

سان

سال شانزدهم، شماره ۱۶۲
آذر ۱۳۹۹



مدیریت آسان کسب و کارها با موبایلت





بانک سامان

نام تجاری: بانک سامان

نام شرکت: بانک سامان

سال تاسیس: ۱۳۷۸

محل شرکت: تهران



به این اثر رأی می‌دهم.

با رأی خود از وبسایت سامان در سیزدهمین
جشنواره وب و موبایل ایران حمایت کنید.

Iran Web / Mobile Festival





بامجله **سalam** همراه باشید

گروه مالی سامان

پرداخت الکترونیک سامان کیش

تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از میدان ونک، انتهای خیابان خدامی، بعد از تقاطع آفتاب، پلاک ۱۰۴
تلفن: ۸۴۳۴۵۰۰۰ مرکز ارتباط با مشتریان: ۸۴۰۸۰ شماره: ۸۸۲۱۹۱۴۰ www.sep.ir



بیمه سامان

تهران، خیابان سیدجمال‌الدین اسدآبادی، پلاک ۴۳۳
تلفن: ۸۹۴۳-۰۲۱ شماره: ۸۸۷۰۰۲۰۴ www.sif.ir



کارگزاری بانک سامان

تهران، بلوار آفریقا، خیابان ناهید غربی، پلاک ۳۱
تلفن: ۴۳۰۲۴۰۰۰ شماره: ۲۶۲۳۰۹۸۵ www.samanbourse.com



صرافی سامان

شعبه مرکزی: تهران، خیابان خالد اسلامبولی (وزرا)، خیابان هفتم، پلاک ۱۱
تلفن: ۸۸۷۰۵۸۰۳ و ۷۱۹ و ۸۸۷۰۹۲۱۰ شماره: ۸۸۷۰۹۲۱۰ www.samanexchange.com



اعتبارسنجی حافظ سامان ایرانیان

تهران، خیابان دستگردی (ظفر)، پلاک ۱۲۸، کدپستی ۱۹۱۹۹۴۳۷۶۹
تلفن: ۴۱۷۲۶۰۰۰ شماره: ۴۱۷۲۶۰۰۱ www.lcbs.ir



خدماتی آفتاب تجارت سامان

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



تأمین سرمایه کاردان

تهران، خیابان نلسون ماندلا (آفریقا)، خیابان کاج آبادی، شماره ۱۱۴، طبقه ۳
تلفن: ۹۶۶۲۱۱۱۱ شماره: ۹۶۶۲۱۱۳۳ سایت: www.kardan.ir



کیش سل پارس

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



پردازشگران سامان

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



تندر نور

تهران، میدان رسالت، خیابان هنگام، بلوار دلاوران، بین چهارراه آزادگان و تکاوران، پلاک ۳۷۷
تلفن: ۷۷۴۴۴۶۶۴-۰۲۱ - ۷۷۱۸۲۸۴۴-۰۲۱ www.thunder-light.com





سامان

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

همیشه منتظر آثار شما هستیم

- از دریافت مقالات و دیدگاه‌های صاحب نظران استقبال می‌کنیم.
- از ارسال مطالب چاپ‌شده در مطبوعات خودداری شود.
- لطفاً مطالب منابع در گیومه مشخص شود.
- مقالات ترجمه‌شده همراه با کپی اصل مقاله ارسال شود.
- مطالب ارسالی پس فرستاده نمی‌شود.
- لطفاً مطالب تایپ‌شده 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.
- بی‌نوشت و هرگونه توضیح در مورد منابع در انتها قرار گیرد.
- کلماتی که مخفف نوشته می‌شود، یک بار کامل درج شود.
- تیر و سوتیرهای مناسب به وسیله نویسنده مشخص شود.
- مطالب چاپ‌شده 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.

- یادداشت سردبیر/ ۶
- برنامه‌ریزی بانکداری الکترونیک برای توسعه زیرساخت‌ها/ ۸
- نقش مدیریت منابع انسانی در دوره تحول دیجیتال در سازمان‌ها/ ۱۰
- برای بنگاه‌های اقتصادی و کسب و کارها کرونا تهدید است یا فرصت؟/ ۱۶
- شعبه‌ای در قلب پایتخت/ ۲۳
- جذب منابع انسانی بر مبنای شایستگی/ ۲۸
- کارکنان توانمند شرکت آفتاب تجارت سامان/ ۳۰
- داوران نیمه نهایی فستیوال پلنت/ ۳۴
- داوری نیمه نهایی پلنت/ ۳۶
- امنیت شغلی کارکنان/ ۳۸
- جزئیاتی از اجرای قانون چک/ ۴۰
- خطر فوتبال از کیک بوکسینگ بیشتر است/ ۴۱
- خط اعتباری/ ۴۲

- نقش فرهنگ در توسعه جوامع/ ۴۳
- تقدیر از همکاران از نگاه مشتریان/ ۴۶
- مدیرعامل بیمه سامان: صادرات خدمات بیمه‌ای در راستای عمل به سیاست‌های اقتصاد مقاومتی است/ ۵۱
- معرفی همکاران برگزیده بیمه سامان در بیست و هفتمین همایش ملی بیمه و توسعه/ ۵۱
- "پایان بیمه" آغازی نو برای فعالان صنعت بیمه/ ۵۲
- بیمه نامه «یونیت لینک» وارد سبد محصولات شرکت بیمه سامان می‌شود/ ۵۳
- کاهش هزینه‌های بستری با خرید آنلاین بیمه نامه کرونا/ ۵۳
- بیمه کرونا/ ۵۳
- معرفی نامه ندارد/ ۵۳
- چگونه به بورس تکیه کنیم؟/ ۵۴
- برگزیدگان طرح سامان ۱۴۰۰/ ۵۶
- شعب بانک سامان/ ۵۸

دفاتر بانکداری شرکتی بانک سامان

نام دفتر	نشانی	تلفن	نمابر	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 ولی عصر، چهارراه پارک وی، کوچه ترکش دوز، ساختمان اداری بانک سامان	۰۲۱-۲۳۰۹۵۶۱۱	-----	خانم مهدوی

نشانی اداره مرکزی بانک سامان:

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

نشانی روابط عمومی بانک سامان:

خیابان ولی عصر، خیابان سلطانی (سایه)، نبش بن بست نادر، پلاک یک
تلفن: ۰۲۱-۲۲۶۵۹۴۱۱ | سایت: www.sb24.com

نشانی دفتر مجله سامان:

خیابان قائم مقام فراهانی، مقابل خیابان فجر، پلاک ۷۴
تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۴۸۷۹ | فاکس: ۰۲۱-۸۸۸۳۷۴۸۳

مدیریت خطر و ریزش کوه



ناصر بزرگمهر
nbozorgmehr@yahoo.com

به نام او که هر چه بخواهد همان می شود

عریض تر کرد، این ساده ترین شکلی است که مردم از وزارت راه انتظار دارند، همین امروز هم دیر نیست، می توان در یک طرح جهادی و در راستای اقتصاد مقاومتی با بسیج بولدوزر و کامیون و دینامیت و عقل چند مهندس جوان، از تلف شدن میلیون ها ساعت وقت مردم و هدر رفتن میلیون ها لیتر بنزین در ترافیک این جاده ها جلوگیری کرد.

هراز و چالوس با حداقل امکانات در ۷۰ سال قبل و برای تعداد محدودی اتومبیل ساخته شد و باعث شرمندگی ده ها دولتی است که در این سال ها آمده و رفته اند و هنوز یک تونل جدید و یا جاده جدید نساخته اند، داستان بزرگراه شمال یا همین ادامه بزرگراه همت یا عریض کردن چند کیلومتر اتوبان کرج، که هر کدام آینه عبرت است، طرح های بهتر و ساخت بزرگراه هم پیشکش وزارت راه بماند.

این وزارت راه که در کار خودش هم سالیانست مانده بود، حالا شهرسازی هم در کنارش قرار گرفته است و حتما می خواست در دولت معجزه، معجزه ای بکند، هر چند از زمان ادغام هم چند دولت آمدورفت و نتیجه ای هنوز دیده نشده است.

بعد از جنگ جهانی دوم، آلمان برای ۲ سال همه بودجه مملکت را به وزارت راه سپرد، تنها پول و خزانه دولت نبود که به این وزارتخانه سپرده شد بلکه مثل انقلاب فرهنگی ما، بسیاری از پروژه ها و حتی گویا مدارس و دانشگاه ها تعطیل و کارکنان مازاد اکثر وزارتخانه ها به وزارت

در طول عمر، هر وقت تابلو خطر ریزش کوه را در جاده های کوهستانی می بینم، فکر می کنم که معنای این تابلو چیست؟

تابلو می گوید احتمال سقوط بهمن و یا صخره ای بزرگ و یا سنگ ریزه هایی کوچک در چند صد متری شما است، خب چه باید کرد؟ مسافر و راننده باید چه کنند؟ بایستند و راه آمده را برگردند؟ یا پا را روی پدال بیشتر بفشارند؟ و یا آهسته تر و بی صدا از گردنه ها عبور کنند؟ اصلا این تابلو باشد یا نباشد چه فرقی می کند؟

به نظر من این تابلو در میان علائم راهنمایی و رانندگی خیلی بی ربط است، یا حداقل رانندگان هیچ کاری در مقابل این گونه علائم راهنمایی و رانندگی از دستشان بر نمی آید، مسئول این علائم مردم نیستند، وزارت راه است، به جای نصب این تابلو ها باید جاده ها را ایمن کنند، کوه را بتراشند، حفاظ نصب کنند، سقف بزنند، تونل ایجاد نمایند، نه آنکه شصت هفتاد سال از ایجاد فلان جاده کوهستانی بگذرد و همچنان تابلو راهنمایی و رانندگی سرافراز باقی مانده باشد که در پشت این گردنه، احتمال سقوط سنگ و صخره و برف و بهمن است. خب چکار کنیم؟ گاهی فکر می کنم همین جاده چالوس و هراز خودمان را اگر در این ۴۰ سالی که گذشت، روزی ۱۰ متر درست می کردند، امروز کار تعمیرات آن به پایان رسیده بود و حداقل ۱۵۰ کیلومتر جاده عریض و چند بانده داشتیم، این جاده های کوهستانی را باید فقط با بولدوزر و دینامیت کمی

یکی از وظایف همکاران جوان من در بخش صف شعب، ارایه توضیح به مشتریان در همه زمینه های مورد نیاز است. به نظر من فقط گرفتن امضا از مشتری کفایت نمی کند و باید برای مشتری توضیح داد. مشتری هم در مواجهه با سیستم بانکی به تابلوهای گوناگون خطر ریزش کوه که مرتباً به او ارایه می شود و او را ملزم به تعهد با مطالعه می کند باید توجه نماید

گفتم، هر وقت تابلو خطر ریزش کوه را در جاده ها می بینم، فکر می کنم معنای این تابلو چیست و چه باید کرد؟

سیستم بانکی هم در بسیاری از موارد، دارای تابلوهای خطر ریزش است، خطر بی ارزش شدن سپرده ها و یا خطر ریسک گرفتن تسهیلات و یا خطر صادر کردن چک های بی محل و ده ها موضوع ریز و درشت بانکی که گاهی در افتتاح حساب و یا قرار دادهای بانکی در اختیار مشتریان قرار می گیرد و بسیاری از مشتریان عزیز، نخوانده امضا می کنند. قصه های متعددی که گاهی در سیستم بانکی می شنویم و کار را به جایی می رساند که مشتری گاو خود را به شعبه ای در یکی از بانک های دولتی می برد و امثالهم، همه نشانه های بی توجهی به همان تابلو خطر ریزش کوه است.

یکی از وظایف همکاران جوان من در بخش صف شعب، ارایه توضیح به مشتریان در همه زمینه های مورد نیاز است. به نظر من فقط گرفتن امضا از مشتری کفایت نمی کند و باید برای مشتری توضیح داد.

مشتری هم در مواجهه با سیستم بانکی به تابلوهای گوناگون خطر ریزش کوه که مرتباً به او ارایه می شود و او را ملزم به تعهد با مطالعه می کند باید توجه نماید.

فیلم هایی که از ربودن پول مشتری در خروج از بانک ها تا نحوه استفاده از کارت های بانکی و دستگاه های پوز و خود پرداخت های بانکی و ده ها مورد دیگر که در دنیای مجازی پخش می شود و آه و ناله مردم را در می آورد، هزاران بار با ارایه تابلوهای خطرافرین از طرف سیستم بانکی گوشزد و تذکر داده شده است.

آنجایی که مشتری می تواند مواظبت کند، باید بخاطر منافع خودش هم که شده است، این کار را مثل بستن کمربند ایمنی در رانندگی انجام دهد. از ارایه کارت های بانکی و رمز آنها به بقال و سوپری خودداری کنید.

راه مأمور شدند تا در یک اقدام انقلابی همه جاده های آلمان بازسازی و نوسازی شوند، جاده سازی مهم ترین دستور کار دولت آلمان شد، با این اعتقاد که جاده ها رگ های بدن کشور هستند، جاده های اصلی شریان های حیاتی جامعه بشمار می روند، سرخرگ ها و سیاهرگ ها بزرگراه های جریان ساز اقتصادی و اجتماعی و سیاسی خواهند بود، شهرهای بزرگ باید با اتوبان و قطار به هم وصل شوند، همه نقاط بدن کشور به جریان خون نیاز دارند، جاده های کوچک و بزرگ بر اساس نیاز مویرگی به حیات اقتصادی کشور کمک می کنند، شبکه جاده ای یعنی پویایی اقتصاد، یعنی صرفه جویی در سوخت و بنزین و گازوئیل، یعنی آمدن توریست و رونق گردشگری، یعنی ارتباطات آسان برای مردم، یعنی جلوگیری از سیل مهاجرت به شهرهای بزرگ، یعنی حفظ محیط زیست یک کشور، یعنی کشته نشدن مردم در جاده ها، یعنی جلوگیری از تصادفات و هدر رفتن جان و مال شهروندان، یعنی سرازیر شدن ثروت به جیب مردم، یعنی صداها تعریف دیگر.

جاده سازی مهم ترین وظیفه دولت هاست که ۴۰ سال از آن غفلت شده است، اعلام و افتتاح هر از چندی، یک بزرگراه نشانه کار و تلاش و خدمت کردن نیست، این سرزمین بیش از این حرف ها ثروت و دانش داشته است، مشکل ما همیشه مدیریتی است، امیدوارم در دولت تدبیر و امید، جناب رئیس جمهور ارجمند فکری کنند. این چندماه هم می گذرد، اما دولت می تواند تحول در جاده های کشور را به نام خود ثبت کنند. بر اساس آمار ناجا سالی حدود ۲۴ هزار نفر در جاده های کشور می میرند، میلیون ها لیتر بنزین، این سرمایه ملی که دود می شود، وقتی که می گویند طلا است به هدر می رود، مردم در ترافیک ها بیمار و عصبی می شوند، اقتصاد کند است، محصولات به موقع جابجا نمی شوند، کشاورزی ضرر می کند و ده ها نکته مهم دیگر که خود بهتر می دانید. حالا منظور من بیشتر راجع به تابلو خطر ریزش کوه بود، همانطور که

برنامه ریزی بانکداری الکترونیک برای توسعه زیرساخت‌ها

گفت و گو: جعفر تکبیری

هم‌زمان با شیوع بیماری کرونا و لزوم کاهش تردد در سطح شهر برای حفظ ایمنی شهروندان، تقاضا برای استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک بیش از گذشته افزایش یافته است. اتفاقی که حجم کار را برای بخش‌های مختلف بانک که به صورت مستقیم در حال سرویس‌دهی در حوزه خدمات الکترونیک هستند، بالا برده است، اما واقعیت آن است که همکاران بانک سامان نه تنها توانسته‌اند، افزایش تقاضا برای دریافت خدمات الکترونیک را به خوبی مدیریت کنند، بلکه در کنار آن اقدام به عرضه محصولات جدیدی در این حوزه کرده‌اند تا مشتریان بتوانند خدمات متمایزی را در حوزه ابزارهای الکترونیک دریافت کنند.

آنچه در ادامه می‌خوانید بخشی از دستاوردهای بانکداری الکترونیک در ۶ ماه نخست سال جاری است.



اقدامات در حوزه درگاه‌های فیزیکی

همچنین در حوزه درگاه‌های فیزیکی نیز مدیریت بانکداری الکترونیک اقدامات مختلفی از جمله ارتقا امنیت در پایانه‌های فیزیکی، ایجاد امکان فعال‌سازی سرویس پایا بر روی کارت از طریق پایانه‌های غیر نقدی بر مبنای امضای دیجیتال مشتری، اعلام و واریز با شناسه از طریق کارت‌های سامانی و شتابی، اصلاح ساینر رسید پایانه‌های فیزیکی باهدف صرفه‌جویی در مصرف کاغذ، فعال‌سازی و غیر فعال‌سازی رمز دوم پویا/ایستا از طریق خودپردازها، و تغییر فرایند واریز در CRS با هدف بهبود تجربه کاربری مشتریان نیز از جمله اقدامات مدیریت بانکداری الکترونیک بوده است.

میزان تراکنش‌ها بر روی ابزارهای الکترونیک

در همین ارتباط لازم به ذکر است که اطلاعات موجود نشان‌دهنده رشد خوب تراکنش‌ها بر روی خدمات الکترونیک بانک سامان است. بر این اساس، میزان تراکنش‌های کارت‌های تمام بانک‌های بر روی خودپردازها بانک سامان در ۳ ماهه دوم سال ۹۹ مبلغ ۹,۹۴۲,۸۶۷ میلیارد ریال بوده که سهم ۵۳ درصدی از رشد را به خود اختصاص داده است. همچنین در پایانه CRS در مدت مشابه مبلغ ۱۶۴,۱۹۳ میلیارد ریال

بر اساس گزارشی که مدیریت بانکداری الکترونیک منتشر کرده، در ۶ ماه نخست سال جاری، در حوزه اپلیکیشن موبایل، این مدیریت اقداماتی نظیر راه‌اندازی امکان ثبت درخواست خرید کارت هدیه از طریق موبایل، بهبود تجربه کاربری موبایل باهدف سهولت استفاده کاربران، ایجاد زیرساخت‌های بازیابی و فراموشی رمز و همچنین صدور رمز نت بانک و موبایل برای نوبت اول از طریق این اپلیکیشن (بدون مراجعه به شعبه)، راه‌اندازی چت آنلاین در موبایل، راه‌اندازی واریز با شناسه از طریق موبایل، حذف بلیت امنیتی برای انتقال وجه بین سپرده‌های شخصی و پرداخت قبوض مشتری، امکان توصیه محصولات موردنیاز مشتری بر اساس رفتار مشتری، راه‌اندازی سرویس ثبت درخواست انتقال وجه بالای ۵۰۰ میلیون ریال بدون مراجعه به شعب، ایجاد امکانات مرتبط با انجام خدمات پرداخت خیریه، شارژ تلفن همراه و بسته اینترنت از طریق سپرده بدون نیاز به رمز دوم و کد CVV۲ به منظور بهبود تجربه کاربری، ارسال اطلاعات تراکنش برای مشتری در زمان درخواست بلیت امنیتی و رمز دوم پویا، راه‌اندازی سرویس اعلام قبوض شرکت‌های خدماتی و اپراتورهای تلفن همراه با همکاری شرکت قبضینو، را به سرانجام رسانده است.

تراکنش صورت گرفته است. میزان تراکنش‌ها در همین مدت در پایانه غیر نقدی مبلغ ۵۲,۳۴۵ میلیارد ریال، در درگاه نت بانک مبلغ ۸۱۲,۹۵۶ میلیارد ریال، در درگاه موبایلت ۴,۷۵۹,۴۲۰ میلیارد ریال، در Pinpad با مبدأ سامانی ۶۳,۵۵۸ میلیارد ریال، در Pinpad با مبدأ شتابی ۴۷,۳۶۱ میلیارد ریال بوده است.

برنامه توسعه‌ای در سه‌ماهه سوم

در کنار تمامی این‌ها مدیریت بانکداری الکترونیک در سه‌ماهه سوم سال جاری نیز برنامه‌های توسعه مختلفی را در نظر گرفته، که اهم این برنامه‌ها در بستر موبایلت به شرح ذیل است:

- ۱- راه‌اندازی سرویس‌های ثبت درخواست صدور کارت دبیت در موبایلت
- ۲- ایجاد امکان افتتاح حساب برای مشتریان بانک سامان (مشتري فعلي)
- ۳- توسعه نسخه PWA با ایجاد امکان ارائه سرویس‌های مرتبط با گزارش‌گیری و مغایرت‌یابی پذیرندگان کارت‌خوان‌های سامانی (موبایلت پلاس)
- ۴- تأیید موبایل یا تبلت توسط مشتریان و عدم نیاز به اخذ برخی از تأییدیه‌های یک‌بارمصرف در دستگاه‌های تأیید شده (Trusted Session Management)
- ۵- راه‌اندازی سرویس‌های مرتبط با فروش شارژ و بسته سامانتل و رایتل
- ۶- ایجاد منوی اصلاح شماره تلفن همراه توسط مشتریان



نقش مدیریت منابع انسانی در دوره تحول دیجیتال در سازمان‌ها

(مطالعه موردی بیمه سامان)

| نازیلا آزادپر؛ کارشناس ارشد مدیریت منابع انسانی، اداره توسعه استعدادها، شرکت بیمه سامان |

• مقدمه

تحول دیجیتال بیش از هر زمان دیگری مفهوم مهمی در سازمان‌ها است. فناوری‌های دیجیتال به عنوان ابزاری برای حمایت از کارهای دفتری افراد آغاز شد و در ادامه مبنای تعاملات اجتماعی و جامعه‌سازی در سازمان‌ها شده و اخیراً قادر به انجام نقش‌های مدیریتی با استفاده از قابلیت‌های فناوری اطلاعات شده است. هدف از دیجیتالی شدن منابع انسانی، خودکار سازی فرآیندها و کاهش زمان صرف شده در فرآیندهای منابع انسانی و ارتقای تجربه کارمند در تحول دیجیتال می‌باشد که این مهم به نوبه خود به سازمان در بهره بردن از خط مشی اصلی کمک می‌کند. در این تحقیق به اهمیت تحول دیجیتال در مدیریت منابع انسانی و شناسایی فرصت‌های اصلی و ریسک‌های مرتبط با تحول دیجیتال در سازمان‌ها می‌پردازیم و روش‌های فعلی مورد استفاده در شرکت بیمه سامان این پدیده مهم و نوظهور تأمل می‌کنیم.

• بیمه سامان

شرکت بیمه سامان در تاریخ ۱۳۸۳/۱۱/۲۷ به منظور ارائه خدمات بیمه‌های بازرگانی در رشته بیمه‌های اموال، مسئولیت و اشخاص با سرمایه ۲۰۰ میلیارد ریالی منقسم به ۲۰۰ میلیون سهم با ارزش اسمی یک هزار ریالی در سازمان ثبت شرکت‌ها با شماره ثبت ۲۴۱۰۵۹ ثبت شد و در تاریخ ۱۳۸۳/۱۲/۱۱ مجوز فعالیت خود را در رشته‌های زندگی، غیر زندگی و بیمه‌های اتکایی از بیمه مرکزی دریافت نمود و به عنوان ششمین عضو گروه مالی سامان فعالیت خود را آغاز کرد. بانک سامان، شرکت سرمایه‌گذاری بانک سامان، شرکت سرمایه‌گذاری مس سرچشمه، صندوق بازنشستگی شرکت ملی صنایع مس ایران و مؤسسه صندوق حمایت و بازنشستگی کارکنان فولاد به همراه جمعی از اشخاص حقیقی و حقوقی با سوابق طولانی در صنایع مالی و تولیدی اعضای هیأت مؤسس شرکت بیمه سامان را تشکیل می‌دهند.

• مدیریت منابع انسانی

مقصود از مدیریت منابع انسانی، سیاست‌ها و اقدامات مورد نیاز برای اجرای بخشی از وظیفه مدیریت است که با جنبه‌هایی از فعالیت کارکنان بستگی دارد، بویژه برای کارمندیابی، آموزش دادن به کارکنان، ارزیابی عملکرد، دادن پاداش و ایجاد محیطی سالم و منصفانه برای کارکنان شرکت. برای مثال این سیاست‌ها و اقدامات دربرگیرنده موارد زیر است:

تجزیه و تحلیل شغل (تعیین ماهیت شغل هریک از کارکنان)
برنامه‌ریزی منابع انسانی و کارمندیابی
گزینش داوطلبان واجد شرایط
توجیه و آموزش دادن به کارکنان تازه استخدام
مدیریت حقوق و دستمزد (چگونگی جبران خدمات)



این مقاله به بررسی اهمیت تحول دیجیتال در سازمان‌های عمومی و خصوصی و تأثیر آن بر عوامل مرتبط با منابع انسانی مانند توسعه منابع انسانی، استعداد و مدیریت عملکرد و بررسی نقش تغییر یافته مدیریت منابع انسانی در دوره تحول دیجیتال پرداخته است. تحول دیجیتال تحول فرآیندهای تجاری، عملیات و ساختارها به منظور بهره‌برداری از مزایای فناوری جدید است. محققان حوزه مدیریت منابع انسانی نقش تغییر یافته مدیریت منابع انسانی را در زمان تحول دیجیتال می‌پندارد. یک دیدگاه مبتنی بر منابع انسانی موفق، به منابع یک شرکت (فناوری و سرمایه انسانی) به عنوان دارایی‌های باارزش در کسب و کار برای دستیابی به مزیت رقابتی می‌نگرد. این پژوهش که پژوهشی توصیفی، بنیادی می‌باشد به سازمان‌ها کمک می‌کند تا در استراتژی‌های خود با توجه به تجربیات لازم در حوزه تحول دیجیتال و نقش تغییر یافته منابع انسانی، تجدیدنظر کنند. یافته‌های این پژوهش به این شکل است که دیجیتال‌سازی روی شیوه‌ها و رویه‌های روزمره منابع انسانی تأثیر می‌گذارد. در این پژوهش، مدلی از تحول دیجیتال در سیستم مدیریت منابع انسانی شرکت سامان برای حل مشکلات منابع انسانی با استفاده از فناوری‌های اطلاعات پیشنهاد و اجرا شده است.

کلمات کلیدی

مدیریت منابع انسانی، تحول دیجیتال، منابع انسانی دیجیتال، بیمه سامان

ایجاد انگیزه و مزایا

ارزیابی عملکرد

برقراری ارتباط با کارکنان (مصاحبه، مشاوره، اجرای مقررات انضباطی)
توسعه نیروی انسانی و آموزش

متعهد نمودن کارکنان به سازمان (پارسائیان و دیگران، ۱۳۹۰)

منابع انسانی اصلی‌ترین سرمایه هر سازمان است و هر سازمانی در راستای مأموریت و تحقق اهداف و اجرای استراتژی‌های خود باید اقداماتی را در زمینه منابع انسانی انجام دهد. در این راستا هر فعالیت سازمان باید به فعالیت‌های کوچک‌تر تقسیم و به صورت شغل طراحی شود تا یک نفر بتواند آن را انجام دهد. پس از تحلیل و طراحی شغل باید برنامه‌ریزی لازم برای جذب منابع انسانی صورت گیرد. از طریق کارمندیابی منابع انسانی بالقوه شناسایی می‌شوند و از طریق سیستم انتخاب به استخدام سازمان درمی‌آیند. پس از آن مراحل جامعه‌پذیری فرد در سازمان و پس از استقرار فرد سیستم جبران خدمات (حقوق و دستمزد) وی مشخص می‌شود (قلی‌پور، ۱۳۹۴).

در شرکت‌های امروزی مشاهده شده است که روش‌های سنتی مورد استفاده برای مدیریت فرآیندهای تجاری دیگر کافی نیستند. فرآیندهای کسب و کار که در بنگاه‌های اقتصادی پیچیده است تنها با استفاده از فناوری قابل کنترل شده‌اند. تحولات سریع در فناوری اینترنت همچنین درک و عملکرد مدیریت منابع انسانی را متنوع کرده است. مدیریت داده‌ها و منابع شرکت‌ها در یک محیط دیجیتالی سیستماتیک‌تر و به‌راحتی قابل دسترسی است. این وضعیت باعث شده است که بیشتر کارهای اداره منابع انسانی در رسانه‌های دیجیتال انجام شود. مدیریت منابع انسانی (HRM) به دلیل این تغییر شکل به مدیریت منابع انسانی دیجیتال (Digital HRM) تبدیل شده است (vardarlier, ۲۰۲۰).

فناوری‌های دیجیتال به طور فزاینده‌ای در زندگی کاری کارمندان و مدیریت منابع انسانی نقش تأثیرگذار داشته است (Parry, ۲۰۱۴). فناوری‌های تحول‌آفرین، تحول دیجیتال کسب و کار را رقم زده‌اند و تحول دیجیتال به عنوان یک مفهوم وارد ادبیات کسب و کار شده است اما تاکنون در معدود مطالعه علمی، تعریفی از این مفهوم ارائه شده است (نوری و دیگران، ۱۳۹۸).

امارات متحده عربی در استفاده از نوآوری برای ارتقای فناوری پیشرو است و ادعا می‌شود که شرکت‌های امارات متحده عربی از آماده‌ترین شرکت‌ها برای دوره تحول دیجیتال در جهان هستند. انتظار می‌رود بین سال‌های ۲۰۱۷ و ۲۰۲۱، تحول دیجیتال سالانه ۱۶٫۹ میلیارد دلار درآمد اضافی برای شرکت‌های خاورمیانه ایجاد کند (Fenech, ۲۰۱۹).

تحقیقات انجام‌گرفته از سوی مؤسسه سرمایه‌های انسانی نشان داد که چرخه حیات سازمان به وسیله ریسک‌های متفاوت تحت تأثیر قرار

می‌گیرند که از این میان ریسک‌های

سرمایه‌های انسانی مهم‌ترین تهدید برای

هر سازمان است. گالیتز ریسک را نوسانات

در هرگونه عایدی می‌داند. تعریف مذکور این

مطلب را روشن می‌کند که تغییرات احتمالی آینده

برای یک شاخص خاص، چه مثبت و چه منفی ما را با

ریسک مواجه می‌سازد (محمدی مقدم و دیگران، ۱۳۹۵).

در این پژوهش سوالات تحقیق را می‌توان اینگونه مطرح کرد:

استحاله دیجیتال در اصل چیست؟

تحول دیجیتال چگونه بر توسعه منابع انسانی تأثیر می‌گذارد؟

تأثیر تحول دیجیتال در مدیریت استعداد چیست؟

ریسک‌های منابع انسانی چگونه بر عملکرد در کار تأثیر می‌گذارد؟

بر اساس این مفروضات، یک بررسی ادبیات انجام شده است تا به

سوالات تحقیق پاسخ دهیم و یا در تحقیقات آتی کاربرد داشته باشد.

پیشینه پژوهش

بتجو (۲۰۱۶) در پژوهشی ادعا کرد که تحول دیجیتال بر عوامل منابع انسانی تأثیر می‌گذارد و به افزایش بهره‌وری کمک می‌کند. او به اهمیت تحول دیجیتال در سازمان‌های عمومی و تأثیر آنها بر عوامل مرتبط با منابع انسانی مانند توسعه منابع انسانی، استعداد و مدیریت عملکرد پرداخته و به سه متغیر وابسته بر روند منابع انسانی در سازمان‌های امروزی که تأثیرگذار هستند و به این نتیجه رسید که متغیر مستقل (تحول دیجیتال) تأثیر مثبتی بر سه متغیر وابسته داشته است.

سوزا و دیگران (۲۰۱۹) در پژوهشی با بررسی یک نظرسنجی آنلاین برای شناسایی اهمیت مهارت‌ها برای یک تحول دیجیتال به این نتیجه رسیدند که مهارت‌های اصلی شناسایی شده عبارتند از هوش مصنوعی، فناوری نانو، ربات‌سازی، اینترنت اشیا، واقعیت افزوده، دیجیتالی شدن و زمینه‌های اصلی یادگیری دیجیتال فناوری‌های تلفن همراه، تبلت‌ها و برنامه‌های تلفن‌های هوشمند است که بیشتر در بین کارمندان محبوب شده است.

vardarlier (۲۰۲۰) به بررسی تأثیرات تحول دیجیتال بر عملکرد و کیفیت منابع انسانی پرداخته و نتایج حاصل از تحقیق نشان‌دهنده این است که تحول دیجیتال نقش مثبتی در بهبود عملکرد پرسنل دارد.

• تحول دیجیتال

تحول دیجیتال به عنوان تحولی عمیق و شتاب‌دهنده در فعالیت‌ها، فرآیندها، شایستگی‌ها و مدل‌های تجاری برای استفاده کامل از تغییرات و فرصت‌های فناوری‌های دیجیتال و تأثیر آنها در جامعه به روشی استراتژیک و اولویت‌بندی شده توصیف شده است (vardarlier, ۲۰۲۰).

تحول دیجیتال، تحولی بر مبنای فناوری اطلاعات تحول‌آفرین است.

این تحول شامل تغییرات بنیادین در فرآیندهای کسب و کار، روتین‌های عملیاتی، قابلیت‌های سازمانی و نیز حضوری متفاوت در بازارهای کنونی و بازار جدید است.

اگرچه تحول سازمانی، به‌طور کلی شامل تغییرات در استراتژی، ساختار و توزیع قدرت است، اما تحول دیجیتال به‌طور خاص تأثیر فناوری اطلاعات بر جریان اطلاعات، روتین‌ها و ساختار سازمانی و قابلیت‌های سازمانی به‌منظور انطباق با فناوری است (نوری و دیگران، ۱۳۹۸).

محققان یادگیری دیجیتال را به عنوان یک فرآیند برنامه‌ریزی نشده و ضمنی با نتایج غیرقابل پیش‌بینی با استفاده از چندین نوع دستگاه فناوری مانند تلفن‌های هوشمند، تبلت‌ها، رایانه‌ها و سایر موارد توصیف می‌کنند.

این فرآیند یادگیری «روزمره» شخصیتی بدیهی دارد و در موقعیت کاری روزمره اتفاق می‌افتد. (سوزا و دیگران، ۲۰۱۹)

وسترمن، بنه و مکافی (۲۰۱۴) اذعان دارند که زبندگان دیجیتال و به بیانی سازمان‌های موفق در این امر بسیار اندک هستند. اغلب سازمان‌ها به سبب عدم توانایی در رهبری تغییر و تحول دیجیتال محکوم به شکست هستند. تحول دیجیتال موفق از سطح ارشد سازمان آغاز می‌شود. تنها مدیر اجرایی ارشد می‌تواند چشم‌انداز تأثیرگذار را ایجاد کرده و آن را در کل سازمان منعکس نماید. افراد در سطوح میانی و عملیاتی سازمان، این چشم‌انداز را به واقعیت تبدیل می‌نمایند (نوری و دیگران، ۱۳۹۸).

• فرهنگ دیجیتالی

دیجیتال سازی شامل ایجاد فرهنگ استفاده از فناوری برای اجرای یک تجارت است. به عنوان مثال، تأثیر هوش مصنوعی در صنعت منابع انسانی واقعی و ملموس است. هوش مصنوعی در دست افرادی است که حاضرند تصدیق کنند که هوش مصنوعی می‌تواند به شغل آنها کمک کند تا آسیب نبیند.

دیجیتالی شدن صرفاً موضوعی پیرامون فناوری نیست بلکه همه کارکنان و سازمان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. از این رو هر اقدام دیجیتال نیازمند هماهنگی و هم‌راستایی میان فناوری، فرآیند و کارکنان است. تحول دیجیتال فشار گسترده‌ای بر سازمان‌ها تحمیل کرده است. آنچه مسلم است، تحول دیجیتال تغییر بنیادی است و همچون هر تغییر سازمانی

دیگر، با نهایت دقت باید مدیریت شود.

افزون بر این تحول دیجیتال تلاشی منفک نیست بلکه پرتفولیویی از اقدامات است که باید به‌درستی مدیریت و هماهنگ گردد.

ابعاد فرهنگ دیجیتال عبارتند از:

۱. نوآوری

غالب بودن رفتارهای حامی ریسک‌پذیری، تفکر تحول‌آفرین و ساختار شکنانه و جست‌وجوی ایده‌های جدید

۲. تصمیم‌گیری داده‌محور

بهره‌گیری از داده‌ها و تجزیه و تحلیل آنها جهت اتخاذ تصمیم‌های کسب‌وکاری بهتر

۳. تشریک مساعی

ایجاد تیم‌های میان‌وظیفه‌ای (بین‌بخشی) جهت بهینه‌سازی مهارت‌های کارکنان سازمان

۴. فرهنگ باز

میزان شراکت با شبکه‌های خارج از سازمان مانند تأمین‌کنندگان طرف سوم، شرکت‌های استارت‌آپ یا مشتریان

۵. ذهنیت دیجیتال

ذهنیتی که بر اساس آن، راهکارهای دیجیتال به عنوان راهکارهای پیش‌فرض برای حل مسائل سازمان در نظر گرفته می‌شوند.

۶. چابکی و انعطاف‌پذیری

سرعت و پویایی در تصمیم‌گیری و میزان توانایی سازمان برای تطبیق خود با فناوری‌های نوین و تقاضاهای متغیر مشتریان

۷. مشتری‌مداری

استفاده از راهکارهای دیجیتال برای گسترش پایگاه مشتریان، ایجاد تحول در تجربه مشتری و خلق مشترک محصولات جدید (منبع: وبسایت دکتر مهدی شامی زنجانی)

تجزیه و تحلیل

به گزارش کپمینیای، روندهای اصلی دیجیتالی شدن در تمامی بخش‌های سرمایه انسانی، مطابق شکل شماره ۱ است.

شکل شماره ۱: روندهای اصلی دیجیتالی شدن در تمامی بخش‌های سرمایه انسانی (منبع: وبسایت دکتر مهدی شامی زنجانی)

دیجیتالی شدن
صرفاً موضوعی پیرامون فناوری نیست
بلکه همه کارکنان و سازمان را
تحت تأثیر قرار می‌دهد.
از این رو هر اقدام دیجیتال نیازمند
هماهنگی و هم‌راستایی میان فناوری،
فرآیند و کارکنان است

کارکردهای اصلی	جذب استعداد	مدیریت استعداد	مشارکت و ایجاد تعهد	جبران خدمات و مزایا
حوزه های اصلی	استراتژی جذب	آموزش حین کار	ارتباطات	مدیریت جبران خدمات
	قرارداد موقت	مدیریت عملکرد	توسعه کارکنان	برنامه های تشویقی
	مدیریت شبکه	توسعه کارخانه	مربی گری کارکنان	برنامه های پاداش و مزایا
	برندینگ	توسعه رهبری	نگهداشت کارکنان	
	مدیریت تأمین کننده			
	منابع جدید جذب			
روندهای اصلی	افزایش کاربرد فناوری به عنوان وسیله بازاریابی برای تقویت منابع جذب	افزایش استفاده از بازی سازی در توسعه رهبری	نفوذ تلفن همراه و کارکنان غیرمتمرکز	افزایش سرمایه گذاری در نوآوری های لبری
	جستجو و کاربرد یکپارچه شبکه های استعدادیابی به منظور تقویت منابع	تغییر به سوی استراتژی جایابی استعدادها	استفاده از شبکه اجتماعی برای سنجش میزان تأثیر کارکنان	تغییر نگرش به سرمایه انسانی از یک کارکرد عملیاتی به یک کارکرد استراتژیک از طریق ترکیب آن با فناوری تجزیه و تحلیل داده
	ظهور فناوری تلفن همراه و برنامه های کاربردی برای جذب استعداد	استفاده از شیوه های یادگیری شتاب دهنده در آموزش حین کار		
	استفاده از میکروسایت ها و ویدئوها برای تقویت تجربه کارچوبان	تغییر از آموزش حین کار به توسعه قابلیت های یکپارچه		

• نتایج

یادگیری دیجیتال می تواند محرکی برای توسعه مهارت ها در تقویت تحول دیجیتال سازمان ها باشد. تحول دیجیتال زمانی اتفاق خواهد افتاد که سازمان ها از پتانسیل یادگیری اجتماعی در طراحی و فرآیند تحویل مطالب، از جمله عناصر اجتماعی جاسازی شده در محتوای دیجیتال، حل مسئله غیررسمی، اشتراک دانش، جوامع عملی و محتوای تولید شده توسط کاربر، استقبال کنند. بررسی مجموعه گزارش ها از روندهای آینده سرمایه انسانی نشان می دهد که حوزه سرمایه انسانی، نقشی استراتژیک در دیجیتالی شدن سازمان دارد. بر همین اساس، ساختار و کارکردهای واحد سرمایه انسانی نیازمند بازنگری مجدد بوده و بایستی از قابلیت های نوظهور فناوری های دیجیتال مانند تلفن همراه، رایانش ابری، تحلیل داده و هوش مصنوعی در جهت ایجاد تحول در حوزه سرمایه انسانی بهره جست. در دهه های اخیر، دیجیتالی کردن دامنه تأثیر

تحول دیجیتال زمانی اتفاق خواهد افتاد که سازمان ها از پتانسیل یادگیری اجتماعی در طراحی و فرآیند تحویل مطالب، از جمله عناصر اجتماعی جاسازی شده در محتوای دیجیتال، حل مسئله غیررسمی، اشتراک دانش، جوامع عملی و محتوای تولید شده توسط کاربر، استقبال کنند

خود را گسترش داده است. اصطلاح «اقتصاد دیجیتال» برای اولین بار توسط Tapscott (۱۹۹۵) ذکر شد و در ابتدا در مورد خودکار سازی فرآیندهای کاری و ایجاد ارزش در زنجیره تولید بود. دیجیتالی سازی امروزه بیشتر و بیشتر به هسته اصلی کار دانش می انجامد که شامل تصمیم گیری و انجام کارهای چالش برانگیز بیش از حد است. این امر

اثرات گسترده ای برای سازمان ها دارد. زمینه HRM با همگرایی در ابعاد انسانی، دیجیتال و فناوری پیشرفته وارد مشاغل هوشمند می شود. وظایف سنتی قبلی HRM نیز ممکن است دیجیتالی شده یا حتی روبات شود. مرز بین مصرف و تولید درهم پیچیده می شود: یک مصرف کننده به تولیدکننده تبدیل می شود. نتیجه این اقتصاد این است که زمینه HRM مجبور به هوشمند سازی می شود، جایی که ممکن است انتظار داشته باشد نیروی کار آینده متشکل از «مصرف کننده به عنوان تولیدکننده و یک کارمند بی هزینه» باشد. در این کافه جهانی، HRM هوشمند صلاحیت های جدید برای حرفه ای گرای دیجیتال در مدیریت منابع انسانی و ارائه روش های نوین عملی برای این امر می طلبد.

جایگزین کردن ساختارهای سنتی با نتایج تحلیلی حاصل از کلان داده های سامانه های اطلاعاتی تناسب بیشتری برای تعامل و مدیریت منابع انسانی آینده خواهد داشت (ملک زاده و دیگران، ۱۳۹۶).

از مزایای تحول دیجیتال در منابع انسانی شرکت بیمه سامان می توان به موارد زیر اشاره کرد:

استفاده از فضای ابری جهت ذخیره سازی فایل ها و اشتراک آنها

از ریسک‌های منابع انسانی دیجیتال در سازمان می‌توان موارد زیر را برشمرد:

ریسک افشای اطلاعات کارکنان از طریق برونسپاری عملیات‌های منابع انسانی

ریسک از دست دادن داده‌ها

ریسک از کار افتادن شبکه

ریسک از دست دادن افراد کلیدی در سازمان

ریسک منسوخ شدن دانش

ریسک‌های گزینش و کارمندیابی

ریسک امنیت سایبری

تغییر از انتشار فناوری به تحول دیجیتال باید بر منابع انسانی تأثیر بگذارد.

طبق جدول شماره ۲ و با بررسی نتایج پژوهش، زمینه‌های یادگیری

استفاده از ویدئوکنفرانس جهت برقراری تماس‌ها و راه‌اندازی جلسات

استفاده از داشبورد جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها

استفاده از سامانه همسا جهت مدیریت دانش (خلق، اشتراک دانش و ...)

جذب نیروهای متخصص

اطمینان از تجربه بهتر کارمندان: به دلیل جذب، تجربه شخصی، ارائه تجربه مدرن یا نوآورانه قادر هستند وظایف خود را به طور موثر و کارآمد انجام دهند.

افزایش کارایی سازمان

سهولت در برقراری ارتباط از طریق نرم‌افزارهای تلفنی تحت سرور

سهولت در جمع‌آوری داده‌ها (BI)

صرفه‌جویی در وقت و هزینه

ارتقای دانش فناوری اطلاعات در کارکنان (یادگیری دیجیتال)

ابعاد	زمینه‌های یادگیری دیجیتال
شرکت کنندگان	۱-انجمن‌های مشارکتی ۲- یادگیری مشارکتی ۳- مشارکت شبکه‌ای
زمینه‌های یادگیری	۱- ویسایت بیمه سامان ۲- سامانه ایده ۳- سامانه همسا ۴- Instagram ۵- Wikipedia ۶- M bile learning ۷- پرتال کارکنان
فرآیندهای یادگیری	۱- با استفاده از رسانه دیجیتال در جلسات حضور پیدا می‌کنند ۲- ویدئوهای آموزشی ۳- وبینارها
تسهیل‌کننده‌های یادگیری	۱- پروژه مبتنی بر یادگیری ۲- یادگیری بر پایه مشکلات ۳- یادگیری فعال ۴- سامانه همسا (اشتراک دانش) ۵- شبیه‌سازی





دیجیتال را می‌توان تجسم کرد:
جدول شماره ۱: یافته‌های پژوهش

• مراجع

پارسانیان، علی، اعرابی، سیدمحمد، (۱۳۹۰)، مبانی مدیریت منابع انسانی، دفتر پژوهش‌های فرهنگی

قلی‌پور، آرن، (۱۳۹۴)، مدیریت منابع انسانی، انتشارات سمت
محمدی مقدم، یوسف، سلگی، زهرا، دادفر، آذین، (۱۳۹۵)، اولویت‌بندی
ابعاد ریسک منابع انسانی با رویکرد مدل‌سازی ساختاری تفسیری،
۱۲۷-۴، ۱۵۴.

ملک زاده، غلامرضا، صادقی، صدیقه، (۱۳۹۶)، راهبرد مدیریت منابع
انسانی در عصر دیجیتال با تکیه بر کلان داده، نشریه رشد فناوری، ۵۱، ۷۰-
۶۲.

نوری، مژگان، شاه حسینی، محمدعلی، شامی زنجان، مهدی، عابدین،
بابک، (۱۳۹۸)، طراحی چارچوب مفهومی رهبری تحول دیجیتال در
سازمان‌های ایرانی، دوفصلنامه علمی-پژوهشی مدیریت و برنامه‌ریزی در
نظام‌های آموزشی

وبسایت دکتر مهدی شامی زنجان، <http://shamizanjani.ir>

دسترسی: آبان ماه ۱۳۹۹

Betchoo, N. K. (2016, August). Digital Transformation and its impact on Human Resource Management: A Case Analysis of two unrelated businesses in the Mauritian public service. In 2016 IEEE International Conference on Emerging Technologies and Innovative Business Practices for the Transformation of Societies (EmergiTech) (pp. 147-152). IEEE.

Fenech, R., Baguant, P., & Ivanov, D. (2019). The changing role of human resource management in an era of digital transformation. Journal of Management Information and Decision Sciences, 22(2), 1-10..

Parry, E., & Strohmeier, S. (2014). HRM in the digital age—digital changes and challenges of the HR profession. Employee Relations.

Sousa, M. J., & Rocha, Á. (2019). Digital learning: Developing skills for digital transformation of organizations. Future Generation Computer Systems, 91, 327-334.

VARDARLIER, P. (2020). Digital transformation of human resource management: digital applications and strategic tools in HRM. In Digital Business Strategies in Blockchain Ecosystems (pp. 239-264). Springer, Cham.



برای بنگاه‌های اقتصادی و کسب و کارها کرونا تهدید است یا فرصت؟

نویسنده: دکتر محسن عسگری
مدیر امور مشتریان بیمه سامان

بازنمانده‌اند. بی‌شک کسب و کارهایی که قادر به شناسایی آسیب‌ها و اجرای درست شیوه‌های مدیریت در بحران نیستند، با مشکلات بزرگی روبرو خواهند شد. قطعاً بحران کرونا یک آزمون مدیریت و رهبری سازمانی است. آنهایی از این آزمون موفق و سربلند خارج خواهند شد که بتوانند با چالش‌های غیرعادی، حرفه‌ای برخورد کنند.

• کلیدواژه‌ها:

بحران کرونا، تهدید یا فرصت، تفاوت فاجعه و بحران، مدیریت بحران

• مقدمه:

ظهور و گسترش بیماری کرونا بحران گسترده‌ای را در سراسر جهان ایجاد کرده است. بیکاری، رکود اقتصادی، رکود تولید، رکود فروش، عدم توانایی در انجام تعهدات و نظایر آن، دست‌به‌دست هم دادند تا شکاف‌های موجود در کسب و کارها پررنگ‌تر شود.

شرایط به گونه‌ای پیش رفت که کسب و کارهایی که توانایی ارائه محصولات و خدمات خود را به صورت مجازی و الکترونیکی داشتند

ظهور بیماری با ویروس ناشناخته‌ای به نام کرونا زندگی همه مردم را در سراسر جهان تغییر داده است. از عادت‌های رفتاری روزمره گرفته تا روابط اجتماعی مردم، فعالیت شرکت‌ها و کسب و کارها و حتی روابط سیاسی و تجاری کشورها، همگی تحت تأثیر این ویروس ناشناخته و غیرقابل پیش‌بینی قرار گرفته است. در این بین، با وضع محدودیت‌های اجتماعی با هدف کنترل انتقال این بیماری فراگیر، کسب و کارها بشدت دستخوش بحران شده‌اند، به طوری که بعضی از آنها مجبور به تعطیلی کامل شده و عده‌ای دیگر هم به دلیل کاهش چشمگیر فروش و درآمد، ناچاراً به تعدیل نیرو روی آورده‌اند؛ اما آیا آن گونه که بسیاری از بزرگان و نظریه‌پردازان کسب و کار اظهار نظر کرده‌اند، این شرایط برای همه کسب و کارها تهدید به شمار می‌رود؟ یا می‌توان آن را به فرصتی برای رشد و تحولی جدید در راستای توسعه تبدیل کرد، چراکه همین شرایط بحران‌زا، برای بعضی از کسب و کارها به مثابه یک فرصت بی‌نظیر برای جهش و افزایش فروش بوده است؛ کسب و کارهایی که به روش‌های قبلی برای فروش محصولات یا ارائه خدمات خود اکتفا نکرده و با پیاده‌سازی اصول مدیریت بحران در شرایط سخت، در همین دوران بحرانی نیز از توسعه و رشد

بیش از گذشته در کانون توجه مخاطبین و مشتریان قرار گرفتند. استقبال از کسب‌وکارهای مجازی و آنلاین در بازارهای هدف تحلیلگران حوزه کسب‌وکار را به این نتیجه رساند که زمان رونق و توسعه کسب‌وکارهای الکترونیکی فرا رسیده است؛ اما نکته بسیار مهمی که باید به آن توجه کرد این است که ادامه این وضعیت، طیف وسیعی از کسب‌وکارها را با رکودی خطرناک روبرو خواهد کرد. بی‌شک این خطر برای کسب‌وکارهای کوچک بسیار جدی‌تر خواهد بود، چراکه برای هیچ‌کس ابعاد رکود و تخریب اقتصادی ناشی از این بحران و حتی بازه زمانی عبور از موج سهمگین آن شناخته‌شده و مشخص نیست. این شرایط جنسی متفاوت با بحران‌ها و رکودهای اقتصادی دارد که در گذشته شاهد آن بوده‌ایم. از سوی دیگر اثرات میان‌مدت و بلندمدت این رکود بر کسب‌وکارها هنوز مورد ارزیابی دقیق قرار نگرفته است.

البته بعضی از تحلیلگران اقتصادی بر این باورند که نظام سرمایه‌داری می‌تواند این شرایط را به راحتی پشت سر گذاشته و با خلاقیت و نوآوری شرایط تهدیدآمیز کنونی را به فرصت تبدیل کند. به اعتقاد آنها بازارهای جدید ارائه خدمات بیشترین تأثیر را تجربه خواهند کرد. گروهی دیگر از بزرگان علم اقتصاد معتقدند که این شرایط تغییر نگرش اقتصادی را به دنبال داشته و شرایط جوامع تحت تأثیر نقش سیاست و تصمیم دولت‌ها خواهد بود. در این مقاله سعی شده تا علاوه بر تشریح شرایط کنونی کسب‌وکار و وضعیت اقتصادی، شاخص‌هایی را برای بهبود و ارتقای عملکرد کسب‌وکارها در این شرایط پیشنهاد کنیم.

• پرورش و حفظ نخبگان در سازمان

اگرچه بیماری کرونا و بحرانی که به همراه داشت غیرقابل پیش‌بینی بود، اما در همین شرایط حساس و بحرانی هم، تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری درست و اثربخش سازمان‌ها می‌تواند در بهبود و حتی رشد و توسعه آنها نقش اساسی ایفا کند.

تحقیقات نشان می‌دهد حتی جهش و پیشرفت تکنولوژی جایگزین حضور نخبگان در یک سازمان نخواهد بود. پرورش نخبگان و حفظ آنها لزوماً به دلیل کمبود نیروی کار نیست، بلکه علت اصلی کمبود شایستگی‌هایی است که نیروهای کار باید دارا باشند. گاهی در شرایط خاص و بحرانی سازمان‌ها فقط به مهارت‌هایی نیاز دارند که بتوانند با بکار بستن روش‌های خلاقانه و نوآورانه، با کمترین هزینه و در حداقل زمان خود را از بحران خارج نمایند.

سازمان‌ها باید به این درک برسند که کمبود جهانی نخبگان به وضوح یک تهدید فراگیر بوده و کاهش این تهدید مستلزم تعریف تفاهم‌ها و قراردادهای مشارکت و همکاری بین افراد و سازمان‌هاست. از این رو پرورش نخبگان و حفظ آنها باید در اولویت هر سازمان‌ها قرار گیرد. از طرف دیگر ضرورت دارد تا دولت‌ها نیز بر سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری مناسب روی دو گروه از افراد جامعه تمرکز کنند. یکی پروراندن نخبگان و دیگری توزیع مناسب آنها در بازار کار و صنایع مختلف است.

شرایط کنونی، برنامه‌ریزی نیروی کار و درک کامل از زنجیره تأمین نخبگان را برای همه بنگاه‌های اقتصادی الزامی می‌کند. سازمان‌ها

نیازمند داشتن درکی عمیق از بازار هدف و لزوم ایجاد توانایی در نخبگان هستند. بدون کمک نخبگان سازمان‌ها قادر به استفاده از فناوری‌ها و تکنولوژی‌های جدید نخواهند بود، چرا که برخورداری همزمان از فناوری‌های نوین و نخبگان می‌تواند پتانسیل بالقوه موفقیت سازمان‌ها را در شرایط رکود اقتصادی بالفعل کند.

• عامل موفقیت مدیران بنگاه‌های اقتصادی در بحران کرونا

بحران کرونا یک آزمون شخصیتی، اجتماعی، بهداشتی، مدیریتی و... در سراسر جهان در تمام کسب‌وکارهاست و افراد شاغل باید برای عبور از این بحران زحمت و تلاش زیادی صرف نمایند. البته نمی‌توان منکر این شد که چیزی با فداکاری، ایثار و از خودگذشتگی کارکنان بهداشت و درمان در مراکز درمانی قابل مقایسه نیست.

مدیران بنگاه‌های اقتصادی در فضای فعلی کسب‌وکار ناچار از رویارویی با شرایط غیر قابل پیش‌بینی هستند و این خود یک آزمون توسعه در مدیریت به شمار می‌رود.

تحقیقی که اخیراً توسط موسسه مک کینزی روی مدیران بنگاه‌های اقتصادی انجام شده نشان می‌دهد که از نظر مدیران بنگاه‌های اقتصادی فشار اولیه شروع بحران کم شده و دغدغه حال حاضر آنها از سرگیری فعالیت در محیطی نامطمئن و ناامن است، چرا که بیماری کرونا شرایطی منحصر به فرد را ایجاد کرده که هیچ آموزش یا تجربه‌ای مشابه آن در بحران‌های قبلی وجود ندارد تا مدیران بنگاه‌های اقتصادی بر اساس آن آمادگی‌های لازم را داشته باشند. برخی از مدیران بنگاه‌های اقتصادی اعتقاد دارند این بحران باعث شده به تیم خود نزدیک‌تر شده و نگاه دقیق‌تری به عوامل موفقیت و اثربخشی مدیریت بحران داشته باشند.

طبق نتایج همین تحقیق مدیران بنگاه‌های اقتصادی اعتقاد دارند که گاهی اوقات باید درمورد شرایط بحرانی به وجود آمده و نحوه برخورد با آن با اعضای تیم خود مذاکره و هم‌فکری کنید. به طور خلاصه می‌توان گفت:

- لحظاتی به‌طور خاص به یک تقویت‌کننده انگیزه و انرژی نیاز دارید و نباید آن را فراموش کنید.
- عوامل استرس‌زا را از خود دور کرده و با پرداختن به کار مورد علاقه‌تان به آرامش برسید.
- در انزوا ننمایید؛ بکوشید اطلاعات خود را در مورد کسب‌وکار تان به‌روز نگاه دارید. برای این کار منابع اطلاعاتی بی‌طرف، قابل اعتماد و باکیفیت را شناسایی نمایید.
- روی نقاط قوت خود تمرکز کنید.
- ممکن است در شرایط فعلی کارهای بیشتری را تفویض نمایید.
- مدیریت زمان و هزینه را هم‌زمان در نظر بگیرید.
- به اهداف و ارزش‌های سازمان خود پایبند باشید.
- بیشتر از گذشته از تیم و همکاران تان تشکر و قدردانی کنید.
- برای جلب نظر و رضایت ذینفعان به تیم خود آزادی عمل بیشتری دهید.

- پیام پایانی این تحقیق این است که فراموش نکنید تصمیماتی که الان می‌گیرید، میراث شما به‌عنوان یک مدیر بنگاه اقتصادی خواهد بود. چشم‌اندازی که طراحی می‌کنید، می‌تواند بر اهداف خاص و

ملموس متمرکز شود و معیارهای کلاسیک مثل سودآوری، رشد، سهم بازار و... را ایجاد کند. امروز و در این بحران فرصتی پیش آمده تا بتوانید دنیا را به شکلی بهتر بسازید. این یکی از بزرگ‌ترین مسئولیت‌های مدیران بنگاه‌های اقتصادی است.

قطعاً بحران کرونا یک آزمون مدیریت و رهبری سازمانی است. آنهایی از این آزمون موفق و سر بلند خارج خواهند شد که بتوانند با چالش‌های غیرعادی، حرفه‌ای برخورد کنند. البته همه راه‌حل‌های ارائه شده، ضمانت برای موفقیت ندارند، اما اثربخشی استفاده از عادت‌های جدید در بحران اثبات شده است. این موارد به مدیران بنگاه‌های اقتصادی کمک می‌کند که مدیران و رهبران بهتری برای بنگاه اقتصادی خود باشند.

• در شرایط بحران کرونا استقامت مهم‌تر از سرعت است

بحران کرونا یک تهدید جدی و فراگیر برای تمام جهان بوده و کسب‌وکارها و حتی زندگی عادی مردم را با اختلال مواجه کرده است. وسعت و پیچیدگی این بحران آن را به یک بحران خاص تبدیل کرده و به همین دلیل دستیابی به راهکاری اثربخش برای مقابله با اثرات آن به سادگی امکان‌پذیر نیست.

یکی از چالش‌های مدیران بنگاه‌های اقتصادی در این بحران یادگیری روش چیدمان و مدیریت صحیح گروه‌هایشان است. بسیاری از مدیران بنگاه‌های اقتصادی سلطه‌گری را به مدیریت مشارکتی ترجیح می‌دهند. در صورتی که در بحران‌هایی مانند بحران کرونا اساس کار مدیریت مشارکتی است. نتیجه مدیریت سلطه‌جویانه و انفرادی چیزی جز دور شدن از هدف اصلی و مغفول ماندن راهبرد سازمان در بحران نیست. مدیریت مشارکتی همه را کنار هم جمع می‌کند، در نتیجه همه اعضا خود را در برابر اجرای موفق هر وظیفه مسئول می‌دانند. لازمه مدیریت مشارکتی و موفقیت در آن هماهنگی در

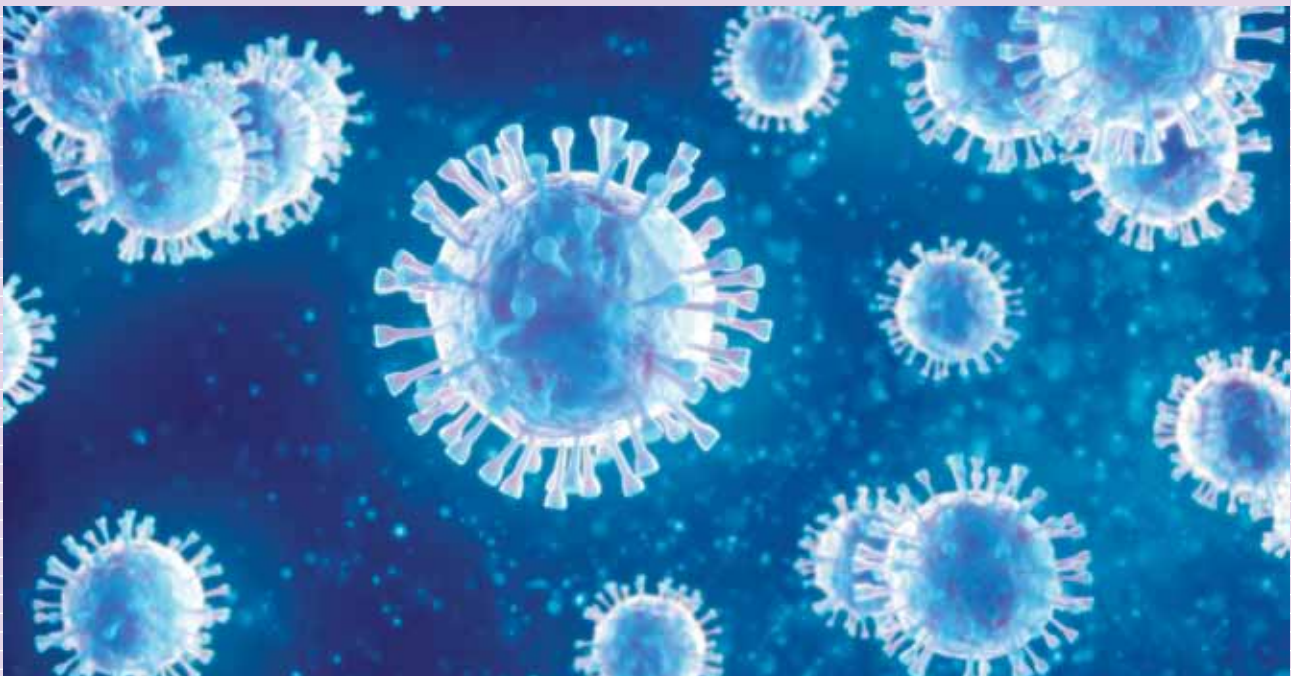
رفتارها و برخورداری از هوش هیجانی است. ذهن انسان به گونه‌ای طراحی شده که هنگام مواجهه با بحران محدود فکر کرده و همه جوانب را در نظر نمی‌گیرد. در بحران کرونا باید روی ویژگی‌های انسانی تمرکز کرد. صاحبان بنگاه‌های اقتصادی باید کارکنان و تیم همکار را دائماً زیر نظر داشته و بکوشند در کنار آنها باشند.

بحران کرونا کسب‌وکارهای خدمت محور را بیشتر در معرض آسیب قرار داده است. از طرفی نباید فراموش کرد که همین بنگاه‌های اقتصادی خدمت محور به دلیل ایجاد رونق و زیرساخت اقتصادی نقش غیرقابل انکاری در اقتصاد ایفا می‌کنند. شناسایی چالش‌هایی که این کسب‌وکارها در این بحران با آن روبرو هستند باعث تدوین سیاست‌هایی می‌شود که به بقای آنها کمک خواهد کرد. نقدینگی در کسب‌وکارهای خدمت محور باید جاری و در گردش باشد؛ بنابراین هرگونه وقفه، هرچند کوتاه، در فعالیت آنها می‌تواند پایان کارشان را رقم بزند.

یکی از پیامدهای جبران‌ناپذیر بحران کرونا کاهش شدید درآمد کسب‌وکارهاست. به همین دلیل بعضی از آنها به سبک‌های جدید عملیات و کسب درآمد روی آورده‌اند. مؤثرترین و مهم‌ترین رویکرد در این راستا ایجاد درگاه‌های مجازی و الکترونیکی برای ارائه خدمات است.

نگرانی از پوشش دادن هزینه‌های عملیاتی، بنگاه‌های اقتصادی را وادار به اولویت دادن خلاقیت و نوآوری ارائه خدمات و محصولات خود کرده است. یکی دیگر از راه‌های پوشش هزینه‌های عملیاتی، دریافت وام‌های کم‌بهره است که بسیاری از دولت‌ها در این بحران برای حمایت از بنگاه‌های اقتصادی تخصیص داده‌اند.

بیشتر بنگاه‌های اقتصادی در بحران کرونا با رعایت چارچوب و شرایط بهداشتی تصمیم به دور کار کردن کارکنان گرفته و بر توسعه بازاریابی دیجیتالی و مجازی متمرکز شده‌اند. بر اساس



گزارش سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی درباره نوآوری چارچوب‌های قانونی مانند رقابت، مالیات یا بروکراسی دولت‌ها باید ضمن تأکید بر حمایت از تقاضای بازار از دخالت مستقیم در نوع و روش کسب‌وکارها بپرهیزند.

بیشتر صاحبان کسب‌وکار بر این باورند که بعد از گذر از بحران کرونا دوره جدیدی از کسب‌وکار ایجاد شده و تنها برنامه‌ریزی دقیق و راهبرد اثربخش در استقامت و تأمین هزینه‌های عملیاتی است که می‌تواند گذر موفقیت‌آمیز از بحران را تضمین کند. بی‌شک صاحبان کسب‌وکارها در این بحران تسلیم نشده و برای هماهنگی و سازگار شدن با آنها تمام تلاش خود را به کار خواهند بست. یکی دیگر از راه‌های مقاومت در برابر این بحران، تأمین سلامت و تضمین گذران زندگی کارکنان بنگاه با کمترین کمبودهای ممکن است. به این ترتیب اعمال اصلاحات و برنامه‌ریزی‌های لازم در سیاست و خط مشی بنگاه‌های اقتصادی می‌تواند عبور از بحران را برای کسب‌وکار و کارکنان آن راحت‌تر کند.

• تأثیر بحران کرونا بر رفتار مشتری

مشاهده تغییر رفتار خرید مشتری در اثر بحران کرونا برای بنگاه‌های اقتصادی که در حوزه خرده‌فروشی بازار فعالیت می‌کنند، محسوس‌تر است. ارائه خدمات و محصولات از درگاه‌های جدید و آسان مانند خرید آنلاین و غیرحضور به مشتریان، تغییر ترجیحات مشتریان را به دنبال داشته است. اینکه مشتری چه چیزی را به چه شکل می‌خرد، ممکن است بنا به مقتضیات زمانی و مکانی تغییر کند. اینجاست که روانشناسی مشتری اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کند.

بحران کرونا ترس و اضطراب بی‌سابقه‌ای به جان مردم انداخته است. ویروسی جدید با منشأ ناشناخته که بشر هیچ کنترلی روی آن ندارد و تهدید بزرگی برای جوامع به حساب می‌آید. گسترش این بیماری رفتار عادی مشتریان را تغییر داده به‌طوری‌که هر مشتری بر اساس احساس، هویت و ارتباط اجتماعی خاص خود تصمیم به خرید یک محصول یا خدمت می‌گیرد. در ادامه بیشتر به این موضوع می‌پردازیم.

• احساس مشتری:

ظهور کرونا مردم را با احساس اضطراب و استرس زیادی روبرو کرده است. به واسطه همین حس ایجاد شده در مشتری، تمایل او به خرید حضوری کاهش یافته و گرایش به دریافت اطلاعات کامل محصول و خدمت به صورت مجازی از درگاه‌های مختلف مجازی، ارتباط و مذاکره به صورت مجازی و نهایتاً تصمیم به خرید در حالت مجازی را ایجاد نموده است. از این رو بنگاه‌های اقتصادی در هر کسب‌وکاری که فعال‌اند، باید در این شرایط خاص درگاه‌های مجازی ارتباط با مشتریان مانند سایت، شبکه‌های اجتماعی و مراکز تماس یا امور مشتریان خود را تقویت کرده و روی آن تمرکز نمایند.

• هویت مشتری:

بر اساس تحقیقات انجام شده تنها نیاز و انگیزه‌های درونی انسان نیست که موجبات رفتار خرید هر مشتری را رقم می‌زند، بلکه هویت مشتری هم در رفتار خرید او بسیار مؤثر است. مشتریان حس اطمینان

و امنیت را به یکدیگر منتقل می‌کنند. در صورت عدم احساس اطمینان برعکس شرایط عادی، رفتار مشتری قابل پیش‌بینی نیست و از عوامل بیرونی از جمله رفتار خرید مشتریان دیگر تأثیر می‌گیرد. به عنوان مثال خرید مشتری زمانی که توسط سایر مشتریان تأیید می‌شود مورد استقبال مشتری قرار می‌گیرد. به همین دلیل است که مشتری ممکن است یک محصول لوکس را بدون نیاز واقعی و صرفاً به دلیل تأیید یا خرید یک مشتری دیگر خریداری کند. در شرایطی مانند بحران کرونا که تحت کنترل ما نیست، هدف مشتری از خرید یک محصول تنها رفع نیاز واقعی نیست، بلکه دریافت احساس آرامش و تحت کنترل بودن اوضاع می‌تواند دلیلی برای انجام یک خرید باشد. روانشناسان اعتقاد دارند که این رفتار مشتری در خرید در شرایط بحران کرونا ماندگار خواهد بود و به سادگی ترک نخواهد شد.

• ارتباطات اجتماعی مشتری:

رفتار مشتریان تحت تأثیر روابط اجتماعی آنهاست. بحران کرونا ارتباطات بر مبنای حضور فیزیکی در اجتماع را کم و محدود کرده و این کاهش حضور اجتماعی احساس انزوای شدیدی در مردم ایجاد کرده است. آنها بیشتر زمانشان را در خانه می‌گذرانند و از حضور در مراکز خرید و مکان‌های پر رفت‌وآمد خودداری می‌کنند. این شرایط باعث شده بیشتر خریدها آنلاین انجام شود. گذراندن وقت زیاد در خانه، کم و کاستی‌های محیط خانه را بیشتر به چشم می‌آورد و افراد را به فکر رفع این کم و کاستی‌ها می‌اندازد؛ اما بعد روانی این بحران به مراتب آزاردهنده‌تر است. کاهش ارتباطات اجتماعی مردم با یکدیگر در این بحران، بیشترین تأثیر مخرب را بر رفتار مشتریان می‌گذارد.

روانشناسان اعتقاد دارند که تئوری سنتی اقتصاد در این زمینه کمک چندانی به مردم نمی‌کند و احساس عدم آرامش، نگرانی و اضطراب ناشی از تنهایی و گسترش بیماری، سبب شده هرکس به دنبال ایجاد تجربه‌های آرامش‌بخش برای خود باشد و از آنجاکه انسان موجودی اجتماعی است می‌کوشد ارتباطات اجتماعی خود را هرچند به صورت مجازی حفظ کند. اینجاست که تقاضا و درخواست محصولات و خدماتی که در این راستا به او کمک می‌کنند، مانند شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات اینترنتی، تلفن همراه، کامپیوتر و... افزایش یافته و چه بسا موجب افزایش قیمت در بازار هدف نیز خواهد شد.

• انزوا و گوشه‌گیری ثمره بحران کرونا برای کسب‌وکارها

مطالعات و تحقیقات نشان می‌دهد ظهور کرونا باعث شده پدیده انزوای اجتماعی پررنگ‌تر از قبل دیده شود. یکی از اولین تأثیرات انزوای اجتماعی، استرس مزمن ناشی از گسترش بیماری است که آثار مخربی بر جسم و روح انسان خواهد گذاشت. هر کس دست‌کم یک‌سوم عمر خود را در محیط کار می‌گذراند. تجربه در محیط کار بر زندگی خارج از محیط کار نیز تأثیر دارد. کاهش ارتباطات اجتماعی موجب از بین رفتن کار تیمی، مشارکت کارکنان روی بهره‌وری و نهایتاً نوآوری خواهد شد. وقتی برای حفظ سلامتی خودمان و دیگران بیشتر در خانه می‌مانیم و با همکارانمان

تعامل حضوری نداریم، این حس بد و منفی را به دیگران هم منتقل می‌کنیم. درست است که حضور فیزیکی در محیط کار کارایی را افزایش داده و ارتقای کیفیت زندگی کاری و شخصی را به دنبال خواهد داشت اما در شرایط فعلی که بیشتر دورکاری و ارتباطات و جلسات به صورت مجازی است باید کارایی در عملکرد و کیفیت زندگی را حفظ نمود.

با توجه به اینکه در این شرایط بسیاری از کسب‌وکارها به دورکاری روی آورده‌اند، لذا فناوری اساس موفقیت آنها محسوب می‌شود؛ اما باید مدنظر داشته باشیم که فناوری یک شمشیر دولبه است. بسیاری از ابزارهای فناوری افراد را به انزوا می‌کشاند. جلسات مجازی و غیرحضوری تا حدودی اثربخشی و کارایی نشست‌های حضوری را دارند. این به آن معنا نیست که ما منکر نقش فناوری در افزایش کارایی هستیم، بلکه براین باوریم که روح انسان تحت تأثیر این جایگزینی قرار خواهد گرفت. برای جلوگیری از انزوا در شرایط کرونا باید تهدیدهای آشکار و پنهان را بشناسیم. موانع آشکار آنهایی هستند که با حواس ۵ گانه قابل درک هستند اما شرایط دورکاری یا ارائه خدمات مجازی تهدید پنهان به شمار می‌روند. اثربخش‌ترین دفاع در برابر تهدیدهای پنهان، عوامل فرهنگی هستند. شاید در جوامع توسعه‌یافته و پیشرفته، تهدیدهای پنهان تأثیر کمتری داشته باشند اما در کشورهای در حال توسعه نمی‌توان به‌سادگی از آنها چشم‌پوشی کرد.

بحران کرونا تلنگری است برای همه صاحبان کسب‌وکارها تا اهمیت روابط را در نظر گرفته و برای کاهش اثرات سوء این بحران و دوری از انزوا، زندگی کاری و شخصی خود را مبتنی بر ارتباطات اجتماعی پایه‌ریزی کرده و جامعه‌ای انسان‌محور بسازند. این دقیقاً همان چیزی است که دنیا در این شرایط به آن نیاز دارد.

• کرونا برای کسب‌وکارها بحران است یا فاجعه؟

یکی از رایج‌ترین اشتباهات مدیریت و رهبری سازمانی، عدم تشخیص صحیح بحران از فاجعه است. بحران از واژه‌ای یونانی *crisis* به معنای تصمیم‌گیری ریشه گرفته است؛ اما فاجعه برگرفته از واژه یونانی دیگری، یعنی *disaster* است که به معنای ستاره بد یمن است. با این حساب، در زمان وقوع یک بحران باید در مورد یک مسئله سرنوشت‌ساز تصمیم‌گیری کرد؛ اما کنترل و حق انتخابی بر فاجعه نداریم؛ بنابراین تفاوت بحران و فاجعه در میزان آزادی عملکرد ماست.

با توجه به این تفاوت‌ها، زمانی می‌توان عکس‌العمل مناسب نشان داد که موقعیت، درست تشخیص داده شده باشد. در وضعیت کنونی که تغییرات به سرعت و ناخواسته به اوج خود رسیده‌اند و ظهور و گسترش یک بیماری ناشناخته همه ابعاد کسب‌وکارها را تحت تأثیر قرار داده، سازمان‌ها باید بتوانند بحران را از فاجعه متمایز کرده و تصمیم‌های مناسب اتخاذ نمایند.

چراکه شرایط غیرمعمول هرچند ساده هم باشد، در صورت عدم شناخت و برنامه‌ریزی درست می‌تواند از بحرانی قابل کنترل به یک فاجعه گسترده تبدیل شود. در همین راستا فرآیند تشخیص در ۵ گام وابسته زیر آورده شده است:

• یک - بازنگری و مهندسی مجدد ابعاد کسب‌وکار

فاجعه نقطه پایان کار است؛ اما اگر به بازنگری و مهندسی مجدد در ماهیت کسب‌وکار نپردازیم، نمی‌توانیم متوجه شویم که به نقطه پایان رسیده‌ایم یا نه. در هر سازمانی، تعداد محدودی از وظایف کاری، بیشترین توجه‌ها را به خود معطوف می‌کند؛ یعنی باید به وظایفی که بیشترین وجهه، قدرت و سود را برای سازمان دارند بیشتر توجه کرده و روی آنها متمرکز شویم. در لحظات سرنوشت‌ساز، باید به سرعت به بازنگری و مهندسی مجدد در امکانات، نقاط قوت، تهدیدها و ضعف‌های نیروی انسانی و ابعاد مختلف کسب‌وکار پردازیم. تغییر نگاه به وظایف و کارهای جاری سازمان، گاهی می‌تواند باعث نجات کسب‌وکار شود.

• دو - هم‌فکری و مشورت با ذینفعان

چنانکه گفتیم، تفاوت بین بحران و فاجعه در میزان آزادی عمل در برابر آنهاست. این آزادی عمل همیشه در روابط با دیگران خود را نشان می‌دهد. بسیاری از سازمان‌ها در شرایط دشوار، دچار استرس و اضطراب شده و به دنبال کمک، هم‌فکری و مشورت یا مشاوره از ذینفعان نیستند. در شرایط معمول، سازمان‌ها ذینفعان خود را بر اساس قدرت و منافعی که طبقه‌بندی می‌کنند. به‌طوری‌که قدرتمندترین و پرمفعت‌ترین ذینفعان را نزدیک و راضی نگه می‌دارند و به ذینفعان کم قدرت و کم منفعت توجه چندانی ندارند. این شیوه در شرایط بحرانی کارایی ندارد. سازمان‌ها باید به سرعت نگاه خود را به ذینفعان تغییر داده و به دنبال منافع بالقوه باشند. آنها باید هم‌فکری و مشورت را با همه ذینفعان، چه پر قدرت و چه بی‌قدرت، چه پرمفعت و چه با منفعت کم، در اولویت کار خود قرار دهند.

• سه - توجه و گوش فرا دادن به صداهای ناشنیده

راه دیگر تشخیص تفاوت بین بحران و فاجعه، گوش فرا دادن به نداهای درونی است؛ اما مسئله آن است که هیچ‌کس به تنهایی نمی‌تواند به درک کاملی از شرایط برسد. یکی از استراتژی‌های مناسب، بررسی نظرات نخبگان و افراد باتجربه سازمان است که بیشتر وظیفه عملیاتی و اجرایی را به عهده دارند. آنها بهتر از هرکسی فرآیندها را می‌شناسند و در شرایط بحران و فاجعه می‌توانند نقش آفرین باشند. در زمان تغییرات سریع، سازمان‌های هوشمند یک‌قدم به عقب برمی‌گردند و می‌کوشند تا نظرات تمام افراد را بشنوند.

• چهار - تست و آزمایش جسورانه

کسب‌وکارها در شرایط غیرمعمول تمام گزینه‌های ناشدنی و خطرناک را هم‌زمان با هم در نظر می‌گیرند، چرا که تغییر لازمه بقاست. در تشخیص تفاوت بین بحران و فاجعه، فرضیات و تصورات اثرگذار هستند. سازمان‌ها باید برای اجتناب از خطرات، فرضیات و نظریات را مد نظر قرار دهند. سازمانی که به جای ریسک اجرای برنامه‌ای عالی و آگاهانه، کار و کارکنان خود را رها می‌کند، پیش از آنکه بحران واقعی فرارسیده باشد، به بحرانی خودساخته گرفتار شده، تمامیت خود را به خطر انداخته و شرایط غیر نرمال را به فاجعه تبدیل خواهد کرد.

• پنج - کمک در مواجهه با زیان‌ها و فرصت‌ها

تفاوت دیگر بحران و فاجعه در این است که بحران نیاز به اقدامات سختگیرانه دارد اما فاجعه نیازمند مراقبت است. توازن این دو، اغلب زمانی ایجاد می‌شود که نیاز به سختگیری و مراقبت در طیف گسترده‌ای از افراد به وجود آید.

اگر ذینفعان متقاعد شوند که فشار و بار موجود در کسب‌وکار بر دوش همگان توزیع می‌شود، راه‌حل‌ها مشارکتی خواهد بود و هیچ‌کس سازمان را ترک نخواهد کرد. تصمیم‌گیری درباره این مسائل پیچیده زمانی مؤثر خواهد بود که همه در آن نقش داشته باشند و برای موفقیت برنامه جدید بکوشند.

کلید اثربخش بودن این شیوه، مذاکره جمعی و محترمانه با تمام ذینفعان است. حتی در صورت عدم دسترسی به یک توافق جمعی نیز این فرآیند باید ادامه پیدا کند. به این صورت، ذینفعان به‌طور مستمر روی تصمیمات و اقدامات نظارت خواهند داشت و اعتبار تصمیم‌گیری‌ها تا جایی که امکان داشته باشد مشارکتی و تیمی خواهد بود. زمانی که نتیجه کار به همه افراد تیم برسد و همه خود را در نتیجه سهم بداند در آن صورت مرز بین فاجعه و بحران، به‌درستی خود را نشان خواهد داد.

• مدیریت کسب‌وکارها در شرایط بحران کرونا

شیوع بیماری کرونا در جهان همه را با آینده‌ای مبهم و غیرقابل پیش‌بینی روبرو کرده است. این شرایط باعث شده مدیران بخش‌های مختلف کسب‌وکار با کاهش ساعات کار کارکنان و دورکاری آنها، ارائه خدمات و محصولات به‌صورت آنلاین و... اقتصاد نیمه‌جان کسب‌وکار خود را تا حدودی از گزند ضرر و زیان‌های بیشتر در امان نگاه دارند. بحران کرونا مدیران را در فشار و تنگنا قرار داده است. این روزها و در این وضعیت استرس و اضطراب،

مدیران از نظر روحی و روانی در حال فرسایش هستند. آینده کاملاً مبهم است. عبور موفقیت‌آمیز از بحران کرونا به توانایی مدیریت در هر کسب‌وکار بستگی دارد. در ادامه چند راهکار جهت مدیریت موفق در شرایط کرونا آورده شده است.

• همدلی کنید

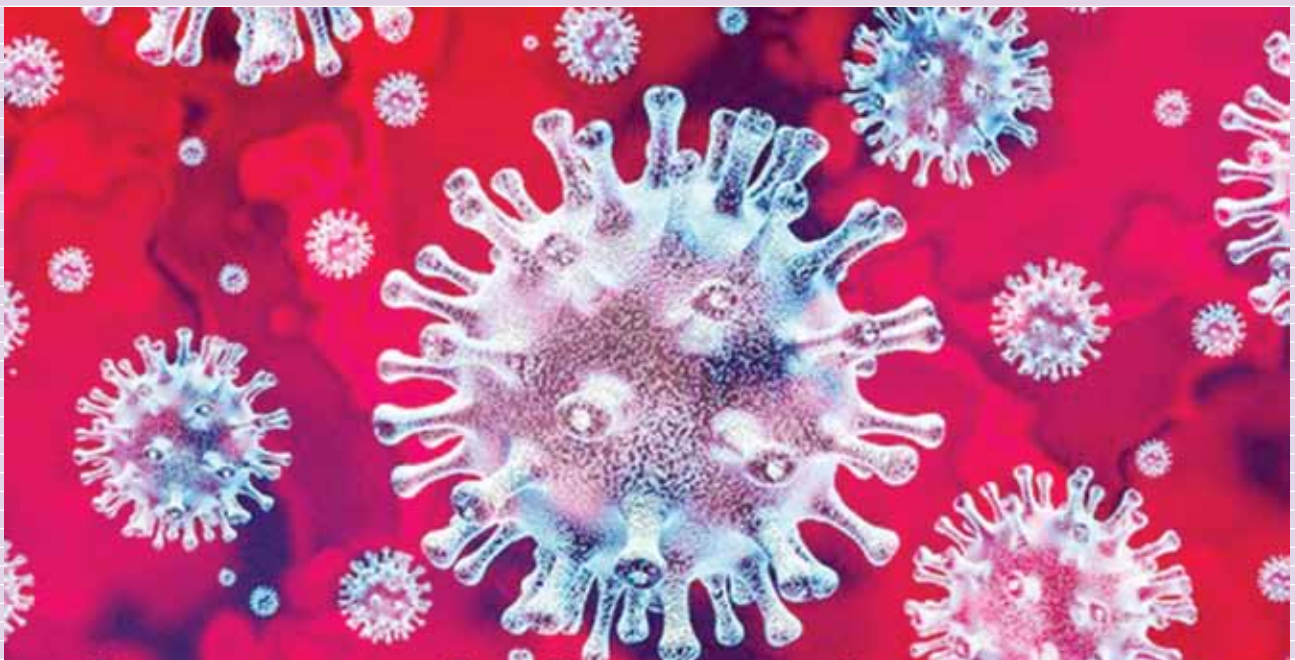
مهم‌ترین تصمیمی که به‌عنوان یک مدیر و رهبر کسب‌وکار در بحران کرونا می‌توان گرفت همدلی است. شرایط فعالان کسب‌وکار، همکاران و بازار هدف را درک کنید. همدلی کمک می‌کند مسیر پیشرفت و گذر از بحران را آسان‌تر طی کنید؛ زیرا همکاران و ذینفعان شما از تصمیم‌هایتان حمایت کرده و در اجرای برنامه‌ها کنارتان قرار می‌گیرند.

• به هدف‌تان بندیشید

هدف به آینده گره خورده است؛ اما در شرایط بحران کرونا، آینده در حاله‌ای از ابهام است. سازمان‌ها باید به بازنگری ارزش‌هایشان بپردازند؛ یعنی روی فاکتورهایی تمرکز کنند که از اهمیت واقعی برخوردارند. سپس بکوشند تا حس هدفمندی را در خود زنده نگه‌دارند. شاید پیگیری اهداف سازمان موقتاً متوقف شده باشد، اما نباید دورنما و تصویر بزرگ‌تر را فراموش کنند. سازمان‌ها باید ماهیت وجودی هر هدف را به خود یادآوری کنند. سپس برای سازگار نمودن آن با شرایط فعلی راهکاری پیدا کنند.

• نگرش خود را تغییر دهید

اگر بحران کرونا را فقط از عینک نگرانی و ناامیدی نگاه کنید، آن را تجربه‌ای سخت برای کسب‌وکارتان خواهید دید؛ اما اگر به آن به چشم یک فرصت نگاه کنید، احتمال گذر از بحران و رسیدن به موفقیت زیاد خواهد بود.



• تفکر مثبت داشته باشید

حفظ مثبت اندیشی و مثبت نگری در بحران کرونا سخت است؛ اما کرونا یک تهدید دائمی و فراگیر نیست. همه کسب و کارها با آن روبرو شده‌اند. سازمان‌ها باید دقت زیادی داشته باشند تا تفکر منفی در آنها رخنه نکند، چرا که تفکر منفی، ناامیدی و پوچی به‌سادگی به همه کارکنان سرایت خواهد کرد. در آن صورت، انگیزه، تلاش، نوآوری و خلاقیت در سازمان از بین رفته و بی‌شک، سازمان در مسیر نابودی و فروپاشی پیش خواهد رفت. سازمان باید بکوشد حس نگرانی و اضطراب ناشی از پیامدهای بیماری کرونا را کاهش داده و برای ایجاد آرامش و اطمینان در کنار کارکنانش از هیچ تلاشی خودداری نکند.

• به موفقیت‌ها و دستاوردهایتان فکر کنید

در شرایط بحرانی روی توانایی‌ها و نقاط قوت خود در کسب و کار تمرکز کنید تا بتوانید با موفقیت این دوران را پشت سر بگذارید. تمرکز بر موفقیت‌ها و دستاوردهای هرچند کوچک، به سازمان و کارکنانش انگیزه می‌دهد تا فعالیت‌های خود را در جهت بهبود قرار دهند و در راستای یافتن مسیر درست گام بردارند.

• نتیجه‌گیری:

بامطالعۀ آنچه گفته شد، بیماری کرونا با همه ترس‌ها و ابهاماتی که به همراه دارد، می‌تواند برای سازمان‌ها یا هر کسب و کاری یک فرصت استثنایی محسوب شود؛ بنابراین تبدیل تهدیدها به فرصت در چنین شرایطی راهبردی‌ترین هدف هر کسب و کاری خواهد بود. اگر سازمان‌ها از نکات مهم غافل بمانند، بحران کرونا به فاجعه کرونا تبدیل شده و نابودی آنها تضمین می‌شود. توجه به نکات زیر از سوی صاحبان کسب و کار می‌تواند برای گذر از این بحران سودمند باشد: استمرار آموزش و یادگیری تخصصی به‌صورت مجازی باهدف ارتقای علمی کارکنان در تمام سطوح سازمانی در همین شرایط هم می‌تواند برای طی مسیر در جهت موفقیت بسیار مؤثر واقع شود. مدیران کسب و کار باید از نمایندگی‌ها و شعب خود در سطح کشور بازدید کرده و مسیری که موجب رشد کمی و کیفی بیشتر آنها خواهد شد را تعیین کرده و برآن تأکید کنند.

ایجاد توفان فکری با برگزاری اتاق فکر و همفکری با ذینفعان و متخصصان می‌تواند راهکارها و ایده‌ها خوبی جهت پیشبرد اهداف سازمان در شرایط بحران خلق کند. کسب و کارها باید بکوشند فضایی آرام و به‌دور از استرس بر کسب و کار و در بین همکاران ایجاد کنند. در شرایط بحران کرونا استفاده از ابزار روابط عمومی به‌جای ابزار تبلیغاتی برای معرفی خدمات و محصولات اثربخش‌تر و مفیدتر خواهد بود. در چنین شرایطی مشتریان به دنبال همدلی هستند. به همین دلیل ابزارهای تبلیغاتی معمول کاربردی نخواهند بود.

در شرایط کنونی، سازمان‌ها بدون کمک نخبگان قادر به استفاده از فناوری‌ها و تکنولوژی‌های جدید نخواهند بود. ایجاد امکانات کامل از تکنولوژی توسط نخبگان، پتانسیل موفقیت سازمان‌ها را در شرایط بحران فعلی که رکود اقتصادی به همراه دارد، به یک نیروی جنبشی مؤثر تبدیل می‌کند. بحران کرونا یک آزمون شخصیتی، اجتماعی،

بهداشتی، مدیریتی و... برای مدیران بنگاه‌های اقتصادی است. مدیران در فضای فعلی کسب و کار مجبور هستند با شرایط غیرقابل پیش‌بینی روبرو شوند که می‌توان آن را یک آزمون توسعه و مدیریت در نظر گرفت. بنگاه‌های اقتصادی برای شرایط بحرانی آموزش ندیده‌اند. ظهور کرونا به‌خودی‌خود یک بحران منحصر به فرد است بی‌سابقه است؛ اما این شرایط می‌تواند باعث نزدیکی بیش‌ازپیش مدیران به تیم‌های خود و نگاه دقیق‌تر آنها به عوامل موفقیت و اثربخشی مدیریت بحران شود.

یکی از چالش‌های مدیران بنگاه‌های اقتصادی در این بحران یادگیری روش صحیح ترکیب تیم‌هایشان و مدیریت کارآمد آنهاست. بسیاری از مدیران بنگاه‌های اقتصادی تمایلی به مدیریت مشارکتی ندارند، در صورتی‌که در بحران کرونا اساس کار مدیریت مشارکتی است. اگر قرار باشد در بحران، مدیریت سلطه‌جویانه حاکم باشد نتیجه چیزی جز دور شدن از هدف اصلی و غافل ماندن راهبرد سازمان در بحران نیست.

بیشتر صاحبان کسب و کار اعتقاد دارند بعد از بحران کرونا دوره جدیدی از کسب و کار ایجاد شده و تنها برنامه‌ریزی دقیق و راهبرد اثربخش در استقامت و تأمین هزینه‌های عملیاتی می‌تواند موجب موفقیت در گذراندن بحران شود. ظهور و گسترش کرونا ترس و اضطرابی خاص به جان مردم انداخته و رفتار معمول مشتریان را تغییر داده است. هر مشتری بر اساس احساس، هويت و ارتباط اجتماعی تصمیم به خرید یک محصول یا خدمت می‌گیرد. کسب و کارهایی در این بحران برای فروش و ارائه خدمات و محصولات خود موفق عمل می‌کنند که این موارد را بشناسند.

بحران کرونا برای کسب و کارها یک تلنگر است تا اهمیت روابط را در نظر گرفته و برای کاهش اثرات سو این بحران که می‌تواند موجب انزوا شود، زندگی کاری و شخصی خود را حول روابط و ارتباطات اجتماعی قرار دهند و یک جامعه انسان‌محور، همان چیزی که در این شرایط به آن نیاز دارند، بسازند.

یکی از رایج‌ترین اشتباهات مدیریت و رهبری سازمانی، اشتباه گرفتن بحران با فاجعه است. فاجعه نقطه پایان کار است اما بحران پایان کار نیست و در زمان وقوع یک بحران باید در مورد یک مسئله سرنوشت‌ساز تصمیم‌گیری نماییم. بحران نیاز به اقدامات سختگیرانه دارد اما فاجعه نیازمند مراقبت است. بعد از بروز فاجعه کنترل و حق انتخابی در مورد آن نداریم؛ بنابراین تفاوت اصلی آنها در میزان آزادی عمل ماست.

• منابع:

چگونه گرفتار بحران خودساخته نشویم / ترجمه آقای مهدی نیکوئی از مرور بر کسب و کار اروپا
الگوی جدید خرید مشتری / نویسنده خانم پلا دانزیگر / ترجمه خانم مریم مراد خانی
کرونا، آزمون نهایی رهبران سازمان / مجله مک‌کینزی / ترجمه خانم مریم رضایی
تعدیل فشار مدیریت در شرایط بحرانی / نویسنده خانم ربکا نایت / ترجمه خانم مریم مراد خانی

بانک سامان
Saman Bank

بانک سامان
Saman Bank



شعبه‌ای در قلب پایتخت
گزارش سامان - بازار



مدیریت در مقطع کارشناسی ارشد به تحصیل پرداخته است و ۱۶ سال قبل و همزمان با دوران تحصیل در دانشگاه رزومه خود را برای استخدام به شعبه مرکزی بانک سامان داده است و از آن روز تاکنون در شعبه‌های اقدسیه، قیطره، سعادت آباد، هاپیر استار، کریمخان، سی تیر و صادقیه مشغول به کار بوده است. آقای حیدرهای با توجه به سشنش یکی از مدیران باتجربه و شایسته کشور محسوب می‌شود که توانسته از پس مدیریت شعبه‌های مهمی چون کریمخان، سی تیر و صادقیه برآید، وی همچنین هم اکنون ریاست شعبه بازار بانک سامان را برعهده دارد که یکی از مهم‌ترین شعبات سامان در پایتخت محسوب می‌شود.

همانطور که گفته شد آقای حیدرهای به عنوان یکی از مدیران موفق بانک سامان در سراسر پایتخت شناخته می‌شود که توانسته با بهره‌گیری از متدهای مدیریتی پربازده، رضایت قریب به اتفاق مشتریان سامان و همچنین کارمندان شعبه‌های تحت مدیریتش را نیز جلب کند. شعبه بازار بانک سامان در حال حاضر ۱۴ کارمند دارد که آقای حیدرهای به خوبی توانسته با استفاده از روش‌های خاص خودش آن را مدیریت کند. حیدرهای خانواده سامان را مانند خانواده خود دوست دارد و نگاه کاملاً صمیمانه‌ای نسبت به کارمندان شعبه دارد. وی معتقد است یک مدیر اگر نگاه از بالا به پایینی داشته باشد نمی‌تواند از کارمندان انتظار عملکرد با راندمان بالا و با کیفیتی را داشته باشد.

ایشان در مورد نحوه ورودش به خانواده بانک سامان می‌گوید: خاطرم هست ۱۶ سال قبل زمانی که دانشجوی بودم روزی از جلوی شعبه مرکزی می‌گذشتم، ناگهان به ذهنم رسید که برای کار در بانک سامان رزومه خود را ارائه کنم. اتفاقاً با استقبال بسیار خوبی مواجه شدم و پس از تحویل رزومه، مصاحبه‌ای نیز انجام شد و در نهایت استخدام شدم.

احمد حیدرهای در ادامه ضمن اشاره به علاقه قلبی‌اش به بانک سامان تاکید کرد: بانک سامان خانه دوم من است، زیرا پس از ۱۶ سال کار مداوم دیگر سامان را به عنوان خانواده خود می‌دانم و به آن علاقه بسیاری دارم. آقای حیدرهای با اشاره به اصول شیوه‌های مدیریتی مجموعه‌هایی مانند

بازار تهران از قدیم الایام نقش بسیار مهمی به عنوان قلب تجاری ایران داشته و همواره یکی از مهم‌ترین ارکان اقتصادی کشورمان بوده است. در چنین مرکز مهمی که به عنوان یکی از ستون‌های تجاری کشور شناخته می‌شود طبیعتاً حجم بسیار بالایی از نقدینگی و پول در هر لحظه مبادله می‌شود، از معاملات کوچک و خرد گرفته تا قراردادهای کلان و حتی صادراتی، روزانه در بازار تهران رقم می‌خورند. با توجه به این مسئله بازاریان و مراجع‌کنندگان به بازار نیز با توجه به حجم بالای نقل و انتقالات بانکی در معاملات، احتیاج مداوم و بی‌وقفه‌ای به بانک دارند؛ به عبارتی اگر عنصری به نام بانک را از مجموعه بازارهای جهان حذف کنیم دیگر نمی‌توان انتظار ایفای نقش کارآمدی از این مراکز تجاری کهن داشت؛ از همین رو است که بانک‌ها نقش بسیار مهمی را در بازارهای سراسر کشور بازی می‌کنند و همانطور که گفته شد بازار تهران به عنوان قلب تجاری ایران و حجم بالای نقل و انتقالات مالی، وابستگی شدیدی به بانک دارد. بانک سامان نیز به عنوان یکی از مجموعه‌های پیشرو در صنعت بانکداری کشورمان نقش خود را در این مسیر ایفا کرده و با تاسیس شعبه‌ای در بازار تهران و باجه‌هایی در خیابان‌های اطراف بازار سعی در کمک به فرآیند نقل و انتقالات مالی در کشور داشته است.

شعبه بازار تهران یکی از مجموعه‌های موفق بانک سامان در کشور است که توانسته عملکرد خوبی را از خود برجای گذاشته و با جلب رضایت مشتریان خرد و کلان در محدوده بازار تهران به عنوان یکی از پربازده‌ترین شعبات تهران شناخته شود. البته در نیل به این هدف مدیریت احمد حیدرهای به عنوان مدیری جوان و شایسته باعث شده سایر کارمندان این شعبه نیز با همدلی و صمیمیت برای اعتلای بانک سامان بکوشند.

بانک، به مثابه دانشگاه

احمد حیدرهای که ۴۰ سال دارد، یکی از مدیران برتر بانک سامان در قلب پایتخت است. وی پدر دو پسر ۲ و ۱۱ ساله، به نام‌های کیان و کسری است که رابطه‌ای بسیار صمیمی با آنها دارد. آقای رئیس در رشته



وی در ادامه افزود: با توجه به سیاست کلی بانک در طرح سامان ۱۴۰۰ به خود می‌بالیم که آمار و عملکرد شعبه بازار در اجرای طرح مهاجرت همواره با فاصله قابل توجهی نسبت به سایر شعب بالاتر بوده است. البته این موفقیت در درجه اول لطف خداوند بزرگ و در وهله بعدی روحیه کار تیمی و البته رهبری آقای احمد حیدرایی ریاست محترم شعبه بازار بوده که با رهنمون و برگزاری جلسات متعدد در حوزه‌های کاری مختلف تیم شعبه بازار را به بهترین شکل ممکن مدیریت کرده‌اند.

کار تیمی

طه جدیدیان ۳۶ سال دارد و از ۹ سال پیش به خانواده سامان پیوسته و معتقد است بانک سامان خانه دوم اوست. آقای جدیدیان با تاکید بر اهمیت کار تیمی می‌گوید: روحیه کار تیمی بچه‌های شعبه باعث شده تا در سخت‌ترین شرایط هم بتوانیم در کنار یکدیگر به راهمان ادامه دهیم. اگر چنین روحیه‌ای نبود هیچگاه امکان نداشت بتوانیم دورانی را که باید ساعت ۵ صبح در شعبه حاضر می‌شدیم به خوبی و با بهره‌وری بالا بگذرانیم.

مسئولیت‌پذیری، رمز موفقیت ما است

فرزاد امانی دولت‌سرا که ۳۵ سال دارد معاونت ارزی شعبه بازار بانک سامان را عهده‌دار است. وی در سال ۹۱ عضو خانواده سامان شده و با ۹ سال سابقه کار توانسته عملکرد بسیار خوبی را از خود به نمایش بگذارد. آقای امانی دولت‌سرا متاهل و پدر یک فرزند است.

وی در مورد نحوه استخدام در بانک سامان می‌گوید: در سال ۹۱ تصمیم گرفتم که از طریق وبسایت رسمی بانک سامان در آزمون استخدامی این مجموعه شرکت کنم. با توجه به تعاریفی که از رضایتمندی کارکنان این بانک شنیده بودم تصمیم گرفتم که عزم خود را برای پذیرفته شدن در آزمون استخدامی بانک سامان جزم کنم و به لطف خدا این امر نیز میسر شد و در همان سال به استخدام بانک سامان درآمدم.

فرزاد امانی دولت‌سرا با اشاره به اهمیت مسئولیت‌پذیری اعضای یک مجموعه، عنوان کرد: به باور من انسان‌ها باید در تمام مقاطع زندگی شخصی و کاری مسئولیت پذیر باشند؛ در غیر این صورت هم کار و زندگی برای خودشان سخت می‌شود و هم مجموعه‌ای که در آن فعالیت می‌کنند دچار مشکل خواهد شد.

بانکی پیشرو در سیستم بانکی کشور

علی واقعی ۳۶ ساله رئیس دایره صندوق شعبه بازار بانک سامان است. وی که دو فرزند دارد با ۱۲ سال سابقه کار در بانک سامان به عنوان یکی از کارمندان موفق شعبه شناخته می‌شود. آقای واقعی در سال ۱۳۸۷ از

بانک، بیان کرد: با توجه به نوع فعالیتی که ما در شعبه‌های بانکی داریم اگر با دقت به آن بنگریم متوجه می‌شویم که بانک می‌تواند به مثابه یک دانشگاه عمل کرده و باعث رشد همه همکاران در زمینه‌های مختلف شود. برای مثال ما در شعبه بازار بانک سامان به عنوان یک خانواده در کنار یکدیگر کار می‌کنیم و همچنین تلاش داریم که هر روز نکته جدیدی را بیاموزیم و تجربیات خود را به سایر همکاران نیز انتقال دهیم. وی با اشاره به وضعیتی که شیوع ویروس کرونا در کشور ایجاد کرده نیز یادآور شد: برای مثال در حال حاضر شاهد شیوع گسترده ویروس کرونا در سرتاسر جهان هستیم و بانک نیز به عنوان یکی از حساس‌ترین مراجع اقتصادی امکان تعطیلی دائمی نداشته و باید همواره برای خدمت رسانی به مردم عزیزمان آماده باشد. ما نیز در شعبه بازار تمام سعی خود را کرده‌ایم تا از تجربیات صحیح و علمی استفاده کنیم تا هم سلامت مشتریان را به خطر نیندازیم و هم کارکنان شعبه بتوانند با خیالی آسوده تر به خدمات‌رسانی ادامه دهند.

آقای رئیس با اشاره به اهمیت حفظ فاصله اجتماعی تاکید کرد: کادر درمانی عزیز بارها در مورد لزوم رعایت فاصله‌گذاری هوشمند هشدار داده‌اند. با توجه به همین دستورالعمل‌ها تصمیم گرفتیم که در شعبه بازار نیز تمهیداتی بیندیشیم تا خطر را به حداقل برسانیم. برای مثال ورود و خروج کنترل شده و جلوگیری از ایجاد ازدحام و تجمع در داخل شعبه از جمله راهکارهایی است که در این دوران سخت به کار بسته‌ایم تا بتوانیم این ویروس خطرناک را نیز شکست دهیم. البته همه اقدامات ما محدود به مدیریت مشتریان نمی‌شود، بلکه در مواردی که خدای ناکرده همکاران شعبه کوچکترین علائم مشکوکی داشته باشند در منزل مانده و استراحت می‌کنند تا هم سایر همکاران دچار مشکل نشوند و هم مراجعه‌کنندگان به شعبه در خطر ابتلا قرار نگیرند. به اعتقاد من اگر بتوانیم اصول فاصله‌گذاری اجتماعی را به درستی رعایت کنیم قطعاً خواهیم توانست این معضل جهانی را نیز با کمترین خسارات مالی و جانی پشت سر بگذاریم.

موفقیت در اجرای طرح مهاجرت

مجتبی خلیج از ۱۴ سال قبل تا به امروز در استخدام بانک سامان بوده و هم‌اکنون معاون ریالی شعبه بازار بانک سامان است. آقای خلیج ۳۹ ساله است و در مقطع کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی به تحصیل پرداخته است وی که پدر یک پسر به نام یزدان است، در کنار همسر خود زندگی خوبی را تجربه می‌کند.

مجتبی خلیج در مورد سال‌های فعالیتش در سامان می‌گوید: حدود ۸ سال است که به عنوان معاون شعبه فعالیت می‌کنم. در مقطعی معاون شعباتی چون شهران، واحد فرودگاهی و یافت آباد بودم و در حال حاضر نیز از حدود دو سال قبل تا به امروز معاون شعبه بازار هستم.

وی با اشاره به تغییر کادر مدیریتی شعبه بازار بانک سامان یادآور شد: در حدود دو سالی که تیم جدید مدیریت در شعبه بازار مستقر شده از لحاظ جذب منابع رشد ۳ برابری داشته‌ایم و از لحاظ صدور حواله‌جات ارزی و بروات رشد ۵ برابری و از لحاظ پرداخت تسهیلات و سودآوری رشد حدوداً ۱۰ برابری را به ثبت رسانده‌ایم. در این دو سال ما توانستیم بیش از ۵ هزار میلیارد تسهیلات پرداخت کنیم که در حدود ۳ هزار میلیارد آن در حال حاضر تسویه شده و خوشبختانه یک ریال آن نیز تا به حال معوق نشده است. همچنین با توجه به رشد چندین برابری در انجام حواله‌جات ارزی یک ریال خروج ارز نداشتیم.

طریق آگهی استخدامی در آزمون بانک سامان شرکت کرده و از همان سال تاکنون در بانک سامان مشغول به کار بوده است.

علی واقعی با اشاره به موفقیت‌های بانک سامان در عرصه ملی می‌گوید: به نظر من بانک سامان با توجه به عملکردی که از خود بر جای گذاشته به عنوانی بانکی پیشرو در سیستم بانکی کشورمان شناخته می‌شود. ما نیز تمام تلاش خود را به کار می‌بندیم تا مشتریان گرامی با رضایت کامل شعبه را ترک کنند.

بانکداران عملیات

مصطفی قدس با ۳۷ سال سن و ۱۲ سال سابقه کار در بانک سامان، به عنوان بانکدار عملیات در شعبه بازار سامان مشغول به کار است. وی که از سال ۱۳۸۷ به خانواده بزرگ بانک سامان پیوسته مانند اغلب کارمندان شعبه بازار از طریق آگهی استخدامی جذب مجموعه سامان شده است. آقای قدس یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های سامان را تکریم مشتریان دانسته و با تاکید بر لزوم ایجاد آرامش در شعبه، رضایت مراجعان به بانک را به عنوان یکی از مهم‌ترین علل موفقیت بانک سامان می‌داند.

سخت‌کوش، مهربان و صمیمی

علیرضا دلیر ۴۱ ساله نیز با عنوان بانکدار عملیات شعبه بازار بانک سامان مشغول به فعالیت است و از سال ۱۳۸۴ تاکنون در جمع خانواده سامان بوده است.

آقای دلیر در کنار کار و فعالیت در بانک، به عنوان پدر و همسری مهربان در داخل خانه نیز شناخته می‌شود که رابطه بسیار گرمی نیز با هر ۳ فرزند خود دارد. وی که یکی از کارمندان سخت‌کوش مجموعه است در طول ۱۵ سال سابقه فعالیت خود همواره بانک سامان را با عنوان «بانک محبوب من» یاد کرده و همیشه سعی داشته با همکاران خود نیز با مهربانی و صمیمیت به تعامل بپردازد. علیرضا دلیر ضمن یادآوری خاطرات شیرین خود در طول دوران فعالیت در بانک سامان، به معرف خود اشاره می‌کند و می‌گوید: آقای رجایی سلماسی من را برای استخدام به بانک سامان معرفی کردند و به لطف خدا تا به امروز از کار در سامان راضی هستم.

درس‌های بانک سامان

عباس شکیباراد، یکی دیگر از بانکداران عملیات در شعبه بازار بانک سامان است که ۱۲ سال قبل در سال ۱۳۸۸ به استخدام سامان درآمده است. وی که اکنون ۳۵ سال سن دارد، پدر یک فرزند است و در کنار همسر و پسر خود زندگی شاد و گرمی دارد.

آقای شکیباراد در مورد بانک سامان می‌گوید: در سال ۱۳۸۸ با بانک سامان آشنا شدم و تاکنون در کنار همکاران خویم در شادی و غم کنار یکدیگر بوده‌ایم. در تمام سال‌های فعالیتیم در بانک سامان تجارب زیادی کسب کرده‌ام، این مسئله در خانواده من نیز کاملاً مشهود است برای مثال پسر من می‌گوید: «بانک سامان خیلی درس می‌دهد!»

پیش‌تاز در عرصه صنعت بانکداری

پویا بختیاری ۲۹ ساله و از بانکداران عملیات شعبه بازار است. وی که تحصیلات خود را در مقطع کارشناسی به سرانجام رسانده، از سال ۱۳۹۴ تا به امروز در استخدام بانک سامان بوده است. آقای بختیاری پدر یک خانواده سه نفره است وی در کنار همسر و فرزندش زندگی آرام و شادی را دارد. آشنایی وی با بانک سامان نیز بسیار جالب بوده؛ آقای بختیاری در پی دریافت وام دانشجویی با خدمات بانک سامان آشنا شده و به کار در این مجموعه علاقه‌مند می‌شود، بنابراین تصمیم به شرکت در

آزمون استخدامی کرده و از طریق وبسایت رسمی بانک سامان اقدام کرده و در نهایت به عضویت خانواده بزرگ سامان درمی‌آید.

آقای بختیاری بانک سامان را به عنوان مجموعه‌ای پیش‌تاز در عرصه‌های نوآورانه صنعت بانکداری کشور و نحوه خدمات‌رسانی در بانک سامان را متمایز از سایر بانک‌های فعال در کشور می‌داند. وی در ادامه با تاکید بر اهمیتی امیدواری در زندگی می‌گوید: اگر هدف داشته باشید همه اتفاقات پایان بسیار خوبی خواهند داشت، اما اگر تلاش کردید و به نتیجه خوبی نرسیدید، اطمینان داشته باشید که هنوز آن کار به پایان نرسیده است.

سامان یک برند بسیار محبوب

خرم صادقی که از سال ۱۳۹۶ عضو خانواده سامان شده است در حال حاضر به عنوان بانکدار پشتیبان در شعبه بازار بانک سامان مشغول به کار است. وی ۳۰ سال داشته و در طول ۳ سال فعالیت خود در مجموعه سامان به عنوان یکی از کارمندان منظم شناخته می‌شود.

خانم صادقی ضمن اشاره به عملکرد بسیار خوب سامان در امر مشتری‌مداری می‌گوید: سامان یک برند بسیار محبوب در بین بانک‌های ایرانی است و دلیل اصلی آن نیز اهمیت بالای فاکتور مشتری‌مداری در این بانک است. من و همه همکارانم در شعبه بازار نهایت تلاش خود را به کار می‌بندیم تا مراجعه‌کنندگان با رضایت بانک را ترک کنند. حالا که سخن از مشتریان شد آرزو دارم که همگی در نهایت سلامت و بهروزی زندگی کنند و روزگارشان بسامان باشد.

بانک همیشه محبوب

محمدرضا فراهانی بانکدار فروش (مدیر سالن) ۴۰ سال داشته و یکی از کارمندان با سابقه شعبه بازار بانک سامان به شمار می‌آید. وی که از سال ۱۳۸۴ به خانواده بزرگ سامان در سراسر کشور پیوسته است در حال حاضر متاهل بوده و پدر دو فرزند است.

آقای فراهانی تا مقطع کارشناسی به تحصیل پرداخته و در سال ۱۳۹۰ به استخدام بانک سامان درآمده و در طول ۹ سال فعالیت خود در بانک سامان، از این مجموعه به عنوان «بانک همیشه محبوب من» یاد کرده است.

رامتین سلیمانی با ۳۶ سال سن و ۱۰ سال سابقه کار در بانک سامان، به عنوان بانکدار فروش تخصصی در شعبه بازار سامان مشغول به کار است. وی که از سال ۱۳۸۹ به خانواده بزرگ بانک سامان پیوسته مانند اغلب همکارانش در این شعبه متاهل بوده و زندگی شادی را در کنار همسرش تجربه می‌کند.

از کار کردن در فضای بانک سامان رضایت دارم

علی صلح‌میرزایی بانکدار فروش تخصصی بانک سامان در شعبه بازار تهران است. وی ۳۴ سال سن داشته و هم‌اکنون پدر یک فرزند است. آقای صلح‌میرزایی در مقطع کارشناسی تحصیلات خود را به اتمام رسانده و از سال ۱۳۹۰ تا به حال در بانک سامان مشغول به کار بوده است.

وی که از کار کردن در فضای بانک سامان رضایت دارد، می‌گوید: ما در بانک سامان رابطه بسیار صمیمانه‌ای با سایر همکارانی داریم و بسیار نزدیک هستیم، امیدوارم همه همکاران سازمانی‌ام سالم و تندرست باشند. حسین علی قزوینی ۳۴ ساله بانکدار فروش تخصصی شعبه بازار است که در سال ۱۳۹۰ به استخدام بانک سامان درآمده، آقای قزوینی در حال حاضر پدر یک فرزند است. او که فعالیت حرفه‌ای خود را در بانک سامان آغاز کرده معتقد است نام سامان به عنوان بانکی پیشرو در

کشور می‌درخشید.

مهران فرخی‌پور بانکدار فروش تخصصی ۳۳ ساله شعبه بازار بانک سامان است که در سال ۹۰ عضو خانواده سامان شده و با ۹ سال سابقه کار توانسته عملکرد بسیار خوبی را از خود به نمایش بگذارد. آقای فرخی‌پور متاهل بوده و در کنار همسر خود زندگی آرام و شادی را سپری می‌کند. وی معتقد است بانک سامان، مجموعه‌ای است که شامل تعداد زیادی از نیروهای حرفه‌ای در صنعت بانکداری می‌شود و به همین دلیل عملکرد بسیار خوبی را نیز به نمایش گذاشته است.

جلب رضایت مشتری

نوشین نجیمی ۳۵ ساله بانکدار فروش شعبه بازار بانک سامان است. وی که ۱۳ سال سابقه کار دارد از سال ۱۳۸۷ در بانک سامان به عنوان یکی از کارمندان موفق و وظیفه شناس شعبه مشغول به فعالیت است. خانم نجیمی در سال ۱۳۸۷ از طریق آگهی استخدامی و پذیرش در آزمون استخدامی بیمه سامان وارد این مجموعه شده و پس از مدتی کار در حوزه بیمه، در سال ۱۳۹۱ به طور رسمی به استخدام بانک سامان درمی‌آید.

نوشین نجیمی با اشاره به موفقیت‌های بانک سامان در زمینه جذب مشتری می‌گوید: کادر اجرایی بانک سامان نزد مراجعان بانک‌ها بسیار محبوب هستند و یکی از دلایل رضایت مشتریان نیز برخورد مناسب کارکنان با مشتریان و همچنین کاردان بودن اهالی خانواده بزرگ سامان است.

وی در ادامه با تاکید بر پشتکار و تلاش برای رسیدن به موفقیت گفت: برای رسیدن به هدفمان باید تلاش کنیم و اگر هم با شکست مواجه شدیم باید مصمم‌تر از قبل به مسیر خود ادامه دهیم تا در نهایت به موفقیت برسیم.

بانک سامان، بانک هوشمند

علیرضا مطهری‌منش بانکدار فروش ۳۸ ساله در باجه حسن‌آباد تهران است که با ۱۳ سال سابقه از سال ۱۳۸۷ تاکنون در بانک سامان مشغول

به کار است. وی که صاحب خانواده‌ای ۴ نفره است در کنار همسر و دو فرزند خود زندگی خوبی را دارد.

آقای مطهری‌منش در مورد نحوه استخدامش در بانک سامان نیز می‌گوید: من پیش از استخدام در بانک سامان، کارمند بانک ملی بودم. اما همزمان با ورود آقای زعفرانی به بانک سامان، من نیز به استخدام سامان درآمدم. وی خدمات الکترونیک بانک سامان را به عنوان یکی از نقاط قوت این مجموعه دانسته و گفت: به اعتقاد من در دنیایی که بانکداری الکترونیک حرف اول را می‌زند، سامان نیز توانسته در کشورمان به گونه بسیار خوبی در این زمینه پیشرفت کند، به همین دلیل است که من این شعار را برای بانکمان انتخاب می‌کنم؛ «بانک سامان، بانک هوشمند».

علیرضا کاتبی بایگان اسناد ۳۴ ساله شعبه بازار بوده، پدر دو فرزند و متاهل است. آقای کاتبی که یکی از باسابقه‌ترین کارمندان این شعبه است با ۱۵ سال سابقه فعالیت در مجموعه بانک سامان، از سال ۱۳۸۴ تاکنون در استخدام سامان بوده است.

آشنایی وی با بانک سامان نیز داستان جالبی دارد و به گفته خودش از طریق آقای اولیائی به بانک سامان معرفی شده است.

علیرضا یزدانفر ۳۷ ساله نیز از همکاران بانک سامان در مجموعه «آفتاب تجارت» است. وی که از سال ۹۱ تاکنون در این مجموعه مشغول به کار شده توسط یکی از پرسنل رسمی بانک سامان برای استخدام معرفی شده است.

آقای یزدانفر که متاهل بوده، به همراه همسر و یک فرزندش زندگی شادی را سپری می‌کند.

مسعود نجاری از همکاران «آفتاب تجارت» است که فعالیت خود در این مجموعه را از سال ۱۳۹۷ آغاز کرده و در طول دو سال گذشته به عنوان همکار «آفتاب تجارت» در شعبه بازار بانک سامان مشغول به کار است. آقای نجاری که ۲۹ سال دارد متاهل و درحال حاضر پدر دو فرزند است.



جذب منابع انسانی بر مبنای شایستگی



تدوین و گردآوری: مهدی رضوانی - کارشناس ارشد مدیریت دولتی: افزایش رقابت جهانی شرکت‌ها را مجبور کرده است تا شیوه عملیات خود را از شیوه تکراری به شیوه خلاق تغییر دهند. این تغییر کیفی، الزاماتی را برای جذب منابع انسانی در شرکت‌ها مطرح کرده است. اهمیت این موضوع در بازار کار رقابتی کنونی چندین برابر شده است، زیرا یکی از دغدغه‌های اصلی سازمان‌ها و شرکت‌ها جذب و حفظ کارکنان ماهر و بااستعداد است، از جمله کارکنانی که با الزامات سازمانی و شغلی شرکت‌ها تناسب بیشتری داشته باشند. در این راستا بسیاری از کشورها و همچنین کسب‌وکارهای خصوصی و دولتی جهت برآوردن نیازهای در حال تغییر به تفکر درباره رویکردهای جدید جذب منابع انسانی پرداخته‌اند و در حال حرکت به سمت الگوهای شایستگی و نظام شایستگی محور هستند. سازمان‌ها از طریق سازمان‌دهی و بهینه‌سازی فرآیند جذب منابع انسانی بر مبنای شایستگی‌های متناسب با الزامات سازمانی و شغلی بهتر می‌توانند در جهت برآوردن نیازهای حال و آینده گام بردارند. الگوهای شایستگی، مجموعه‌ای از شایستگی‌ها را در برمی‌گیرد که لازمه انجام موفقیت‌آمیز وظایف و مسئولیت‌های محوله هستند و لذا در جذب منابع انسانی، ابتدا باید شایستگی‌های حرفه‌ای تعیین شوند و به‌عنوان معیارهای گزینش مدنظر قرار گیرند، چراکه جذب منابع انسانی فاقد شایستگی، علاوه بر تحمیل هزینه‌های سنگین و اتلاف وقت و منابع سازمان باعث می‌شود که سازمان‌ها نتوانند به‌طور اثربخش به اهداف و راهبردها جامه عمل بپوشانند. هرچند مفهوم شایستگی از دیدگاه‌های مختلف موردتوجه قرار گرفته است و برای آن تعاریف مختلفی ارائه شده است، اما ریشه الگوهای شایستگی در کسب‌وکار امروزی مربوط به کارهای «مک کلند» است و از آن زمان بود که وارد ادبیات مدیریت شد. از نظر «مک کلند» می‌توان با استفاده از شایستگی افراد ممتاز را از افراد معمولی تشخیص داد. «بویا تزیس» در تعریف مفهوم شایستگی بر ویژگی‌هایی تأکید کرد که به عملکرد برتر یک فرد در یک شغل منجر می‌شود. عملکرد برتر یک شغل نیز زمانی اتفاق می‌افتد که توانایی یا استعداد فرد با نیازهای شغلی و محیط سازمانی تناسب داشته باشد که این تناسب و هماهنگی از طریق فرآیندهای جذب، ارتقا و پاداش‌دهی به افراد مناسب حاصل می‌شود. از نظر «اسپنسر» شایستگی، یک ویژگی و خصیصه اصلی و درونی یک فرد است که پیش‌بینی‌کننده عملکرد مؤثر یا برتر در یک شغل یا موقعیت است که شامل انگیزه‌ها، خصلت‌های خودپنداره، دانش و مهارت‌ها می‌شود. از آنجاکه شایستگی‌ها پیش‌بینی‌کننده‌های مهم عملکرد و موفقیت کارکنان هستند، سازمان‌ها و شرکت‌ها خواستار شایستگی کارکنان در مجموعه گسترده‌ای از دانش، مهارت‌ها و نگرش‌های ضروری هستند و تشخیص مهم‌ترین شایستگی برای بهبود قابلیت اشتغال فارغ‌التحصیلان دانشگاهی است و شناخت این

شایستگی‌ها می‌تواند به‌عنوان معیارهای تصمیم‌گیری هم برای توسعه و هم برای ارزیابی افراد مدنظر قرار گیرد. برخورداری از دانش نسبت به حقایق، معادلات و حتی مفاهیم، فقط یک نقطه شروع است. مهم‌ترین است که فارغ‌التحصیلان دانشگاهی علاوه بر دانش موردنیاز، چگونگی کاربرد دانش در زمینه‌های واقعی را بدانند. بسیاری از علایق در خصوص برنامه‌های جذب و توسعه کارکنان مربوط به درک و توسعه این مهارت‌های عملی است. فهرست‌های متنوع و گسترده‌ای از شایستگی‌های موردنیاز برای فارغ‌التحصیلان در سطح جهانی منتشر شده است تا افراد ضمن برخورداری از این شایستگی‌ها بتوانند در محیط‌های کاری قرن بیست و یکم جذب شده و مؤثرتر عمل نمایند.

مهم‌ترین فهرست‌ها را می‌توان در دو بخش به شرح زیر دسته‌بندی کرد: بخش اول: شایستگی‌هایی را نشان می‌دهد که توسط مؤسسات آموزش عالی به‌ویژه دانشگاه‌ها منتشر شده است و نشان می‌دهد که در آموزش دانشجویان بر این شایستگی‌ها تأکید دارند. مؤسسات آموزش عالی و دانشگاه‌ها متناسب با درکشان از نیازهای بازارکار در برنامه‌های آموزشی خود بر آموزش دانش، مهارت‌ها و نگرش‌های خاص دانشجویان تأکید دارند. برخی از این شایستگی‌ها عمومی هستند، یعنی دانشجویان و فارغ‌التحصیلان رشته‌های تحصیلی مختلف باید از این مهارت‌ها برخوردار باشند، بدون توجه به رشته و زمینه تحصیلی و تخصصی‌شان.

بخش دوم: شایستگی‌هایی را در برمی‌گیرد که به‌وسیله مراکز معتبر مهندسی و فناوری در سطح جهانی منتشر شده‌اند و بر شایستگی‌هایی تأکید دارند که موردنیاز کارفرمایان در بخش‌های مختلف می‌باشند. در سطح بین‌المللی مستنداتی توسط سازمان‌ها و مراکز حرفه‌ای مرتبط با مهندسی و فناوری تحت عناوین مهارت‌ها، ویژگی‌ها، اهداف و غیره منتشر شده است که بر شایستگی‌های موردنیاز برای جذب و توسعه کارکنان بخش‌های مختلف تأکید دارند.

نظریه تناسب فرد - محیط: یکی از مهم‌ترین نظریه‌های مربوط به انتخاب و جذب کارکنان، نظریه تناسب فرد - محیط است. تناسب به سازگاری ادراک شده کارمند یا کارگر با سازمان و محیط کارش اطلاق می‌شود. تناسب زمانی روی می‌دهد که روابط هماهنگی بین جهت‌گیری فردی، ویژگی‌های محیط و شغل وجود داشته باشد. تاریخچه نظریه تناسب فرد - محیط به مفهوم همخوانی «پارسونز» در راهنمایی شغلی بازمی‌گردد. بعدها «لوین» تحت تأثیر این اصل را که رفتار تحت تأثیر ویژگی‌های فرد و محیط است، مطرح کرد. این مفهوم بیان می‌کند، تطابق بین ویژگی‌های فرد و محیط تبیین‌کننده تفاوت‌های بین فردی در عملکرد کاری است، به‌خصوص تناسب یا عدم تناسب بین متغیرهای فرد (توانایی‌ها، نیازها، ارزش‌ها) و متغیرهای محیط (تقاضای کار، ویژگی‌های شغل، محیط اجتماعی، فرهنگ سازمانی)

منجر به پیامدهای مثبت و منفی می شود.

بیشتر مطالعات انجام شده در حوزه تناسب فرد - محیط نشان دهنده پیامدهای آن در سطح فردی همانند رضایت شغلی، بهزیستی، استرس شغلی، انتخاب شغل، استخدام و گزینش کارکنان و همچنین پیامدهای آن در سطح سازمانی همچون فرهنگ، ساختار، فناوری و اثربخشی سازمان است.

نظریه «هالند» تطابق و سازگاری شخصیت افراد و محیط کار را بیان می کند. هالند در بررسی های پنجاه ساله خود نشان داد که شخصیت فرد می تواند نقش مهمی در انتخاب شغل و به طور کلی در زندگی حرفه ای او داشته باشد. وی بر این عقیده بود که یک فرد به فعالیت ها و محیط های شغلی خاصی گرایش دارد که با علائق و ارزش های سازگار باشد. ثبات و رضایت در فعالیت شخص زمانی حاصل می شود که بین شخصیت فرد و نوع فعالیت های شغلی او هماهنگی مناسبی وجود داشته باشد. بر اساس این نظریه، افراد جامعه را می توان از نظر شخصیتی در یکی از شش تیپ واقع گرا، تحلیل گرا، هنر گرا، جمع گرا، عمل گرا و عرف گرا، طبقه بندی کرد. بر اساس نظریه هالند افراد در محیطی رشد می کنند که بتوانند در آن مهارت ها و توانایی های خود را به کار گیرند و نگرش ها و ارزش های خود را نشان دهند.

تیپ هنر گرا به دنبال محیط های هنری و تیپ عرف گرا به دنبال محیط های قراردادی هستند. حال اگر الگوی شخصیتی یک فرد و الگوی محیطی او را بدانیم، می توانیم در جذب منابع انسانی، انتخاب های بهتری انجام دهیم. اکثر افراد را می توان در یکی از ۶ تیپ شخصیتی قرارداد. از این تیپ ها تحت عنوان «نیم رخ های شخصیتی» یاد می شود که به عنوان مدلی مناسب برای توصیف فرد به حساب می آیند، ولی باید دانست که افراد یک تیپ خالص نیستند و می توانند تلفیقی از چند تیپ باشند، ولی یکی از تیپ ها غلبه بیشتری دارد. نیم رخ شخصیتی هر فرد نتیجه تعامل عوامل ارثی و عوامل اجتماعی و فرهنگی است. محیط های کاری نیز طبق این نظریه به ۶ نوع واقع گرا، تحلیل گرا، هنر گرا، جمع گرا، عمل گرا، عرف گرا، طبقه بندی می شوند. نوع محیط کار بر اساس تیپ شخصیتی مناسب افرادی که آن محیط را می سازند، تعیین می شود. افرادی که در یک محیط دور هم جمع می شوند، محیطی را ایجاد می کنند که منعکس کننده تیپ شخصیتی آنان است و از این محیط های کاری با عنوان «نیم رخ های شغلی» یاد می شود. در نظریه هالند، «همسانی» به میزان اشتراک بین نیم رخ های شخصیتی و یا نیم رخ های شغلی اطلاق می شود. انواع شخصیت ها نیازمند محیط های کاری همخوان برای پیشرفت هستند. همخوانی، نقش محوری را در نظریه هالند ایفا می کند و بیانگر تناسب فرد با محیط است. به عنوان مثال، شخصیت واقع گرا در

محیط واقع گرا پیشرفت می کند، زیرا این محیط پاداش های مورد نیاز شخصیت واقع گرا را فراهم می کند. ناهمخوانی زمانی رخ می دهد که یک نوع شخصیت در محیط یا شغلی قرار گیرد که با ترجیح ها و توانایی های او مغایرت داشته باشد.

یک نیم رخ شغلی یا محیط کاری همخوان با نوع شخصیت فرد، رضایت و موفقیت شغلی فرد را افزایش می دهد. برعکس، یک محیط کاری ناهمخوان با نوع شخصیت فرد، تمایل به ایجاد تغییر در سطح آرزوهای شغلی و ترک شغل را افزایش می دهد. با توجه به کاربردهای گوناگون نظریه هالند در محیط های سازمانی و صنعتی، استفاده از نیم رخ های شغلی در فرآیند جذب منابع انسانی باعث می شود که نخست مشاغلی که با یکدیگر شباهت بیشتری دارند در یک طبقه قرار گیرند و در مرحله بعد، بر تناسب بین ویژگی های داوطلبان هر شغل با شایستگی های مورد نیاز آن نیم رخ تأکید شود. برای این منظور باید مشخص شود که کارکنان برای موثر عمل کردن در درون هر نیم رخ شغلی باید از چه شایستگی هایی و به چه میزان برخوردار باشند. در این راستا از روش های تصمیم گیری چندمعیاری می توان برای وزن دهی شایستگی ها در درون هر نیم رخ شغلی و از آزمون ها می توان برای سنجش میزان شایستگی های حرفه ای داوطلبان هر شغل استفاده کرد.

در پایان نوشتار می توان به چند معیار برای سنجش شایستگی افراد برای جذب منابع انسانی اشاره کرد:

دانش و تخصص فنی

استدلال و حل مسئله

اخلاق و مسئولیت حرفه ای

کار تیمی

برقراری ارتباط

رهبری

خلاقیت و نوآوری

دیدگاه سیستمی

منابع:

هالند - جان. ال، ۱۳۹۶، حرفه مناسب شما چیست، دکتر سیمین حسینیان، دکتر سیده منور یزدی - نشر کمال تربیت
ابوالعلائی - بهزاد، ۱۳۹۷ - شرکت های موفق جهان چگونه استخدام می کنند - نشر سازمان مدیریت صنعتی
سانگ هی - سیما، ۱۳۹۶، راهنمای ترسیم شایستگی، غلامرضا توکلی و امیر حیدری - موسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی
محمود ساعتچی، روانشناسی کار (کاربرد روانشناسی در کار، سازمان و مدیریت) انتشارات مرکز آموزشی و تحقیقاتی صنعتی ایران، ۱۳۹۴



کارکنان توانمند شرکت آفتاب تجارت سامان

ردیف	نام و نام خانوادگی	شهر	محل خدمت	
۱	مجتبی پرهیزگاریان	مشهد	بانک سامان سرپرستی استان‌های شرق و شمال شرق	
۲	رضا شیری شیطان آبادی	ارومیه	شرکت پرداخت الکترونیک سامان کیش	
۳	مهدی رحیمی عقداء	تهران	شرکت بهره‌برداری راه‌آهن شهری تهران و حومه	
۴	اسماعیل عالمی	تهران	بانک سامان	
۵	بهروز کلاکی	تهران	شرکت طراحی و مهندسی صنایع انرژی	
۶	نادر قائمی	ساری	بانک سامان سرپرستی استان‌های شمال	
۷	مهدی مرادی	تهران	شرکت بیمه سامان	

ردیف	نام و نام خانوادگی	شهر	محل خدمت	
۸	عباس ذوقی	تبریز	بانک سامان سرپرستی استان‌های شمال غرب	
۹	نرگس رضایی	تهران	آستان مقدس حرم مطهر حضرت امام خمینی (ره)	
۱۰	عباس محسنی میاندھی	تهران	سازمان بسیج شهرداری تهران - مجموعه فرهنگی ورزشی شهدا	
۱۱	محمد مزدارانی	تهران	بانک سامان - انبار مرکزی	
۱۲	پدرام پور محمدحسین	تهران	بانک سامان واحد بازاریابی و توسعه محصول	
۱۳	میثم امیرپور راینی	کرمان	بانک سامان سرپرستی استان‌های جنوب شرق	
۱۴	محمد رضا چاپی	نیشابور	بانک سامان سرپرستی استان‌های شرق و شمال شرق	

ردیف	نام و نام خانوادگی	شهر	محل خدمت	
۱۵	فرزاد میربلوچ زهی	زاهدان	شرکت پرداخت الکترونیک سامان کیش	
۱۶	سعید قائمی	تهران	بانک سامان - واحد مدیریت	
۱۷	محمد عازمی زینال	اردبیل	بانک سامان سرپرستی استانهای شمال غرب	
۱۸	مصطفی یوسفی	همدان	بورس اوراق بهادار	
۱۹	محمد عبدوس	تهران	شرکت بهره برداری راه آهن شهری تهران و حومه	
۲۰	شهاب صفری هویدا	تهران	سازمان بسیج شهرداری - مرکز تبادل کتاب	

ردیف	نام و نام خانوادگی	شهر	محل خدمت	
۲۱	بهنام شاهرخ مهربانی	تهران	آستان مقدس حرم مطهر حضرت امام خمینی (ره)	
۲۲	ابراهیم محمدیان قمی	تهران	شرکت بیمه سامان	
۲۳	هومان نادری	شیراز	بانک سامان سرپرستی استان‌های جنوب و جنوب غرب	
۲۴	پیمان جوانبخت	اصفهان	بانک سامان - شعبه زاینده‌رود	
۲۵	اصغر داداشی سرنسری	تهران	بانک سامان - انبار مرکزی	
۲۶	علی اصغر شهرزاد قاضی محله	تهران	بیمه سامان	

داوران نیمه نهایی فستیوال پلنت







داوری نیمه نهایی پلنت







امنیت شغل



در طول چند ماه اخیر ویروس کرونا وضعیت جهان را به کلی تغییر داده و باعث تعطیلی بسیاری از کسب و کارها و نیز شرکت ها شده است. همچنین، فشار اقتصادی باعث شده بسیاری از شرکت ها کارکنان خود را اخراج کرده یا به آن ها مرخصی های اجباری بدون حقوق و بعضاً با حقوق دهند. این ویروس امنیت شغلی گروه های مختلف جامعه را به خطر انداخته و ادامه کار در کل جهان را در هاله ای از ابهام قرار داده است. با این حال، خبر خوب این است که می توان با رعایت برخی نکات امنیت شغلی خود را افزایش داد.

کارفرمایان بر این باور هستند که یک کارمند باید چهار ویژگی بسیار مهم داشته باشد. اول اینکه برگشت پذیر باشد، به این معنا که پس از سپری کردن زمان های دشوار، بتواند تمرکز خود را هر چه زودتر به دست آورده و به شرایط آرمانی فضای کاری خود بازگردد. دومین ویژگی سازگاری با محیط است، کارمند باید بتواند خود را با شرایط جدید به سرعت سازگار کند. انعطاف پذیر بودن ویژگی بعدی است که کارفرمایان از یک کارمند انتظار دارند که در موقعیت ها و شرایط مختلف بتواند وظیفه خود را در سازمان در حد متوسط به بالا انجام دهد. ویژگی آخر با فکر و ملاحظه گر بودن کارمند است؛ یعنی در هر شرایطی بتواند با همکاران خود با نهایت احترام برخورد کند و کار تیمی را پیش ببرد. مجموعه ای از این چهار ویژگی که از آن به عنوان قانون RAFT نیز نام برده می شود، می تواند کلید گذر از شرایط سخت امروز باشد. کارشناسان معتقدند از میان این چهار قابلیت، برگشت پذیر بودن یک کارمند در دید مدیران کسب و کار اهمیت بالاتری دارد. به این معنی که او باید بتواند صرف نظر از اینکه چه مسائلی زندگی شخصی یا کاری او را تحت تأثیر قرار داده، تمرکز خود را بر مسئولیت هایش حفظ کند.

در کنار انعطاف پذیری و سازگاری با محیط اطراف، یکی از مواردی که می تواند امنیت شغلی برای یک فرد ایجاد کند، استفاده از قدرت خلاقیت و ابتکار برای پیش برد اهداف شرکت است. افزایش دانش و آگاهی و مطالعه در خصوص به روزترین اتفاقات حوزه ای که در آن سازمان اتفاق می افتد، این امکان را فراهم می کند تا قدرت تصمیم گیری در لحظه افزایش یابد و در صورت مواجهه با یک چالش جدید از آن گذر کرد.

تعاریف متعددی راجع به امنیت شغلی وجود دارد. نوع، شکل و سمت یا جایگاه سیاسی، اقتصادی و فاکتورهای دیگر بی تأثیر در آن نیست و با توجه به اینکه عموم مردم بیشتر وقت خود را در محیط کار می گذرانند به همین دلیل شرایط محیط کار تأثیر زیادی در تأمین سلامت کاری و روانی آنها دارد. در شرایط فعلی دنیا که هیچ شخص و هیچ کسب و کاری از ویروس کرونا در امان نیست، هیچ شغلی دائمی نیست و حفظ شدن و بقای آن بستگی به میزان فعالیت خود فرد یا سازمان دارد ولی عدم آگاهی از این موضوع موجب ترس از کنار گذاشته شدن است که تبدیل به یکی از فشارهای روانی شده.

چنین حالتی باعث می شود فرد قبل از آنکه به طور طبیعی از کار بازنشسته شود احساس فرسودگی و کسالت کند. ترس از تزلزل در رده شغلی یا کنار گذاشته شدن در افرادی که می دانند به مدارج بالا و بالاترین سطح پیشرفت در کار خود رسیده اند بسیار شدیدتر است. در نتیجه این افراد به پرکاری می پردازند تا همچنان خود را در اوج نگه دارند و در عین حال می کوشند احساس عدم امنیت شغلی را مخفی کنند و بدین ترتیب بیش از پیش در معرض استرس قرار می گیرند. در زندگی سازمانی اهمیت شغلی از جمله مسائلی است که کارکنان سازمان ها را به خود مشغول می کند و بخشی از انرژی روانی و فکری سازمان و نیز خود کارمند صرف این مسئله می شود. در صورتی که کارکنان از این بابت به سطح مطلوبی از آگاهی دست یابند با فراغ بال می توانند توان و انرژی فکری و جسمی خود را در اختیار سازمان قرار دهند و سازمان نیز کمتر دچار تنش های انسانی گردد.



حلی کارمندان

Job security of employees

کلیر تلینگ (Claire Telling) یکی از مدیران شرکت Grace Blue معتقد است:

مرز باریک بین یک کارمند معمولی و یک کارمند اثر گذار، توانایی آنها در ارائه راهکار موثر و خلاقانه و بهره مندی از مهارت حل مساله است.

ابزارهای مختلف، آن را برای کارمندان تبیین کنند. پس کارمندانی که پیام مدیران را به سرعت درک کرده و در اجرای آنها موفق هستند، امنیت شغلی بالایی در مقایسه با سایرین خواهند داشت. در شرایطی که کرونا کسب و کارها را تا حد زیادی تحت فشار قرار داده است، کارمندانی می توانند امنیت شغلی داشته باشند که سریعاً با استراتژی جایگزین هماهنگ شده و مسئولیت های موقت و حتی جدید خود را اجرا کنند. اینکه یک کارمند بتواند شرایط سازمان و همکاران خود را به خوبی درک کرده و در کنار آنها برای بهبود وضعیت تلاش کند، توجه مدیران را جذب می کند. داشتن ارتباط نزدیک با اشخاص و درک درست از وضعیت بازار کار، باعث می شود شما کارمند محبوب تری به نظر برسید. کارمندانی که می توانند تأثیر قوی بر اطرافیان و حتی مدیران خود داشته باشند، امنیت شغلی بالاتری دارند و مسیر پیشرفت را سریع تر از سایرین طی خواهند کرد. این کارمندان علاوه بر اینکه محیط کار را به یک محیط پرنشاط و لذت بخش تبدیل می کنند، روحیه تیم را هم بالا برده و همه به ایشان به عنوان یک الگو نگاه خواهند کرد.

تلینگ که ۲۵ کارمند دارد و تاکنون با بیش از هزار نفر مصاحبه کرده، معتقد است کارمندانی امنیت شغلی خواهند داشت که در زمان رویارویی با یک مشکل، بتوانند متفاوت از دیگر افراد فکر کنند و راه حل هایی که هیچ کس به ذهنش هم نمی رسد را پیشنهاد دهند. انسان های موفق، در حال یادگیری هستند و بهترین راه برای افزایش امنیت شغلی در زمان قرنطینه، این است که روی مهارت های مورد نیاز در فضای کار تمرکز کرد. هرچقدر برای یادگیری مهارت های جدید تلاش شود، ذهن انسان برای پذیرش اطلاعات بیشتری آماده می شود و سرعت یادگیری نیز افزایش پیدا می کند. تمام این موارد باعث می شود شناخت افراد از خود افزایش پیدا کرده و در نهایت تبدیل به کارمند مؤثرتری شود. حتی اگر در حال یادگیری مهارت هایی مرتبط با شغل فعلی خود هستید، کارشناسان پیشنهاد می کنند که دید خود را به زمان حال محدود نکنید و سعی داشته باشید مواردی را یاد بگیرید که در آینده هم بتوانید از آنها استفاده کنید. یکی از وظایف مدیر این است که بتواند به خوبی مسیر حرکتی سازمان را درک کرده و با استفاده از



نیما پورحاجی آقا گلستانی

بانکدار عملیات شعبه هفده شهرپور تبریز

جهت مطالعه فایل الکترونیکی مقالات با استفاده از کد QR می توانید وارد درگاه مورد نظر شوید.



جزئیاتی از اجرای قانون چک

| یاسر مرادی، کارشناس حقوق بانکی |

دست مردم باشند، تابع قوانین سابق هستند و برای صدور و انتقال آنها نیازی نیست مشخصات چک در صیاد ثبت شود؛ پس با همین محوریت لازم نیست مردم با مقررات و ضوابط قانون جدید، چک را در سامانه ثبت و مقررات آن را اعمال کنند؛ پس مردم درباره چک‌هایی که اکنون در دست دارند، نباید نگران باشند، چراکه تا زمان پایان دسته چکی که در اختیارشان است، می‌توانند به شیوه سابق اقدام کنند.

چک‌های صادر شده بابت تضمین

قانون جدید درباره چک‌های قدیمی صادر شده بابت تضمین مشکلی به وجود نمی‌آورد و چک‌های جدیدی که قرار است بابت تضمین صادر شوند، باید عیناً در سامانه بانک مرکزی ثبت شوند، ضمن اینکه برای مقوله اعتبارسنجی نیز فعلاً سه مکانیسم پیشنهاد شده؛ اما هنوز جمع‌بندی نشده که سقف اعتباری برای چک‌ها در نظر گرفته شود. ضمن اینکه تاریخ انقضای سه ساله روی دسته چک‌های جدید درج می‌شود و این قانون هم اجرایی خواهد شد.

مجازات دارندگان چک برگشتی

ماده ۵ مکرر نیز در قانون جدید اعلام کرده، افرادی که چک آنها برگشت بخورد، با محرومیت‌هایی در نظام بانکی مواجه خواهند شد که شامل محرومیت از حق افتتاح حساب، دریافت کارت بانکی، حق دریافت تسهیلات، دریافت ضمانت نامه و ال سی و نیز خدمات ارزی است؛ ضمن اینکه تمامی حساب‌های آنها به میزان مبلغ چک، در آن بانک مسدود خواهد شد. چک الکترونیکی نیز چکی است که مبتنی بر کاغذ نیست و ۱۰۰ درصد مبتنی بر سیستم خواهد بود و البته استفاده از آن الزامی نیست؛ اما اگر افرادی تمایل داشته باشند از این مزیت که چک دیجیتال به‌شمار می‌رود، بهره‌مند شوند، باید امضای دیجیتال در درون سیستم داشته باشند و از مزیت آن استفاده کنند اما استفاده از آن به هیچ وجه الزامی نیست و این چک‌ها در کنار چک‌های معمولی استفاده خواهند شد. از این به بعد به چک معمولی چک سیستمی هم می‌گویند که علاوه بر کاغذ باید در سیستم هم ثبت شوند. اما استفاده از چک‌های الکترونیکی یا همان چک‌های دیجیتال الزامی نیست و تنها برای افرادی که تمایل داشته باشند، عملیاتی خواهد شد، ضمن اینکه باید زیرساخت‌های آن نیز آماده شود. به هیچ وجه بنا بر این نیست که اجرای قانون چک به تعویق بیفتد و این قانون در موعد مقرر اجرایی خواهد شد.

قانون جدید چک به تازگی اجرایی شده و براساس آن، علاوه بر الزام تمامی صادرکنندگان چک به ثبت مشخصات مبدأ، گیرنده و تاریخ در سامانه صیاد، دارندگان چک برگشتی دیگر حق افتتاح حساب ندارند. هیچ بخشی از قانون چک نباید در اجرا متوقف شود و تمامی ماده‌های قانون چک باید از ۲۲ آذر به‌طور کامل اجرایی شوند، اما باید توجه داشت که شرایط اجتماعی کشور در حال حاضر، به دلیل شیوع کرونا، عدم آمادگی مردم و فراهم نبودن زیرساخت‌ها برای اجرای این قانون، مهیا نیست و به همین دلیل، اجرای برخی از طرح‌ها مانند چک موردی، چک الکترونیکی یا دیجیتال یا اعتبارسنجی به تعویق می‌افتد و به احتمال زیاد با تأخیر در اجرایی شدن این موارد مواجه خواهیم بود. مهم‌ترین تغییری که در تکالیف ۲۲ آذر ۹۹ در متن قانون آمده، این است که افرادی که می‌خواهند چک خود را صادر یا منتقل کنند، علاوه بر فیزیک و کاغذ چک باید مشخصات مبدأ، گیرنده و تاریخ آن را در سامانه طراحی شده از سوی بانک مرکزی درج کنند و حتی بعد از صدور نیز اگر بخواهند چک را منتقل کنند، عیناً باید این موارد در سامانه صیاد بانک مرکزی به ثبت برسانند. بانک مرکزی در اجرای این موضوع بسیار جدی است و تکالیف قانونی هم برای او در نظر گرفته شده و بر همین اساس، پیش‌بینی می‌شود این موارد عملیاتی شود.

تکلیف چک‌های قدیمی چه می‌شود؟

درباره چک‌های قدیمی که در دست مردم بوده یا صادر شده و موعد آن بعد از ۲۲ آذر ۹۹ است، متن قانون می‌گوید چک‌هایی که قبل از این تاریخ صادر می‌شوند، تابع قانون زمان صدور هستند و قانون جدید چک درباره آنها اجرایی نمی‌شود، در عین حال با توجه به اینکه تاریخ صدور چک و مندرجات آن را نداریم و فقط تاریخ سررسید چک در آن مشخص شده است، بنابراین مشخص نخواهد بود تاریخ صدور چه چک‌هایی قبل از آذر ۹۹ خواهد بود و برای اینکه این مشکل برطرف شود، بانک مرکزی با هماهنگی کمیسیون قضایی مجلس پیشنهادی را تصویب کرده‌اند که اگر این پیشنهاد نیز در صحن تصویب شود، با توجه به ماده ۶ قانون چک مکانیسم به این صورت خواهد بود که از ۲۲ آذر ۹۹ به بعد دسته چک‌هایی از سوی نظام بانکی توزیع می‌شود که روی آن درج شده که این چک‌ها بدون ثبت در سامانه صیاد فاقد اعتبار هستند؛ بنابراین افرادی که این چک‌ها را دریافت می‌کنند، باید برای صدور و انتقال آنها، در سامانه صیاد عمل کنند و در وجه حامل نیز امکان صدور آنها وجود ندارد. چک‌های قدیمی که در دست مردم هستند و قبل از ۲۲ آذر ۹۹ از بانک دریافت شده‌اند، تا زمانی که در

cheque



پیشکسوت رشته کیک بوکسینگ: خطر فوتبال از کیک بوکسینگ بیشتر است

| پژمان سلطانی |

توسعه کیک بوکسینگ باید برنامه‌ریزی بیشتری انجام شود و به‌نوعی هزینه بندی انجام گیرد، چراکه ما هر مسابقه را با جذب اسپانسر و یا با هزینه‌های شخصی برگزار می‌کنیم، امیدوارم وزارت ورزش و جوانان بیشتر روی این رشته سرمایه‌گذاری کند.

وی تصریح کرد: کیک بوکسینگ ایران در سطح بین‌المللی با وجود قهرمانان جهان جایگاه خوبی دارد، اما متأسفانه در ایران به این رشته اهمیت نمی‌دهند، چراکه می‌گویند که این رشته خطرناک است.

آیت‌الله افشاری درباره خطرات رشته کیک بوکسینگ گفت: هر ورزشی خطرات خود را دارد، ولی من خطر کیک بوکسینگ را کمتر از فوتبال می‌دانم چراکه اکثر فوتبالیست‌ها از ناحیه زانو و کشاله ران دچار مصدومیت شدیدی می‌شوند ولی خوشبختانه در ورزش ما هر کسی آسیب ببیند خیلی زود مداوا و به میادین برمی‌گردد.

پیشکسوت کیک بوکسینگ استان اصفهان ادامه داد: این رشته با پا، دست و مشت انجام می‌شود و هرکسی که بوکس و تکواندو را انجام می‌دهد به‌راحتی می‌تواند به ورزش کیک بوکسینگ ورود کند.

وی در پایان ضمن تشکر از اداره کل ورزش و جوانان استان اصفهان گفت: یک قدردانی از مسئولین بانک سامان دارم که حامی ورزش در رشته‌های مختلف همچون والیبال، فوتبال و رشته‌های رزمی می‌باشند و بنده نیز مورد حمایت قرار دادند.

آیت‌الله افشاری گفت: به عقیده من خطرات رشته فوتبال خیلی بیشتر از رشته کیک بوکسینگ است.

ورزش کیک‌بوکسینگ که ورزش رزمی محسوب می‌شود، ترکیبی از رشته‌های تکواندو، کاراته و بوکس است. از تولد این رشته ورزشی نزدیک به ۴۳ سال می‌گذرد. خبرنگار ما به سراغ یکی از مربیان نخبه و پیشکسوت این رشته رفته و سوالاتی را پیرامون کیک بوکسینگ از آیت‌الله افشاری پرسید، افشاری ۴۱ ساله که اهل سمیرم است، صحبت‌های خود را اینگونه آغاز کرد.

وی گفت: فعالیت ورزشی خود را در این رشته نزدیک به ۲۰ سال آغاز کردم و مدال‌های رنگارنگی را در مسابقات استانی، کشوری و بین‌المللی کسب کردم که می‌توان به طلای مسابقات باکو آذربایجان، گرجستان و ... اشاره کرد، همچنین دارای حکم بادیگاردی از کشور ترکیه نیز هستم.

آیت‌الله افشاری ادامه داد: زیر نظر برادران آهنی سعید و محسن رشته کیک بوکسینگ را آغاز کردم و اکنون در کسوت مربیگری در چند دوره به‌عنوان مربی نخبه سال در کشور شدم که جای تشکر از مربیان خود دارم.

پیشکسوت کیک بوکسینگ استان اصفهان پیرامون توسعه این رشته در کشور گفت: این رشته بسیار خوب و جذاب است، برای رشد و



خط اعتباری

اگر
برای پاس کردن
چک‌های خود در
موقعیت‌های مختلف با کمبود
نقدینگی مواجه می‌شوید، خط
اعتباری راه‌حلی راحت، سریع
و مقرون به صرفه برای
شماست

شرایط ویژه

شرایط ویژه این محصول برای دارندگان دستگاه کارتخوان متصل به حساب جاری یا وین، صاحبان کسب‌وکار دارنده دستگاه کارتخوان متصل به حساب جاری و کوتاه‌مدت وین سامان با حداقل سه ماه سابقه فعالیت در بانک، بر اساس معدل حساب خود مشمول دریافت تخفیف در نرخ و وثایق شده و می‌توانند تا سقف مشخصی از این تسهیلات استفاده کنند.

شرایط ویژه این محصول برای دارندگان دستگاه کارتخوان

فعال در حوزه درمان و خدمات خودرویی

صاحبان کسب‌وکار دارنده دستگاه کارتخوان در حوزه درمان و خدمات خودرویی می‌توانند پس از کارشناسی اعتباری درخواستشان توسط بانک، از شرایط ویژه‌ای در وثایق این تسهیلات برخوردار شوند.

شرایط ویژه این محصول برای مشتریان برتر بانک

مشتریان برتر بانک می‌توانند از خط اعتباری تا سقف ۲۰ میلیارد ریال بهره‌مند شوند.

از کجا درخواست دهیم؟

شما می‌توانید درخواست خود برای دریافت تسهیلات را با شعبه خود طرح کنید.

خط اعتباری چیست؟

اعتباری است که برای مدت ۶ ماه به‌دفعات متعدد می‌توانید استفاده کنید. به‌محض نیاز، امکان استفاده از آن برای شما فراهم است. در اولین فرصتی که پول داشتید می‌توانید آن را تسویه کنید. به‌محض تسویه حساب با بانک اعتبار شما مجدد شارژ خواهد شد. سود آن به‌صورت روزشمار و به‌محض استفاده محاسبه می‌شود. در صورت عدم استفاده سود پرداخت نخواهد کرد.

ویژگی‌های خط اعتباری:

مبلغ خط اعتباری: معادل ۸۰ درصد سرمایه موردنیاز تا سقف ۱۰ میلیارد ریال

سررسید تسویه خط اعتباری: ۶ ماه از زمان دریافت خط اعتباری وثایق و تضمینات: بر اساس گزارش کارشناسی تعیین می‌شود. نرخ سود: بر اساس آخرین بخشنامه و دستورات سیستم بانکی

چه کسانی می‌توانند این تسهیلات را دریافت کنند

در صورتی که صاحب کسب‌وکار هستید؛ می‌توانید درخواست خود را برای دریافت خط اعتباری به بانک ارائه کنید. کارشناسان ما پس از تهیه گزارش کارشناسی با توجه به وضعیت کسب‌وکار شما، پاسخ قطعی در خصوص امکان دریافت تسهیلات را به شما اعلام خواهند کرد.

نقش فرهنگ در توسعه جوامع

گردآوری: علی کتابچی (اداره ریسک)

تمرکزگرایی است و زیردستان انتظار دارند که وظایف کاری به آنها ابلاغ شود و مدیر ایده آل درواقع یک حاکم مطلق خیراندیش است.

آلمان

آلمان یک جامعه به شدت غیر متمرکز است که توسط یک طبقه متوسط قوی پشتیبانی می شود و چندان دور از انتظار نیست که در شاخص فاصله قدرت، امتیاز پایین ۳۵ را کسب می کند. حقوق تصمیم گیری مفهومی نسبتاً گسترده در حقوق کار آلمان دارد و باید توسط مدیران مدنظر قرار گیرد. ملاقات و ارتباطها به صورت مستقیم و مشارکتی رایج است و از کنترل گرایی اجتناب می شود. یک مدیر برای رسیدن به یک جایگاه باید لیاقت و توانایی خود را اثبات کند و پس از آن مورد پذیرش قرار می گیرد.

چین

در شاخص PDI چین بالاترین نمره را کسب کرده است. درواقع نابرابری در میان افراد جامعه کاملاً پذیرفته شده است. ارتباط میان طبقه بالادست و فرودست کاملاً قطبی است و هیچ گونه دفاعی در برابر سوءاستفاده افراد مافوق از قدرت صورت نمی پذیرد. افراد تحت تأثیر چارچوب های رسمی و محدودیت های آن هستند و به طور کلی نسبت به توانایی مدیران برای رهبری و ابتکار خوش بین هستند. مردم نباید آرزویی فراتر از حد طبقه خود داشته باشند.

فردگرایی

مسئله اساسی مورد توجه این شاخص، میزان وابستگی متقابل جامعه در بین اعضای خود است. این شاخص به این موضوع بستگی دارد که تصویر شخصی افراد از خود به چه صورت تعریف می شود؛ «من» یا «ما». در جوامع فردگرایانه، افراد فقط به دنبال تحقق خواسته های خود و خانواده هایشان می باشند، درحالی که در جوامع جمع گرایانه، افراد به «گروه ها» تعلق دارند و با توجه به وفاداری، به این گروه ها توجه می کنند.

ایران

ایران با کسب نمره ۴۱ یک جامعه جمع گرایانه تلقی می شود. این امر نمایش یک تعهد بلندمدت میان اعضای یک گروه است که می تواند یک خانواده، یک خانواده گسترده یا روابط گسترده باشد. در فرهنگ جمع گرایانه، وفاداری به گروه در اولویت قرار دارد و مشخص کننده

عوامل پیشرفت یک کشور چیست؟ چرا مردم کشورها در مواجهه با بحران ها متفاوت عمل می کنند؟ چه رویکردی باعث بهره وری و تعالی فردی و گروهی افراد می شود؟ این پرسش ها و سؤال های مشابه دیگر این روزها ذهن من و شاید ذهن بسیاری از افراد جامعه را به خود مشغول کرده باشد، به خصوص با ظهور یک بیماری همه گیر در کشورهای مختلف و نحوه برخورد متفاوت با این پدیده پاسخ به این پرسش ها بیش از گذشته اهمیت می یابد. قطعاً در این مسئله زمینه های تاریخی- فرهنگی یک جامعه تأثیرگذار است. از همین رو چندی پیش با شرکت مشاوره مدیریتی آشنا شدم که در این زمینه فعالیت می کند و به طور کلی به این پرسش ها پاسخ می دهد لذا لازم دانستم پژوهش های این شرکت که طیف وسیعی از کشورها را شامل می شود گردآوری و ترجمه کنم. شرکت مشاوره مدیریت Hofstede-Insights بیش از ۳۰ سال است که در زمینه نقش فرهنگ و پیش زمینه های ذهنی در موفقیت افراد و سازمان ها فعالیت می کند. این شرکت در زمینه فرهنگ سازمانی و فرهنگ مدیریت به خدمات مشاوره می پردازد. پروفسور Geert Hofstede (۱۹۲۸-۲۰۲۰) سرپرست این مجموعه مطالعه ای را روی اغلب کشورهای دنیا در زمینه شاخص های فرهنگی و تأثیر آن بر عملکرد آن جامعه انجام داده است. این شرکت در ۶ شاخص اصلی هر کشور را بررسی کرده که در ۲ نمودار زیر ایران با کشورهای منطقه و کشورهای توسعه یافته مقایسه شده است. نتایج این تحقیق و تفسیر آن به صورت مقایسه ای با وضعیت ایران در ادامه ارائه می گردد.

فاصله قدرت

این شاخص با این واقعیت سروکار دارد که همه افراد در جامعه برابر نیستند و درواقع بیان کننده نگرش فرهنگ افراد یک جامعه نسبت به میزان نابرابری ها در آن جامعه است. فاصله قدرت این گونه تعریف می شود: به میزانی که اعضای کم قدرت نهادها و سازمان های داخل یک کشور، انتظار دارند و می پذیرند که قدرت به صورت نابرابر توزیع شده است.

ایران

ایران در این شاخص نمره متوسط ۵۸ را کسب کرده است که نمایانگر جامعه ای سلسله مراتبی است. این بدین معناست که مردم این سلسله مراتب را پذیرفته اند و در آن فرد دارای جایگاهی است و نیازی به توجیه آن ندارند. سلسله مراتب در سازمان ها منعکس کننده نابرابری های ذاتی و رواج



با سازش و مذاکره رفع می‌شوند. مشوق‌هایی همچون اوقات فراغت و انعطاف‌پذیری موردپسند است و تمرکز بر رفاه است.

ژاپن

ژاپن با کسب نمره ۹۵ در این شاخص یکی از مردگرایانه ترین کشورها در دنیا است. هرچند، با توجه به جمع‌گرایی متعادل آنها، رفتارهای فردی قاطع و رقابتی را که اغلب با فرهنگ مردانه مرتبط است، مشاهده نمی‌کنیم... آنچه مشهود است؛ رقابت میان گروه‌ها است، در مهدکودک‌ها، کودکان از سنین پایین، رقابت در تیم‌های ورزشی را می‌آموزند. در شرکت‌های بزرگ ژاپنی انگیزه کارکنان وقتی در یک تیم قدرتمند با رقبای خود مبارزه می‌کنند، بیشتر است.

آنچه از جنبه شاخص مردانگی در ژاپن دیده می‌شود، انگیزه کمال‌گرایی در تولید محصولات و ارائه خدمات در تمامی جنبه‌های زندگی است.

یکی از جنبه‌های منفی این شاخص، اعتیاد به کار در ژاپن است. حضور زنان در محیط کاری و پیشرفت در آن به دلیل ساعت کاری طولانی بسیار سخت و طاقت‌فرسا است.

اجتناب از عدم قطعیت

شاخص اجتناب از عدم قطعیت به نحوه برخورد جامعه با این واقعیت مربوط می‌شود که آینده هرگز قابل شناخت نیست. آیا باید تلاشی در جهت کنترل آینده داشته باشیم یا منتظر وقوع آن باشیم؟ این ابهام، اضطراب به همراه دارد و فرهنگ‌های مختلف برای مقابله با این اضطراب، روش‌های متفاوتی را آموخته‌اند. میزان احساس خطر ناشی از موقعیت‌های مبهم یا ناشناخته و ایجاد باورها و نهادهایی که سعی در جلوگیری از این احساس دارند، در امتیاز اجتناب از عدم قطعیت منعکس شده است.

قوانین و مقررات اجتماعی است. در این جوامع، روابط مستحکم موجب می‌شود که افراد، مسئولیت سایر افراد گروه و خانواده را بر عهده گیرند. در جوامع جمع‌گرایانه جرم موجب از دست رفتن آبرو و شرمساری می‌شود، رابطه کارفرما و کارمند دارای ملاحظات اخلاقی است (مانند پیوند خانوادگی)، استخدام و ارتقای کارمندان وابسته به عضویت در گروه‌ها است و مدیریت، مدیریت گروه‌ها است.

ایالات متحده آمریکا

امتیاز نسبتاً کم ۴۰ در شاخص فاصله قدرت همراه با کسب امتیاز ۹۱ به‌عنوان یک فرهنگ فردگرایانه مطلق در جهان به‌صورت زیر منعکس می‌شود: شعار آمریکا آزادی و عدالت برای همه است.

این امر گواه بر حقوق برابر در همه جنبه‌های جامعه و دولت است. در داخل سازمان‌های آمریکایی، سلسله‌مراتب برای سهولت ایجاد شده است، افراد بالادست در دسترس هستند و مدیران به تخصص تک‌تک کارمندان و تیم‌ها اعتماد می‌کنند. مدیران و کارمندان غالباً به‌طور پیوسته انتظار مشورت و به اشتراک‌گذاری اطلاعات را دارند. در عین حال، ارتباطات تا حدودی غیررسمی، مستقیم و مشارکتی است.

جامعه‌ای که در آن انتظار می‌رود، مردم فقط مراقب خود و خانواده نزدیک خود باشند و به حمایت بیش از حد مقامات اعتماد نکنند، یک جامعه درهم‌تنیده است، همچنین تحرک جغرافیایی در ایالات متحده از درجه بالایی برخوردار است. آمریکایی‌ها بهترین ارتباط‌دهنده‌ها در جهان هستند. با این حال، ایجاد دوستی عمیق به‌ویژه در مردان، اغلب دشوار است. آمریکایی‌ها عادت به انجام تجارت یا تعامل با افراد ناشناس دارند. در نتیجه، آمریکایی‌ها از نزدیک شدن به هم‌تایان احتمالی خود برای به دست آوردن یا جست‌وجوی اطلاعات خجالت نمی‌کشند. در دنیای تجارت انتظار می‌رود، کارمندان متکی به خود باشند و از خود ابتکار عمل نشان دهند. همچنین، در فعالیت‌های اقتصادی، تصمیم‌های حوزه استخدام و ارتقا بر اساس لیاقت و شواهد کاری فعلی فرد و آنچه می‌تواند انجام دهد، است.

مردگرایانه

نمره بالا (مردانگی) در این شاخص نشان می‌دهد که جامعه توسط رقابت، دستاوردها و موفقیت هدایت می‌شود. در واقع موفقیت به معنای برنده شدن و بهترین بودن در یک زمینه تعریف می‌شود و این رویه و سیستم از دوران مدرسه آغاز می‌گردد و در طول زندگی سازمانی نیز ادامه می‌یابد. نمره پایین (زنانگی) در این شاخص به معنای قالب بودن ارزش‌هایی همچون توجه به دیگران و کیفیت زندگی است. جامعه زنانه، جامعه‌ای است که کیفیت زندگی نشانه موفقیت است و ایستادگی در میان جمعیت قابل تحسین نیست. مسئله اساسی در اینجا این است که چه عواملی باعث انگیزه افراد می‌شود، می‌خواهند بهترین باشند (مردانه) یا کاری را که دوست دارند، انجام دهند (زنانه).

ایران

ایران از این شاخص امتیاز ۴۳ را کسب کرده، بنابراین یک جامعه نسبتاً زنانه محسوب می‌شود. در این گونه کشورها، کار هدف زندگی کردن نیست، مدیران برای همبستگی تلاش می‌کنند و مردم برای برابری، همبستگی و کیفیت در زندگی کاری خود ارزش قائل هستند. تعارضات



ایران

امتیاز بسیار پایین ۱۴ نشان می‌دهد که ایران به شدت دارای جهت‌گیری فرهنگ اصولگرایی است. مردم در چنین جوامعی نگرانی شدیدی در برابر حقایق و وقایع دارند. ایرانیان در تفکراتشان بسیار سنت‌گرا هستند. آنها به سنت‌ها بسیار احترام می‌گذارند؛ همچنین گرایش نسبتاً کمی به پس‌انداز برای آینده داشته و بر دستیابی به نتایج سریع متمرکز هستند.

آلمان

آلمان با امتیاز بالای ۸۳ نشان می‌دهد که یک کشور واقع‌بین است. در جوامع با جهت‌گیری واقع‌بینانه، مردم بر این باورند که حقیقت به شدت به شرایط، زمینه و زمان وابسته است. آنها به راحتی توانایی انطباق سنت‌ها با شرایط تغییر یافته را دارند، تمایل قوی به پس‌انداز، سرمایه‌گذاری، صرفه‌جویی و پشتکار در دستیابی به نتایج را نشان می‌دهند.

افراط‌گرایی - زیاده‌خواهی

یکی از چالش‌هایی که جوامع در گذشته و در حال حاضر با آن روبرو هستند، میزان اجتماعی شدن کودکان خردسال است. بدون اجتماعی شدن، انسان به تعالی و تکامل نمی‌رسد. بر اساس نحوه پرورش افراد، این شاخص به عنوان میزان تلاش افراد برای کنترل خواسته‌ها و انگیزه‌هایشان تعریف می‌شود. کنترل نسبتاً ضعیف «افراط‌گرا» و کنترل نسبتاً قوی «خویشتن‌دار» نامیده می‌شود؛ بنابراین، فرهنگ‌ها را می‌توان به عنوان افراط‌گرا یا خویشتن‌دار توصیف کرد.

ایران

امتیاز پایین ۴۰ در این شاخص به این معنی است که ایران دارای فرهنگ خویشتن‌داری است. جوامعی که در این بعد امتیاز پایینی دارند گرایش به بدبینی دارند. همچنین، بر خلاف جوامع افراط‌گرا، جوامع خویشتن‌دار تأکید زیادی بر اوقات فراغت ندارند و بر آوردن خواسته‌های خود را کنترل می‌کنند... افرادی که این گرایش را دارند تصور می‌کنند که اعمالشان توسط هنجارهای اجتماعی مهار می‌شود و احساس می‌کنند که افراط در خواسته‌های خود تا حدی اشتباه است.

ایالات متحده آمریکا

ایالات متحده در این شاخص امتیاز ۶۸ را کسب می‌کند و به عنوان یک جامعه افراط‌گرا شناخته می‌شود. این شاخص با امتیاز اصولگرایی، با نگرش‌ها و رفتارهای متناقض زیر منعکس می‌شود: سخت کار می‌کنند و بسیار تفریح می‌کنند ایالات متحده مبارزه‌ای علیه مواد مخدر به راه انداخته است و هنوز هم به انجام این امر به شدت پایبند است، باین حال اعتیاد به مواد مخدر در ایالات متحده از بسیاری از کشورهای ثروتمند دیگر بیشتر است. آمریکا یک جامعه محتاط است باین حال در برخی از رسانه‌های آمریکایی افراط‌گرایی ترویج می‌شود.

منبع: <https://www.hofstede-insights.com>

ایران

ایران از این شاخص، امتیاز ۵۹ را کسب کرده، بنابراین در برابر فضای عدم اطمینان مقاوم است. کشورهایی که اجتناب از عدم اطمینان بالایی دارند، اصول اعتقادی و رفتاری محکمی را حفظ می‌کنند و رفتار و عقاید نامتعارف را تحمل نمی‌کنند. در این فرهنگ یک نیاز احساسی به رعایت قوانین وجود دارد (حتی شاید قوانین به تنهایی مؤثر واقع نشوند)، زمان، ارزش مادی دارد و مردم تمایل درونی به اشتغال و سخت‌کوشی دارند، دقت و وقت‌شناسی امری عادی است، احتمال دارد در برابر خلاقیت و نوآوری مقاومت شود و امنیت عنصر مهمی در انگیزش فردی است.

چین

چین امتیاز پایین ۳۰ را در این شاخص کسب کرده است. چینی‌ها با ابهام راحت هستند. زبان چینی پر از معانی مبهم است که فهم آن برای مردم غربی دشوار است. آنها، افرادی سازگار و کارآفرین هستند. (در زمان نگارش این مقاله اکثریت (۷۰-۸۰ درصد) کسب‌وکارهای چینی از نوع کوچک و متوسط و به صورت خانوادگی می‌باشند).

جهت‌گیری بلندمدت

این شاخص بیان می‌کند که چگونه هر جامعه باید برخی از پیوندها را با گذشته خود حفظ کند؛ در حالی که با چالش‌های حال و آینده دست‌وپنجه نرم می‌کند و جوامع نسبت به این دو هدف، اولویت‌بندی متفاوتی دارند. جوامع اصولگرا از این شاخص امتیاز کمی دارند، برای مثال ترجیح می‌دهند سنت‌های افتخارآمیز و رسوم خود را حفظ کنند و تغییرات جامعه را با سوءظن نظاره کنند. از سوی دیگر فرهنگ‌هایی که امتیاز بالایی در این شاخص دارند، رویکرد واقع‌بین و عمل‌گرایی دارند؛ آنها به تشویق صرفه‌جویی و تلاش در آموزش مدرن به عنوان راهی برای آماده‌سازی برای آینده می‌پردازند.

تقدیر از همکاران از نگاه مشتریان

همه شما عزیزان در شعب بانک 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 به صورت کتبی تقدیر کرده‌اند. ما به رسم سپاس و قدردانی، اسامی این عزیزان را در نشریه منتشر می‌کنیم.

با تشکر
مدیریت سرمایه انسانی

ردیف	نام و نام خانوادگی	محل خدمت	
۱	عاطفه عاطفی نژاد	شعبه شیراز	
۲	مسعود ملامحمدی	میدان کوثر کرمان	
۳	لعیا قربانعلیزاده	میدان کوثر کرمان	
۴	حسین شفیعی	میدان کوثر کرمان	
۵	متین السادات حسینی دهشیری	۲۴ متری سعادت آباد	
۶	محمد ولی پور زینوائی	هفده شهریور تبریز	
۷	آوات ارغوانی	شعبه سنندج	

۲ روش استعلام سوابق چک برگشتی

مشتریان می‌توانند با ارسال کد ۱۶ رقمی چک‌های صیادی به درگاه‌های زیر از وضعیت اعتباری صادرکننده چک مطلع شوند.



درگاه دوم
از طریق ارسال کد *۱*۱۶ و شناسه ۱۶ رقمی
به سامانه پیامکی ۷۰۱۷۰۱

۲

درگاه نخست
سایت بانک مرکزی
به نشانی www.cbi.ir

۱

صادرکننده چک، فاقد هرگونه سابقه چک برگشتی بوده یا در صورت وجود سابقه همه موارد رفع سوءاثر شده است.

وضعیت
سفید

صادرکننده چک، یک فقره چک برگشتی یا حداکثر مبلغ پنجاه میلیون ریال تعهد برگشتی دارد.

وضعیت
زرد

صادرکننده چک دارای دو تا چهار فقره چک برگشتی یا حداکثر مبلغ ۲۰۰ میلیون ریال تعهد برگشتی است.

وضعیت
نارنجی

صادرکننده چک دارای ۵ تا ۱۰ فقره چک برگشتی یا حداکثر مبلغ ۵۰۰ میلیون ریال تعهد برگشتی است.

وضعیت
قهوه‌ای

صادرکننده چک دارای بیش از ۱۰ فقره چک برگشتی یا بیش از مبلغ ۵۰۰ میلیون ریال تعهد برگشتی است.

وضعیت
قرمز

روش نقد کردن سریع چک برگشتی





۷ ممنوعیت صدور چک در وجه حامل و ظهرنویسی آن‌ها و ثبت انتقال چک به دارنده جدید در سامانه صیاد

۶ محاسبه سقف اعتبار مجاز متقاضی توسط بانک‌ها متناسب با نتایج رتبه‌بندی اعتباری و تخصیص شناسه و مدت اعتبار به هر برگه چک

۴ ارتباط برخط بانک مرکزی و قوه قضائیه برای اعتبارسنجی مشتری

۵ ارتباط بین تمام بانک‌ها و مؤسسات اعتباری برای مسدودسازی حساب صادرکننده چک بلامحل پس از ۲۴ ساعت

۳ صادر شدن مستقیم اجراییه برای چک‌های بلامحل بدون نیاز به دعوی مطالبه وجه در محاکم دادگستری

۲ امکان صدور چک موردی (تک برگ) به جای دسته چک

۱ توانایی صدور چک الکترونیک در کنار چک کاغذی

۷ تغییر مهم قانون چک

ایجاد محدودیت‌های جدید برای صاحبان چک‌های برگشتی



۲

عدم پرداخت تسهیلات بانکی



۱

عدم افتتاح حساب و صادر نکردن
کارت بانکی جدید



۴

مسدود شدن وجوه همه حساب‌های
بانکی به اندازه کسری مبلغ چک



۳

عدم صدور ضمانت‌های ارزی یا ریالی



۶

عدم صدور کارت هدیه



۵

عدم ارائه خدمات گشایش
اعتبار اسنادی ارزی یا ریالی

مدیر عامل بیمه سامان: صادرات خدمات بیمه‌ای در راستای عمل به سیاست‌های اقتصاد مقاومتی است



دانست که توان صادرات خدمات فنی به خارج از مرزها را دارد و ادامه داد: بیمه گران ایرانی در بسیاری از حوزه‌های تخصصی فعالیت خود، بدون تردید جزو شاخص‌ترین و سرآمدترین متخصصان منطقه و حتی جهان هستند. مدیرعامل شرکت بیمه سامان با بیان این که اکنون بسیاری از فعالان صنعت بیمه کشورمان، در بزرگترین شرکت‌های بیمه جهان مشغول به کارند، اظهار کرد: آمارهای موجود نشان می‌دهد صنعت بیمه کشورمان دست کم در منطقه جایگاه بسیار مطلوبی دارد و این رتبه تنها به همت کارشناسان، فعالان و متخصصان این صنعت ایجاد شده است؛ با این حال کشورهای همسایه ما از نظر توسعه صنعت بیمه، وضعیت مطلوبی ندارند و بالقوه ظرفیت بسیار مناسبی برای صادرات این خدمات هستند. ضرابیه افزود: شرکت بیمه سامان نیز با شناخت این شرایط و با هدف کمک به توسعه صنعت بیمه و نیز ارزآوری از این محل به نفع کشور، فعالیت خود در خارج از مرزها را با ایجاد یک شعبه در کشور عراق آغاز کرد. وی خاطرنشان کرد: حضور در این کشور همسایه و دوست به ما نشان داد که تا چه اندازه می‌توان بر روی فعالیت‌های بیمه‌گری به عنوان راهکاری برای بزرگتر کردن اقتصاد کشور و نیز رهایی از بند اقتصاد نفتی با هدف تحقق اقتصاد مقاومتی حساب کرد.

مدیرعامل شرکت بیمه سامان صادرات خدمات بیمه‌ای را از مصادیق مهم عمل به سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی دانست و گفت: راه نجات اقتصاد کشور از تکانه‌های پی در پی، قطع شریان‌های نفت و تکیه بر اقتصاد غیر نفتی است.

به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، احمد رضا ضرابیه با بیان این که سالهاست مقام معظم رهبری بر لزوم کاهش نقش درآمد‌های نفتی در بودجه عمومی کشور به عنوان یکی از محورهای مهم عمل به سیاست‌های اقتصاد مقاومتی تاکید دارند، اظهار کرد: درآمد نفتی پایدار نیست و با نوسان‌های مقطعی در میزان تولید و قیمت جهانی آن، نمی‌توان این منبع درآمدی را چندان تکیه‌گاه اقتصاد کشور قرار داد. وی افزود: در چنین شرایطی، تنها راه نجات اقتصاد کشور از تکانه‌های شدید و ریسک‌های احتمالی، توسل به توسعه درآمدهای غیرنفتی به ویژه صادرات خدمات است. او با اشاره به این که در نگاه عموم، صادرات غیرنفتی تنها به محصولات صنعتی یا کشاورزی محدود می‌شود، ادامه داد: بررسی‌ها نشان می‌دهد صادرات خدمات فنی یا مبتنی بر دانش علاوه بر این که سرمایه‌گذاری چندان نیاز ندارد، بازدهی چند برابری نیز به همراه دارد. ضرابیه صنعت بیمه را یکی از مهمترین، فعال‌ترین و حرفه‌ای‌ترین حوزه‌های اقتصادی کشور

معرفی همکاران برگزیده بیمه سامان در بیست و هفتمین همایش ملی بیمه و توسعه

این مراسم به صورت حضوری - مجازی و با حضور رئیس کل و اعضای هیات عامل بیمه مرکزی و مدیران عامل شرکت‌های بیمه برگزار شد. معاون توسعه مدیریت و منابع و مدیرکل توسعه سرمایه انسانی و پشتیبانی بیمه مرکزی به عنوان رئیس و دبیرستاد، رئیس پژوهشگاه بیمه، دبیرکل سندیکای بیمه گران ایران و مدیران عامل شرکت بیمه ایران و آسماری اعضای ستاد انتخاب کارکنان شایسته صنعت بیمه بودند.

شرکت بیمه سامان در دومین رویداد انتخاب کارکنان شایسته صنعت بیمه، دو برگزیده داشت.

به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، امروز و در جریان بیست و هفتمین همایش ملی بیمه و توسعه، برای دومین سال متوالی کارکنان و مدیران شایسته صنعت بیمه معرفی شدند.

بر اساس ارزیابی هیات داوران، از شرکت بیمه سامان «زهرا برزگر» کارشناس مسئول اکچوئری به عنوان کارمند و «ایمان ارسطو» مدیر توسعه کانال‌های فروش به عنوان مدیر نمونه انتخاب و معرفی شدند.

«پایان بیمه» آغازی نو برای فعالان صنعت بیمه

فرآیندهای رباتیک از حالت بحث‌های کلامی خارج شده و در برخی از شرکت‌ها از جمله بیمه سامان، بررسی‌های جدی و برنامه‌ریزی برای پیاده‌سازی آن‌ها در حال انجام است. در این شرایط به نظر می‌رسد وجود مطالب بیشتر به زبان فارسی در زمینه ایشورتک، کمک شایانی به آشنایی کارکنان، دانشجویان و پژوهشگران صنعت بیمه در ایران می‌کند. در همین راستا در سال ۱۳۹۸، با حمایت شرکت بیمه سامان، ترجمه کتابی با عنوان «کتاب ایشورتک» منتشر شد. کتاب حاضر با عنوان «پایان بیمه؛ فرجام بیمه‌ای که می‌شناختیم» جزو پرفروش‌ترین کتاب‌های عرضه شده حوزه بیمه در فروشگاه اینترنتی آمازون بوده که در کشورهای متعدد به فروش رسیده است. ترجمه این کتاب توسط دو



همکار فعال در خانواده بیمه سامان بوده و با کسب اجازه از نویسنده و ناشر آن در ایران منتشر می‌شود. این کتاب، برهم زندگی و تغییرات اکوسیستم بیمه را به خوبی تبیین می‌کند و نویدها و چالش‌های پیش روی آن را بر می‌شمارد.

عنوان کتاب، شاید برای جذابیت بیشتر به «پایان بیمه» اشاره داشته، اما در واقع این صنعت بیمه نیست که پایان می‌یابد، بلکه شناخت سنتی که از بیمه داشتیم، روبه پایان است. امید است انتشار این کتاب بتواند به شرکت‌های بیمه، استارت‌آپ‌ها و سایر ذینفعان صنعت بیمه کمک کند تا تحولات جدید صنعت را بشناسند و با خلق راه حل‌های تازه برای مسائل و چالش‌های ناشی از تغییرات پیش رو، آینده ساز صنعت بیمه باشند.

ما در شرکت بیمه سامان، تمرکز بر تحول دیجیتال را مأموریت اصلی در برنامه استراتژیک شرکت می‌دانیم. بیمه سامان تاکنون در زمینه‌هایی چون توسعه بانک بیمه، فروش دیجیتال بیمه مسافرتی، فروش دیجیتال محصولات بیمه‌ای رایج روی سامانه‌های پرداخت موبایلی و حمایت از اولین شبکه نوآفرینی ایشورتک (پلنت) در ایران پیش‌تاز بوده است.

طراحی و ارائه محصول بیمه پیمایشی خودرو با استفاده از اینترنت اشیاء، بیمه موبایل و تبلت با استفاده از هوش مصنوعی، بیمه هوشمند خانه با استفاده از اینترنت اشیاء و همچنین دیجیتالی کردن فرایندهای صدور و خسارت از جمله پروژه‌های در حال انجام در بیمه سامان است.

بیمه سامان آماده همکاری با استارت‌آپ‌ها، متخصصان بیمه و فناوری‌های اطلاعات پیرامون موضوعات مطرح شده در این کتاب و حمایت از طرح‌های ایشورتکی و راه حل‌های نوآرمانه آنان است. نوآوری را با سامانیان تجربه کنید. (احمد رضا ضرابیه)

گفتنی است کتاب «پایان بیمه» با عنوان فرعی «فرجام بیمه‌ای که می‌شناختیم» به زودی در دسترس علاقه‌مندان قرار خواهد گرفت.

همزمان با روز بیمه، کتاب «پایان بیمه؛ فرجام بیمه‌ای که می‌شناختیم» نوشته «راب گالبریت» که توسط علیرضا جاهدی و ایمان ارسطو ترجمه شده است، با حمایت بیمه سامان منتشر شد.

به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، «پایان بیمه» پرفروش‌ترین کتاب بیمه‌ای سایت آمازون در سال ۲۰۱۹ بوده است که ضمن بررسی چالش‌های پیش روی صنعت بیمه و با تمرکز بر بیمه‌های اموال و مسئولیت، راه حل‌های توسعه بیمه از جمله نقش اکوسیستم ایشورتک، دیجیتالی شدن و چشم‌انداز برهم زندگی این صنعت در سال‌های پیش رو را تحلیل کرده است. این کتاب در چهار بخش و ۲۴ فصل به روایت وضعیت فعلی، پیش رو و آینده صنعت بیمه می‌پردازد.

«راب گالبریت» در اجرای ایده‌های نوآورانه در رشته بیمه‌های اموال و مسئولیت برای توسعه بازارها و افزایش سودآوری بیش از ۲۰ سال تجربه دارد. او که با لقب «جالب‌ترین مرد صنعت بیمه» شهرت یافته است، سخنران مدعو بسیاری از کنفرانس‌های صنعت بیمه، جزو رهبران فکری شناخته شده و همچنین یکی از اینفوئنسرهای حوزه ایشورتک است.

«احمد رضا ضرابیه» مدیرعامل شرکت بیمه سامان در پیشگفتار این کتاب نوشته است: «نتایج جستجوهای گوگل نشان می‌دهد، از سال ۱۳۹۵ شمسی (۲۰۱۶ میلادی) روند افزایشی علاقه‌مندی به عبارت انگلیسی ایشورتک، در دنیا آغاز شده است.

فعالان ایشورتک، اکنون بخشی تازه از اکوسیستم صنعت بیمه به شمار می‌روند. آنها حتی قواعد مختلف بیمه‌ای را که سال‌ها در صنعت بیمه حاکم بوده را به چالش می‌کشند.

برهم زندگی حاصل از استارت‌آپ‌ها، سرمایه‌های خطرپذیر، تکنولوژی جدید و تغییر رفتار خرید در نسل هزاره، هم نوید بخش و هم نگران‌کننده است.

نوید خبرهایی مانند ساده کردن کارها، صرفه جویی در زمان و هزینه‌ها، نوآوری در خدمات و محصولات و نگرانی از رویدادهایی همچون از بین رفتن برخی محصولات رایج بیمه‌ای، حذف عوامل فروش، حذف مشاغل متخصصان بیمه‌ای یا حتی از بین رفتن شرکت‌های بیمه. ایشورتک در صنعت بیمه ایران پدیده‌ای نو ظهور است.

سامانه‌های اینترنتی مقایسه قیمت، اولین مصداق‌های ایشورتک بوده‌اند. فروش دیجیتال محصولات بیمه از طریق سامانه‌های پرداخت موبایلی، وب سایت شرکت‌های بیمه، آژانس‌های مسافرتی، بانک‌ها، طراحی محصولات جدید و توسعه محصولات فعلی با فرایند دیجیتال، تحول دیجیتال در فرایندهای مختلف صدور و خسارت در شرکت‌های بیمه ایرانی در حال برنامه‌ریزی یا اجرا است.

استفاده از تکنولوژی‌های جدید از قبیل اینترنت اشیاء، کلان داده‌ها، بلاکچین، تله متیکس، هوش مصنوعی، پهبادها، شبکه‌های اجتماعی و

بیمه نامه «یونیت لینک» وارد سبد محصولات شرکت بیمه سامان می شود

بیمه نامه یونیت لینک بیمه گذار امکان سرمایه گذاری مستقیم در صندوق های سرمایه گذاری بوری و مشاهده بازده سرمایه گذاری خود به صورت روزانه را دارد که در فاز نخست، ارایه این محصول با صندوق سرمایه گذاری رشد سامان صورت خواهد پذیرفت. یزدان پناه با تاکید بر این که بیمه نامه یونیت لینک در راستای سودآوری بیشتر و بهره مندی حداکثری بیمه گذاران از پتانسیل بازارهای بورسی طراحی شده است، گفت: این بیمه نامه امکان تخصیص سود تضمین سالیانه به ذخایر بیمه نامه ها به میزان ۵ درصد در کنار سرمایه گذاری مطمئن و کم ریسک در یکی از پر ریسک ترین بازارهای مالی، فارغ از نوسانات بازار و دغدغه از دست رفتن اصل سرمایه را برای بیمه گذاران این شرکت فراهم کرده است. وی با اشاره به این که بیمه سامان مصمم است علاوه بر افزایش تعداد صندوق های بورسی، امکان سرمایه گذاری در انواع بازارهای سرمایه ای را نیز برای بیمه گذاران خود فراهم آورد، اظهار کرد: شبکه فروش حرفه ای، خلاق و قانون مدار شرکت بیمه سامان، با ارائه این محصول کمک شایانی به توسعه فرهنگ بیمه های زندگی و افزایش ضریب نفوذ آن در کشور خواهند کرد.

مدیر حوزه معاونت فنی بیمه های زندگی شرکت بیمه سامان با اشاره به انعطاف پذیری بیمه های زندگی و امکان طراحی آن متناسب با شرایط حاکم بر کشورها، شرکت های بیمه و نیازهای افراد جامعه، گفت: بیمه سامان در راستای مسئولیت اجتماعی خود و به منظور پاسخ به نیاز مشتریان، پس از بیمه نامه کرونا و پوشش امراض خاص پایه، آسایش و ممتاز، بیمه نامه متصل به واحد سرمایه گذاری (یونیت لینک) را به بازار عرضه می کند.

به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، بهرام یزدان پناه با بیان این که بیمه سامان به عنوان اولین شرکت بیمه ای کشور در تیر ماه سال ۱۳۹۸ موفق به اخذ مجوز فنی بیمه مرکزی در خصوص بیمه نامه های یونیت لینک شد، ادامه داد: با تلاش تیم معاونت فنی بیمه های زندگی در سال ۱۳۹۹ نرم افزار بیمه نامه یونیت لینک نیز طراحی و نسخه آزمایشی آن به بازار عرضه شد. وی افزود: هدف از ارایه این محصول حفظ ارزش ذخایر بیمه نامه های عمر و تشکیل سرمایه با توجه به شرایط اقتصادی موجود و ایجاد جذابیت برای بیمه گذاران و شبکه فروش است. مدیر حوزه معاونت فنی بیمه های زندگی شرکت بیمه سامان اظهار کرد: در

کاهش هزینه های بستری با خرید آنلاین بیمه نامه کرونا بیمه سامان

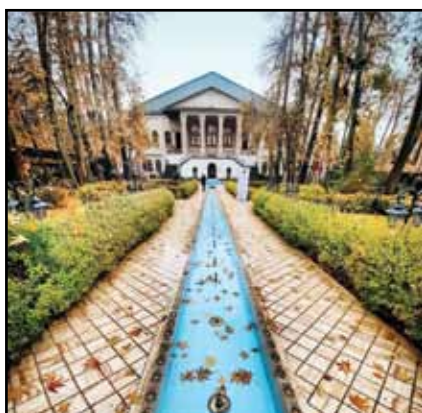
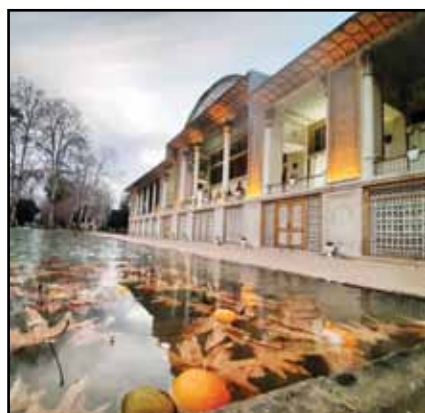
وی خاطر نشان کرد: شرکت بیمه سامان در فروش این بیمه نامه نیز حداکثر پروتکل های بهداشتی را رعایت و امکان فروش آن بدون مراجعه حضوری را فراهم کرده است، گرچه کسانی که به هر دلیلی نیاز به خرید بیمه نامه حضوری داشته باشند نیز می توانند آن را از طریق دفاتر نمایندگی فعال و شعب شرکت خریداری کنند. معاون مدیر بیمه های زندگی شرکت بیمه سامان، داشتن بالاترین سقف پوشش بیمه ای را از مهمترین مزایای بیمه کرونا این شرکت خواند و گفت: پوشش هزینه بستری تا ۱۰۰ میلیون تومان، جبران هزینه بیکاری تا ۳۰ میلیون تومان و پرداخت سرمایه عمر تا یک میلیارد تومان از مهمترین مزایای این بیمه نامه است. به گفته فخرزاده، بیمه کرونا در حداقل زمان و با پرداخت آنلاین حق بیمه قابل خریداری است و در صورت ابتلا به کرونا، تا حد زیادی می تواند از آنها در برابر هزینه های بالای بستری و درمان بیمارستانی حمایت کند و بخشی از نگرانی عموم مردم را کاهش دهد.

معاون مدیر بیمه های زندگی شرکت بیمه سامان از عموم مردم به ویژه بیمه گذاران شرکت بیمه سامان خواست به منظور کاهش استرس و هزینه های تحمیلی بستری بیماری کرونا، آینده نگری کرده و در اسرع وقت نسبت به خرید آنلاین بیمه کرونا اقدام کنند. به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، غزاله فخرزاده با بیان این که کرونا با رعایت پروتکل های بهداشتی کنترل خواهد شد، افزود: با این حال در صورت ابتلا به این بیماری، ممکن است تامین هزینه های درمان بیمارستانی برای همه امکان پذیر نباشد و این موضوع به یک چالش در خانواده ها تبدیل شود. او با اشاره به این که شرکت بیمه سامان به منظور نشان دادن همبستگی با بیمه گذاران و نیز حمایت از آنها در شرایط بحران بیمه کرونا را طراحی کرده است، اظهار کرد: این بیمه نامه علاوه بر این که می تواند بار مالی بستری بیمارستانی کرونا را برای بیمه گذاران کاهش دهد، به نوعی ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت بیمه سامان نسبت به جامعه نیز تلقی می شود.

بیمه کرونا شرکت بیمه سامان، فرانشیز و معرفی نامه ندارد

بیمه کرونا بیمه سامان برای بستری شدن در بیمارستان به داشتن معرفی نامه نیازی ندارد، بلکه می تواند پس از بستری شدن و بهبودی کامل، برای دریافت هزینه ها مستقیماً به شرکت مراجعه کرده و بر اساس ارقام اعلامی مرکز درمانی، خسارت خود را دریافت کند. ملاپور با اشاره به این که بیمه سامان برای پرداخت هزینه درمان بیماران کرونا، میان بستری شدن در بیمارستان های خصوصی یا دولتی تفاوتی قائل نیست، اظهار کرد: بیمه سامان هزینه های درمان بیمه شده را مطابق قرارداد منعقد شده میان شرکت و بیمه گذار پرداخت خواهد کرد. او تاکید کرد که مثبت شدن نتیجه آزمایش تشخیص مولکولی بر روی یکی از نمونه های تنفسی اصلی در یکی از آزمایشگاه های مرجع کشور، وجود CPR غیرطبیعی یا شواهد مثبت بیماری در سی تی اسکن در کنار بستری بیمارستانی بیمه شده و درمان با داروهای آنتی ویرال، تنها شروط پرداخت خسارت درمان کرونا توسط بیمه سامان است. معاون اداره نظارت بر صدور بیمه نامه های عمر و حوادث شرکت بیمه سامان دوره انتظار برای پوشش بیماری کرونا در این بیمه نامه ۱۴ روز از تاریخ صدور اعلام و خاطر نشان کرد که هزینه آزمایش تست کرونا در تعهدات شرکت بیمه گری نیست.

معاون اداره نظارت بر صدور بیمه نامه های عمر و حوادث شرکت بیمه سامان با بیان این که بیمه کرونا این شرکت نه تنها تا حد قابل توجهی هزینه های درمان مبتلایان به این بیماری را جبران می کند، بلکه سهم بیمار از کل هزینه ها را نیز به حداقل می رساند، گفت: این بیمه نامه، پروکراسی های اداری برای دریافت خسارت را نیز از بین برده است. به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، مطهره ملاپور با اشاره به این که ابتلا به بیماری کرونا می تواند هزینه های زیادی را به فرد مبتلا و خانواده اش تحمیل کند، ادامه داد: بیمه کرونا بیمه سامان این زمینه را فراهم کرده است که مشکلات مالی این عده به حداقل رسیده و تقریباً بدون نیاز مالی، دوره درمان بیماری کرونا طی شود. وی با تاکید بر این که پوشش هزینه بستری خریداران بیمه کرونا تا ۱۰۰ میلیون تومان قابل افزایش است، حذف فرانشیز از هزینه های بستری و درمان در این بیمه نامه را مزیت رقابتی آن خواند و افزود: فرد بیمه شده در پایان دوره درمان با ارائه فاکتورهای بیمارستانی به شرکت بیمه سامان، مبلغ کل هزینه ها را به طور کامل دریافت خواهد کرد و سهم بیمار در این بیمه نامه صفر است. معاون اداره نظارت بر صدور بیمه نامه های عمر و حوادث شرکت بیمه سامان ادامه داد: بیمار با داشتن





برگزیدگان طرح سامان ۱۴۰۰





۱ امکان مشاهده جزئیات تراکنش‌های انجام‌شده بر دستگاه کارت‌خوان در هر روز

۲ امکان مشاهده ریز تراکنش‌های انجام شده با چند دستگاه کارت‌خوان

۳ امکان مشاهده وضعیت تراکنش در بانک (تسویه شده / در انتظار / ناموفق)

۴ امکان پیگیری وضعیت تراکنش‌ها به صورت آنلاین

۵ ثبت درخواست انتقال وجه با مبالغ بالا بدون نیاز به حضور در شعبه



برای ستانام و دریافت دستگاه پایانه فروش از طریق لینک زیر اقدام کنید.

<http://dsgg.ir>

مدیریت آسان تر کسب و کارتان

با گزینه پایانه فروشگاهی در موبایل

mobillet
موبایل بانک سامان

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه/باجه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمابر	نام مسئول شعب/باجه‌ها
۱	اریکه ایرانیان	۸۱۶	تهران، بلوار فرحزادی، نبش ارغوان غربی، مجتمع اریکه ایرانیان، پلاک ۱	۲۲۳۵۹۲۷۵-۷۸	۲۲۳۵۳۵۱۶	آقای جلیل زاده
۲	اقدسیه	۸۰۸	تهران، خیابان اقدسیه (موحد دانش)، نبش کوچه نسیم، پلاک ۶۳	۲۲۸۲۳۴۰۲	۲۶۴۵۰۷۴۳	آقای ملامحمدی
۳	الهی	۸۳۸	تهران، خیابان ولیعصر، خیابان شهید فیاضی، بعد از خیابان کوهپار، پلاک ۶۹	۲۶۲۰۰۹۶۳	۲۶۲۰۰۹۳۸	آقای جلالی
۴	امین حضور	۸۵۳	تهران، میدان هارستان، خیابان مصطفی خمینی، خیابان امیرکبیر شرقی، نبش کوچه جاویدی، پلاک ۱۴۰	۳۳۴۴۳۷۱۱-۳۳۴۴۳۷۰۴	۳۳۱۳۸۳۱۴	آقای پرومند
۵	ایران زمین	۸۱۵	تهران، شهرک غرب، خیابان ایران زمین، مجتمع ایران زمین، پلاک ۱۳ و ۱۴	۸۸۵۷۷۶۰۵-۱۰	۸۸۵۷۱۲۱۵	آقای نودست
۶	آصف	۸۵۸	تهران، زعفرانیه، بلوار بهزادی، نبش غربی خیابان ماکونی پور، پلاک ۱۹	۲۶۸۰۲۶۳۰-۲۶۸۰۲۳۲۷	۲۶۸۰۲۹۰۱	آقای آهنگری
۷	آفریقا	۸۰۱	تهران، بزرگراه آفریقا، نرسیده به چهارراه جهان کودک، پلاک ۳۱	۸۸۸۷۴۴۵۷-۶۱	۸۸۷۷۳۷۳۳	آقای نیری
۸	آفریقای شمالی	۸۲۰	تهران، خیابان نلسون ماندلا (آفریقا)، بالاتر از خیابان اسفندیار، نبش شمالی خیابان شهید سعیدی، پلاک ۱۵۸	۲۶۲۱۹۶۵۱-۲۶۲۱۹۹۰۸	۲۶۲۱۹۷۱۳	آقای سلمانی
۹	بازار	۸۰۶	تهران، بازار بزرگ، خیابان ۱۵ خرداد غربی، بین چهارراه گلوبندک و خیابان ابوسعید، پلاک ۶۸۱	۵۵۵۷۵۷۳۸-۹	۵۵۵۷۶۴۹۵	آقای حیدرهای
۱۰	بازار کفاشها	۸۳۷	تهران، بازار بزرگ تهران، سبزه میدان، بازار کفاشها، نبش بازار خیاطها، پلاک ۶۴	۵۵۸۰۸۴۸۲-۵۵۱۵۱۸۰۲	۵۵۶۱۶۰۷۳	آقای سوری
۱۱	باغ فردوس	۸۰۴	تهران، خیابان ولیعصر، نرسیده به میدان تجریش، روبروی کوچه باغ فردوس، پلاک ۲۹۴۴	۲۲۷۴۰۷۷۵	۲۲۷۴۰۷۱۵	خانم حکیمی
۱۲	...	۸۷۷	تهران، بزرگراه فتح، جاده قدیم کرج، بعد از شیر پاسوریزه، مجتمع تجاری تهران، پلاک ۲۳۸	۶۶۸۱۵۹۲۸-۶۶۸۱۵۹۶۹	۶۶۸۱۶۰۰۸	آقای باغستانی
۱۳	بلوار ۲۴ متری سعادت آباد	۸۷۵	تهران، سعادت آباد، میدان فرهنگ، بلوار ۲۴ متری، نبش کوچه چهارم غربی، پلاک ۱۸	۲۲۳۷۸۸۵۶-۷	۲۲۳۷۸۶۰۵	خانم سعیدی
۱۴	بلوار دریا	۸۸۳	تهران، خیابان سعادت آباد، بلوار دریا، نبش خیابان رامشه، پلاک ۵۰	۸۸۳۶۳۸۱۸-۸۸۵۷۸۱۷۱	۸۸۳۶۶۷۶۹	خانم قدمی
۱۵	بلوار فردوس	۸۴۵	تهران، بزرگراه شهید ستاری، بلوار فردوس شرقی، پلاک ۴۳۴	۴۴۰۰۰۳۸۵-۶	۴۴۰۰۰۶۸۲۶	آقای صالحی کیا
۱۶	بلوار کشاورز	۸۸۲	تهران، بلوار کشاورز، بین خیابان وصال شیرازی و نادری، پلاک ۱۷۸	۸۸۹۷۶۰۹۰-۸۸۹۸۳۱۵۴-۶	۸۸۹۸۳۱۵۷	آقای جمشیدیان
۱۷	بلوار مرزداران	۸۸۱	تهران، شهرک ژاندارمری، بلوار مرزداران، بین ایثار و دانش، پلاک ۱۳۶	۴۴۲۱۱۰۴۰	۴۴۲۱۱۸۴۱	خانم مهدوی
۱۸	پاسداران	۸۰۵	تهران، خیابان پاسداران، مقابل بوستان ششم، جنب برج سفید، پلاک ۲۵۰	۲۲۵۹۵۵۷-۸	۲۲۵۹۷۵۴۰	آقای سماک
۱۹	شعبه ظفر	۸۱۹	خیابان ظفر، بعد از خیابان کازرون شمالی، پلاک ۱۲۸	۲۲۹۱۳۶۱۸	۲۶۶۴۵۷۱۵	آقای اسلامی
۲۰	پونک	۸۷۰	تهران، بزرگراه اشرافی اصفهانی، بالاتر از میدان پونک، نبش کوچه ۱۹، پلاک ۱	۴۴۴۶۲۵۱۰	۴۴۴۶۲۸۱۵	آقای عهدی
۲۱	پیروزی	۸۲۲	تهران، خیابان پیروزی، نبش خیابان عادل	۳۳۲۳۳۱۴۰-۴۱	۳۳۲۳۳۱۴۳	آقای دانش بقا
۲۲	تالار بورس	-	سعادت آباد، بلوار شهرداری، نبش خیابان سیزدهم غربی، تالار بورس اوراق بهادار	۲۶۳۵۹۱۳۸	---	آقای غفوری
۲۳	ترمینال ۲ فرودگاه مهرآباد	۸۵۲	تهران، فرودگاه بین‌المللی مهرآباد، ترمینال ۲، زیر پارکینگ طبقاتی	۴۴۶۹۰۰۹۰	۴۴۶۹۲۲۵۲	آقای حسینی
۲۴	تهرانسر	۸۵۶	تهران، تهرانسر، بلوار اصلی، نبش خیابان ۱۴	۴۴۵۱۷۵۵۶	۴۴۵۱۷۶۶۲	آقای باقری نیا
۲۵	جام جم	۸۲۱	تهران، خیابان ولیعصر، نرسیده به چهارراه بارک وی، نبش کوچه ترکش دوز، پلاک ۲	۲۶۲۱۰۹۱۲-۱۴	۲۶۲۱۰۹۱۷	خانم طرفی نژاد
۲۶	جنت آباد	۸۱۲	تهران، خیابان جنت آباد جنوبی، پایین تر از میدان چهار باغ، نبش خیابان لاله غربی، ساختمان سرفرند، پلاک ۴۷	۴۴۴۹۵۲۰۱-۹	۴۴۴۹۵۲۸۸	آقای احمدی
۲۷	خیابان آذربایجان	۸۲۴	تهران، خیابان آزادی، نبش خیابان آذربایجان، پلاک ۱۰۴۶	۶۶۰۶۷۸۸۲-۶۶۰۶۷۸۸۴-۶	۶۶۰۶۷۸۸۰	آقای فرجی
۲۸	خیابان آقابزرگی - الهیه	۸۷۶	تهران، خیابان الهیه، خیابان شهید آقابزرگی، نبش خیابان استانبول، پلاک ۳۷	۲۲۶۹۶۴۵۱-۵۲	۲۲۶۹۶۴۵۳	خانم خوش صحبت
۲۹	خیابان جمهوری	۸۶۵	تهران، خیابان جمهوری، بین خیابان ولی عصر و شیخ هادی، پلاک ۸۵۲	۶۶۹۷۶۳۹۴-۶۶۹۷۶۳۹۲	۶۶۶۵۹۹۳۸	آقای امیری
۳۰	خیابان دزاشیب - سه راه عمار	۸۶۳	تهران، میدان قدس، انتهای خیابان شهید کبیری (دزاشیب)، سه راه عمار، پلاک ۱۵۸	۲۲۷۵۳۹۱۴-۱۸	۲۲۷۵۳۹۱۳	آقای میرحسینی نیری
۳۱	خیابان دکتر بهشتی	۸۳۲	تهران، خیابان شهید دکتر بهشتی، بعد از چهارراه سروردی، پلاک ۱۳۸	۸۸۵۱۲۶۰۳-۸	۸۸۷۴۶۶۹۹	آقای البرزی
۳۲	خیابان دولت	۸۱۳	تهران، خیابان دولت، نرسیده به چهارراه پاسداران، پلاک ۱۸	۲۲۷۶۴۲۸۲-۷	۲۲۷۶۰۳۳۸	آقای باقی
۳۳	خیابان سید جمال الدین اسدآبادی	۸۳۰	تهران، خیابان سید جمال الدین اسدآبادی، نبش شمالی خیابان ۹، پلاک ۴۳۳	۸۸۶۱۶۴۸۶ و ۸۸۶۲۹۱۰۱	۸۸۶۲۸۶۳۷	خانم حاجی بابایی
۳۴	خیابان کارگر شمالی	۸۳۳	تهران، خیابان کارگر شمالی، بالاتر از خیابان دکتر فاطمی، پلاک ۱۶۱۵	۸۸۹۱۹۱۴۵-۸	۸۸۹۱۹۱۳۵۰	آقای فرج زاده
۳۵	خیابان لواسانی	۸۵۵	تهران، کامرانیه، خیابان لواسانی غربی، نبش دوراهی آریا، پلاک ۳	۲۲۸۱۶۶۹۲-۳، ۵	۲۲۸۱۶۶۸۹	خانم میرزایی
۳۶	خیابان ملت اکباتان	۸۲۷	تهران، خیابان سعدی جنوبی، خیابان اکباتان، پلاک ۹۳	۳۳۹۹۸۰۰۵-۷، ۱۲	۳۳۹۹۸۰۰۹	آقای عبدلی
۳۷	خیابان ولیعصر - پارک ساعی	۸۳۵	تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از خیابان شهید دکتر بهشتی، نبش کوچه کوزه گر، پلاک ۲۱۳۳	۸۸۵۵۶۹۶۵-۸۸۷۰۴۸۱-۲	۸۸۵۵۶۹۶۶	خانم آیت النبی
۳۸	خیابان ولیعصر - زرتشت	۸۶۲	تهران، بالاتر از میدان ولیعصر، نرسیده به کوچه ناصر، پلاک ۱۷۷۷	۸۸۹۰۶۱۷۸-۸۸۸۰۵۷۵۳	۸۸۸۰۷۵۹۲	آقای رضازاده
۳۹	دروس	۸۷۹	تهران، خیابان شریعتی، منطقه دروس، بلوار شهرزاد، خیابان شیدایی، کوچه اسپند، پلاک ۲	۲۶۶۴۰۳۲۲-۲۶۶۴۰۳۲۰	۲۶۶۴۰۳۰۸	خانم طرفه نژاد
۴۰	دکتر فاطمی	۸۱۰	تهران، خیابان دکتر فاطمی غربی، روبروی خیابان هشت بهشت، نبش کوچه شیخ (ششم)، پلاک ۱۴۰	۸۸۹۸۲۱۸۱-۸۵	۸۸۹۸۲۱۹۴	آقای قنبرزاده
۴۱	دلاوران	۸۴۲	تهران، میدان رسالت، خیابان هنگام، بلوار دلاوران، بین چهارراه آزادگان و تکاوران، پلاک ۳۷۵	۷۷۲۱۳۸۴۸-۷۷۱۸۹۳۹۱	۷۷۲۱۳۷۷۷	آقای طاهری

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه / باجه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمابر	نام مسئول شعب / باجه ها
۴۲	دهکده المپیک	۸۶۷	تهران، بلوار دهکده المپیک، خیابان شهید مهدی یقوبی، پلاک ۲	۴۴۷۰۱۴۶۷	۴۴۷۱۱۷۸۲	خانم رضایی
۴۳	ستارخان	۸۶۹	تهران، میدان توحید، خیابان ستارخان، نبش کوچه ستایش	۶۶۵۶۲۴۹۹-۶۶۵۶۲۶۱۵	۶۶۵۶۲۸۶۵	آقای حمیدیا
۴۴	سرو	۸۶۶	تهران، سعادت آباد، بلوار سرو غربی، نبش شمال شرقی میدان سرو، پلاک ۷۷	۲۲۰۹۶۹۱۳ و ۲۲۰۹۶۹۲۸	۲۲۰۶۴۱۴۶	خانم رضایان مقدم
۴۵	سعادت آباد	۸۱۱	تهران، خیابان سعادت آباد، میدان کاج، پلاک ۱۳	۲۲۰۸۶۱۹۲-۲۰۰	۲۲۰۸۷۷۰۸	خانم بابایی
۴۶	سی تیر	۸۴۹	تهران، خیابان جمهوری، خیابان سی تیر، پلاک ۶۵	۶۶۷۵۰۴۱۴-۱۸	۶۶۷۵۰۲۳۶	آقای غفوری
۴۷	شمس آباد - میدان ملت	۸۷۲	تهران، شمس آباد، خیابان استاد حسن بنا، بالاتر از میدان ملت، نبش خیابان شهید شاهرخ عیدی، پلاک ۷۷۱	۲۲۵۳۰۱۵۶-۲۲۳۱۷۹۶۸	۲۲۵۳۰۱۴۶	آقای محمد سلگی
۴۸	شهر ری	۸۱۸	شهری، میدان شهری، خیابان ۲۴ متری زکریای رازی (بیات)، پلاک ۲۵۷	۵۵۹۷۰۷۳۹-۵۵۹۷۰۷۴۲-۳	۵۵۹۷۰۷۳۰	آقای احسنی
۴۹	شهر قدس	۸۷۸	تهران، شهر قدس، بلوار ۴۵ متری انقلاب، روبروی پارک آزادگان، پلاک ۳۸	۴۶۸۳۲۳۳۰-۴۶۸۳۲۳۳۸	۴۶۸۳۲۴۱	آقای باغستانی
۵۰	شهران	۸۴۴	تهران، میدان دوم شهران، ابتدای خیابان یکم پلاک ۴	۴۴۳۲۷۹۷۱-۴۴۳۲۸۱۴۷	۴۴۳۲۸۳۲۹	خانم رحیمی
۵۱	شهرک اکباتان	۸۲۵	شهرک اکباتان - فاز ۱ - خیابان نفیسی، روبروی مخابرات، پلاک ۵۹	۴۰۴۶۸۸۵ و ۴۰۴۶۹۰۳	۴۴۶۵۶۸۹۶	آقای حاجی حیدری
۵۲	شهرک راه آهن	۸۴۰	تهران، اتوبان همت غرب، شهرک گلستان، بلوار امیر کبیر، نرسیده به چهارراه گلها، پلاک ۵۳	۴۴۷۳۸۹۶۹-۴۴۷۳۸۹۵۹	۴۴۷۳۷۸۸۸	آقای طلایی
۵۳	شهریار	۹۰۴	شهریار، خیابان ولیعصر، ضلع شرقی میدان امام خمینی (نبش خیابان محسنی)	۶۵۳۶۹۰۲۱، ۳-۶۵۳۶۸۹۶۵	۶۵۳۶۸۹۶۲	آقای کریمی
۵۴	صادقیه	۸۰۷	تهران، ضلع جنوب شرقی فلکه اول صادقیه، پلاک ۹۱۸	۴۴۲۵۴۵۱۸-۲۰	۴۴۲۵۴۵۱۷	آقای کاهه
۵۵	فروودگاه امام خمینی	۸۴۶	تهران، کیلومتر ۳۰ اتوبان تهران - قم، فرودگاه بین المللی امام خمینی، سالن ورودی	۵۵۶۷۸۴۰۸-۰۹-۵۵۶۷۸۴۱۱-۱۲	۵۵۶۷۸۴۱۰	آقای حسینی
۵۶	فلکه اول تهرانپارس	۸۳۶	تهران، فلکه اول تهرانپارس، ابتدای خیابان حجر بن عدی، نبش خیابان ۱۴۸ غربی، پلاک ۳۲	۷۷۷۳۲۳۵۰-۵۴	۷۷۷۳۲۳۵۵	آقای بیات
۵۷	فلکه سوم تهرانپارس	۸۳۴	تهران، خیابان حجر بن عدی، بالاتر از فلکه سوم تهرانپارس، نبش خیابان ۲۱۴ شرقی، پلاک ۱۳۰	۷۷۳۷۰۱۸۶-۷۷۳۷۰۳۶۸	۷۷۳۷۰۴۴۱	خانم کسرائی پور
۵۸	قلهک	۸۶۸	تهران، خیابان دکتر شریعتی، نرسیده به خیابان یخچال، جنب پاساژ سپهر پلاک ۱۴۲۵	۲۲۶۰۳۶۱۳	۲۲۶۰۱۵۰۹	آقای صفری
۵۹	قیطریه	۸۲۸	تهران، بلوار ۳۵ متری قیطریه، روبروی پارک قیطریه، پلاک ۸۵	۲۲۲۳۴۴۵۸-۲۲۲۳۴۴۲۷-۸	۲۲۲۳۴۲۵۸	خانم خسروی
۶۰	کریم خان زند	۸۷۳	تهران، میدان هفت تیر، بالاتر از مسجدالجمود (ع)، پلاک ۲۷۵	۸۸۸۴۵۹۷۲-۸۸۸۴۵۹۴۲	۸۸۸۴۶۱۹۰	آقای هادیان
۶۱	گیشا	۸۸۴	تهران، کوی نصر (گیشا)، نبش خیابان نوزدهم، پلاک ۲۶۲	۸۸۴۸۵۷۸۴-۵، ۹	۸۸۴۸۵۷۸۷	آقای قاسمی
۶۲	مرکزی	۸۰۲	تهران، خیابان انقلاب، بین چهارراه کالج و چهارراه ولیعصر، پلاک ۸۰۳	۶۶۹۵۹۰۵۰	۶۶۹۶۹۹۸	آقای تفرشی
۶۳	مژده	۸۷۱	تهران، خیابان نیاوران، خیابان شهید مقدسی (مژده)، خیابان میری، پلاک ۴	۲۲۷۱۶۵۱۶-۲۲۷۱۶۳۵۱	۲۲۷۱۶۲۹۳	آقای ساعی نیا
۶۴	مقدس اردبیلی	۸۶۱	تهران، خیابان مقدس اردبیلی، نبش خیابان فرخ، پلاک ۱	۲۶۸۰۲۴۵۳-۲۶۸۰۲۴۰۹	۲۶۸۰۲۴۶۱	آقای یوسفی پور
۶۵	ملاصدرا	۸۲۹	تهران، خیابان ملاصدرا، بعد از خیابان شیراز، پلاک ۱۳۳	۸۸۶۲۷۵۱۷-۸۸۶۲۷۴۴۸	۸۸۶۲۶۷۳۱	آقای عامری
۶۶	منیریه	۸۳۹	تهران، خیابان ولیعصر، میدان منیریه، خیابان میری، نبش بن بست ناظمی، پلاک ۵۳	۶۶۴۹۱۰۷۵، ۸۵، ۸۷	۶۶۴۹۱۰۷۳	آقای عینی
۶۷	مولوی	۸۵۴	تهران، خیابان مولوی شرقی، نبش کوچه شهید علی اکبر قاسمی، پلاک ۵۱۸	۵۵۱۵۷۳۷۶-۵۵۱۵۶۱۰۹	۵۵۱۵۴۲۲۹	آقای سیفی
۶۸	میدان آرژانتین	۸۲۶	تهران، میدان آرژانتین، اول خیابان بیهقی، پلاک ۲۱	۸۸۵۱۶۹۰۶ و ۸۸۵۱۶۹۰۸	۸۸۵۱۷۳۸۱	آقای لاجوردی
۶۹	میدان تجریش	۸۴۷	تهران، میدان تجریش، خیابان شهرداری، پلاک ۸۱	۲۲۷۳۲۳۵۲-۲۲۷۳۲۱۳۹	۲۲۷۳۲۴۴۸	آقای عباس زاده
۷۰	میدان حسین آباد	۸۵۹	تهران، چهارراه پاسداران، میدان حسین آباد، ساختمان مهدی، پلاک ۱۲۰	۲۲۹۵۹۹۷۹-۲۲۹۶۰۰۱۳	۲۲۹۵۹۹۰۹	آقای خبری
۷۱	میدان قزوین	۸۳۱	تهران، خیابان کارگر جنوبی، ضلع شمال شرقی میدان قزوین، پلاک ۱۸	۵۵۴۸۱۱۷۲-۴، ۸	۵۵۴۸۱۱۷۹	آقای میرزاخانی
۷۲	میدان نبوت	۸۴۱	تهران، بزرگراه رسالت، خیابان آیت، ضلع جنوب غربی میدان نبوت، پلاک ۵۶۰	۷۷۹۴۰۴۲۸-۹	۷۷۹۴۰۴۱۸	آقای کریمی
۷۳	میدان ونگ	۸۱۴	تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از میدان ونگ، نبش خیابان برادران شریفی، پلاک ۲۴۷۷	۸۸۲۰۵۴۵۵-۹	۸۸۲۰۵۴۴۸	آقای رشیدی
۷۴	میرداماد	۸۰۹	تهران، خیابان میرداماد، نرسیده به میدان مادر، پلاک ۱۴۸	۲۲۹۲۴۴۵۱-۴	۲۲۹۲۴۴۶۳	آقای نصیری
۷۵	نازی آباد	۸۴۸	تهران، نازی آباد، خیابان مدائن، پلاک ۱۱۶ و ۱۱۸	۵۵۳۳۱۰۰۴-۷	۵۵۳۵۶۰۵۱	آقای لک
۷۶	نیاوران	۸۷۴	تهران، نیاوران، خیابان شهید باهنر، روبروی پارک باهنر، پلاک ۱۴۸	۲۶۱۱۷۲۰۱-۲۶۱۱۷۱۹۲-۴	۲۶۱۱۷۱۹۵	آقای رسانی فر
۷۷	ولنجک	۸۲۳	تهران، خیابان ولنجک، خیابان چهاردهم، پلاک ۷	۲۲۴۲۱۲۲۷-۳۱	۲۲۱۷۲۵۰۰	آقای رسولی
۷۸	هایپر استار	۸۵۷	تهران، بزرگراه شهید باکری جنوب، مرکز خریدهایپر استار	۴۴۱۶۷۱۸۵-۸۶-۴۴۱۶۷۱۸۲-۸۳	۴۴۱۶۷۱۹۹	خانم قاسمی
۷۹	یافت آباد	۸۱۷	تهران، بزرگراه آیت اله سعیدی، یافت آباد شرقی، بازار میل ایران، پلاک ۲۰۲ و ۲۰۵	۶۶۲۱۱۰۱۴-۶۶۲۱۱۰۱۴-۱۷	۶۶۲۳۷۱۱۰	آقای رنجبر

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه / باجه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمابر	نام مسئول شعب / باجه ها
۸۰	اراک	۹۵۶۱	اراک، خیابان شهید رجایی، پلاک ۸۸۳۷	۰۸۶-۳۲۲۱۴۴۰۴-۵	۰۸۶-۳۲۲۵۹۵۷	آقای کریمی
۸۱	اردبیل	۹۶۴۱	اردبیل، خیابان شیخ صفی، پلاک ۱۶۰	۰۴۵-۳۲۲۵۲۶۰۱-۸	۰۴۵-۳۲۲۵۳۵۰۱	آقای هوشیاری
۸۲	ارومیه	۹۶۲۱	ارومیه، خیابان کاشانی، روبروی مرکز بهداشت، پلاک ۱۵۶	۰۴۴-۳۲۲۴۴۳۱۱	۰۴۴-۳۲۲۴۰۳۹۲	خانم امامی
۸۳	خیابان سرداران ارومیه	۹۶۲۲	ارومیه، خیابان سرداران، جنب کوچه شهید صفوی (کوچه تلفخانه سابق)، پلاک ۱۶۹	۰۴۴-۳۲۲۵۰۵۲۲-۲۴	۰۴۴-۳۲۲۲۷۸۴۶	آقای نامی فر
۸۴	اصفهان	۸۰۳	اصفهان، خیابان فردوسی، نبش خیابان منوچهری، ساختمان امیر، پلاک ۱۳	۰۳۱-۳۲۲۳۰۴۲۴-۷	۰۳۱-۳۲۲۳۰۴۲۸	آقای رحمانی
۸۵	چهارباغ بالا	۹۵۲۲	اصفهان، میدان آزادی، خیابان چهارباغ بالا، نبش کوچه بهار آزادی، پلاک ۱۶۹	۰۳۱-۳۶۲۰۶۰۷۴	۰۳۱-۳۶۲۰۶۰۷۹	آقای غیور
۸۶	خانه اصفهان	۹۵۲۴	اصفهان، شهرک خانه اصفهان، خیابان گلستانه، پلاک ۶۰	۰۳۱-۳۴۴۱۲۲۷۲-۵	۰۳۱-۳۴۴۱۳۶۸۸	آقای باقری
۸۷	خیابان حافظ اصفهان	۹۵۲۳	اصفهان، میدان امام (نقش جهان)، ابتدای خیابان حافظ، پلاک ۳۳	۰۳۱-۳۲۲۰۹۴۷۶-۹	۰۳۱-۳۲۲۳۷۴۲۶	آقای سبزه زار
۸۸	زاینده رود	۹۵۲۱	اصفهان، خیابان توحید میانی، نبش کوچه شهید تقی آبادی، پلاک ۵	۰۳۱-۳۶۲۸۲۵۷۴	۰۳۱-۳۶۲۶۹۴۰۹	آقای سیف الدینی
۸۹	سیتی سنتر اصفهان	۹۵۲۵	اصفهان، بزرگراه شهید وحید دستجردی، مقابل ورودی جنوبی شهران، مجتمع سیتی سنتر اصفهان، طبقه همکف	۰۳۱-۳۶۵۱۶۸۴۱-۲	۰۳۱-۳۶۵۱۶۸۴۳	آقای مستحجران
۹۰	اهواز	۹۷۰۱	اهواز، خیابان شهید چمران (کیانپارس)، حد فاصل خیابانهای ۳ و ۴ شرقی، پلاک ۲۰۵	۰۶۱-۳۳۹۲۰۵۲۴-۶	۳۳۹۲۰۷۴۵-۰۶۱	خانم حیاتی
۹۱	ایلام	۹۲۶۱	ایلام، خیابان طالقانی، روبروی فرمانداری، پلاک ۳۵۱	۰۸۴-۳۳۳۳۱۷۳	۰۸۴-۳۳۳۳۱۵۲	آقای کلهر
۹۲	اروند	۹۸۵۱	آبادان، بلوار شهید منتظری (شاپور سابق)، نبش خیابان امیر کبیر (امیری)	۰۶۱-۵۳۳۲۷۲۴-۵	۰۶۱-۵۳۳۲۶۷۳۱	آقای جنگیزیان
۹۳	آمل	۹۴۳۱	آمل، خیابان امام خمینی (ره)، حد فاصل آفتاب ۱۸ و ۲۰	۰۱۱-۴۴۲۹۶۴۲۱-۲۷	۰۱۱-۴۴۲۹۶۴۳۵	آقای حیدری
۹۴	بابل	۹۴۲۱	بابل، میدان ولایت، ابتدای خیابان مدرس، روبروی شهرداری	۰۱۱-۳۲۱۹۷۱۴۰-۴۱	۰۱۱-۳۲۱۹۷۱۴۸	آقای اساسه
۹۵	بجنورد	۹۳۲۱	بجنورد، تقاطع بلوار امام خمینی (ره) و میرزا رضا کرمانی	۰۵۸-۳۲۲۴۴۳۲۰	۰۵۸-۳۲۲۴۷۳۴۸	آقای رمضانعلی پرور
۹۶	بندرعباس	۹۱۲۱	بندرعباس، بلوار امام خمینی، سواره دلگشا، برج نیلوفر، طبقه همکف	۰۷۶-۳۲۲۳۵۳۰۲-۸	۰۷۶-۳۲۲۳۵۳۰۳	آقای ساردونی
۹۷	بوشهر	۹۱۴۱	بوشهر، میدان امام خمینی، ابتدای خیابان فرودگاه، پلاک ۳۷	۰۷۷-۳۳۵۶۲۳۱۹-۲۴	۰۷۷-۳۳۵۶۲۳۲۵	آقای فرشیدفر
۹۸	۱۷ شهریور تبریز	۹۶۰۳	تبریز، ابتدای خیابان ۱۷ شهریور جدید، جنب ساختمان آبان، پلاک ۱۴	۰۴۱-۳۵۵۷۳۶۷۰-۲	۰۴۱-۳۵۵۷۳۶۷۳	آقای رضایی اقدم
۹۹	استاد شهریار تبریز	۹۶۰۴	تبریز، ابتدای جاده ائل گلی، نبش کوی الهی پرست، پلاک ۳	۰۴۱-۳۳۲۹۳۲۶۲	۰۴۱-۳۳۲۹۳۲۶۰	آقای ظهیری
۱۰۰	بازار تبریز	۹۶۰۵	تبریز، خیابان جمهوری اسلامی، ابتدای خیابان دارائی (شهید مدنی)، پلاک ۱۴۲۷	۰۴۱-۳۵۲۴۴۰۴۹	۰۴۱-۳۵۲۴۲۶۲۳	آقای میرزایی
۱۰۱	تبریز	۹۶۰۱	تبریز، خیابان امام، بالاتر از چهارراه شهید بهشتی، نبش کوی فرهنگ، پلاک ۵۲۱	۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۰۰-۲۰	۰۴۱-۳۳۳۶۵۱۶۰	آقای نیک عهد
۱۰۲	ولیعصر تبریز	۹۶۰۲	تبریز، خیابان ولیعصر (عج)، حدفاصل فلکه بازار و ایردک، پلاک ۱۶	۰۴۱-۳۳۳۱۰۸۰۰	۰۴۱-۳۳۳۱۰۱۵۵	آقای محمودی
۱۰۳	خرم آباد	۹۲۸۱	خرم آباد، خیابان علوی، نرسیده به میدان امام، پلاک ۴۲۲	۰۶۶-۳۳۳۳۵۵۹۰	۰۶۶-۳۳۳۳۵۵۹۱	آقای راهنمایی
۱۰۴	گلزار رشت	۹۴۰۱	رشت، ابتدای بلوار گلزار، ضلع شرقی میدان باستانی شعار	۰۱۳-۳۳۱۱۴۷۱۰-۱۲	۰۱۳-۳۳۱۱۴۷۱۳	آقای دولتی
۱۰۵	رفسنجان	۹۵۱۱	رفسنجان، ابتدای خیابان مطهری، بعد از پل فجر، ساختمان محمد عسگری	۰۳۴-۳۴۳۲۱۰۳-۵	۰۳۴-۳۴۳۲۱۰۲	آقای ابوطالبی
۱۰۶	زاهدان	۹۱۳۱	خیابان امیرالمومنین، بین خیابان امیرالمومنین ۲۷ و ۲۸	۰۵۴-۳۳۲۳۸۲۸۵	۰۵۴-۳۳۲۳۶۳۲۸۲	آقای شهیدی
۱۰۷	زنجان	۹۶۸۱	زنجان، میدان آزادی، ابتدای خیابان امام، ساختمان ممتاز	۰۲۴-۳۳۳۲۰۶۵۴-۶۰	۰۲۴-۳۳۳۲۷۷۳۳	آقای فنغوری
۱۰۸	ساری	۹۴۰۲	ساری، خیابان فرهنگ، بعد از سواره قارن، به طرف میدان شهدا	۰۱۱-۳۳۲۵۹۷۶۲-۵	۰۱۱-۳۳۲۵۹۷۶۱	آقای طاهری
۱۰۹	سمنان	۹۴۵۱	سمنان، میدان مشاهیر، ابتدای بلوار قدس	۰۲۳۳-۳۳۶۳۶۱۸-۱۹-۲۲	۰۲۳۳-۳۳۶۳۶۲۹۵	آقای مصدق
۱۱۰	سنندج	۹۲۷۱	سنندج، چهارراه فلسطین، بلوار سید قطب، پلاک ۳	۰۸۷-۳۳۴۴۵۴۳۲۰۳	۰۸۷-۳۳۴۴۵۴۳۶	آقای عبدیان
۱۱۱	پاسداران شیراز	۹۱۰۵	شیراز، بلوار پاسداران، حد فاصل خیابان مبعث و تقاطع شهید مطهری، ساختمان سامان	۰۷۱-۳۸۳۳۳۸۱۱-۱۲	۰۷۱-۳۸۳۳۳۸۱۴	آقای ملاشفیع
۱۱۲	شیراز	۹۱۰۱	شیراز، خیابان زند، حدفاصل خیابانهای فلسطین و هفت تیر (۲۰۰ متری سینما سعدی)، ساختمان پاسارگاد، پلاک ۳۹۶	۰۷۱-۳۳۳۱۹۵۲۲-۲۷	۰۷۱-۳۳۳۱۹۵۱۳	آقای صیادی
۱۱۳	قصردشت	۹۱۰۳	شیراز، خیابان قصردشت، سواره خلد برین، پلاک ۷۵	۰۷۱-۳۶۲۷۹۲۲۶	۰۷۱-۳۶۲۷۹۲۱۶	آقای نظری
۱۱۴	معالی آباد شیراز	۹۱۰۴	شیراز، معالی آباد، بلوار شریعتی، نبش کوچه ۲۷	۰۷۱-۳۶۳۱۴۹۹۹	۰۷۱-۳۶۳۱۴۹۰۶	آقای پورملاکه
۱۱۵	قزوین	۹۲۰۱	قزوین، خیابان خیام شمالی، پلاک ۵۶۰	۰۲۸-۳۳۳۵۳۳۰۵-۸	۰۲۸-۳۳۳۵۸۰۹۵	آقای فرضی
۱۱۶	قشم	۹۸۲۱	قشم، بلوار ولیعصر (امام قلی خان)، روبروی مجتمع تجاری خلیج فارس، ساختمان گلبدیس	۰۷۶-۳۵۲۴۲۶۴۴-۴۶	۰۷۶-۳۵۲۴۲۶۵۰	آقای اطهری
۱۱۷	فلکه جهاد- قم	۹۰۰۲	قم، فلکه جهاد، خیابان ۱۹ دی، پلاک ۵۵۵ و ۵۵۷	۰۲۵-۳۷۷۰۸۸۴۰-۲	۰۲۵-۷۷۰۵۹۴۹	آقای مردانی
۱۱۸	قم	۹۰۰۱	قم، بلوار امین، نبش کوچه ۴۱	۰۲۵-۳۲۹۴۰۶۰۲-۳	۰۲۵-۳۲۹۱۶۶۱۶	آقای مجاهدی
۱۱۹	جهانشهر کرج	۹۰۱	کرج، میدان سپاه، اول بلوار جمهوری، نبش نیلوفر، پلاک ۱	۰۲۶-۳۴۴۶۶۱۱۵-۲۰	۰۲۶-۳۴۴۸۱۴۴۵	خانم اقبال زاده
۱۲۰	مهرشهر کرج	۹۰۵	کرج، مهرشهر، بلوار شهرداری، فاز دو، نبش خیابان ۲۰۸، پلاک ۵۴۳	۰۲۶-۳۳۴۱۵۷۳۵	۰۲۶-۳۳۴۱۷۹۰۸	آقای علی بخشی
۱۲۱	میدان توحید کرج	۹۰۲	کرج، خیابان شاه عباسی، بین میدان توحید و میدان قدس، برج سامان، طبقه همکف	۰۲۶-۳۲۲۰۶۴۷۱-۹	۰۲۶-۳۲۲۵۴۸۶۲	آقای رضایی

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه /پاچه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمایر	نام مسئول شعب/پاچه‌ها
۱۲۲	کرمان	۹۵۰۱	کرمان، خیابان سپهبد قرنی، نرسیده به میدان سپهبد قرنی، نبش کوچه قرنی ۸	۰۳۴-۳۲۲۳۳۸۶-۷	۰۳۴-۳۲۲۷۹۶۰	آقای قادری
۱۲۳	میدان کوثر (کرمان)	۹۵۰۲	کرمان، میدان کوثر، ابتدای بلوار آزادگان	۰۳۴-۳۴۷۷۷۶۱	۰۳۴-۳۴۷۷۶۶۲	آقای شعبی
۱۲۴	کرمانشاه	۹۲۴۱	کرمانشاه، میدان فردوسی، جنب بیمارستان معتضدی، پلاک ۱۲	۰۸۳-۳۷۲۵۹۹۵۹-۶۴	۰۸۳-۳۷۲۵۹۹۷۱	آقای مرادی
۱۲۵	کیش	۹۸۰۱	کیش، خیابان فردوسی، مرکز تجاری کیش، طبقه همکف	۰۷۶-۴۴۴۵۴۹۰-۹۵	۰۷۶-۴۴۴۵۲۲۵۹	آقای خیاطی
۱۲۶	گرگان	۹۴۴۱	گرگان، خیابان ولیعصر (عج)، بین عدالت ۸ و ۱۰	۰۱۷-۳۲۳۳۹۰۰۲-۸	۰۱۷-۳۲۳۳۹۰۰۱۶	آقای پافندگان
۱۲۷	بلوار فرامرز عباسی مشهد	۹۳۰۴	مشهد، بلوار قرنی، بین چهار راه ابوطالب و قرنی، پلاک ۲۵	۰۵۱-۳۷۱۲۵۸۱۲-۱۵	۰۵۱-۳۶۰۹۷۸۹۵	آقای مقانی
۱۲۸	بلوار هاشمیه مشهد	۹۳۰۵	مشهد، بلوار هاشمیه، بین هاشمیه ۱۶ و ۱۸، پلاک ۱۴۶	۰۵۱-۳۸۸۰۰۲۳۸	۰۵۱-۳۸۸۰۰۲۳۱	خانم سازگار
۱۲۹	سجاد مشهد	۹۳۰۳	مشهد، بلوار سجاد، نبش سجاد ۸ (خیابان لاله جنوبی)	۰۵۱-۳۷۶۴۸۲۰۸-۹	۰۵۱-۳۷۶۷۴۰۴۶	آقای طوسی
۱۳۰	مدرس مشهد	۹۳۰۲	مشهد، بلوار مدرس، نبش مدرس ۵، پلاک ۳۷	۰۵۱-۳۲۲۸۳۸۰۰-۷	۰۵۱-۳۲۲۴۱۰۴۶	آقای مختاری
۱۳۱	مشهد	۹۳۰۱	مشهد، بلوار احمد آباد، ۳۰ متری اول احمد آباد (خیابان رضا)، نبش کوچه رضای دوم	۰۵۱-۳۸۴۴۴۶۰-۱	۰۵۱-۳۸۴۴۳۹۱۴	آقای تونزنده جانی
۱۳۲	نیشابور	۹۳۱۶	نیشابور، خیابان امام خمینی(ره)، بین امام خمینی ۲۲ و ۲۴، پلاک ۱۳۸۸	۰۵۱-۴۳۳۴۹۴۱۳-۵	۰۵۱-۴۳۳۴۹۴۱۶	آقای ابراهیمیان
۱۳۳	همدان	۹۲۲۱	همدان، خیابان جهان‌نما، روبروی خیابان آزاد، برج شهباز، طبقه همکف، پلاک ۱۵۳	۰۸۱-۳۸۲۱۳۳۹۰-۲	۰۸۱-۳۸۲۱۳۳۸۹	آقای سعیدی
۱۳۴	بلوار جمهوری اسلامی یزد	۹۵۴۲	یزد، بلوار جمهوری اسلامی، نبش کوچه محمود آباد روبروی برج آسمان	۰۳۵-۳۵۳۰۲۱۴۰-۴۵	۰۳۵-۳۵۳۰۲۱۴۶	آقای دهقان
۱۳۵	یزد	۹۵۴۱	یزد، خیابان امام خمینی(ره)، نبش کوچه شهید صدوقی، پلاک ۲۷۴	۰۳۵-۳۶۲۱۹۹۱۰-۲	۰۳۵-۳۶۲۱۹۵۲۵	آقای زارع

شعب بانک سامان پاسخگوی همیشگی شما

ساعت کاری شعب		
شعب	شنبه تا چهارشنبه	پنج شنبه
شعب استان‌های تهران و البرز	۷/۴۵ تا ۱۵/۴۵	۱۲/۴۵ تا ۷/۴۵
شعبه‌هایپر استار تهران	۱۸ تا ۱۳	۱۳ تا ۱۸
شعب استان‌های اصفهان، فارس، قم، آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی، خراسان رضوی، اردبیل و اهواز	۱۵/۳۰ تا ۷/۳۰	۱۲/۳۰ تا ۷/۳۰
شعبهٔ فرودگاه امام خمینی (ره) و واحد CIP	۲۴ ساعته	
شعبه سیتی سنتر اصفهان	۱۷/۳۰ تا ۸/۳۰	۱۴ تا ۸/۳۰
شعب سایر شهرستان‌ها	۱۴/۱۵ تا ۷/۳۰	۱۳/۱۵ تا ۷/۳۰
شعبه کیش	۱۵/۳۰ تا ۷/۳۰	۱۲/۳۰ تا ۷/۳۰
شعبه قشم	۱۶ تا ۱۳	۱۳/۳۰ تا ۱۶

سرپرستی ها

نام	سمت	نشانی
آقای رضا حاجی پور	سرپرست منطقه ۱	بزرگراه رسالت، خیابان آیت، ضلع جنوب غربی میدان نبوت، پلاک ۵۶۰، طبقه فوقانی شعبه میدان نبوت تلفن: ۷۷۹۱۷۰۰۳-۷۷۹۱۵۰۰۹-۷۷۹۱۷۱۳۱-۷۷۹۱۰۱۱۹-۷۷۹۱۲۱۵۴-۷۷۹۱۵۰۰۳ نمابر: ۷۷۹۱۵۰۰۳
آقای مصطفی محمدی	سرپرست منطقه ۲	خیابان سید جمال الدین اسدآبادی، نبش کوچه چهل و نهم، پلاک ۴۳۳- تلفن ۸۸۶۲۹۰۶۷/۸۸۲۱۷۹۰۲ نمابر: ۸۸۲۱۷۹۰۲
آقای عباس فریدزاده	سرپرست منطقه ۳	بزرگراه همت غرب، شهرک گلستان، بلوار امیر کبیر، نرسیده به چهارراه گلها، پلاک ۵۳، طبقه فوقانی شعبه شهرک راه آهن تلفن: ۹۶-۹۳-۹۱-۴۹-۴۴۶۸۷۴۷-۴۴۶۳۷۹۸۰-۴۴۷۳۹۱۱۱-۴۴۷۳۷۹۸۰ نمابر: ۴۴۷۳۸۷۵۸
آقای حسین شکوه‌نیا	سرپرست استان‌های مرکز	اصفهان، خیابان توحید میانی، نبش کوچه شهید تقی آبادی، پلاک ۵، طبقه اول - تلفن ۳۶۲۸۱۲۱۲-۳۶۲۸۴۰۹۰ نمابر: ۳۶۲۸۴۰۹۰-۳۱
آقای احمد شریعتمداری	سرپرست استان‌های جنوب شرق	کرمان، خیابان شهید قری، نرسیده به میدان شهید قری نه (ژاندارمری سابق)، جنب تیمچه، پلاک ۲۱۶ شماره‌های ساتنرال: ۸-۳۴۳۲۳۸۷۹۴-۳۴۳۲۲۲۱۲۳ تلفن مستقیم سرپرست: ۳۴۳۲۲۲۱۲۳-۳۶۲۸۱۲۱۰ نمابر: ۳۶۲۸۱۲۱۰-۳۱
آقای محقق طوسی	سرپرست استان‌های شرق و شمال شرق	مشهد، بلوار سجاد، نبش سجاد، (خیابان لاله جنوبی)، ساختمان بانک سامان طبقه یک، تلفن ۴۴-۳۷۶۷۹۱۴۳-۵۱
آقای احمد اسدی	سرپرست استان‌های شمال غرب	تبریز، خیابان امام خمینی، بالاتر از میدان شهید بهشتی، جنب کوی فرهنگ، پلاک ۵۲۱، طبقه چهار ساختمان شعبه تبریز تلفن ۳۳۳۷۳۸۴۰-۴۱ نمابر ۳۳۳۷۳۸۴۳-۴۱
آقای علیرضا پاک‌نژاد	سرپرست استان‌های جنوب و جنوب غرب	شیراز، بلوار پاسداران (زرهی)، حدفاصل خیابان میث و تقاطع مطهری، ساختمان سامان، طبقه اول، تلفن: ۳۸۴۴۴۶۷۰-۷۱
آقای طاهّا احمدزاده	سرپرست استان‌های شمال	ساری، خیابان فرهنگ، بعد از سه‌راه قارن، طبقه فوقانی شعبه ساری، تلفن: ۳۳۲۵۹۷۸۴-۱۱
آقای معالی	سرپرست استان‌های غرب	زنجان، میدان آزادی، ابتدای خیابان امام- تلفن: ۳۳۳۶۵۸۶۰-۲۴ نمابر: ۳۳۳۶۵۸۶۴-۲۴



نوآوری روش ماست



سرعت ، امنیت ، نوآوری

پرداخت الکترونیک
سامان گیش
(سامان سیستم)



www.sep.ir



برای انتقال وجه ، خیلی بالاتر از سقف
رو موبایلت حساب کن!



ترخیص آسان با سامان

باشماه تیم

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

ضمانت نامه گمرکی + خط اعتباری + تنخواه کارت

پرداخت اینترنتی | 

سلامتی با سپ تامین می شود
درگاه پرداخت اینترنتی سپ



سرعت ، امنیت ، نوآوری

پرداخت الکترونیک
سامان کیش
(سهامی عام)



www.sep.ir



افزایش سقف کارت به کارت تا ۱۰۰ میلیون ریال

باشما هستیم

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

در همه درگاه‌های بانکی



هر کجا و هر زمان با سپ!
درگاه پرداخت اینترنتی سپ



سرعت ، امنیت ، نوآوری



www.sep.ir



ارائه درخواست افتتاح حساب جاری به صورت آنلاین