱۳۴۵-۸	۸۸۹۹۱۳۵۰	علی سیروس
۳۴	فلکه سوم تهرانپارس	۸۳۴	تهران، خیابان حجربن عدی، بالاتر از فلکه سوم تهرانپارس، نبش خیابان ۲۱۴ شرقی، پلاک ۱۳۰	۷۷۳۷۰۱۸۶	۷۷۳۷۰۴۴۱	ارسلان بی آزار
۳۵	خیابان ولیعصر - پارک ساعی	۸۳۵	تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از خیابان شهید دکتر بهشتی، نبش کوچه کوزه گر، پلاک ۲۱۳۳	۸۸۵۵۶۹۶۵-۸۸۷۰۹۴۸۱-۲	۸۸۵۵۶۹۶۶	رضا جلالی
۳۶	فلکه اول تهرانپارس	۸۳۶	تهران، فلکه اول تهرانپارس، ابتدای خیابان حجربن عدی، نبش خیابان ۱۴۸ غربی، پلاک ۳۲	۷۷۷۲۳۲۵۰-۵۴	۷۷۷۲۳۲۵۵	سلیمان بیات
۳۷	بازار کفاشها	۸۳۷	تهران، بازار بزرگ تهران، سیزه میدان، بازار کفاشها، نبش بازار خاها، پلاک ۶۴	۵۵۱۵۱۸۰۲-۴-۵	۵۵۸۰۸۵۰۹	وحید میرزاخانی
۳۸	الهییه	۸۳۸	تهران، خیابان ولیعصر، خیابان شهید فیاضی، بعد از خیابان کوهپار، پلاک ۶۹	۲۶۲۰۰۹۶۲-۶۳	-	مژگان طرفه نژاد
۳۹	منیریه	۸۳۹	تهران، خیابان ولیعصر، میدان منیریه، خیابان منیریه، نبش نبش نظامی، پلاک ۵۳	۶۶۴۹۱۰۷۵-۸۷-۸۵	۶۶۴۹۱۰۷۳	-
۴۰	شهرک راه آهن	۸۴۰	تهران، اتوبان همت غرب، شهرک گلستان، بلوار امیرکبیر، نرسیده به چهارراه کلهای، پلاک ۵۳	۴۴۷۳۸۹۵۹-۴۴۷۳۸۹۶۹	۴۴۷۳۷۸۸۸	محسن باقری نیا
۴۱	میدان نبوت	۸۴۱	تهران، بزرگراه رسالت، خیابان آیت، ضلع جنوب غربی میدان نبوت، پلاک ۵۶۰	۷۷۹۴۰۴۲۸-۹	۷۷۹۴۰۴۱۸	حمیدرضا خیری
۴۲	دلاوردان	۸۴۲	تهران، میدان رسالت، خیابان هنگام، بلوار دلاوردان، بین چهارراه آزادگان و تکاوران، پلاک ۳۷۵	۷۷۲۱۳۴۸۸-۷۷۲۱۸۹۳۹۱	۷۷۲۱۳۷۷۷	زهرا کسرانی پور
۴۳	شهران	۸۴۴	تهران، میدان دوم شهران، ابتدای خیابان یکم پلاک ۴	۴۴۳۲۷۹۷۱-۴۴۳۲۸۱۴۷	۴۴۳۲۸۳۲۹	عباس آهنگری کیوی

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه/پاچه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمابر	نام مسئول شعبه/پاچه ها
۴۴	بلوار فردوس	۸۴۵	تهران، بزرگراه شهید ستاری، بلوار فردوس شرقی، پلاک ۴۳۴	۴۴۰۰۳۸۵-۶	۴۴۰۰۶۸۳۶	سارا گلدوست موندی
۴۵	فرودگاه امام خمینی	۸۴۶	تهران، کیلومتر ۳۰ اتوبان تهران - قم، فرودگاه بین المللی امام خمینی، سائن ورودی	۵۵۷۸۴۰۸-۹	۵۵۷۸۴۱۰	مصطفی کریمی
۴۶	میدان تجریش	۸۴۷	تهران، میدان تجریش، خیابان شهرداری، پلاک ۸۱	۳۶۸۵۸۷۰۶-۳۶۸۵۸۷۰۳	۳۶۸۵۸۳۱۶	رضا جلیل زاده
۴۷	نازی آباد	۸۴۸	تهران، نازی آباد، خیابان مدائن، پلاک ۱۱۶ و ۱۱۸	۵۵۳۳۱۰۰۴-۷	۵۵۳۵۶۰۵۱	علی اکبر عینی
۴۸	سرو	۸۴۹	تهران، سعادت آباد، بلوار سرو غربی، نبش شمال شرقی میدان سرو، پلاک ۷۷	۲۲۰۹۴۳۵۶	-	حسن رنجبر قلیچی
۴۹	ترمینال ۲ فرودگاه مهرآباد	۸۵۲	تهران، فرودگاه بین المللی مهرآباد، ترمینال ۲، زیر پارکینگ طبقاتی	۴۴۶۳۱۰۰۴-۹۴۶۳۱۰۰۴	۴۴۶۳۲۲۵۲	مصطفی کریمی
۵۰	امین حضور	۸۵۳	تهران، میدان بهارستان، خیابان مصطفی خمینی، خیابان امیرکبیر شرقی، نبش کوچه جاویدی، پلاک ۱۴۰	۳۳۴۴۳۷۱۱-۳۳۴۴۳۷۰۴	۳۳۱۳۳۸۱۴	روح اله سیاوشی
۵۱	مولوی	۸۵۴	تهران، خیابان مولوی شرقی، نبش کوچه شهید علی اکبر قاسمی، پلاک ۵۱۸	۵۵۱۵۳۷۳۶-۵۵۱۵۳۷۳۶	۵۵۱۵۴۷۲۹	تیمور طاهری
۵۲	خیابان لواسانی	۸۵۵	تهران، کابرتابه، خیابان لواسانی غربی، نبش دوراهی آریا، پلاک ۳	۲۲۸۱۶۶۹۲-۳-۵	۲۲۸۱۶۶۸۹	حمید زهرونه
۵۳	تهرانسر	۸۵۶	تهران، تهرانسر، بلوار اصلی، نبش خیابان ۱۴	۴۴۵۸۷۵۸۶-۴۴۵۸۷۵۸۶	۴۴۵۱۷۶۶۲	مجید صادقی دستک
۵۴	هایپر استار	۸۵۷	تهران، بزرگراه شهید باکری جنوب، مرکز خریدهایپر استار	۴۴۱۶۷۱۸۵-۶	۴۴۱۶۷۱۹۹	راحله خواجه
۵۵	آصف	۸۵۸	تهران، زعفرانیه، بلوار یزدانی، نبش غربی خیابان ماکولنی پور، پلاک ۱۹	۳۶۸۰۲۳۲۷-۳۶۸۰۲۳۲۰	۳۶۸۰۲۹۰۱	علیرضا رحیمی خو
۵۶	میدان حسین آباد	۸۵۹	تهران، چهارراه پاسداران، میدان حسین آباد، ساختمان مهدی، پلاک ۱۲۰	۲۲۹۶۰۰۱۳-۲۲۹۵۹۹۷۹	۲۲۹۵۹۹۰۹	محمود احسنی
۵۷	مقدس اردبیلی	۸۶۱	تهران، خیابان مقدس اردبیلی، نبش خیابان فرخ، پلاک ۱	۳۶۸۰۲۴۵۳-۳۶۸۰۲۴۰۹	۳۶۸۰۲۴۶۱	میرحسین آقاچانی
۵۸	خیابان ولیعصر - زرتشت	۸۶۲	تهران، بالاتر از میدان ولیعصر، نرسیده به خیابان زرتشت، نبش کوچه ناصر، پلاک ۱۷۷۷	۸۸۸۰۵۷۵۳-۸۸۹۰۶۱۷۸	۸۸۸۰۷۵۹۲	مونا رضایی
۵۹	خیابان دزاشیب - سه راه عمار	۸۶۳	تهران، میدان قدس، انتهای خیابان شهید کبیری (دزاشیب)، سه راه عمار، پلاک ۱۵۸	۲۲۷۵۳۹۱۴-۱۸	۲۲۷۵۳۹۱۳	احسان کیانی
۶۰	خیابان جمهوری	۸۶۵	تهران، خیابان جمهوری، بین خیابان ولی عصر و شیخ هادی، پلاک ۸۵۲	۶۶۹۷۶۳۹۴-۶۶۹۷۶۳۹۲	۶۶۴۵۶۳۸	-
۶۱	یهی- قائم مقام	۸۶۶	خیابان شهید بهشتی، بعد از بزرگراه مدرس، پلاک ۲۷۵	۸۸۵۳۶۲۸۹-۸۶۱۲۲۱۶۰	-	رضا محمدقاسمی
۶۲	دهکده المپیک	۸۶۷	-	-	-	فاطمه حاجی بابائی
۶۳	قلهک	۸۶۸	خیابان دکتر شریعتی، بالاتر از دوراهی قلهک، پلاک ۱۴۲۵	۲۲۶۰۱۵۳۷-۲۲۶۰۳۶۱۳	۲۲۶۰۹۷۰۳	هومن رسولی
۶۴	ستارخان	۸۶۹	تهران، محله توحید، خیابان کوثر سوم، خیابان ستارخان، پلاک ۸۰	۶۶۴۵۳۲۴۱-۶۶۹۲۸۱۶۲	۶۶۵۷۶۲۷۵	بهوش قاسمی
۶۵	پونک	۸۷۰	تهران، بزرگراه اشرفی اصفهانی، بالاتر از میدان پونک، نبش کوچه ۱۹، پلاک ۱	۴۴۴۶۲۵۱۰	۴۴۴۶۲۸۱۵	حمزه نقتیان
۶۶	مژده	۸۷۱	تهران، خیابان نیاوران، خیابان شهید مقدسی (مژده)، خیابان میری، پلاک ۴	۲۲۷۱۶۵۱۶-۲۲۷۱۶۳۵۱	۲۲۷۱۶۲۹۳	احمد عهدی
۶۷	لاله زار	۸۷۲	خیابان لاله زارنو، نرسیده به خیابان منوچهری پلاک ۴۷۱	۳۶۸۷۰۴۵۸-۳۶۸۷۰۳۱۷	۲۲۵۳۰۱۴۶	داریوش خداداد
۶۸	میدان هفت تیر	۸۷۳	میدان هفت تیر، بالاتر از مسجد الجواد، پلاک ۲۷۵	۸۸۸۱۵۳۶۰-۸۸۸۱۵۸۹۰	۸۸۸۴۶۱۹۰	امیر ضیاء
۶۹	نیاوران	۸۷۴	تهران، نیاوران، خیابان شهید باهنر، رویروی پارک باهنر، پلاک ۱۴۸	۳۶۱۱۷۱۹۲-۹۳	۳۶۱۱۷۱۹۵	واله سعیدی
۷۰	بلوار ۲۴ متری سعادت آباد	۸۷۵	تهران، سعادت آباد، میدان فرهنگ، بلوار ۲۴ متری، نبش کوچه چهارم غربی، پلاک ۱۸	۲۲۳۷۸۸۵۶-۷	۲۲۳۵۷۶۰۵	بناترین بابائی
۷۱	خیابان آقازریگی - الهیه	۸۷۶	تهران، خیابان الهیه، خیابان شهید آقازریگی، نبش خیابان استانبول، پلاک ۳۷	۲۲۶۹۶۴۵۱-۲	۲۲۶۹۶۴۵۳	زهره انوار
۷۲	بزرگراه فتح	۸۷۷	تهران، بزرگراه فتح، جاده قدیم کرج، بعد از شیر پاسدویزه، مجتمع تجاری تهران، پلاک ۲۳۸	۶۶۸۱۵۶۶۹-۶۶۸۱۵۷۹۸	۶۶۸۱۶۰۰۸	مهدی تک دهقان
۷۳	شهر قدس	۸۷۸	شهر قدس، بلوار ۴۵ متری انقلاب، رویروی پارک آزادگان، پلاک ۳۸	۴۶۸۳۲۲۳۰-۴۶۸۳۲۲۳۸	۴۶۸۳۲۲۴۱	مرتضی باغستانی
۷۴	دروس	۸۷۹	تهران، خیابان شریعتی، منطقه دروس، بلوار شهرزاد، خیابان شیدایی، کوچه اسپند، پلاک ۲	۲۶۶۴۰۳۲۰-۲۶۶۴۰۳۲۴	۲۶۶۴۰۳۰۸	کژال آیت النبی
۷۵	بلوار مرزداران	۸۸۱	تهران، شهرک ژاندارمری، بلوار مرزداران، بین ایتار و دانش، پلاک ۱۳۶	۴۴۲۱۱۰۴۰-۴۴۲۱۱۳۶۹	۴۴۲۱۱۸۴۱	متصوره رضاییان مقدم
۷۶	بلوار کشاورز	۸۸۲	تهران، بلوار کشاورز، بین خیابان وصال شیرازی و نادری، پلاک ۱۷۸	۸۸۹۸۳۱۵۴-۶	۸۸۹۸۳۱۵۷	فرخ فرجی
۷۷	بلوار دریا	۸۸۳	تهران، خیابان سعادت آباد، بلوار دریا، نبش خیابان رامشه، پلاک ۵۰	۸۸۵۷۸۱۷۱-۸۸۰۷۱۲۰۲	۸۸۳۶۶۷۹	محمود لک
۷۸	گیشا	۸۸۴	تهران، کوی نصر (گیشا)، نبش خیابان نوزدهم، پلاک ۲۶۲	۸۸۴۸۵۷۸۴-۵	۸۸۴۸۵۷۸۷	محمدرضا پیشگاه هادیان
۷۹	جهان شهر کرج	۹۰۱	کرج، میدان سپاه، اول بلوار جمهوری، نبش لیلوفر، پلاک ۱	۰۲۶-۳۴۴۶۱۱۵-۱۷،۲۰	۳۴۴۸۱۴۴۵-۰۲۶	رضا حاجی پور
۸۰	میدان توحید کرج	۹۰۲	کرج، خیابان شاه عباسی، بین میدان توحید و میدان قدس، برج سامان، طبقه همکف	۰۲۶-۳۴۲۰۶۴۷۱-۴	۰۲۶-۳۴۲۵۸۶۲	جبار رضائی دره نیجه
۸۱	شهریار	۹۰۴	شهریار، خیابان ولیعصر، ضلع شرقی میدان امام خمینی (نبش خیابان محسنی)	۶۵۲۶۹۰۲۱-۲۳-۳۶	۶۵۳۸۹۶۲	جواد علی بخشی
۸۲	مهرشهر کرج	۹۰۵	کرج، مهرشهر، بلوار شهرداری، فاز دو، نبش خیابان ۲۰۸، پلاک ۵۴۳	۰۲۶-۳۳۴۱۷۹۰۷	۰۲۶-۳۳۴۱۷۹۰۸	خامعلی کریمی ایبازنی
۸۳	قم	۹۰۰۱	قم، بلوار امین، نبش کوچه ۴۱	۰۲۵-۳۲۹۴۰۶۰۲ ۰۲۵-۳۲۹۳۳۱۱۳	۰۲۵-۳۲۹۱۶۶۱۶	حامد سرخوش
۸۴	فلکه جهاد - قم	۹۰۰۲	قم، فلکه جهاد، خیابان ۱۹ دی، پلاک ۵۵۵ و ۵۵۷	۰۲۵-۳۷۷۰۸۸۴۰-۲	۰۲۵-۳۷۷۰۵۹۴۹	اکبر مردانی
۸۵	شیراز	۹۱۰۱	شیراز، خیابان زند، حذفاصل خیابان های فلسطین و هفت تیر (۲۰ متری سینما سیدی)، ساختمان پاسارگاد، پلاک ۲۹۶	۰۷۱-۳۳۳۱۹۵۲۲-۵-۶-۷	۰۷۱-۳۳۳۱۹۵۱۳	روح الله پورملک

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه/پاچه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمایر	نام مسئول شعب/پاچه ها
۸۶	قصردشت	۹۱۰۳	شیراز، خیابان قصردشت، سه راه خلد برین، پلاک ۷۵	۰۷۱-۳۶۲۷۹۱۸۰ ۰۷۱-۳۶۲۷۹۲۲۶	۰۷۱-۳۶۲۷۹۲۱۶	عبدالکریم ستوده
۸۷	معالی آباد شیراز	۹۱۰۴	شیراز، معالی آباد، بلوار شریعتی، نبش کوچه ۳۷	۰۷۱-۳۶۳۴۱۳۹۷	۰۷۱-۳۶۳۴۱۴۰۶	مهدی ملاشفیع
۸۸	پاسداران شیراز	۹۱۰۵	شیراز، بلوار پاسداران، حد فاصل خیابان میث و تقاطع شهید مطهری، ساختمان سامان	۰۷۱-۳۸۳۳۸۱۱۰-۳	۰۷۱-۳۸۳۳۷۰۸۰	اصغر یاری
۸۹	بندرعباس	۹۱۲۱	بندرعباس، بلوار امام خمینی، سه راه دلتا، برج بلوفر، طبقه همکف	۰۷۶-۳۲۲۳۵۳۰۲-۳	۰۷۶-۳۲۲۳۵۳۳۰	-
۹۰	زاهدان	۹۱۳۱	زاهدان-خیابان امیرالمومنین مابین امیرالمومنین ۲۷ و ۲۹	۰۵۴-۳۲۳۲۸۲۷۹	-	حمیده شه بخش
۹۱	یوشهر	۹۱۴۱	یوشهر، میدان امام خمینی، ابتدای خیابان فرودگاه، پلاک ۳۷	۰۷۷-۳۳۵۶۲۳۱۹-۲۴	۰۷۷-۳۳۵۶۲۳۲۵	-
۹۲	قزوین	۹۲۰۱	قزوین، خیابان خیام شمالی، پلاک ۵۶۰	۰۲۸-۳۳۳۵۷۳۰۵-۶	۰۲۸-۳۳۳۵۸۰۹۵	محمد جهانگیری پاشاکی
۹۳	همدان	۹۲۲۱	همدان، خیابان جهان نما، روپروی خیابان آزاد، برج شهباز، طبقه همکف، پلاک ۱۵۳	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۹۰-۲	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۸۹	امیر فولادی
۹۴	کرمانشاه	۹۲۴۱	کرمانشاه، میدان فردوسی، جنب بیمارستان معتضدی، پلاک ۱۲	۰۸۳-۳۷۷۵۹۵۹۰-۶۱	۰۸۳-۳۷۷۵۹۵۹۷۱	مهرداد مرادی
۹۵	ایلام	۹۲۶۱	ایلام، خیابان طالقانی، روپروی فرمانداری، پلاک ۳۵۱	۰۸۴-۳۳۳۳۱۷۳	۰۸۴-۳۳۳۳۱۵۲	سجاد کلهر کاظمی
۹۶	سنندج	۹۲۷۱	سنندج، چهارراه فلسطین، بلوار سید قطب، پلاک ۳	۰۸۷-۳۳۲۴۵۴۳۲-۳	۰۸۷-۳۳۲۴۵۴۲۶	حسین عبدیان
۹۷	خرم آباد	۹۲۸۱	خرم آباد، خیابان علوی، نرسیده به میدان امام، پلاک ۴۲۲	۰۶۶-۳۳۳۳۵۵۹۰-۲	۰۶۶-۳۳۳۳۵۵۹۱	بیژن ابراهیمیان
۹۸	مشهد	۹۳۰۱	مشهد، بلوار احمد آباد، ۳۰ متری اول احمد آباد (خیابان رضا)، نبش کوچه رضای دوم	۰۵۱-۳۸۴۴۳۲۰۳	۰۵۱-۳۸۴۴۳۹۱۴	محمد ممقانی
۹۹	مدرس مشهد	۹۳۰۲	مشهد، بلوار مدرس، نبش مدرس ۵، پلاک ۳۷	۰۵۱-۳۲۲۸۳۸۰۰-۵	۰۵۱-۳۲۲۴۱۰۴۶	سارا زارعی
۱۰۰	سجاد مشهد	۹۳۰۳	مشهد، بلوار سجاد، نبش سجاد ۸ (خیابان لاله جنوبی)	۰۵۱-۳۷۶۸۲۰۸-۹	۰۵۱-۳۷۶۷۴۰۴۶	الله سازگار
۱۰۱	قرنی (مشهد)	۹۳۰۴	مشهد، بلوار قرنی، مابین چهارراه ابوطالب و قرنی، پلاک ۲۸	۰۵۱-۳۷۱۲۵۸۰۲-۸	۰۵۱-۳۷۱۲۵۸۰۹	مجید امیری دولتی
۱۰۲	بلوارهاشمیه (مشهد)	۹۳۰۵	بلوار شهید صارمی، حدفاصل بلوار کوثر و هاشمیه، بین شهید صارمی ۲۴ و ۲۶، پلاک ۱۵۸	۰۵۱-۳۸۸۴۳۳۶۷ ۰۵۱-۳۸۸۴۵۸۱۱	-	امیر رضا زنده داران
۱۰۳	نیشابور	۹۳۱۶	نیشابور، خیابان امام خمینی (ره)، بین امام خمینی ۲۲ و ۲۴، پلاک ۱۳۸۸	۰۵۱-۳۳۴۹۴۱۳۰۱۵	۰۵۱-۳۳۴۹۴۱۶	علی ابراهیمیان
۱۰۴	بجنورد	۹۳۲۱	بجنورد، تقاطع بلوار امام خمینی (ره) و میرزا رضا کرمانی	۰۵۸-۳۳۲۴۴۳۲۰	۰۵۸-۳۳۲۴۷۳۴۸	یاسر محمود خانی
۱۰۵	گلکسر رشت	۹۴۰۱	رشت، ابتدای بلوار گلکسر، ضلع شرقی میدان باستانی شعار	۰۱۳-۳۲۱۱۴۷۱۰۱۲	۰۱۳-۳۲۱۱۴۷۱۳	-
۱۰۶	ساری	۹۴۰۲	ساری، خیابان فرهنگ، بعد از سه راه قارن، به طرف میدان شهدا	۰۱۱-۳۳۳۵۹۷۲۰۵	۰۱۱-۳۳۳۵۹۷۱۱	سید عبدالعزیز طاهری
۱۰۷	بابل	۹۴۲۱	بابل، میدان ولایت، ابتدای خیابان مدرس، روپروی شهرداری	۰۱۱-۳۲۱۹۷۱۴۰۴۱	۰۱۱-۳۲۱۹۷۱۴۸	ابوذر اساسه
۱۰۸	آمل	۹۴۳۱	آمل، خیابان امام خمینی (ره)، حد فاصل آفتاب ۱۸ و ۲۰	۰۱۱-۴۴۲۹۶۴۲۱-۲۷	۰۱۱-۴۴۲۹۶۴۳۵	-
۱۰۹	گرگان	۹۴۴۱	گرگان، خیابان ولیعصر (عج)، بین عدالت ۸ و ۱۰	۰۱۷-۳۲۳۶۹۰۰۲-۵	۰۱۷-۳۲۳۶۹۰۱۶	سمیه نظریان
۱۱۰	سمنان	۹۴۵۱	سمنان، میدان مشاییر، ابتدای بلوار قدس جنب بانک صادرات	۰۲۳-۳۳۳۶۱۸۰۱۹-۲۲	-	-
۱۱۱	کرمان	۹۵۰۱	کرمان، خیابان سپهبد قرنی، نرسیده به میدان سپهبد قرنی، نبش کوچه قرنی ۸	۰۳۴-۳۲۳۳۳۸۶-۷	۰۳۴-۳۲۳۳۷۶۶۰	ابوالقاسم نصیری
۱۱۲	میدان کوثر (کرمان)	۹۵۰۲	کرمان، میدان کوثر، ابتدای بلوار آزادگان	۰۳۴-۳۲۴۷۶۷۶۱	۰۳۴-۳۲۴۷۶۷۴۲	-
۱۱۳	رفسنجان	۹۵۱۱	رفسنجان، ابتدای خیابان مطهری، بعد از پل فجر، ساختمان محمد عسکری	۰۳۴-۳۴۳۲۱۰۳-۵	۰۳۴-۳۴۳۲۱۰۲	-
۱۱۴	زاینده رود	۹۵۲۱	اصفهان، خیابان توحید میانی، نبش کوچه شهید تقی آبادی، پلاک ۵	۰۳۱-۳۶۲۸۲۵۷۴	۰۳۱-۳۶۲۸۲۵۰۹	احسان جمشیدیان
۱۱۵	چهارباغ بالا	۹۵۲۲	اصفهان، میدان آزادی، خیابان چهارباغ بالا، نبش کوچه بهار آزادی، پلاک ۱۶۹	۰۳۱-۳۱۳۳۷۴۴۲-۳	۰۳۱-۳۶۲۸۲۰۷۹	مجید سیف الدینی
۱۱۶	هشت بهشت اصفهان	۹۵۲۳	اصفهان، خیابان زرگهر، خیابان هشت بهشت شرقی، پلاک ۵۴۶	۰۲۱-۳۳۳۸۷۸۰۰۸۱ ۰۲۱-۳۳۳۸۸۱	-	سمیرا سبزه زار
۱۱۷	خانه اصفهان	۹۵۲۴	اصفهان، شهرک خانه اصفهان، خیابان گلستانه، پلاک ۶۰	۰۲۱-۳۴۳۲۲۷۷۱	۰۲۱-۳۴۴۱۳۸۸	علیرضا مستاجران
۱۱۸	سیتی سنتر اصفهان	۹۵۲۵	اصفهان، بزرگراه شهید وحید دستجردی، مقابل ورودی جنوبی شهرن، مجتمع سیتی سنتر اصفهان، طبقه همکف	۰۳۱-۳۶۵۱۸۸۴۱-۲	۰۳۱-۳۶۵۱۸۸۴۳	روزبه سلیمی
۱۱۹	یزد	۹۵۴۱	یزد، خیابان امام خمینی (ره)، نبش کوچه شهید صدوقی، پلاک ۲۷۴	۰۳۵-۳۶۲۲۱۶۹۱-۲	۰۳۵-۳۶۲۲۱۶۵۲۵	محمدحسین مداحزاده
۱۲۰	بلوار جمهوری اسلامی یزد	۹۵۴۲	یزد، بلوار جمهوری اسلامی نبش کوچه محمود آباد، رو به روی برج آسمان	۰۳۵۳۳۰۲۱۴۰-۴۹	-	محمدرضا زارع
۱۲۱	اراک	۹۵۶۱	اراک، خیابان شهید رجایی، پلاک ۸۸۲۷	۰۸۶-۳۲۲۱۴۴۰۴-۵	۰۸۶-۳۲۲۲۵۹۵۷	محمد فرح بخش
۱۲۲	تبریز	۹۶۰۱	تبریز، خیابان امام، بالاتر از چهارراه شهید بهشتی، نبش کوی فرهنگ، پلاک ۵۲۱	۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۰۰-۲۰	۰۴۱-۳۳۳۷۵۱۶۰	ابراهیم پایداره
۱۲۳	ولیعصر تبریز	۹۶۰۲	تبریز، خیابان ولیعصر (عج)، حدفاصل فلکه بازار و ایرادک، پلاک ۱۶	۰۴۱-۳۳۳۲۲۴۰۹	۰۴۱-۳۳۳۰۱۱۵۵	علیرضا محمودی
۱۲۴	۱۷ شهریور تبریز	۹۶۰۳	تبریز، ابتدای خیابان ۱۷ شهریور جدید، بلوار شهید قاضی طباطبائی، پلاک ۸۳	۰۴۱۳۵۵۲۰۹۴۱ ۰۴۱۳۵۵۲۳۱۷۲	۰۴۱-۳۵۵۲۳۱۷۳	اروج میرزانی
۱۲۵	استاد شهریار تبریز	۹۶۰۴	تبریز، ابتدای جاده اتل گلی، نبش کوی الهی پرست، پلاک ۳	۰۴۱-۳۳۲۹۳۳۶۲	۰۴۱-۳۳۲۹۳۳۶۰	محمدعلی رضائی اقدم
۱۲۶	بازار تبریز	۹۶۰۵	تبریز، خیابان جمهوری اسلامی، ابتدای خیابان دارانی (شهید مدنی)، پلاک ۱۴۲۷	۰۴۱-۳۵۲۴۴۰۴۹	۰۴۱-۳۵۲۴۴۲۶۳	احمد رنجبری
۱۲۷	ارومیه	۹۶۲۱	ارومیه، خیابان کاشانی، روپروی مرکز بهداشت، پلاک ۱۵۶	۰۴۴-۳۲۲۴۴۳۱۱	۰۴۴-۳۲۲۴۰۳۹۲	شهاب امامی
۱۲۸	خیابان سرداران ارومیه	۹۶۲۲	ارومیه، خیابان سرداران، جنب کوچه شهید صفوی (کوچه تلفنخانه سابق)، پلاک ۱۶۹	۰۴۴-۳۲۲۵۰۵۲۳-۲۴	۰۴۴-۳۲۲۷۸۴۶	مسعود نامی فر
۱۲۹	اردبیل	۹۶۴۱	اردبیل، خیابان شیخ صفی، پلاک ۱۶۰	۰۴۵-۳۳۲۵۲۶۰۱-۵	۰۴۵-۳۳۲۵۲۰۰۱	ناصر هوشیاری
۱۳۰	زنجان	۹۶۸۱	زنجان، میدان آزادی، ابتدای خیابان امام، ساختمان ممتاز	۰۲۴-۳۳۳۲۰۶۵۴-۵	۰۲۴-۳۳۳۲۷۷۳۳	حمید رضا ففوری
۱۳۱	اهواز	۹۷۰۱	اهواز، خیابان شهید چمران (کیانپارس)، حد فاصل خیابانهای ۳ و ۴ شرقی، پلاک ۳۰۵	۰۶۱-۳۳۹۲۰۵۲۴۰۶	۰۶۱-۳۳۹۲۰۷۴۵	حسنت سپندار
۱۳۲	کیش	۹۸۰۱	کیش، خیابان فردوسی، مرکز تجاری کیش، طبقه همکف	۰۷۶-۴۴۴۵۴۹۰۰۹۵	۰۷۶-۴۴۴۵۴۲۵۹	پیمان خیاطی
۱۳۳	قشم	۹۸۲۱	قشم، بلوار ولیعصر (امام قلی خان)، روپروی مجتمع تجاری خلیج فارس، ساختمان گلدریس	۰۷۶-۳۵۲۴۶۶۴۰-۴۱	۰۷۶-۳۵۲۴۶۶۵۰	عباس اطهری
۱۳۴	اروند	۹۸۵۱	آبادان، بلوار شهید منتظری (شاپور سابق)، نبش خیابان امیر کبیر (امیری)	۰۶۱-۵۳۲۲۶۷۴۰۵	۰۶۱-۵۳۲۲۶۷۳۱	حمید گنجیزیان

شعب بانک سامان پاسخگوی همیشگی شما

ساعت کاری شعب		
شعبهٔ فرودگاه امام خمینی (ره) و واحد CIP		۲۴ ساعته
شعب	شنبه تا چهارشنبه	پنج شنبه
شعبه کیش	۰۸:۰۰ تا ۱۴:۳۰	۰۸:۰۰ تا ۱۲:۳۰
اروند	۰۷:۳۰ تا ۱۴:۳۰	۰۷:۳۰ تا ۱۲:۳۰
شعبه اهواز	۰۷:۳۰ تا ۱۴:۳۰	۰۷:۳۰ تا ۱۲:۳۰
شعبه قشم	۰۸:۰۰ تا ۱۴:۳۰	۰۸:۰۰ تا ۱۲:۰۰
سایر شعب	۰۷:۳۰ تا ۱۴:۳۰	۰۷:۳۰ تا ۱۲:۳۰

سرپرستی‌ها

ردیف	عنوان سرپرستی	نام سرپرست	نشانی	شماره تلفن
۱	سرپرستی ناحیه ۱	اله میرزایی	تهران، میدان تجریش، خیابان شهرداری، پلاک ۸۱، طبقه سوم	۲۶۸۵۹۲۰۶-۲۶۸۵۹۱۱۵-۲۶۸۵۹۱۱۸
۲	سرپرستی ناحیه ۲	متین اقبال زاده		
۳	سرپرستی ناحیه ۳	بابک برومند	بزرگراه رسالت، خیابان آیت، ضلع جنوب غربی میدان نبوت، پلاک ۵۶۰، طبقه فوقانی شعبه میدان نبوت - کد پستی: ۱۶۴۸۸۷۳۱۱	۷۷۹۱۲۱۵۴-۷۷۹۱۰۱۱۹-۷۷۹۱۵۰۰۹
۴	سرپرستی ناحیه ۴	بهاره علیاری		۷۷۹۱۷۱۳۱
۵	سرپرستی ناحیه ۵	حسین یوسفی پور		۷۷۹۱۰۱۱۲
۶	سرپرستی ناحیه ۶	مهدی عامری	خیابان سید جمال الدین اسدآبادی، نبش کوچه چهل و نهم، پلاک ۴۳۳، نیم طبقه شعبه سیدجمال الدین اسدآبادی - کد پستی: ۱۴۳۴۹۳۳۵۷۳	۸۸۶۱۶۴۸۵-۸۸۶۲۹۰۶۷-۸۸۰۴۲۳۱۴
۷	سرپرستی ناحیه ۷	مریم طرفی نژاد		۸۸۰۳۳۱۴۳-۸۸۰۶۲۸۸۳
۸	سرپرستی ناحیه ۸	مجتبی قنبرزاده	بزرگراه همت غرب، شهرک گلستان، بلوار امیر کبیر، نرسیده به چهارراه گلها، پلاک ۵۳، طبقه فوقانی شعبه شهرک راه آهن - کد پستی: ۱۴۹۴۷۱۴۴۴۱	۴۴۳۹۱۱۱-۴۴۳۶۸۷۸۹
۹	سرپرستی ناحیه ۹	مهدی احمدی		۴۴۳۷۹۸۰-۴۴۳۶۸۷۴۷
۱۰	سرپرستی ناحیه ۱۰	علی حمیدیا	برج سامان، طبقه ۱۵، مدیریت جذب و فروش	
۱۱	سرپرستی شعب استان‌های شمال	محمود ملکی	ساری خیابان فرهنگ بعد از سه راه قارن به طرف میدان شهدا	۰۱۱-۳۳۲۵۹۷۸۱-۳۳۲۵۹۷۸۶-۳۳۲۵۹۷۸۴
۱۲	سرپرستی شعب استان‌های شمال غرب	غلامرضا نیکمهد	تبریز خیابان امام بالاتر از چهارراه شهید بهشتی نبش کوی فرهنگ پلاک ۵۲۱	۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۴۰-۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۳۸
۱۳	سرپرستی شعب استان‌های شرق و شمال شرق	مهدی تونزنده جانی	مشهد، بلوار سجاد، نبش سجاد ۸، ط اول	۱۱۲-۱۱۴-داخلی-۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۴۴۰۵
۱۴	سرپرستی شعب استانهای مرکز	مجاهدی	اصفهان خیابان توحید میانی نبش کوچه شهید تقی آبادی پلاک ۵	۰۳۱۳-۶۲۸۲۱۱۲-۰۳۱۳-۶۲۸۲۱۱۰
۱۵	سرپرستی ناحیه ۱۵	مهدی باقی	برج سامان، طبقه ۱۵، مدیریت جذب و فروش	
۱۶	سرپرستی شعب استان‌های جنوب و جنوب غرب	مهرداد نظری	شیراز، بلوار پاسداران (زهری)، حدفاصل خیابان بعثت و تقاطع مطهری، ساختمان سامان، طبقه اول	۰۷۱-۳۸۴۴۶۴۷۰-۷۲ ۰۷۱-۳۸۴۴۶۶۷۲
۱۷	سرپرستی شعب استان‌های جنوب شرق	احمد شریعتمداری	کرمان، خیابان سپهدق‌قرنی، نرسیده به میدان سپهدق‌قرنی، نبش کوچه قرنی ۸	۰۳۴۴-۲۲۳۸۷۹۴

دفاتر بانکداری اختصاصی

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

دفاتر بانکداری شرکتی بانک سامان

نام دفتر	نشانی	تلفن	نمایر	نام رئیس
دفتر بانکداری شرکتی شهر مشهد	مشهد، بلوار سجاد، بین چهارراه بزرگمهر و بهار، نبش خ لاله، ساختمان بانک سامان، طبقه دوم	۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۳۹ و ۴۱	۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۴۰	نقیسه سلماسی
دفتر بانکداری شرکتی واحد اصفهان	اصفهان، خیابان توحید میانی، نبش کوچه تقی آبادی، ساختمان بانک سامان، طبقه اول	۰۳۱-۳۶۲۷۴۰۷۰	۰۳۱-۳۶۲۸۶۰۲۸	زهرا ایلخانی
دفتر بانکداری شرکتی تهران	تهران، خیابان شریعتی، نبش کوچه اتو بانک، پلاک ۱۰۰۵، برج سامان	۰۲۱-۲۲۳۳۰۰۰۰ داخلی ۳۵۶۶	-----	آقای عرب اسدی

هدیه‌ها در راهه خوشحالی همراه!

در سورسفندها سامانیوم

یک جایزه ۱۰۰ میلیون تومانی، سه گوشی Galaxy A25 5G سامسونگ
صد جایزه ۵۰۰۰ سامانی





تنخواہ کارت؛ راحت تر برای همکارانتان، مطمئن تر برای خودتان

باشما هستیم

مرکز سامان ارتباط: ۰۲۱-۶۴۲۲

www.sb24.ir

- شفافیت در مدیریت حساب تنخواہ
- شارژ آسان تنخواہ کارت‌ها
- امکانات جدید از جمله انتقال وجه شتابی

با هم بیست ساله شدیم

بیستمین سالگرد تأسیس شرکت بیمه سامان

۲۷ بهمن ۱۴۰۳