



سال نوزدهم، شماره ۱۹۵
شهریور ۱۴۰۲

بانک سامان
Saman Bank



متحول معتبر کامل زیبا چهل خوب شایسته متعهد
خوش اخلاق عملگر خلاقانه
محترم ارزشمند صادق دوستانه متناوب
همراه سودرسان راحت بهتر
دقیق سریع بهروز
همراه شفاف
مطمئن
موفق اثربخش
پرتلاش پایداری
همفکر مشارکت دلیگرم
منعطف مدل متفاوت حمایتگر شفاف قوی بالغ راهگشا
معنادار رازدار پیشرو
دوست با فرهنگ
توانمند متفکر چشم انداز با انگیزه دوراندیش
امین
ایده محور
روشن فکر
نتیجه گر
صانع
مردن

۲۴ سال پیش تصمیم گرفتیم مفید باشیم.

سالروز تأسیس بانک سامان خجسته باد.

رتبه نخست تولید و فروش
پایانه‌های فروشگاهی
در سال ۱۴۰۱



شرکت تندر نور

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





گروه مالی سامان

پوداخت الکترونیک سامان کیش

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



بیمه سامان

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



کارگزاری بانک سامان

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



صرافی سامان

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



اعتبارسنجی حافظ سامان ایرانیان

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



خدماتی آفتاب تجارت سامان

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



تأمین سرمایه کاردان

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



کیش سل پارس

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



پردازشگران سامان

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



تندر نور

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





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

همیشه منتظر آثار شما هستیم

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

نشانی اداره مرکزی و مدیریت روابط عمومی

و صدای مشتریان بانک سامان:

تهران، خیابان شریعتی، نبش کوچه اتوبانک، برج سامان

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

نشانی دفتر مجله سامان:

خیابان قائم مقام فراهانی، مقابل خیابان فجر، پلاک ۷۴

تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۴۸۷۹۰ فاکس: ۰۲۱-۸۸۳۷۴۸۳۰

- ۶ یادداشت سردبیر.....
- ۸ رتبه نخست تولید و فروش پایانه‌های فروشگاه‌های کشور.....
- ۱۰ گام‌های بعدی در بازار دیجیتال.....
- ۱۵ چگونه با نظر رئیس مخالفت کنیم؟.....
- ۱۶ مهم‌ترین حدود نظارتی بانک مرکزی ایران.....
- ۱۸ ۸ عادت کارمندان بسیار موفق.....
- ۲۰ راه‌های ایجاد یک فرهنگ سازمانی منحصربه‌فرد.....
- ۲۱ نخستین شعبه بانک سامان.....
- ۲۶ مجله سامان رو بخون مدرک زبان بگیر!.....
- ۲۷ بانک سامان؛ حامی پنیاد کودک.....
- ۲۸ بانک سامان ۲۴ ساله شد.....
- ۳۰ پرسش و پاسخ.....
- ۳۱ بانکداری بین الملل سامان نایب قهرمان نظام بانکی.....
- ۳۶ سپاس رفتار حرفه ای.....
- ۳۸ کافه تک.....
- ۴۰ معرفی کتاب.....
- ۴۱ خدمات رسانی بانک سامان به زائرین اربعین.....
- ۴۱ کسب مقام نایب قهرمانی مسابقات تیراندازی توسط همکار انتظامات.....
- ۴۲ با هم؛ در مسیری جدید.....
- ۴۴ تمایل اتحادیه‌های نان برای همکاری با بانک سامان.....
- ۴۶ از نمایش تا بهره اقتصادی.....
- ۴۸ دشواری دسترسی به ریال در شرایط تحریم.....
- ۴۹ نقش صنایع بزرگ و پیشران در اقتصاد ملی.....
- ۵۰ جهان در آستانه تهدیدهای سایبری.....
- ۵۲ اجباری به نام اقتصاد دیجیتال.....
- ۵۴ شمشیر دولبه شبکه جهانی.....
- ۵۵ تولیدات ایرانی در مدرسه‌های همسایگان.....
- ۵۶ اگر مدیریت نکنیم جنگ آب در پیش است.....
- ۵۸ انرژی ارزان در ایران مسئله ساز است.....
- ۵۹ لزوم مشخص شدن منشأ پول در سرمایه گذاری خارجی.....
- ۶۰ قیمت غیر واقعی ارز چرخه اقتصاد را معیوب می کند.....
- ۶۱ حفظ انگیزه سپرده گذاری.....
- ۶۲ شعب بانک سامان.....

مدیریت های مرتبط و مشخصی



ناصر بزرگمهر
nbozorgmehr@yahoo.com

به نام او که هرچه بخواد همان می شود

انتخاب و مشخص کردن ترتیب فرآیندها، ابزارها، مواد اولیه، چیدمان، عناصر و اجزای سیستم نهایی، آزمایش، بازرسی و عیب یابی محصول است.

۶. به کار اندازی و بهره برداری یک سیستم یا محصول که ممکن است توسط کسان دیگری تولید شده باشد. این مهارت شامل آشنایی با کنترل های مکانیکی، الکترونیکی یا نرم افزاری ابزار و سیستم، تامین نیرو و انرژی لازم برای به کار افتادن آن حمل و نقل، ارتباطات و جنبه های اقتصادی است.

۷. مدیریت ابزارها و سیستم ها به خاطر تحلیل وضعیت گذشته و حال پروژه های اجرایی، تجهیزات و دستگاه ها، پیش بینی وضعیت آینده آن ها و سازماندهی منابع مالی، انسانی و اطلاعاتی موجود برای کسب نتایج بهتر در آینده.

اما به نظر می رسد که سرآمد تمامی موارد ۷ گانه فوق باید اخلاق مهندسی، وجدان بیدار فردی، پایبندی به موازین علمی و عرفی، آیین نامه و استانداردها، رعایت اصول در روابط متقابل، و همچنین روحیه همکاری و کار جمعی و ده ها نکته اخلاقی و مرتبط با علوم انسانی و مدیریت را بر تعریف های کلاسیک مهندسی اضافه نمود.

البته یک شوخی هم وجود دارد که می گویند، پزشکان قادرند اشتباهات خود را دفن کنند و کسی متوجه نشود، اما اشتباهات مهندسی قابل

مهندس و دکتر کیست؟

مهندس در معنای لغوی، به کسی گفته می شود که علم هندسه را خوب بداند، اما در کل، مهندس "Engineer" در اکثر کتاب های مرجع جهان به کسی که راه حل مشکل را خوب بداند گفته شده است.

به عبارت دیگر، مهندس کسی است که برای هر مشکلی بهترین راه حل را پیدا می کند.

این موضوع ممکن است شامل جنبه های کیفی، کمی، فیزیکی، و حتی گاهی گسترده تر مثل موضوعات اقتصادی و اجتماعی و غیره هم باشد. در یک تحقیق ۷ ویژگی را برای یک مهندس ارایه کرده اند:

۱. تحقیق علمی، فنی و صنعتی به منظور کشف راه حل های تازه و سودمند.

۲. توسعه فنی به منظور اعمال دستاوردهای تحقیقات موجود برای غلبه بر یک مشکل یا بهبود کمی و کیفی سیستم و ابزار.

۳. طراحی یک یا چند ساختار، سیستم یا ابزار با بهره گیری از مدل های مهندسی، روش ها، نیازهای کنونی و شرایط خاص.

۴. ساخت که بر اساس آن مهندس وظیفه دارد. ضمن آماده سازی فضا و محیط تولید، رویه ساخت، کیفیت محصول یا احداث بنا-سازه، هزینه تمام شده و نحوه سازماندهی منابع و تجهیزات را مشخص کند.

۵. تولید محصول یا سیستم که شامل "برنامه ریزی و زمان بندی کار،

پنهان کردن نیست، وقتی ساختمانی فرو می‌ریزد، وقتی پلی شکسته می‌شود، وقتی اتوموبیلی آتش می‌گیرد، وقتی هواپیمایی سقوط می‌کند، وقتی تابستانی غرق می‌شود، همه و همه نشانه‌های مهندسی است و همه جهان می‌بینند. پنهان کردن و دفن کردن خطاهای مهندسی کاری سخت و غیرممکن است. خطاهای مهندسی مثل علوم انسانی و یا علوم اجتماعی با اکثریت انسانها سرو کار دارد و قابل چشم پوشی و دیده شدن نیست و معمولاً از یک نفر بیشتر و دستجمعی است.

اما در مورد واژه دکتر (doctor) در لغت نامه دهخدا می‌نویسد، دکتر عنوان کسی است که درجات عالی علمی را پیموده و به درجه اجتهاد رسیده است. این لفظ در دوره رومیان به هر کس که درس می‌داد گفته می‌شد. در اواخر قرون وسطی عنوانی افتخاری بود برای کسانی که بجهت فضایل شخصی و علم و دانش شهرت داشتند و در این صورت معمولاً صفتی که خصوصیت شخص محسوب می‌شد به آن ملحق می‌کردند. عنوان دکتر در سراسر جهان بین مردم از محبوبیت ویژه‌ای برخوردار است، اما معمولاً در همه جوامع دکتر به طبیب و پزشک گفته می‌شود و هیچ مقام رسمی از عنوان دکتری در معرفی خود استفاده نمی‌کند، دکتر به عنوان تعلیم دادن به عنوان بالاترین مدرک و درجه علمی دانشگاهی اطلاق می‌شود و در برخی کشورها، لقبی رسمی شمرده می‌شود.

به این خاطر بسیاری سازمانهای شبه آکادمیک ولی در حقیقت تجاری یا دانشگاه‌های غیررسمی در برابر مبلغ معینی مدرک دکتر را صادر می‌کنند که فاقد ارزش هستند، اینگونه مدارک در اکثر کشورها و ایران از دید قانون ممنوع بوده و جعلی محسوب می‌شوند.

اما در نهایت تلاش مهندسین و پزشکان و اساتید با مدک و بدون مدرک در همه جوامع و در حوزه رشد و توسعه بر کسی پوشیده نیست، البته نکته ای در مدیریت وجود دارد که به نظر می‌رسد سال‌های زیادی است که در کشور ما از آن غفلت شده است.

سال‌های ابتدای انقلاب، به چه دلیل، نمی‌دانم، اما مدیریت اجرایی کشور به جای آن که در اختیار مدیران تحصیل کرده رشته مدیریت و اقتصاد و دانشمندان رشته‌های علوم انسانی و علوم اجتماعی و سیاسی قرار گیرد، قرعه به نام مهندسین و بعد دکترها افتاد.

مهندسین مختلف از رشته ساختمان و برق و نفت و پتروشیمی و عمران و صنایع دیگر و چند پزشک اطفال و عمومی و زنان و تعدادی از روحانیون که هیچ ارتباطی به تخصص آنها نداشت، در راس وزارتخانه‌های گوناگون قرار گرفتند که با نوع مدیریت کلان در دنیا کاملاً متفاوت است. رشته‌های تحصیلی علوم انسانی و علوم اجتماعی و دانش‌های تخصصی علوم سیاسی، اقتصاد و بانکداری، مدیریت و منابع انسانی، روزنامه نگاری

و روابط عمومی و حتی محیط زیست و تاریخ و جغرافیا بیشترین تعداد تحصیل کرده‌های جهان را در حوزه مدیریت جهانی به عهده دارند. در دنیای امروز از متخصص علوم مهندسی و پزشکی و هنری و امثالهم در رشته‌های خودشان بهره برداری می‌کنند، به یک فیلمساز خوب باید امکانات ساخت فیلم داد تا بتواند با هنر خود، آثار ماندگار خلق کند. هرگز یک فیلمساز خوب را در راس سازمان اداری سینما قرار نمی‌دهند، مدیریت سینما به مجموعه ای از دانش‌های گوناگون نیاز دارد.

برای اداره یک بیمارستان، نباید یک پزشک جراح متخصص را از اتاق عمل دور کرد، باید مجهزترین اتاق‌های عمل را در اختیار این پزشک قرار داد تا بتواند جان انسان‌های مختلف را نجات دهد، بیمارستان مجموعه ای از دانش پزشکی، پرستاری، حسابداری، نظافت، آشپزی، روابط عمومی و ده‌ها موضوع دیگر است، به همین دلیل، امروز رشته‌های مدیریت بیمارستانی یا مدیریت هتلداری در دنیا باب شده است و تا دکتری هم وجود دارد.

اداره یک شرکت هوایی نیاز به خلبان ماهر ندارد، به مدیریت نیاز دارد. یک غواص خوب نمی‌تواند رئیس کشتیرانی باشد، معلم خوب را باید به سرکلاس درس فرستاد تا تدریس کند، نه آنکه استاد درجه یک را به ریاست منصوب کنیم و سرش را به کارتابل و امضا نامه‌های اداری و رتق و فتق امور مشغول کنیم.

تصور کنید اگر ادیسون و گراهام بل و پاستور و دهخدا و حافظ و سعدی و فردوسی و کیارستمی را به مسئولیت وزارت نیرو و شرکت مخابرات و بیمارستان فلان و دانشگاه و وزارت آموزش و پرورش و مدرسه تیزهوشان و وزارت ارشاد و معاونت سینمایی و أمثال آن منصوب می‌کردیم، امروز نه از اختراع برق و تلفن خبری بود و نه میکروپ کشف شده بود و نه از دیوان حافظ و گلستان و بوستان و شاهنامه خبری بود و نه لغت نامه دهخدا داشتیم و نه می‌دانستیم خانه دوست کجاست؟

هر کسی را باید در جایگاه خود گذاشت تا سرزمینی آباد داشته باشیم، اگر آقایان مهندسین متخصص و دکترهای ارجمند دست از سر این سیاست و اقتصاد بردارند.

بانک سامان، شاید از اولین سازمان‌هایی بود که از بدو تاسیس به تخصص و دانش مرتبط اهمیت داد و در این ۲۴ سال تلاش کرد که بیشترین نیروی جوان خود را از بین تحصیل کرده‌های علوم اقتصادی و بانکی و سایر رشته‌های علوم انسانی برگزیند.

امیدواریم در ادامه این راه پر پیچ و خم و توسعه آینده بانک خود، همچنان در جذب نیروهای متخصص و مرتبط و پاسخگو به افکار عمومی موفق و موید بمانیم.

رتبه نخست تولید و فروش پایانه‌های فروشگاهی کشور

گفت‌وگو: جعفر تکبیری

این شرکت در تمامی زمینه‌های مرتبط با فناوری اطلاعات و ارتباطات، سیستم‌های پرداخت و سامانه‌های بانکی امکان فعالیت دارد و توانسته نمایندگی انحصاری شرکت Newland و نمایندگی انحصاری شرکت Huntkey را در اختیار بگیرد. این شرکت در دی‌ماه سال ۱۳۹۹ موفق به دریافت تأییدیه شرکت‌های دانش‌بنیان از معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهور شد.

علاوه بر این، محصولات نرم‌افزاری که در شرکت تندر نور طراحی، تولید و توسعه داده شده را در کل می‌توان در سه دسته نرم‌افزارهای دستگاه‌های جانبی، نرم‌افزارهای سوئیچ پرداخت و نرم‌افزارهای تحت وب تقسیم‌بندی کرد. در حوزه دستگاه‌های جانبی، این شرکت نرم‌افزاری برای دستگاه صندوق فروشگاهی طراحی و پیاده‌سازی کرده و در حوزه سوئیچ‌های پرداختی، شرکت تندر نور سامانه سوئیچ پذیرندگی نسیم را به‌عنوان اولین سوئیچ بانکی ایرانی طراحی و پیاده‌سازی کرده که بیش از یک دهه در بانک سپه مورد استفاده قرار گرفته است. آنچه در ادامه می‌خوانید گفتگو با هومن سپهری مدیرعامل شرکت تندر نور است که در آن پیرامون دستاوردها و موفقیت‌های این شرکت در سال گذشته توضیح داده است.

● با سپاس از زمانی که در اختیار نشریه سامان قرار دادید، لطفاً بگویید که وضعیت شرکت در سال گذشته چه‌طور بود و چه دستاوردهایی داشتید؟

من هم به همه خوانندگان سلام می‌کنم. باید بگویم که سال گذشته، سال بسیار خوبی برای مجموعه تندر نور بود، چراکه علاوه بر شرکت سپ به‌عنوان مشتری اصلی، توانستیم در مناقصات مختلف شرکت کنیم و باتوجه به کیفیت بسیار بالای دستگاه‌های پوز ما و قیمت‌های خوبی که داریم، بتوانیم سفارش‌های شرکت‌های بزرگی همچون آسان پرداخت، سداد، سپهر و ایران کیش را بگیریم و سود خوبی را برای شرکت ایجاد کنیم.

پیش‌ازاین تنها مشتری ما شرکت پرداخت الکترونیک سامان بود که باتوجه به حجم بالای نیاز این شرکت، ما تمرکز خود را برای تأمین نیازهای سپ قرار داده بودیم؛ اما باتوجه به نیاز بازار و برنامه‌ریزی انجام شده، توانستیم ظرفیت تولید و خدمات خود را بالا ببریم و به بازار کشور ورود کنیم و رقابت بسیار خوب و جذابی با شرکت‌های بزرگی همچون توسن و فناپ داریم. در حال حاضر جمع تولید و فروش ما در سال گذشته از تعداد ۲۴۰ هزار پایانه فروش گذشت که این رکورد بسیار خوبی برای شرکت تندر نور است و ما توانستیم تمامی رقبای خود را شکست دهیم و رتبه نخست تولید و فروش دستگاه پوز را در کشور از



شرکت نرم‌افزاری تندر نور (سهامی خاص) به‌عنوان یکی از شرکت‌های عضو گروه مالی سامان، با هدف تأمین نیازمندی‌های تخصصی سخت‌افزاری سامانه‌های کارت هوشمند، کارت‌خوان، خودپرداز و محصولات بانکی تأسیس شد. شرکت تندر نور بزرگ‌ترین و مجهزترین مرکز تعمیرات تخصصی کارت‌خوان در ایران را داراست و به‌جرت می‌توان گفت تندر نور تنها شرکت دارای توانایی تعمیر برندهای متعدد در این حوزه است.

باتوجه به نیاز بازار، امسال با استفاده از آخرین تکنولوژی‌های روز دنیا مدل جدیدی از کیوسک‌های پرداخت را طراحی کردیم

نکته مهم دیگر این است که ما بخش بزرگ و مهمی از قطعات محصولاتمان را خودمان تولید می‌کنیم. این موضوع به نقطه قوت شرکت تبدیل شده است. به عنوان مثال بخش‌های بزرگی از بردهای الکترونیکی دستگاه‌های پوز در داخل کارخانه ما تولید می‌شود و حتی کار تولید قاب‌های دستگاه‌ها نیز توسط خودمان انجام می‌شود.

● باتوجه به این اظهارات و مناقصاتی که برنده شده‌اید، آیا ظرفیت تولید کارخانه افزایش پیدا می‌کند؟

تا سال گذشته ظرفیت تولید ما ۲۰۰ هزار دستگاه بود؛ اما پس از بازدید وزارت صمت از کارخانه تندر نور، مجوز تولید ۶۶۵ هزار دستگاه به مجموعه ما اعطا شد که این اتفاق بسیار بزرگی است. ظرفیت تولید ما در حال حاضر ۳۰۰ هزار دستگاه است؛ اما متناسب با نیاز بازار این قابلیت را داریم که تولید خود را تا بیش از ۶۰۰ هزار دستگاه هم بالا ببریم.

نکته مهم دیگر این است که ظرفیت تعمیراتی ما هم حدود ۸ هزار پوز در ماه بود که این عدد بسیار بزرگی بود. اما باتوجه به افزایش نیاز شرکت پرداخت الکترونیک سامان و همچنین الزام ما به ارائه گارانتی محصولاتی که توانستیم مناقصه آن را برنده شویم، ظرفیت تعمیراتی شرکت نیز به ۲۰ هزار پوز در ماه افزایش پیدا کرد.

● وضعیت سوددهی شرکت در سال گذشته چه‌طور بود؟

سوددهی مجموعه ما در سال گذشته بیش از ۲ برابر مدت مشابه سال قبلش بود و سهام‌داران اصلی شرکت تندر نور از این اتفاق بسیار رضایت داشتند. پیش‌بینی ما این است که اگر تأمین نقدینگی ما صورت پذیرد، امیدواریم کل بازار پوز ایران را قبضه کنیم و سود بسیار خوبی را نصیب شرکت کنیم.

● سال گذشته از طراحی یک نرم‌افزار بایگانی برای بانک سامان خبر دادید. برآیند این پروژه به کجا رسید؟

خوشبختانه در فاز آخر این پروژه هستیم و نرم‌افزار تحویل بانک شده است و در حال پشت سر گذاشتن مراحل تست خود در داخل بانک است و باید بگویم که خوشبختانه عملکرد بسیار خوبی داشته است. این نرم‌افزار قابلیت شخصی‌سازی برای تمامی واحدهای بانک را دارد و در حال حاضر شعب امکان بایگانی اسناد روزانه را دارند و امیدواریم که به‌زودی این نرم‌افزار زیر بار برود و پس از آن در اختیار تمامی واحدهای بانک قرار گیرد.

آن خود کنیم. به‌نحوی که حتی وزارت صمت از شرکت ما تقدیر کرد. امسال هم خیلی سخت درگیر آماده‌سازی سفارش‌های خود برای شرکت‌های مختلف هستیم و در کنار آن به طور معمول یک محصول جدید باتوجه به نیازهای بازار طراحی و ارائه کرده‌ایم. به عنوان مثال باتوجه به نیاز بازار به کیوسک‌های پرداخت و همچنین پایانه‌های غیرنقدی، ما امسال روی تولید این محصولات تمرکز کردیم. خوشبختانه باید بگویم که در حال حاضر نمونه‌هایی از کیوسک‌های پرداخت تولید شده در شرکت تندر نور در داروخانه ۱۳ آبان نصب شده و عملکرد بسیار فوق‌العاده‌ای داشته که هم همکاران ما در شرکت پرداخت الکترونیک سامان و هم دوستان ما در دانشگاه علوم پزشکی و داروخانه ۱۳ آبان رضایت بالایی از کیوسک‌های تولید شده در تندر نور دارند. در حال حاضر نیز سفارش تولید ۶۰ دستگاه کیوسک پرداخت از شرکت سپ دریافت کرده‌ایم و به‌زودی این محصولات را به سپ ارائه خواهیم کرد. در عین حال امسال ما مدل جدیدی از کیوسک‌های پرداخت را طراحی کرده‌ایم که از آخرین تکنولوژی‌های روز دنیا بهره می‌برد و بسیار شکیل‌تر از نمونه‌های پیشین است.

● باتوجه به صحبت‌های شما در خصوص جذب بسیاری از PSPها لطفاً بفرمایید که وضعیت شما نسبت به رقبای چه‌طور است؟

در سال گذشته رقبا از ما عقب ماندند و نتوانستند در مناقصه‌ها برنده شوند.

دلیل این اتفاق کیفیت بسیار بالا و قیمت رقابتی محصولات تندر نور بود. علاوه بر این شرکت‌های دیگر نیز به دلیل همین نقاط قوت تندر نور، نتوانستند در رقابت با ما تاب بیاورند و عملاً در تمام مناقصه‌هایی که ما شرکت کرده بودیم، نتوانستند برنده شوند. تنها مناقصه‌ای که یک شرکت در سال گذشته برنده شد، یک مناقصه در خصوص کارت‌خوان‌های اندرویدی بود که از قضا ما در این مناقصه شرکت نکرده بودیم.

جالب اینجاست که یک شرکت مشهور به دلیل کاهش شدید فروش، نمایندگی دستگاه‌های PAX را از دست داد. در کل همان‌طور که گفتم ما توانستیم به پشتوانه کیفیت و قیمت رقابتی که داریم، تمامی رقبای خوب خود را پشت سر بگذاریم و رتبه یک تولید و فروش را در کشور از آن خود کنیم. این در حالی است که از سال گذشته تیم نرم‌افزار ما بسیار تقویت شد و توانستیم متناسب با مزایده‌هایی که برنده می‌شدیم، نرم‌افزار مخصوص هر شرکت را نیز طراحی و تولید کنیم. به صورتی که ما برای شرکت‌های سداد، سپهر و ایران کیش نرم‌افزار دستگاه کارت‌خوان تولید کردیم و به آنها تحویل دادیم.



فصل هشتم:

گام‌های بعدی در بازار دیجیتال (بخش اول)

بانکی درمی‌آیند. به منظور توصیف این انتقال و تشریح «عادی جدید»، ما از مدل TASCC استفاده می‌کنیم. مدل TASC به سه ستون اصلی بازاریابی بانکی و انتقالی که این ستون‌ها انجام می‌دهند، اشاره می‌کند.

۱. «جدید» به «عادی جدید» تبدیل می‌شود
سه ستون اصلی بازاریابی بانکی در مرحله انتقال قرار دارند. این انتقال آن قدر پویاست که ستون‌های «جدید» به زودی به شکل «عادی جدید» در بازاریابی

جدول ۸-۱. مدل TASC، تهیه شده برای آکادمی بانکداری خرد توسط دیوید گیوری (David Gyori: ۲۰۱۷)

نام ستون	نقش پارادایم قدیم	نقش پارادایم جدید
ستون شماره ۱	مخاطب هدف	کودکان نسل انفجار
ستون شماره ۲	موضوع	محصولات سنتی
ستون شماره ۳	کانال‌های ارتباطی	(BLT) و زیرخطی(ATL)کانال‌های بالای خطی

مدل TASCC نشئت گرفته از حروف اختصاری سه ستون اصلی زیر است:

- TA برای مخاطب هدف (Target Audience)
 - S برای موضوع (Subject)
 - CC برای کانال‌های ارتباطی (Channels of Communication)
- اینک به هر یک از ستون‌ها نظر مختصری می‌افکنیم:

ستون شماره ۱- مخاطب هدف

کودکان نسل انفجار جمعیت کبانی هستند که بین سال‌های ۱۹۴۵ تا ۱۹۶۵ به دنیا آمده‌اند. آن‌ها معمولاً والدین نسل هزاره سوم هستند. نسل هزاره سوم معمولاً به عنوان کسانی توصیف می‌شوند که در هزاره جدید به سنین بلوغ رسیدند (یعنی، در سال ۲۰۰۰ و پس از آن). در تمام صنایع معمولاً تمرکز بازاریابان، انتقال از کودکان نسل انفجار به جوانان نسل هزاره سوم است. این یک انتقال عمده محسوب می‌شود که معمولاً در شرکت‌های بزرگ موجود در صنایع سنتی به کندی انجام می‌شود. بانکداری به یقین یکی از فعالیت‌هایی است که در آن انتقال بازاریابی از کودکان نسل انفجار به جوانان نسل هزاره سوم به تدریج صورت گرفته است.

ستون شماره ۲- موضوع

موضوع اصلی، ارتباطات بازاریابی محصول مورد نظر است. از زمانی که بانکداری خرد جدید پا به عرصه ظهور نهاد، تمرکز عمده ارتباطات محصول مستقیم یا نامستقیم، حول محور ویژگی‌های جزئی مالی محصولات می‌چرخید.

همان‌طور که مفهوم سفر دیجیتال انتها به انتها (end-to-end) رواج بیشتری می‌یابد، موضوع اصلی ارتباطات از جزئیات مالی محصولات سنتی به تجربه دیجیتال مشتری تغییر ماهیت می‌دهد.

چه چیزی تجربه دیجیتال مشتری را تعریف و مشخص می‌کند؟

اجزای کلیدی تشکیل‌دهنده تجربه دیجیتال مشتری در انگلستان عبارت‌اند از: UX (تجربه کاربر)، UI (اینترفیس یا رابط کاربر)، عملیات روان (Frictionless Operation)، دسترسی آنی (Instant Availability)، شفافیت، سادگی، همراه کردن (Onboarding) راحت، تعالی چندکاناله (Omni-channel Excellence)، امنیت

سایبری بی‌واسطه (Seamless Cybersecurity)، سفارشی‌سازی انبوه (Mass Individualization) و بیشتر. این ویژگی‌ها از اساس با تمرکز اصلی سنتی بر جزئیات مالی، اغلب به نکات اساسی ریز تجزیه می‌شود. پذیرفتن این تغییر اساسی در ماهیت موضوع اصلی بازاریابی بانکی، معمولاً برای تصمیم‌گیران ارشد دشوار است.

ستون شماره ۳- کانال‌های ارتباطی

دنیا در حال انتقال از کانال‌های ارتباطی سنتی بازاریابی بالای خطی^۱ (ATL) و کانال‌های زیرخطی^۲ (BLT) به کانال‌های جدید کاملاً دیجیتال است. کانال‌های ارتباطی بازاریابی مانند تلویزیون، رادیو، تابلوهای تبلیغاتی، روزنامه، بروشور، نامه‌نگاری پستی و... در حال انتقال به وب‌سایت‌های شرکتی، بلاگ‌ها، رسانه‌های اجتماعی، بنرهای برخط، تبلیغات با تلفن‌های هوشمند، چت باکس‌ها و... هستند. موفقیت در کانال‌های جدید نیازمند مهارت‌های جدید بازاریابی است و معمولاً مشکلاتی را برای بازاریابان فعلی بانکی ایجاد می‌کند.

درحالی‌که بهینه‌سازی کانال‌های بازاریابی دیجیتال اساساً علم کاملاً پیچیده‌ای است، یک سوال نگران‌کننده نیز وجود دارد و آن وجود روند در حال تغییر انحصار قوی دوگانه^۳ در تبلیغات دیجیتال است. همان‌طور که نشریه وال استریت ژورنال توصیف می‌کند، گوگل و فیس‌بوک به زودی بیش از نیمی از درآمد تبلیغات دیجیتال را در سطح جهان به خود اختصاص خواهند داد. در ۲۰۱۱ میلادی، سهم مشترک این دو غول حدوداً «فقط» ۴۰ درصد از بازار جهانی بود. شرکت‌های فناوری چینی مانند بیدو Baidu، علی‌بابا Alibaba، تسنت Tencent، سینا Sina و سوهو Sohu کمتر از ۲۰ درصد سهم بازار جهانی را در اختیار داشتند (Wall Street Journal: ۲۰۱۷). یافتن شرایط مذاکره در چنین محیطی چالش‌برانگیز است. بانک‌های عمده بازیگران کلان بسیار مهمی در بازارهای داخلی خود هستند. این جایگاه - در عصر رسانه اجتماعی - به آن‌ها به عنوان تبلیغ‌کنندگان عمده، موضعی قوی در مذاکره می‌دهد. اما درعین حال، به ندرت می‌توان بانکی را یافت که بتواند با این دو فرمانروای بالقوه تبلیغات برخط شبه انحصاری دوگانه - گوگل و فیس‌بوک - به طرز مؤثری دادوستد کند. همان‌طور که «جدید»، گام‌به‌گام به «عادی جدید» تبدیل می‌شود، باید مشخص کنیم تا چه حد بازاریابی دیجیتال یک طیف محسوب می‌شود.

جدول ۹-۱. طیف بازاریابی دیجیتال: تهیه شده برای آکادمی بانکداری خرد توسط دیوید گیوری (David Gyori: ۲۰۱۷)

بازاریابی سنتی	بازاریابی نسبتاً دیجیتال	بازاریابی نسبتاً دیجیتال	بازاریابی نسبتاً دیجیتال	بازاریابی عمدتاً دیجیتال	بازاریابی عمدتاً دیجیتال	بازاریابی کاملاً دیجیتال	ستون شماره ۱
خیر	خیر	خیر	آری	خیر	آری	آری	ستون شماره ۱
خیر	خیر	آری	خیر	آری	خیر	آری	ستون شماره ۲
خیر	آری	خیر	خیر	آری	آری	خیر	ستون شماره ۳

۱- کانال‌های بالای خطی، کانال‌هایی هستند نظیر تلویزیون، سینما، رادیو، تابلوهای تبلیغاتی و روزنامه‌ها که با هدف ایجاد آگاهی، یادآوری یا ترغیب مصرف‌کننده نسبت به برند یا محصول شکل می‌گیرد. این نوع تبلیغات به دنبال اثرگذاری بر انبوهی از مشتریان و مصرف‌کنندگان است و زمانی که بازار هدف بسیار بزرگ باشد از آن استفاده می‌شود. (مترجم)

۲- کانال‌های زیرخطی، کانال‌هایی هستند که برای ایجاد علاقه یا ترغیب مصرف‌کنندگان به خرید کالا از ابزارهایی نظیر کاتالوگ، بروشور، سمپلینگ، فروش حضوری و غیره استفاده می‌شود. در واقع برخلاف کانال‌های بالای خطی که انبوهی از مخاطبان را هدف قرار می‌دهد، این کانال‌ها مخاطبان خاص را هدف برنامه‌های خود قرار می‌دهد. (مترجم)

۳- زمانی که دو عرضه‌کننده بر بازار تسلط داشته باشند.



نئو بانکها (Neo-Banks) و ...

۲. خدمت‌رسانی به نسل هزاره سومی‌ها

نخستین ستون بازاریابی بانکی دیجیتال به‌یقین محوری و شاخص است. درک، اقدام و اجرای انتقال اساسی مخاطب اصلی هدف دشوار است. یکی از «گام‌های بعدی» در بازاریابی بانکی ظهور نسل هزاره سومی‌هاست. از منظر آینده‌نگر بازاریابی بانکی، جوانان نسل هزاره سوم ممکن است با مدل «جهانی» GLOBAL model احراز هویت شوند.

بازاریابان دیجیتال با این واقعیت تحت فشارند که همراه با انتقال این سه ستون (مخاطب هدف، موضوع و کانال‌های ارتباطی)، یک روند ثانویه وجود دارد: صحنه رقابتی مستقیم در حال تغییر است. درحالی‌که ۲۰ سال گذشته رقابتی مستقیم بانک‌های عمده موجود، بانک‌های عمده موجود دیگری بودند. امروزه تا حدودی متفاوت نسبت به هر بازار جغرافیایی (شمار زیادی) بازیگر جدید در بخش مالی وجود دارد: عاملان شبکه‌های موبایلی، غول‌های فناوری، شرکت‌های نوپای فین‌تک،

جدول ۱۰-۱. مدل «جهانی»: GLOBAL تهیه شده برای آکادمی بانکداری خرد توسط دیوید گیوری (David Gyori: ۲۰۱۷)

شرح مختصر	GLOBAL	
و نیز سایر (Amazon) و آمازون (Facebook)، فیس‌بوک (Apple)، اپل (Google) گوگل شرکت‌های فناوری - بیشتر مورداعتماد این نسل هستند تا بانک‌ها.	GAFA رجحان	G
ضعیف‌تر است تا در یک محیط (lock-in effect) در دنیای دیجیتال، اثر نصب زنجیر به‌پای مشتری سنتی. این انگیزه، ماندن برای دوره طولانی با یک ارائه‌کننده خدمت را کاهش می‌دهد.	(Loyalty- Free) وفاداری رایگان	L
در مقایسه با کودکان نسل انفجار، جوانان نسل هزاره سوم رجحان روشنی برای برخط رسانه‌های اجتماعی نسبت به کانال‌های بالای خطی و زیرخطی دارند.	(Online and Social- media Consumers) مشتریان برخط و رسانه اجتماعی	O
نسل هزاره سومی‌ها اغلب «نسل آبی» نامیده می‌شوند. راه‌حل‌های فوری، سریع، پرشتاب، تک کلیک و ساده را به‌شدت ترجیح می‌دهند.	(Buyers of Instant Experience) خریداران تجربه آبی	B
نسل بازی‌های رایانه‌ای، زبان تصویری را به‌عنوان منبع عمده ورودی اطلاعات ترجیح می‌دهد. برای این نسل، ویدئو و بازی رایانه‌ای مانند داشبوردها، مرجح‌ترین شکل انتقال اطلاعات است. وقتی نوبت به ارتباط نوشتاری می‌رسد، هیچ جای تعجیب نیست که ۱۴۰ واژه (حداکثر تعداد واژه در یک توثیت) می‌تواند جای یک کانال ارتباطی مرجح جهانی را بگیرد.	«خوانندگان» صوتی - تصویری (Audiovisual 'Readers')	A
یکی از درس‌هایی که نسل هزاره سومی‌ها از بحران ۲۰۰۸م. آموختند این بود که تحصیل‌داری از راه ایجاد بدهی، مدل ریسکی تأمین مالی است. این رخداد این نسل را به‌شدت به سمت روش‌ها و ترجیحات متنوع اجتناب از مالکیت سوق داد.	(Less Oriented to Own) گرایش کمتر به خود	L

در اینجا ما هر یک از این شش عنصر مدل GLOBAL را مطابق با برخی از پیامدهای کلیدی برای بازاریابی بانک‌ها، به طور مجزا مورد بررسی قرار می‌دهیم.

رجحان GAFA:

- سعی کنید بر مشکل تصویر غلبه کنید: نسل هزاره سومی‌ها ترجیح می‌دهند کسب‌وکار خود را با این غول‌های فناوری انجام دهند تا شرکت‌های سنتی موجود - از قبیل تأمین‌کنندگان خدمات مالی.

- همکاری با فناوری: غول‌های فناوری به نحو روزافزونی مایل‌اند به خدمات مالی ورود کنند و در این اقدام موفق هم هستند. اپل پی (Apple Pay)، آمازون والت (Amazon Wallet)، علی پی (AliPay) و وی چت (WeChat) متعلق به تینسنت (Tencent) نمونه‌های خوبی هستند. بانک‌ها باید با این راه‌حل‌ها به جای رقابت، همکاری کنند. به محض اینکه این غول‌های قوی فناوری اقدامی انجام دهند، رقابت رودرو با آن‌ها دشوار می‌شود. گاهی این گام‌ها بسیار پویا و سریع هستند. یک نمونه خوب از سرعت خیره‌کننده یکی از این غول‌ها، یو بائو (Yu'E Bao) است. یو بائو در حال حاضر بزرگ‌ترین صندوق بازار پول در دنیاست. یو بائو توسط بازوی مالی علی‌بابا به نام آنت فایننشال (Ant Financial) در ژوئن ۲۰۱۳ راه‌اندازی شد و در حال حاضر کلاً بیش از ۱۶۰ میلیارد دلار دارایی دارد که از صندوق بازار پول جی پی مورگان دولت ایالات متحده بیشتر است. یو بائو که به معنای «گنج پس‌مانده» است، تنها یکی از داستان‌های رشد بسیار سریع در تأمین مالی جدید است.

- یاد بگیرید استعدادهای جوان را به کار گیرید: شرکت‌های فناوری نه تنها با بومی بودن دیجیتال، طبق تعریف، نسبت به بانک‌های سنتی برتری دارند، بلکه از کارکنان بااستعدادی برخوردارند که خود آن‌ها بیشتر نسل هزاره سومی هستند. میانگین سنی کارکنان فیس‌بوک ۲۸ سال، در لینکدین و سیلنزفورس (Salesforce) ۲۹ سال، گوگل ۳۰، آمازون، اپل و یاهو ۳۱ سال و ای‌بی‌بی ۳۲ سال است (Bort and Nudelman, ۲۰۱۵). درعین حال، وضعیت در بانک‌های سنتی بسیار متفاوت است - حداقل یک دهه شکاف سنی بین کارکنان وجود دارد. مطابق اداره آمار وزارت کار ایالات متحده، سن میانه در بانک‌های آمریکا در سال ۲۰۱۶ تقریباً ۴۲ سال بود. (US Department of Labor, ۲۰۱۷) با به کارگیری نیروهای بااستعداد که خود از نسل هزاره سوم هستند، بانک‌ها می‌توانند نیروی کاری به دست آورند که نیازها، درخواست‌ها و ترجیحات گروه‌های اصلی هدف را بهتر درک می‌کنند.

وفاداری رایگان:

- تدوین راهبرد «نصب زنجیر (به پای کاربر)» دیجیتال: اثر نصب زنجیر دیجیتال به پای کاربر وضعیت را ایجاد می‌کند که در آن کاربر به وفادار باقی ماندن به تأمین‌کننده فعلی خود تمایل نشان می‌دهد. یک نمونه بسیار خوب، پروژه دکمه‌های آمازون دَش (Amazon Dash Buttons) است.

دکمه‌های آمازون دَش، دکمه‌های فشاری پلاستیکی کوچکی است که به اتصال به وای‌فای مجهز شده و هر برند روی یک دکمه قرار دارد. این دکمه‌ها می‌تواند در هر جا در منزل مشتری بچسبد. برای مثال، یک دکمه که روی آن علامت برند موردعلاقه مشتری از پودر لباسشویی است می‌تواند روی ماشین لباسشویی چسبانده شود. دیگری با علامت تجاری نوشیدنی موردعلاقه مشتری روی در یخچال چسبانده شود. با فشردن دکمه، اقلام موردنظر به صورت خودکار در فهرست

خرید آمازون مشتری ظاهر می‌شوند. آزمایش ابتدایی در سیلیکون ولی (Silicon Valley) آن‌چنان موفقیت‌آمیز بود که دکمه‌های دَش آمازون در حال حاضر برای ۳۰۰ برند در سرتاسر ایالات متحده و انگلستان در دسترس قرار دارند. دکمه دَش به محض اینکه مشتری دکمه‌های درست برند را در همه جای منزلش نصب کند، اثر نصب زنجیر به پای کاربر را به وجود می‌آورد.

- منافع مشارکتی ایجاد کنید: در مقایسه با پارادایم‌های سنتی پیش از دیجیتال، وفاداری مشتری بر دو ستون «منافع عاطفی و کارکردی» استوار بود که اینک سومین ستون یعنی «منافع مشارکتی» در حال ظهور است. منافع مشارکتی در دنیای دیجیتال برجسته شدند. شرکت‌هایی که اجتماعاتی از سفیران برند دیجیتال، خدمات مشتری، چت عمومی و حساب‌های تعاملی تویتر دارند که در آن‌ها مشتریان می‌توانند شرکت را هشتگ و موارد را گزارش و پرسش کنند، بدیهی است برنامه‌های محتوایی تولید شده توسط کاربر و پروژه‌های جمع‌سپاری مورد استقبال مشتریان جوان قرار می‌گیرند. نسل هزاره سومی‌ها مصرف‌کنندگان فعال و تعاملی (Prosumer- proactive and interactive consumer) هستند که می‌خواهند و به دنبال مشارکت در طراحی و بهبود خدماتی‌اند که ترجیح می‌دهند استفاده کنند. آن‌ها در جست‌وجوی کانال‌های دوطرفه فوری عمومی، ارتباط اجتماعی و محلی هستند. چیزی که والدینشان توسط کانال‌های دوطرفه مانند روزنامه چاپی، تلویزیون و رادیو با پیام‌های شرکتی روبه‌رو بودند و حتی نمی‌توانستند در رؤیا ببینند، یک شوخی در بین بازاربانان دیجیتال دهان‌به‌دهان می‌شود: «یک برند، دیگر چیزی نیست که ما به مشتری می‌گوییم هست. بلکه آن چیزی است که مشتریان به هم می‌گویند!».

مشتریان برخط و رسانه‌های اجتماعی:

- همکاری با اجتماعات بزرگ و فعال برخط: یک مثل قدیمی است که: «تنها راه برای اینکه یک دوست داشته باشی این است که خودت یکی از آن‌ها باشی». این نمی‌توانست در دنیای دیجیتال درست‌ترین باشد. برای بانک‌ها، تشکیل اجتماعات بزرگ و فعال برخط فرایند بسیار غیرطبیعی است.

بانکداری، بازار بسیار قانونمند و نظارت شده‌ای است و بیشتر بر حریم خصوصی افراد تمرکز دارد تا اجتماع اشتراکی. هر فعالیت اجتماعی برای بانک از ریسک بالقوه برخوردار است. شهرت، مقررات، تصویر برند و اصول اخلاقی می‌تواند به راحتی توسط هر فعالیت کنترل نشده مشتری زیر پا گذاشته شود.

مهم است که همکاری بالقوه با اجتماعات موجود و به‌خوبی مدیریت شده فعلی در رسانه‌های اجتماعی در نظر گرفته شود.

خریداران تجربه‌انی:

- فرایندها را ساده و سریع بسازید: اغلب از نسل انفجاری‌ها نقل‌قول شده که گفته‌اند: «من تنها پنج دقیقه فرصت دارم.» همین جمله برای نسل هزاره سومی‌ها این است: «من تنها پنج ثانیه فرصت دارم.» نسل هزاره سومی‌ها به دریافت خدمات سریع عادت کرده‌اند. جای تعجب نیست که گاهی نسل هزاره سومی‌ها را «نسل مطالبه‌گر» می‌نامند.

- ارتباط را فوری گیر و جذاب کنید: ۱/۷ ثانیه برای هر صفحه‌نمایش. این میانگین زمانی است که مردم در هر صفحه‌نمایش گوشی تلفن همراه خود نگاه می‌کنند.

این دقیقاً با داده‌های فیس‌بوک مطابقت دارد: «در خوراک خبری فیس‌بوک، می‌بینیم مردم به طور میانگین ۱/۷ ثانیه برای هر قطعه محتوا روی گوشی تلفن همراه خود وقت صرف می‌کنند در مقایسه با ۲/۵ ثانیه روی صفحه‌نمایش رایانه شخصی» (Facebook: ۲۰۱۶).

«خوانندگان» صوتی تصویری:

- **در طراحی عالی باشید:** همان‌طور که پیش‌ازین بحث کردیم، بانک‌ها در گذشته توجه زیادی به جنبه‌هایی بازاریابی جزئیات مالی محصولات بانکداری خرد می‌کردند. در مقایسه با این تمرکز سنتی مالی، طراحی عنصری کاملاً بیگانه بود. اما درعین‌حال، در صنایع دیگر پیشینه قدیمی‌تری دارد تا صنعت بانکداری: استیو جابز قبل از هر شخص دیگری به این موضوع پی برد که «طراحی، شکل ظاهری و آنچه احساس می‌شود نیست. طراحی یعنی اینکه دستگاه چگونه کار می‌کند» (Walker: ۲۰۰۳).

- **زبان طراحی را از بازی‌های رایانه‌ای اقتباس کنید:** نسل هزاره سومی‌ها مدت‌هاست که مشغول بازی‌های برخاسته با داشبوردهای تصویری رنگارنگ و پویا و می‌تواند به بهترین وجهی این نوع ارتباط را درک کنند. برخلاف حروف و اعداد روی کاغذ چاپی سیاه در صورت‌های مالی سنتی بانکی. لطیفه‌ای میان جمع فناوری مالی دهان به دهان می‌شود درباره اینکه تا چه اندازه اینترنتی کاربر خوب است، انگار اینترنتی کاربر مانند یک جوک است.

اگر باید در موردش توضیح بدهی، پس جوک خوبی نیست. استیو جابز یک حساب سرانگشتی داشت که همیشه از آن برای تمایز بین «اینترنتی بد» و «اینترنتی خوب» استفاده می‌کرد: وقتی نخستین بار به آن نگاه می‌کنید باید بتوانید از آن استفاده کنید. و وقتی دومین بار آن را می‌بینید باید بتوانید آن را آموزش دهید.

اینترنتی‌های معدودی متعلق به تأمین‌کنندگان خدمات مالی هستند که می‌توانند این سطح استاندارد را برآورده سازند.

- **برای صفحه‌نمایش گوشی همراه و صفحه‌آرایی پرتره بهینه‌سازی کنید:** «اول موبایل» برای هدف‌گیری مشتریان جوان، عقل سلیم است. اما درعین‌حال، وقتی محتوای ویدئویی برای موبایل بهینه‌سازی می‌شود یک نکته انحرافی پنهان وجود دارد.

از آنجایی که صفحه‌نمایش اصلی نسل هزاره سومی‌ها تلفن هوشمند است، آن‌ها تنظیمات تصویری «پرتره» را نسبت به صفحه‌آرایی سنتی «منظره» بیشتر می‌پسندند.

با بیش از ۱۰۰ میلیون ساعت وقت که روزانه صرف تماشای ویدئو در فیس‌بوک می‌شود (Facebook: ۲۰۱۶)، مهم است که در این حوزه، عالی و از رقبای در این ژانر متمایز بود. همان‌طور که فیس‌بوک به سازندگان محتوای ویدئویی‌اش توصیه می‌کند: «تبلیغات ویدئویی در خوراک خبری باید برند را به نحوی در مقابل چشمان بیننده آورد که توجه او را به سرعت جلب کرده و بدون توجه به صدا و با استفاده از عنوان یا شرح کوتاه یا شیوه‌های دیگر تصویری قابل فهم شود».

گرایش کمتر به خود:

- **چرخه زندگی مالی جدید را درک کنید:** نسل هزاره سومی‌ها اینک به‌عنوان جوانانی بالغ، با پشت سر گذاشتن بحران اعتباری ۲۰۰۸ میلادی سعی می‌کنند از برخی از اشتباهاتی که والدینشان مرتکب شدند پرهیز، و تلاش کنند از خرید و مالکیت دارایی‌های ارزشمند و بالقوه نقدی، از راه دریافت تسهیلات دوری کنند.

در رابطه با خودرو، دوچرخه و حتی مسکن، آن‌ها اقتصاد اشتراکی را ترجیح می‌دهند.

پرسش این است که چگونه به‌عنوان یک بانک فعال قدیمی با این موضوع کنار بیایید. بانک‌ها برای بهره‌برداری از این تغییر باید تصویر بزرگ‌تری از چرخه زندگی مالی جدید بسازند. قبل از بحران مالی ۲۰۰۸، از لحاظ آماری روشن بود که چگونه یک فرد از مراحل مختلف زندگی از حیث مالی عبور می‌کند. در حال حاضر ما دارای یک مدل با همان دقت نیستیم.

- **فرصت‌ها را در خدمات مالی هم‌تا به هم‌تا (P2P) با احتیاط کشف کنید:** فرهنگ اقتصاد اشتراکی بیشتر خود را در خدمات مالی مانند اعطای تسهیلات P2P، جمع‌سپاری، سرمایه‌گذاری P2P، انتقال وجه P2P، بیمه P2P، لیزینگ P2P، حوالجات و اینترنتی‌های برنامه‌ریزی نرم‌افزار کاربردی (Application Programming Interfaces) که پای بانک‌ها را به اجتماعی از سازندگان باز می‌کند. کلیه خدمات مالی P2P از دیدگاه بانکداری سنتی، ریسک‌های جدی به همراه دارند. ایجاد ارتباط با آن‌ها از داخل چهاردیواری آجر و سنگ و شیشه دشوار است. به دلیل این ریسک‌های موجود، بهترین راه این است که یک رویکرد فعال و درعین‌حال بسیار محتاطانه اتخاذ کنیم.

نسل هزاره سومی بزرگ‌ترین نسل در تاریخ غرب به شمار می‌روند (Lucky Attitude: ۲۰۱۵). بنابراین، آن‌ها از اهمیت شگرفی در راهبردهای آینده بازاریابی برخوردارند. با مروری بر حروف اختصاری مدلمان (رجحان GAFA، بازاریابی رایگان Loyalty- Free، مصرف‌کنندگان برخط و رسانه جمعی Online- and Social media Consumers، خریداران تجربه آنی Buyers of Instant Experience، «خوانندگان» صوتی تصویری Less Oriented to Own)، ما به واژه GLOBAL (جهانی) می‌رسیم. جهانی بودن ویژگی مهم نسل هزاره سومی‌هاست.

نسل هزاره سومی‌ها دسترسی راحتی به اتصال فیزیکی دارند. هزینه‌های سفر - نسبت به سایر عناصر زندگی - در دهه‌های اخیر به میزان زیادی کاهش یافته است.

نسل هزاره سومی‌ها متنوع‌تر و بین‌المللی‌تر از والدینشان هستند. اما اتصال به اینترنت، احساس بسیار زیاد سبک زندگی مستقل به آن‌ها می‌دهد. یک نمونه خوب برای این مورد، برخی از موفق‌ترین شرکت‌های جهانی نوپا در بالی اندونزی واقع شده است (Gyori: ۲۰۱۵). نسل هزاره سومی‌ها با زندگی و کار در چنین جوامعی اغلب به «بادیه‌نشینان دیجیتال» موسوم‌اند. جوامع هزاره سوم مستقل از مکان بین‌المللی، به‌ویژه محبوب هستند.

زیرا کارآفرینان حامی، در مقایسه با استخدام‌های معمول عمری شرکتی نسل انفجار بسیار هیجان‌زده شده‌اند. نسل هزاره سومی‌ها اغلب احساس می‌کنند که برای ساخت دنیایی بهتر و پایدارتر مسئول‌اند و بسیار پرشور و پرحرارت از آگاهی محیط زیستی حمایت می‌کنند.

منبع:

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



چگونه با نظر رئیس مخالفت کنم؟

در کنار نظر خود، یک راهکار دیگر ارائه دهید تا ریاستان به نوعی مجبور به انتخاب راهکار مدنظر شما باشد و البته هم‌زمان، حس انتخاب به او دست دهد.

۵. باید مراقب زبان و کلام خود باشید. از واژه‌های قضاوت‌گونه استفاده نکنید و سعی کنید مبتنی بر واقعیت‌ها سخن بگویید. احترام طرف مقابل را با حفظ عزت نفس خود نگه دارید و با دلیل و منطق مخالفت خود را ابراز کنید.

۶. باید تلاش کنید که نشان دهید مایل به همکاری هستید و نظرات خودتان را به طور مستقیم به اهداف و ترجیحات مدیر پیوند دهید. ۷. به‌خاطر داشته باشید که در مخالفت با مدیر، پیشنهادهایی برای انجام داشته باشید و صرفاً فهرستی از اعتراضات بلندبالا ارائه نکنید. مدیران از کسانی که صرفاً غر می‌زنند و راهکار جایگزینی ندارند، خیلی خوششان نمی‌آید.

۸. به طور مشخص نشان دهید که چطور نظراتان می‌تواند از بروز مشکلات پیشگیری کند. برای این کار داده‌هایی را نشان دهید که ثابت کند دلایل مخالفت شما مبتنی بر واقعیت‌ها و شواهد است و نه بر اساس احساس و هیجان‌های زودگذر شخصی.

شاید دفعه بعدی که بخواهید با مدیر یا رئیس خود مخالفت کنید، درنظرداشتن این نکات بتواند شما را در ارائه نظر مخالف جسورتر کرده و مهارت شما را در ابراز مخالفت با فرد قوی‌تر ارتقا دهد.

منبع: گاهنامه مدیر

وقتی با کسی که از نظر سلسله‌مراتب سازمانی از شما قدرتمندتر است نظر مخالفی دارید، چگونه این مخالفت خود را با او مطرح می‌کنید؟ ممکن است تصمیم بگیرید چیزی نگویید یا از این موضوع وحشت‌زده شوید یا از آن عقب‌نشینی کنید. اما اگر برخی نکات مهم را رعایت کنید، می‌توانید به شکل ساختارمندی و با نشان‌دادن احترام، به مدیر یا رئیس خود و یا هر فرد دیگری که از شما قدرتمندتر است، اعتراض کنید. برخی از این نکات به شرح ذیل است:

۱. ریسک مخالفت خود را بسنجید و آن را با پیامدهای احتمالی مخالفت با فرد قوی‌تر، مقایسه کنید. یعنی زمانی بجتگید که احتمال می‌دهید پیروز خواهید شد.

۲. پیش از آن که نظر خود را بگویید، به این بیندیشید که چه چیزی برای فرد قدرتمندتر مهم است و او به چه چیزی اهمیت می‌دهد. دلیل مخالفت خود را با مواردی که برای او اهمیت و ارزش دارد، پیوند بزنید.

۳. تلاش کنید مخالفت خود را به نتایج سازمانی گره بزنید. یعنی مخالفت خود را به گونه‌ای مطرح کنید که در راستای هدف بزرگ‌تر و یا چیزی باشد که برای مجموعه سازمان اهمیت دارد.

۴. هوشمندی در این است که برای فرد قدرتمندتر «حاشیه امن روان‌شناختی» ایجاد کنید. یعنی شرایطی ایجاد کنید که هم‌زمان با مخالفتان، نظر او را نیز جویا شوید. سعی کنید گزینه‌های مختلفی را ارائه کنید و حق انتخاب طرف مقابل را بالا ببرید. برای مثال،



غلامرضا میرزایی
رئیس اداره آمار و اطلاعات بانکی

مهم‌ترین حدود نظارتی بانک مرکزی ایران

تسهیلات و تعهدات کلان: مجموع خالص تسهیلات و تعهدات اعطایی/ایجاد شده به/برای هر ذی‌نفع واحد که میزان آن حداقل معادل ۱۰ درصد سرمایه پایه مؤسسه اعتباری باشد.

سرمایه‌گذاری: عبارت است از: مشارکت حقوقی مؤسسه اعتباری در تأسیس شرکت‌های جدید و خرید سهام شرکت‌های موجود؛ تحصیل اوراق بهادار قابل تبدیل به سهام توسط مؤسسه اعتباری. تحصیل سایر اوراق بهادار (ارزی و ریالی) توسط مؤسسه اعتباری؛

نسبت کفایت سرمایه مؤسسه اعتباری: عبارت است از نسبت سرمایه نظارتی به کل دارایی‌های موزون به ریسک

کل دارایی‌های موزون به ریسک: مجموع دارایی‌های موزون به ریسک اعتباری، ریسک بازار و ریسک عملیاتی

ریسک اعتباری: احتمال وقوع زیان ناشی از عدم توانایی یا عدم تمایل در پرداخت مطالبات

ریسک بازار: احتمال وقوع زیان ناشی از نوسانات قیمت سهام تجاری، اوراق بهادار تجاری و یا نرخ ارز

ریسک عملیاتی: احتمال وقوع زیان ناشی از نامناسب بودن و عدم کفایت فرایندها و روش‌ها، افراد و سیستم‌های داخلی و یا ناشی از رویدادهای خارج از مؤسسه اعتباری

ریسک نقدینگی: احتمال عدم توانایی مؤسسه اعتباری در تأمین دارایی‌های نقد باکیفیت جهت پرداخت بدهی‌ها، ایفای تعهدات و افزایش دارایی‌ها؛

نسبت پوشش نقدینگی: حاصل تقسیم «موجودی دارایی‌های نقد باکیفیت» به «خالص جریان نقدی خروجی» طی دوره زمانی سی‌روزه آتی؛

وضعیت باز ارزی: عبارت است از وضعیت باز مثبت یا قدرمطلق وضعیت باز منفی تمامی ارزها هر کدام که بیشتر است.

مالک واحد: به شخص حقیقی یا حقوقی، به طور مستقل یا به بیش از یک شخص حقیقی یا حقوقی اطلاق می‌شود که دارای روابط مالی، خویشاوندی (سببی یا نسبی)، نیابتی، وکالتی یا مدیریتی با یکدیگر هستند.

نسبت خالص دارایی ثابت: مجموع دارایی‌های مشهود و نامشهود بانکی به جمع حقوق مالکانه و سود و زیان قطعی نشده

سپرده قانونی: درصد مشخص از سپرده‌های اشخاص حقیقی و حقوقی نزد بانک‌ها که با توجه به الزام قانونی می‌بایست در حساب مشخص شده بانک مرکزی تودیع گردد.

وظیفه اصلی بانک‌های مرکزی، حفظ ارزش پول ملی (ماده ۱۰ قانون پولی و بانکی کشور) و باثبات نگه داشتن بازار پول هر کشور است که این مهم از طریق اختیارات قانونی که به ایشان داده شده است با اعمال سیاست‌های مختلف پولی و اعمال نظارت و ابلاغ بخشنامه‌های مربوطه انجام می‌شود و در اجرای هدف عنوان شده بانک‌های مرکزی نسبت به ابلاغ محدودیت‌هایی برای بانک‌های تحت نظر اقدام می‌نمایند که می‌تواند در قالب کنترل ریسک‌های متنوع نظام بانکداری از جمله ریسک اعتباری، ریسک نقدینگی، ریسک بازار و ریسک عملیات بانک‌ها و نیز اجرای حاکمیت شرکتی یا از طریق ابزارهای پولی مانند تغییر نرخ سپرده قانونی و یا کنترل مصارف بانک‌ها انجام شود و در نهایت با توجه به سیاست‌های کلان انبساطی و یا انقباضی پولی بانک مرکزی این محدودیت‌ها تغییر خواهند کرد تا هدف کنترل تورم و تغییر دوره رکورد و رونق میسر گردد. در این یادداشت سعی شده تا برخی از مهم‌ترین این محدودیت‌ها مختصراً تبیین شود. پیش از ارائه حدود، لازم است بعضی تعاریف ارائه شود:

سرمایه نظارتی مبنای نسبت‌های احتیاطی: سرمایه نظارتی شامل سرمایه لایه یک و سرمایه لایه دو است (مطابق با مفاد بخشنامه شماره ۰۲/۲۱۷۵۹ به تاریخ ۱۴۰۲/۰۲/۰۶ بانک مرکزی) لازم به توضیح است زمانی که سرمایه نظارتی مورد تأیید معاونت نظارتی بانک مرکزی قرار بگیرد می‌تواند مبنای محاسبه کلیه نسبت‌های بانک قرار گیرد و صرفاً با سرمایه نظارتی حسابرسی شده نمی‌توان حدود یک بانک را مورد قضاوت قرار داد.

ذی‌نفع واحد: «یک شخص حقیقی یا حقوقی به طور مستقل» و یا دو یا چند شخص حقیقی یا حقوقی که به واسطه برخورداری از روابط مالکیتی، مدیریتی، مالی، کنترلی و یا به هر نحو دیگری می‌توانند مؤسسه اعتباری را در معرض ریسک قرار دهند، بدین ترتیب که مشکلات یکی از آنها بتواند به دیگری تسری یابد و منجر به عدم بازپرداخت یا ایفای به موقع تسهیلات و یا تعهدات آنها شود.

اشخاص مرتبط: اشخاص حقیقی و حقوقی هستند که به نحوی از انحاء نظیر داشتن روابط شخصی، مالکیتی، مدیریتی و نظارتی بتوانند به طور مستقیم و یا غیرمستقیم بر تصمیم‌گیری‌های مؤسسه اعتباری اعمال کنترل نموده و یا نفوذ قابل ملاحظه‌ای داشته باشند، به گونه‌ای که مؤسسه اعتباری را تبدیل به منبع تأمین مالی ترجیحی خود نموده و بدین ترتیب منافع مؤسسه اعتباری، تحت الشعاع منافع اشخاص مذکور قرار بگیرد.

ردیف	بخشنامه	موضوع حدود نظارتی و کنترلی	میزان حد تعیین شده	شماره بخشنامه معتبر	تاریخ بخشنامه
۱	تسهیلات و تعهدات کلان	حد فردی تشخیص مشتری کلان	۱۰ درصد سرمایه نظارتی	۹۲/۲۴۲۵۵۳	۱۳۹۲/۰۸/۱۶
		سقف مجاز اعطای تسهیلات و تعهدات کلان	۲۰ درصد سرمایه نظارتی (در خصوص گروه ذی نفع دارویی تا ۴۰ درصد)		
		حد جمعی تسهیلات و تعهدات کلان	۸ برابر سرمایه نظارتی		
۲	اشخاص مرتبط	حد فردی اعطای تسهیلات و تعهدات	۳ درصد سرمایه نظارتی	۹۴/۲۴۱۷۴۲	۱۳۹۴/۰۸/۲۵
		حد جمعی تسهیلات و تعهدات اشخاص مرتبط	۴۰ درصد سرمایه نظارتی		
		حد احراز به واسطه رابطه سهامداری	۵ درصد سهام بانک		
۳	سرمایه‌گذاری‌ها	حد جمعی سرمایه‌گذاری	۲۰ درصد سرمایه نظارتی	۹۶/۶۱۲۷۷	۱۳۹۶/۰۳/۰۱
		حد فردی سرمایه‌گذاری‌ها	۵ درصد سهام بانک		
		حد سرمایه‌گذاری‌ها در سایر مؤسسات اعتباری	۱ درصد سهام آن مؤسسه		
۴	نسبت خالص دارایی‌های ثابت	نسبت خالص دارایی ثابت	۳۰ درصد	۱۴۰۲/۲۰۷۱۳	۱۴۰۲/۰۲/۰۴
۵	وضعیت باز ارزی	حد مجاز وضعیت باز ارزی برای مجموع ارزها	وضعیت باز مثبت ۳۵٪ وضعیت باز منفی ۳۰٪	۹۷/۵۴۱۱	۱۳۹۷/۰۱/۱۵
		حد مجاز وضعیت باز ارزی برای هر ارز	۱۵ درصد سرمایه نظارتی		
۶	ضوابط ناظر بر کنترل مقداری دارایی‌های شبکه بانکی کشور	کنترل رشد تسهیلات و سرمایه‌گذاری‌ها و دارایی ثابت بانک‌ها	رشد ماهانه: باتوجه به ۱- امتیاز به دست آمده هر بانک (نمره شاخص‌های سلامت بانکی) و ۲- نقدینگی کلان هدف‌گذاری شده: بین ۱.۵ تا ۲.۵ درصد برای بانک‌ها متغیر است	۰۱/۲۶۳۸۸۲	۱۴۰۱/۱۰/۲۱
۷	دستورالعمل تملک سهام بانک‌ها و مؤسسات اعتباری غیربانکی	درصد تملک اشخاص حقیقی و حقوقی	تملک سهام توسط مالک واحد، تا سقف ۱۰ درصد سهام مؤسسه اعتباری بدون نیاز به اخذ مجوز بانک مرکزی	۹۸/۲۱۴۸۸۸	۱۳۹۸/۰۶/۲۸
۸	ریسک نقدینگی	نسبت پوشش نقدینگی	حداقل معادل ۱۰۰ درصد	۹۶/۲۵۱۰۸۱	۱۳۹۶/۰۸/۰۶
۹	دستورالعمل نحوه محاسبه ذخیره مطالبات مؤسسات اعتباری	ذخیره عمومی ذخیره اختصاصی	ذخیره عمومی مطالبات مشکوک‌الوصول باید متناسب با مطالبات مذکور و حداقل به میزان ۱.۵ درصد کل تسهیلات اعطایی مؤسسات اعتباری ذخیره اختصاصی: طبقه سررسید گذشته ۱۰ درصد طبقه معوق ۲۰ درصد طبقه مشکوک‌الوصول ۵۰ تا ۱۰۰ درصد	۲۸۲۳	۱۳۸۵/۱۲/۰۵
۱۰	سپرده قانونی	نرخ سپرده قانونی	شورای پول و اعتبار می‌تواند بین ۱۰ تا ۳۰ درصد تعیین نماید که در حال حاضر بانک مرکزی می‌تواند تا ۱۵ درصد را برای بانک‌ها اعمال نماید.	ردیف ۳ ماده ۱۴ قانون پولی و بانکی	مصوب ۱۳۵۱/۰۴/۱۸ (با آخرین اصلاحات ۱۳۹۷/۱۲/۱۸)
۱۱	کفایت سرمایه	حد حداقلی کفایت سرمایه لایه ۱ و ۲	نسبت سرمایه نظارتی به دارایی موزون شده به ریسک ۸٪	۰۲/۲۱۷۵۹	۱۴۰۲/۰۲/۰۶
		حد حداقلی کفایت سرمایه لایه ۱	نسبت سرمایه لایه ۱ به دارایی موزون شده به ریسک ۴.۵٪		

اعادت

کارمندان بسیار موفق



بهروز تیرانداز
کارشناس عملیات، شعبه بازار کفاشها

موفقیت یک کارمند در یک شغل را نمی‌توان با رزومه و تجربه او پیش‌بینی کرد. رزومه یا مدرک دانشگاهی شناخت کاملی به شما نمی‌دهد. گاهی اوقات، مهارت‌ها یا عادات شخصی یک فرد، نشانه بهتری از استعداد و پتانسیل او برای موفقیت است. اگر بتوانید این ویژگی‌های مشتری را که کارمندان موفق به اشتراک می‌گذارند شناسایی کنید، می‌توانید کارمندان باکیفیتی بیابید که به پیشرفت شرکت شما کمک می‌کنند. در اینجا هشت عادت وجود دارد که باید در استخدام‌ها، مراقب آنها باشید.

۱. محترم هستند

بین همکاران، سرپرستان و مشتریان شخصیت‌های مختلفی در یک سازمان حرفه‌ای وجود دارد، بنابراین بعید است که شما از همه افرادی که با آن‌ها برخورد می‌کنید خوشتان بیاید. با وجود این، موفق‌ترین کارمندان بدون توجه به احساسات شخصی با همه به احترام رفتار می‌کنند. آنها همان‌طور که به مدیران خود احترام می‌گذارند بلکه با افراد هم سطح خود در سازمان با احترام رفتار می‌کنند که باعث می‌شود همه احساس ارزشمندی و قدردانی کنند.

این احترام متقابل در محیط کار باعث ایجاد فضای کاری مثبت می‌شود. به گفته کارشناسان «وقتی مردم با یکدیگر با صلح و هماهنگی کار می‌کنند، زمانی برای تمرکز بر سایر ایده‌های سطحی و جزئی ندارند». کارمندان موفق می‌دانند که احترام یک خیابان دوطرفه است. اگر به دیگران احترام

بگذارند در ازای آن احترام نیز دریافت خواهند کرد.

۲. ابتکار عمل دارند

افرادی که واقعاً در یک تیم یا یک سازمان تفاوت ایجاد می‌کنند، افرادی هستند که فراتر از وظیفه عمل می‌کنند. آنها فقط آنچه از آنها خواسته می‌شود را انجام نمی‌دهند، بلکه به دنبال فرصت‌هایی برای رهبری یا حل مشکلات هستند. مدیران این نوع کارمندان را دوست دارند؛ زیرا می‌توانند مستقل کار کنند و نیازی به مدیریت ندارند.

۳. حرفه‌ای هستند

حرفه‌ای بودن با تجربه یک فرد تعیین نمی‌شود. در عوض شما آن را در ویژگی‌های شخصیتی ناملموس آنها می‌بینید. آیا کارکنان شما وقت‌شناس هستند یا اغلب دیر حاضر می‌شوند؟ آیا لباس مناسب پوشیده‌اند یا به نظر می‌رسد که تازه از تخت بیرون آمده‌اند؟ آیا آنها به کار خود افتخار می‌کنند و محصولی تولید می‌کنند که به آن افتخار

می‌کنند؟ آیا آنها دست خود را بلند می‌کنند و در طول جلسات به بینش شما کمک می‌کنند یا خارج از نوبت صحبت می‌کنند و صحبت کارمندان دیگر را قطع می‌کنند؟

به گفته کلسی گرانوفسکی، مشاور خدمات شغلی از کالج راسموسن، "نمایش حرفه‌ای بودن در همه سطوح یک شرکت مهم است." «حرفه‌ای بودن می‌تواند به اعتبار، روحیه و موفقیت شرکت کمک کند. فقط مدیران نیستند که باید حرفه‌ای بودن را نشان دهند.»

۴. کارکنان موفق فداکار و اصیل هستند

برای کاندیداهای شغلی آسان است که در مصاحبه از خود صحبت کنند، اما آیا نامزد می‌تواند در مورد موفقیت‌های خود در تیم یا سازمان بزرگ‌تر صحبت کند؟ البته، همه می‌خواهند به سطحی از موفقیت شخصی دست یابند، اما کارمندان موفق می‌دانند که چگونه از خودگذشتگی کنند. آنها می‌دانند که چه زمانی شرکت را در اولویت قرار دهند. اصالت دادن به ایجاد روابط متقابل با دیگران در عرصه اجرایی مهم است. تد رولینز، کارآفرین جهانی می‌گوید: مشارکت‌های حرفه‌ای بلندمدت با یک نگرش خودخواهانه شروع نمی‌شوند. وقتی کارمندان شما از خودگذشتگی نشان می‌دهند، می‌توانند روابط بهتری برقرار کنند که در نهایت شرکت و شهرت آن را بهبود می‌بخشد.

۵. تمایل به پیشرفت دارند

افراد موفق چه مدیران باشند، چه کارمندان سطح متوسط و چه کارکنان سطوح پایین‌تر، دائماً در تلاش برای بهبود هستند. آنها از وضعیت موجود راضی نیستند و به دنبال فرصت‌هایی هستند تا خود و تیمشان بیشتر رشد کنند. این افراد از انتقاد و بازخورد سازنده قدردانی می‌کنند؛ زیرا به آنها فرصتی برای یادگیری و پیشرفت می‌دهد. اگر بتوانید کارمندانی با این تمایل پیدا کنید و آن را در محیط کار پرورش دهید، می‌توانید مطمئن باشید که آنها سخت تلاش خواهند کرد تا خود را بهبود بخشند و شرکت را به جلو سوق دهند.

۶. مسئولیت‌پذیرند

کارمندان موفق صادق هستند و مسئولیت اعمال خود را می‌پذیرند. این بدان معناست که اگر مشکلی پیش بیاید و نتایجی کمتر از حد، نصیب خود داشته باشند به جای اینکه به دنبال سرزنش دیگران باشند، مسئولیت اشتباهات خود را بر عهده می‌گیرند. فردی که مسئولیت‌پذیر و پاسخگو نیست در شرایطی که مهلت به‌انجام‌رساندن پروژه‌ای به هر علتی از دست برود، مطمئناً به همه اطلاع می‌دهد که من نقش خود را به‌درستی انجام داده‌ام. درحالی‌که شخص در یک پروژه جمعی نقش داشته و نمی‌تواند از آن سلب مسئولیت کند مشخص کردن این موضوع در هنگام استخدام برای جلوگیری از احساسات رنجش‌آمیز در میان همکاران در آینده بسیار مهم است.

۷. کارمندان موفق مثبت می‌مانند

ساعات طولانی، پروژه‌های متعدد و ضرب‌الاجل‌های سخت می‌تواند باعث استرس در یک دفتر شود. درحالی‌که طبیعی است که کارگران احساس استرس کنند، کارمندان موفق می‌توانند مثبت بمانند. کوین داوم می‌نویسد: «افراد منفی‌گرا روحیه را پایین می‌آورند و انگیزه را از بین می‌برند. کارمندان زمانی ارزش ایجاد می‌کنند که به ایجاد یک محیط مثبت کمک کنند.»

۸. آنها می‌دانند چه زمانی باید نه بگویند و کمک بخواهند

افراد موفق محدودیت‌های خود را درک می‌کنند. درحالی‌که آنها مشتاق به انجام پروژه‌ها، به چالش کشیدن خود و ابتکار عمل هستند، در مورد آنچه می‌توانند انجام دهند نیز واقع‌بین هستند. این بدان معناست که آنها از "نه" گفتن هراسی ندارند، زیرا آنها همیشه می‌خواهند بهترین کار را انجام دهند. هنگام مصاحبه با کارمندان بالقوه، سعی کنید روی شناسایی کارمندانی تمرکز کنید که ویژگی‌ها و عادات ذکر شده در بالا را نشان می‌دهند. کارمندانی با این ویژگی‌ها احتمالاً تأثیر مثبتی بر شرکت شما خواهند گذاشت.



راه‌های ایجاد یک فرهنگ سازمانی منحصر به فرد

بیشتر بشناسند و از استعدادها و توان ذهنی خود آگاه شوند.

مطمئن شوید جلسات شما و کارکنان با حداکثر بهره‌وری همراه است: یک مدیر باید زمانی جلسات کاری عمومی با شرکت تمام کارکنان برگزار کند که حداکثر بهره‌وری و فایده را برای آن قطعی ببیند. پس نه تنها نباید این جلسات مهم را عجولانه برگزار کرد؛ بلکه با آمادگی ناقص هم نباید در آن حضور یافت و این فرصت ارزشمند را هدر داد.

از غیبت و بدگویی کارکنان در مورد یکدیگر جلوگیری کنید: اگر مدیری نتواند یا نخواهد جلوی غیبت و بدگویی اعضای تیم خود در مورد یکدیگر را بگیرد و اجازه دهد تا هر کدام از کارکنان، دیگران را متهم به کم‌کاری و ضعف عملکردی کند، آن‌گاه مجبور خواهد شد جلسات متعددی را برای حل اختلافات به وجود آمده در درون تیم برگزار کند که این امر، زمان و انرژی زیادی را تلف خواهد کرد.

سر خود را پیش از حد شلوغ نکنید: همیشه به یاد داشته باشید مدیری که بیش از حد سر خود را شلوغ کند، نخواهد توانست تمام کارهای خود را به درستی انجام دهد. واگذاری پاره‌ای تصمیم‌گیری‌ها و اقدامات به زیردستان مورد اعتماد می‌تواند به مدیران برای اجتناب از تبدیل شدن به مدیرانی پرمشغله و گرفتار کمک کند.

برای آینده تیم خود برنامه‌ریزی کنید: برنامه‌ریزی برای آینده تیم‌های کاری و نوشتن یک برنامه مدیریت رشد برای هر کدام از اعضای تیم از جمله وظایف کلیدی و آینده‌ساز مدیران محسوب می‌شود.

اصول مدیریتی موردنظران را در همه‌جا به کار ببندید: این کاملاً ضروری است که اصول مدیریتی مدنظران را چه در زمان استخدام، چه در زمان اخراج و چه برای ارتقاء دادن کارکنان و البته در هنگام بررسی عملکردها به مرحله اجرا درآورید و از مقاومت‌ها و واکنش‌های منفی دیگران نهراسید و پس از متقاعد شدن دست‌اندرکاران امر نسبت به مفید و مؤثر بودن این سبک مدیریتی می‌توان بسیاری از غیرممکن‌ها را ممکن ساخت.

منبع: گاهنامه مدیر

هر مدیری چه بخواهد و چه نخواهد به شکل‌های مختلفی بر کارکنانش و همچنین تیم یا سازمان تحت رهبری‌اش تأثیر می‌گذارد که یکی از مهم‌ترین جلوه‌گاه‌های این تأثیرگذاری را می‌توان در شکل‌گیری و تغییر فرهنگ سازمانی پس از ورود هر مدیر جدیدی مشاهده کرد. در ادامه به توصیه‌هایی در ارتباط با راه‌های تأثیرگذاری مدیران بر فرهنگ سازمانی اشاره خواهد شد:

داستان‌های خود را با دیگران شریک شوید: تجربه ثابت کرده است انتقال مفاهیم و ایده‌های مدیریتی به کارمندان از طریق روایت داستان‌های خودتان یا دیگران، بسیار بهتر و بیشتر از بیان تئوری‌های مدیریتی بر کارکنان و اعضای تیم تأثیرگذار خواهد بود.

از خودتان شروع کنید: از اعضای تیم خود بخواهید انتقاد از شما را شروع کنند و این اطمینان را به آنها بدهید که نه تنها از این انتقادات و به چالش کشیده شدن‌ها ناراحت نمی‌شوید؛ بلکه از آن استقبال می‌کنید.

به گفت‌وگوهای شغلی اهمیت بدهید: سعی کنید به بهانه‌های مختلف با کارکنان گفت‌وگوهای شغلی مفید داشته باشید و می‌توانید این کار را با پرسابقه‌ترین و قدیمی‌ترین کارمندان خود شروع کنید.

گفت‌وگوهای فرد به فرد با کارمندان خود را به شکلی منظم برگزار کنید: همیشه سعی کنید به طور منظم و در فواصل زمانی مشخص با تمام کارکنان خود، گفت‌وگوهای فرد به فرد داشته باشید و تلاش کنید این گفت‌وگوها به شکلی کاملاً معنادار و مؤثر برگزار شوند و در طی برگزاری این گفت‌وگوها هم به دنبال راهنمایی کردن کارکنان باشید و هم در پی راهنمایی گرفتن از آنها.

از دیگران هم کمک بگیرید: مدیران در همه‌جا و همه حال باید به یاد داشته باشند که در هر شرایطی به مشاوره و کمک‌های فکری دیگران نیازمندند، از اعضای تیم گرفته تا همکاران و مشاورانی خارج از مجموعه. این کار باعث می‌شود یک نوع احساس حمایت‌شدن و حمایت‌کردن بین تمام اجزای تیم‌های کاری شکل بگیرد و مدیران بتوانند اعضای تیم تحت هدایت خود را بهتر و

گفت و گو

بانک سامان
Saman Bank



گفت و گو با همکاران شعبه آفریقا

نخستین شعبه بانک سامان

گفت و گو: هاشم راعی



شاهرخ نیری-رئیس شعبه آفریقا

عنوان کرد: پس از ابلاغ اهداف باتوجه به شاخص‌های آن با همکاران، جلسه تخصصی برگزار کرده و در خصوص هر شاخص با همکاران ذی‌ربط و معاونت‌های مربوطه در جهت چگونگی تحقق آن بحث و مذاکره می‌کنیم و در نهایت نتیجه حاصله را اجرا می‌کنیم و در طول مسیر با نظارت مستمر و همراهی با همکاران و هدایت تیمی در جهت تحقق اهداف قدم برمی‌داریم.

نیری در بخش دیگری از گفت‌وگوی خود در رابطه با تنظیم روابط با همکاران عنوان کرد: در تمام دوران خدمت در بانک سامان، سعی نموده‌ام روابط دوستانه‌ای با همکاران داشته باشم و اعتقاد راسخ دارم که در محیط دوستانه، ضمن رعایت کلیه دستورالعمل‌ها، همکاران با روحیه مضاعف و در محیطی صمیمی می‌توانند در جهت پیشبرد اهداف بانک و وظایف محوله موفق‌تر و با روحیه بالاتر خدمت نمایند.

وی سپس ادامه داد در تنظیم روابط با مشتریان باید عرض کنم، به نظر اینجانب اصل وفاداری و ماندگاری مشتریان بیشتر از سوی رئیس شعبه پایه‌گذاری می‌گردد و مسئول شعبه ضمن انتقال این روش به همکاران همیشه به طور مستمر باید نظارت کامل داشته باشد که امور مشتریان به نحو مطلوب انجام و از نارضایتی احتمالی مشتریان جلوگیری نماید. نیری در بخش دیگری از گفت‌وگوی خود در رابطه با استراتژی سامان

به مناسبت بیست و چهارمین سالگرد تأسیس بانک سامان، این ماه به سراغ نخستین شعبه بانک سامان رفتیم و با همکاران شعبه آفریقا به گفت‌وگو نشستیم. آنچه در ادامه می‌خوانید، ماحصل این گفتگو با همکاران شعبه آفریقا است.

شاهرخ نیری، رئیس شعبه آفریقا، بازنشسته بانک ملی است و از سال ۱۳۸۵ به بانک سامان پیوسته و طی این سال‌ها در شعب سعاد آباد، جنت‌آباد، پارک ساعی، منیریه، کارگر شمالی، یوسف‌آباد، ونک و شعبه آفریقا مشغول به خدمت بوده و با کمک همکاران در شعب ونک و آفریقا موفق به اخذ رتبه برتر در بین شعب بانک سامان شده و چندین بار نیز به‌عنوان رئیس ۱۰ شعبه برتر بانک به بانک مرکزی معرفی شده است.

نیری در توضیح مشخصات کلی شعبه گفت: شعبه آفریقا با کد ۸۰۱ در خیابان نلسون ماندلا و ضلع جنوب شرقی چهارراه جهان کودک واقع شده و مشتریان شعبه بیشتر شرکت‌های قدیمی و مطرح کشور هستند که تعداد زیادی از آنها در سنوات گذشته به بانکداری شرکتی معرفی شده‌اند و به‌غیر از این گروه از شرکت‌ها، در حال حاضر ۳۰۴ شرکت فعال با شعبه همکاری دارند و تعداد ۶۵۱ مشتری ویژه، ۷۳ مشتری خاص و ۵۷۱۰۳ مشتری خرد از مشتریان این شعبه هستند.

رئیس شعبه آفریقا در خصوص برنامه‌ریزی برای پیشبرد اهداف شعبه



سمیه عمادی، معاون ارزی شعبه آفریقا



مهدی سلطانی، معاون شعبه آفریقا

مورد توجه قرار گرفته و موجب رضایت همکاران گردد.

شیرین ترین خاطره: باز کردن گره کار مشتری

مهدی سلطانی، معاون شعبه آفریقا، کارشناس حسابداری است و از سال ۱۳۸۷ به مجموعه سامان پیوسته است.

سلطانی در رابطه با روزهای نخست حضورش در بانک سامان گفت: روزهای نخست ورودم به بانک سامان، همراه با شوق و ذوق فراوان و البته نگرانی و اضطراب از انجام کامل و دقیق وظایف در حوزه امور بانکی و مالی بود؛ اما پس از گذشت چند روز از ورودم به شعبه ایران زمین که اولین محل خدمت من بود با استقبال گرم و صمیمی همکاران مواجه شدم که هر یک از آنها با رویی گشاده باعث شدند که نگرانی روزهای اول من جای خود را با قوت قلب عوض کند و در حال حاضر بعد از گذشت ۱۵ سال خدمت در بانک سامان احساس رضایتمندی زیادی دارم و از این بابت خدا را شاکر هستم که در این سالها برای مشتریان مفید واقع شده‌ام.

وی در خصوص جذابیت‌های کار در شعبه عنوان کرد: کار در بانک از اول صبح تا آخر وقت اداری دارای چالش‌ها و جذابیت‌های زیادی است: از این رو، مدیریت و مشاوره مالی به مشتریانی که با توجه به شرایط کنونی اقتصادی دچار بحران هستند چالش محسوب می‌شود و اینکه با

۱۴۰۴ اضافه کرد: سامان ۱۴۰۴ در مسیر تجاری‌سازی و بهینه‌سازی فرایندهای بانک و هم‌راستا با چشم‌انداز بانک که انتخاب اول مشتریان هدف، انتخاب اول نیروهای نخبه جهت استخدام و پیشرو در بانکداری بین‌الملل است تعیین شده است. از طرف دیگر چون مأموریت ما وفادار کردن مشتریان با خلق بهترین تجربه‌ها از طریق سه اصل راحتی، سرعت و اعتماد تعیین شده، این موارد را جزء اصول رفتاری شعبه در نظر گرفته‌ایم و همکاران ما در همین مسیر گام برمی‌دارند.

رئیس شعبه آفریقا همچنین در خصوص استقبال مشتریان از ابزارهای الکترونیکی خاطرنشان کرد: در مسیر تحقق اهداف سامان ۱۴۰۴، بانک با ایجاد محصولات الکترونیکی که بتواند در کاهش زمان سرویس‌دهی و جلوگیری از تردد غیر ضرور مشتریان به شعب انجام گیرد تلاش نموده و شعبه آفریقا به موازات برنامه ابلاغ شده در جهت ترویج بانکداری الکترونیکی اقدام جدی نموده و با حمایت همکاران این موارد با همکاری با مشتریان و آموزش لازم به ایشان محقق گردیده و مشتریان حقیقی و حقوقی بانک از مزایای آن بهره‌مند شده و رضایت دارند.

نیری گفت و گوی خود را این گونه پایان داد: ضمن تشکر و قدردانی از مدیریت محترم روابط عمومی در پایان انتظار داریم زحمات بی‌دریغ همکاران بیشتر دیده شده و مسیر کار شغلی و ارتقای همکاران بیشتر



ژیلا نوری سرابی



محمد طبیبی

چون این شعبه، کارها و مشتریان حرفه‌ای و بزرگی دارد؛ ولی بعضی زیرساخت‌های ما در شعبه جوابگوی توقع مشتری در این اندازه نیست و این هنر یک کارشناس فروش تخصصی حرفه‌ای است که با این امکانات بتواند مشتریان بزرگ را حفظ و نسبت به بازاریابی جدید اقدام کند.

کاربر فروش تخصصی شعبه آفریقا همچنین گفت: تعامل با رئیس بسیار خوب هست. جناب نیری فردی بسیار قانون‌مدار و درعین حال شوخ طبع هستند و به نظر بنده که بارها خدمت خودشان هم گفته‌ام این رابطه پدر و فرزندی و محیط دوست‌داشتنی شعبه، انجام کارها را راحت‌تر کرده و توان بچه‌ها را بیشتر کرده است. سایر همکاران هم رابطه خیلی خوبی با هم دارند. صمیمیتی که در این جا می‌بینم در کمتر شعبه‌ای دیده‌ام. من شعبه‌های زیادی بوده‌ام؛ ولی رفاقت این شعبه چه بین بچه‌ها و چه مسئولین شعبه با بچه‌ها مثال‌زدنی است.

طیبی در خصوص تحقق اهداف سامان ۱۴۰۴ نیز عنوان کرد: تمرکز استراتژیک ما، بر سه اصل مشتریان ویژه، خدمات مالی به شرکت‌های متوسط و حفظ سهم در بازار بین‌الملل در بین بانک‌های خصوصی است و این اصول برای من به‌عنوان فروش تخصصی بسیار مهم است. تلاش بنده و سایر همکارانم جذب مشتریان جدید و تلاش جهت فعال‌نمودن مشتریان راكد حقوقی و حقیقی هست که فعالیتشان با بانک در سال‌های اخیر کم شده است.

محمد طبیبی در خصوص تعامل با مشتریان شعبه اضافه کرد: تعامل دوطرفه مشتری و بانک، رابطه‌ای است که هر دو از این رابطه سود می‌برند. بانک سامان مزیت اصلی‌اش تعامل و روابط دوستانه در چارچوب قوانین با مشتری بوده و هست و ان‌شاءالله خواهد بود.

وی در خصوص شیرین‌ترین خاطره خود از دوران حضور در بانک سامان نیز گفت: روز دوازدهم آذرماه سال ۱۳۹۱ از طرف ریاست شعبه پاسداران به‌منظور بازاریابی به مؤسسه قرض‌الحسنه مهر اقتصاد رفته بودم (توضیح: وقت گرفتن از مدیران ارشد آن مؤسسه بسیار سخت و زمان‌بر بود و پس از دو ماه به ما وقت دادند، همچنین رئیس شعبه به دلیل مشغله زیاد نتوانستند به این جلسه بیایند) این را هم بگویم که آذرماه قرار بود من پدر بشوم؛ ولی دکتر گفته بود ۲۰ آذر به بعد. پشت درب دفتر مدیران ارشد مؤسسه مهر اقتصاد منتظر بودم که بروم داخل جهت مذاکره و اعلام نتیجه به رئیس شعبه که مادرخانم به من زنگ زدند و گفتند سریع بیا بیمارستان. مونده بودم چه کار کنم، به رئیس شعبه زنگ زدم و ماجرا رو تعریف کردم. ایشان گفتند عذرخواهی کن بیا بیرون

برخورد درست و مدبرانه می‌توانیم شاهد رضایتمندی مشتریان باشیم و جزء جذابیت‌های کار ما است.

معاون شعبه آفریقا اضافه کرد: یکی از شانس‌های بنده در طول ۱۵ سال گذشته، همکاری با ریاست محترم شعبه، جناب آقای نیری است که با شوخ طبعی که ایشان دارند محیط شاد و صمیمی را در شعبه آفریقا بین همکاران ایجاد نموده‌اند که این همبستگی موجب موفقیت و پیشرفت در کار خواهد شد.

سلطانی این‌طور ادامه داد: در راستای دستیابی به اهداف ۱۴۰۴ بنده به‌عنوان عضو کوچکی از بانک سامان سعی کرده‌ام با جذب و بازاریابی مشتریان شرکتی جدید و همچنین تبدیل مشتریان ممتاز به‌ویژه، سهم کوچکی در محقق کردن اهداف بانک داشته باشم.

معاون شعبه آفریقا در خصوص تعامل با مشتریان شعبه اضافه کرد: همیشه سعی نموده‌ام این جمله معروف حضرت علی(ع) را که هر آنچه برای خود می‌پسندی برای دیگران نیز بپسند را سرلوحه زندگی و کار خود قرار دهم؛ بنابراین همیشه خود را به‌جای مشتریان قرار می‌دهم که این کار باعث بهتر درک کردن مشتریان می‌شود و به دنبال آن رضایت مشتری را در پی دارم.

وی در خصوص شیرین‌ترین خاطره خود از دوران حضور در بانک سامان نیز گفت: هرزمان که گره‌ای از کار یک مشتری باز می‌کنم، برای من شیرین‌ترین خاطره است.

موفقیت شعبه به موازات فروش محور شدن

سمیه عمادی، معاون ارزی شعبه آفریقا، متولد اردیبهشت‌ماه ۱۳۶۱، لیسانس رشته زبان انگلیسی است و از سال ۱۳۸۶ به‌عنوان کادر ویژه ارزی وارد بانک سامان شده است. او می‌گوید: «با وجود چالش‌های فراوانی که به دلیل تغییر بخشنامه‌های بانک مرکزی و به فراخور زمان ایجاد می‌شود واقعا شغلم را دوست دارم و از کارکردن در شعبه لذت می‌برم. از خانواده عزیزم که به بنده در انجام هر چه بهتر وظایف شغلی‌ام کمک می‌کنند خیلی ممنون و سپاسگزارم»

معاون شعبه آفریقا همچنین گفت: مشتریان، سرمایه بانک هستند و تلاش ما بر این است که در راستای تسهیل انجام امور بانکی مشتریان، همکاری لازم را داشته باشیم و با توجه به استراتژی سامان ۱۴۰۴ با به‌کارگیری کلیه همکاران در فعالیت‌های فروش محور علاوه بر نقش اصلی خودشان بتوانیم به موازات تجاری‌سازی بانک، در جهت تحقق اهداف شعبه نیز موفق باشیم. عمادی در پایان سخنان خود نیز گفت: در پایان از همه کسانی که حتی یک کلمه به بنده آموختند تشکر می‌کنم.

شعبه بزرگ، مشتریان بزرگ

محمد طبیبی، کاربر فروش تخصصی، ۴۱ ساله و کارشناس حسابداری است و از سال ۱۳۸۷ در بانک سامان مشغول به کار شده است.

سلطانی در رابطه با روزهای نخست حضورش در بانک سامان گفت: روزهای نخست استخدام به دلیل انتخاب بانک سامان از بین ۳ بانک، شک داشتم که آیا بهترین مورد را انتخاب کرده‌ام یا نه و به دلیل حضور در فرودگاه امام و شیفت‌های ۱۲ ساعته که پس از آن، ۲۴ ساعت استراحت داشت روزهای سختی داشتم؛ ولی الان هم از انتخاب کاملاً رضایت دارم و به بانک و خودم که انتخاب درستی داشتم افتخار می‌کنم و هر جا تابلوی بانک سامان را می‌بینم لذت می‌برم.

وی در خصوص چالش‌ها و جذابیت‌های کار در شعبه عنوان کرد: کار در شعب بزرگی مثل آفریقا هم سخت است و هم خیلی لذت‌بخش؛

شغلی چالش‌های خاص خودش را دارد که روبه‌رو شدن با افراد مختلف و بالا بودن انتظار و توقعات مشتریان گاهی باعث استرس و فشار عصبی می‌شود. همچنین جذابیت‌هایی که امور روزانه ما دارد ارتباط مؤثر و جذب مشتری است که از نظر من شیرین‌ترین جذابیت کار ما است. بانکدار ویژه شعبه آفریقا همچنین گفت: لازمه موفقیت در هر کاری، داشتن یک تیم قوی و همدل است که مصداق آن، شعبه ما و نوع ارتباط بین رئیس و همکاران است.

نوری در خصوص تحقق اهداف سامان ۱۴۰۴ نیز عنوان کرد: در راستای پروژه سامان ۱۴۰۴ هدف اصلی جذب مشتریان ویژه است که لازمه آن، تلاش مستمر و همکاری تیمی و وفادار کردن مشتری مبنی بر ۳ اصل راحتی، سرعت و اعتماد است که باید در وجود مشتریان نهادینه شود. نوری در ادامه گفت: همیشه سعی کرده‌ام با لبخند و روی گشاده به استقبال مشتری بروم و با رفتار حرفه‌ای و ارتباط کلامی مؤثر در چارچوب قوانین بانکی با مشتری مذاکره کنم و به‌عنوان یک مشاور بانکی در خدمت مشتری باشم و نیازهای مشتری را شناسایی و مرتفع کنم. وی در خصوص شیرین‌ترین خاطره خود از دوران حضور در بانک سامان نیز گفت: شیرین‌ترین خاطره من، موفقیت در کمپین جذب منابع تیرماه ۱۴۰۱ بود که با جذب چهارهزار میلیارد ریال خاطره‌ای خوش برای خودم و همکاران عزیزم رقم زد.

دوباره وقت می‌گیریم. از همون جا رفتیم بیمارستان و خدا رادین رو به ما داد. بعدها جناب رضازاده ریاست محترم شعبه چندین بار گفتند رادین رو بیار شعبه ببینم. تقریباً یک سال از به‌دنیا آمدن رادین گذشته بود و راه افتاده بود وقتی با خانمم اومدند شعبه، رادین توی شعبه راه افتاد و مستقیم رفت داخل اتاق رئیس شعبه. آقای رضازاده رادین رو بغل کردند و گفتند: بچه عجول! نزدیک بود به‌خاطر عجله تو یه مشتری بزرگمون رو از دست بدیم. ما دوباره از مدیران وقت گرفتیم و رفتیم منابع جدید رو گرفتیم و موضوع رو برای مشتری توضیح دادیم.

تیمی قوی و همدل

ژیلا نوری سرایی، بانکدار ویژه شعبه آفریقا، کارشناس مدیریت بازرگانی است و از سال ۱۳۹۶ به بانک سامان پیوسته است. وی توانسته در تیرماه ۱۴۰۱ عنوان بانکدار ویژه برتر را از آن خود کند. نوری در رابطه با روزهای نخست حضورش در بانک سامان گفت: درحقیقت اولین روز کاری هر شخص با استرس همراه است که خدا را شکر در این روز با استقبال گرم همکاران مواجه شدم و انتقال انرژی مثبت باعث دلگرمی و صمیمیت بین من و همکارانم شد و در حال حاضر این یکدلی و صمیمیت موجب تلاش مضاعفی شده که انشاءالله ثمره این تلاش موفقیت خانواده سامان خواهد بود. وی در خصوص جذابیت‌های کار در شعبه عنوان کرد: به‌هرحال هر



CERTIFICATE

مجله سامان روبخون مدرک زبان بگیر!

ترکیبی مقالات بانک سامان اضافه خواهد شد، آزمونی فصلی است که شرایط و نحوه شرکت در آن در سومین (و در واقع آخرین) مقاله هر فصل به مخاطب اطلاع رسانی خواهد شد که از آن طریق زبان آموز می تواند با شرکت در آزمون، نه تنها سطح یادگیری خود را محک بزند؛ بلکه در صورتی که در آزمون بر خط یا به اصطلاح آنلاین نمره قبولی را کسب نماید مدرک پایان فصل خود را نیز به شکل دیجیتال از سمت مدیریت روابط عمومی بانک سامان، آکادمی سامان و مؤسسه وستا، دریافت نماید.

نکته مهم و متمایز کننده دیگری که در رابطه با روش جدید و ترکیبی مدنظر، لازم به ذکر است، برگزاری کارگاه های آنلاین، با انتخاب و سپس تحت نظر آکادمی سامان برای آن دسته از مخاطبینی است که جزء ۱۰ نفر برتر آزمون فصلی باشند. به این شکل که پس از هر فصل و برگزاری آزمون مرتبط با آن، ۱۰ نفر برتر آزمون مجوز شرکت در کارگاهی دوساعته جهت تمرین اختصاصی بیشتر و نیز رفع اشکال پیرامون موضوع مطرح شده در آن فصل را خواهند داشت. این کارگاه ها به صورت دوساعته و تحت نظر آکادمی سامان طراحی و اجرا شده و توسط اساتید مجرب و بنام زبان تدریس خواهند شد.

طرح آموزشی فوق برای اولین بار در ایران به شکلی که توضیح داده شد، به اجرا در خواهد آمد و در انتهای هر سال آزمونی جامع که شامل تمامی مطالب ارائه شده در آن سال و در مجله بانک سامان بوده، به صورت آنلاین برگزار شده و به نفعی که در آزمون فوق نمره قبولی را کسب نمایند، مدرک پایان دوره زبان با ذکر مطالب ارائه شده و فراگرفته شده و از سمت سازمان های فوق الذکر، ارائه می گردد.

شایان ذکر است طرح آموزشی ارائه شده با توجه به منابع موجود آموزشی در روابط عمومی و آکادمی سامان، پس از ساعت ها جلسه و هم فکری اساتید حوزه های مختلف آموزشی و بانکی، نهایی و قابل اجرا شده است که هدف نهایی آن کمک به ارتقای سطح زبان عموم خوانندگان مجله بانک سامان، آن هم به شکلی ملموس و هدف مند است. امید است با اجرایی شدن این طرح، مجله بانک سامان بتواند علاوه بر ارتقای سطح دانش زبان انگلیسی همه مخاطبان خود، گامی کوچک اما مهم و مؤثر در پویاسازی ارتباط میان خوانندگان مجله سامان و بانک سامان بردارد.

پس ماه آینده، آماده باشید.

در ۵ سال گذشته همواره تلاش ما در تحریریه نشریه بانک سامان، راستای ارتقای سطح آموزشی و دانشی همکاران و مخاطبین عزیزمان در مجموعه های مرتبط با بانک سامان و نیز عموم مشتریان که به این نشریه دسترسی دارند، بوده است. اکنون و با گذشت حدود نیم دهه از نگارش و انتشار مقالات مرتبط با یادگیری زوایای مختلف زبان انگلیسی و آزمون های مرتبط با آن، راهبردی جدید و در نوع خود منحصربه فرد را در آموزش زبان انگلیسی و نیز با هدف پیشینه سازی بهره وری مطالب ارائه شده برای مخاطبین ارجمند، آغاز می نمایم.

از این پس در هر فصل (دوره سه ماهه) موضوعی مشخص و منتخب از میان مباحث زبان انگلیسی را مورد بررسی قرار داده و سرنخ هایی (clues) را در مورد آن در اختیار شما مخاطبین عزیز قرار خواهیم داد، تا به کمک آن بتوانید به منابع مرتبط و بیشتری از موضوعات مطرح شده دست یابید.

همچنین از این پس تمامی مقالات ارائه شده در بخش زبان نشریه بانک سامان دارای QR Code هایی خواهند بود که با استفاده از آنها، مخاطب به منابع بیشتری در رابطه با موضوع مقاله ارتباط خواهد داشت. منابع مذکور شامل منابع کتبی یا به عبارتی نوشتاری، صوتی (بیشتر در قالب پادکست) و همچنین تصویری (در قالب ویدئو هایی به هم پیوسته و مرتبط) خواهند بود.

برای مثال در فصل پاییز، موضوع سه مقاله ارائه شده در مجله در ماه های مهر، آبان و آذر مبحث مهم تقویت شفافیت زبان انگلیسی یا به عبارتی speaking improvement خواهد بود. در هر سه مقاله فصل پاییز چالش ها، راه حل ها و مسیرهای استاندارد به منظور ارتقای سطح speaking زبان آموزان، ارائه و بسط داده خواهد شد. همچنین همان طور که گفته شد، در هر مقاله یک QR Code قرار خواهد گرفت که مخاطب را به مطالب و محتوای تولید شده اختصاصی (یا به اصطلاح customize شده) برای مجله بانک سامان هدایت می کند. در محتوای تولید شده برای مخاطبین مجله بانک سامان، تمرین هایی هدفمند و پلکانی نیز تعبیه شده که اجازه تمرین بیشتر را به ایشان می دهد. به این شکل مخاطب دیگر خواننده منفعل مقالات نخواهد بود و امکان استفاده از مطالب فراگرفته شده در قالب طرح شخصی برای ارتقا سطح زبان خود را خواهد داشت.

نکته مهم و متفاوت دیگری که از پاییز ۱۴۰۲ به روش تدریس



بانک سامان؛ حامی بنیاد کودک

تأمین وسایل ضروری منزل، پرداخت کمک هزینه درمان و... با بنیاد کودک همکاری کرده است. ثمره این حمایت زمانی دیدنی است که دانش آموزان با موفقیت به دانشگاه راه می یابند و پس از ورود به بازار کار از چرخه حمایت خارج و دانش آموزان دیگری جایگزین می شوند. بسیاری از بورسیه شدگان پس از آنکه به لحاظ مالی مستقل می شوند، خود حمایت از دانش آموزان دیگری را بر عهده می گیرند و به این ترتیب این چرخه مهربانی ادامه دارد.

امید است روزی فرا رسد که هیچ دانش آموز با استعدادی به دلیل مشکلات اقتصادی، از رؤیای تحصیل و دستیابی به اهداف روشن خود باز نماند. بانک سامان، با پایبندی به ارزش های انسان دوستانه خود، برای تحقق این آرمان، همیار دانش آموزان با استعداد کم برخوردار بنیاد کودک است.

وبسایت بنیاد کودک: www.childf.com

ایمیل: info@childf.org

شماره تماس: ۰۲۱-۴۲۵۱۰

اینستاگرام: [@bonyadekoodak](https://www.instagram.com/bonyadekoodak)

مسئولیت اجتماعی شرکتی (CSR) از جستارهای اخلاق کسب و کار است که به نقش سازمان ها در اجتماع می پردازد؛ مجموعه وظایف و تعهداتی است که شرکت در راستای مراقبت و کمک به جامعه ای که در آن فعالیت می کند؛ انجام می دهد. بانک سامان، به عنوان یکی از همیاران دیرین بنیاد کودک، از گذشته تاکنون با ارائه بورسیه تحصیلی، همواره در کنار دانش آموزان با استعداد کم برخوردار بوده است. این همکاری مستمر از سال ۱۳۹۰ با حمایت از ۱۱۴ دانش آموز آغاز شد و با پرداخت مقرری سالانه آنها تاکنون، رشدی مثبت و مؤثر در زندگی شان داشته و منجر شده است با آرامش بیشتری در مسیر تحصیل گام بردارند.

این حمایت محدود به کمک هزینه تحصیلی نبوده و در صورت اعلام نیاز از سوی بنیاد کودک پرداخت هایی با عنوان "کمک فوق العاده" برای تأمین معیشت دانش آموزان بورسیه نیز به این مؤسسه صورت می گیرد. سال ۱۴۰۱ بانک سامان علاوه بر تأمین مقرری ماهانه ۱۱۴ دانش آموز بورسیه، نسبت به اهدای هدیه تولد و عیدی دانش آموزان، شهریه دانشگاه، تأمین ابزار آموزش آنلاین،

بانک سامان ۲۴ ساله شد

۱۱ شهریورماه به مناسبت ۲۴ سالگی بانک سامان، همکاران سامانی و مدیران ارشد برای گرامیداشت سالگرد تأسیس بانک، یک دورهمی کوچک صبحگاهی داشتند با نوای دلنشین پیانو...
قسمت‌هایی از این لحظه‌ها را با شما سهیم شده‌ایم:



عکس‌ها: نیلوفر فیاض







پرسش و پاسخ

دنبال موسیقی و هنر رفتن و شروع کردم به بهتر شدن در این موارد. رشد و پیشرفت، همین بهتر شدن‌های روز به روز. الان به آدم حرفه‌ای تو این کارها نیستیم؛ ولی از پنج سال پیش تا الان بهترین خودم هستم.

محمدحسین پدر

مسئول مرکز خدمات، شعبه پیروزی

به نظر من پاسخ این سؤال رو با یک کلمه، چه در زمینه کاری و چه در زمینه مالی و چه زندگی و... میشه داد و اون کلمه هم تجربه است. قطعاً نسبت به ۵ سال قبل همه ما تجربه‌مون بیشتر شده.

مرضیه جعفری

بانکدار فروش تخصصی، شعبه سعادت آباد

در زمینه بانکی: مهارت تبدیل مشتری احتمالی به مشتری قطعی در زندگی شخصی: مهارت زیبا فکر کردن که نتیجه‌اش شده اینکه اصطلاحاً کم‌تر شده و خوشحالی‌های بی‌دلیل بیشتر

هادی ایرانی پور

بانکدار عملیات، شعبه شهری

در زمینه شغلی پنج سال باتجربه‌تر؛ فعالیت در امور بانکی و کسب تجربه از پیش‌کسوتان این امر

مهارت مترجمی زبان انگلیسی باتوجه به روند بهبود نقاط ضعف خود کسب مهارت‌هایی در زمینه روان‌شناختی با مطالعه فایل‌های مربوطه و البته کسب مقام قهرمانی دهمین دوره فوتسال جام سامان

علی توسن

بانکدار فروش، شعبه نازی آباد

پنج سال گذشته شروع همکاری بنده با بانک بود، در این مدت‌زمان با آموزش‌ها و تجربه همکاران باسابقه توانستم مهارت‌هایی در زمینه امور بانکی و خدمات‌دهی به مشتریان را کسب کنم. بانک توانست این مهارت را به من بدهد که چطور می‌توان در جهت رفع دغدغه مالی راه‌حل مناسب ارائه داد و تجربه ناموفق و منفی مشتری را تبدیل به رضایت و خشنودی کرد. باتوجه به سابقه پیش از بانک در زمینه بازاریابی و فروش، همکاری با بانک توانسته در مورد ارتباط و تعامل سازنده و همچنین مشتری‌مداری بر مهارت من و باورم از خود بیفزاید. هر چند معتقدم با وجود گستردگی اطلاعات بانکی این احساس در من هست که هنوز ابتدای این مسیر هستم و راه طولانی در جهت یادگیری پیش رو دارم.

مهدی یوسفی

کارشناس فروش غیرحضور، مدیریت جذب و فروش

از نظر مهارت‌های بانکی: بازاریاب محصولات بانک شدم. از نظر زندگی شخصی: پخته‌تر شدم.

از نظر تجربه باید بگویم به این نتیجه رسیدم بیخودی برای هر چیزی نباید جنگید و زندگی ارزش خیلی از تنش‌ها را ندارد. زندگی در گذر است، آدمی رهگذر است، زندگی یک سفر است، آدمی هم‌سفر است، آنچه می‌ماند از او، راه‌ورسم سفر است. ایام به کام

مثل روال گذشته، قرار است هر ماه با طرح به سؤال درباره موضوعات مختلف مثل موضوعات بانکی، کسب‌وکار، ارتباطات و... نظر همکاران بانک سامان رو در رابطه با آن موضوع دریافت کنیم و از طریق انتشار پاسخ‌ها در این صفحه، بتوانیم کمک کنیم تا دانش و تجربه هر کدام از همکاران بانک سامان، به‌صورت روان‌تر جریان پیدا کنه و به دست همه خوانندگان نشریه سامان برسد.

و اما سؤال این ماه: نسبت به ۵ سال پیش خود

چه مهارت‌هایی کسب کرده‌اید؟

محمدعلی لطیف پور

خزانه‌دار، سرپرستی استان‌های شمال غرب

۱- مهارت‌های ریالی و ارزی

۲- مهارت‌های رفتاری:

(الف) مشتری ولی نعمت کارمند بانک است

(ب) همکار رقیب است، نه رفیق

(ج) بانک برایمان محیط کار و کسب روزی است

(د) هیچ‌کس رازدار تو در محیط کار نیست

(ذ) به سخنانی که به فعل تبدیل نشده دل نبند

(ر) خودت را در هر لحظه برای برخورد با موقعیت‌های غیرواقع آماده کن
(ز) باتوجه به شایعه‌های رایج در محیط‌های کاری، هیچ‌وقت به اخبار غیرمستند واکنش نشان نده و تحت تأثیر قرار نگیر

(ط) همان گونه که در عملیات بانکی سامان، روش متقاطع داریم، در رفتار سازمانی نیز رفتار متقاطع داریم. به مافوق و غیر مافوق احترام بگذاریم.

(ظ) دروغ در هر صورت عمل زشتی است؛ ولی اگر در سمت و منصبی هستی و صداقت نداشته باشی زیرمجموعه تان از پایه سست خواهد بود و موفق نخواهی شد.

۳- فقط و فقط و فقط انجام وظیفه سرلوحه کارهای تو باشد و در طوفان وقایع لحظه‌ای از حس وظیفه‌شناسی ات کاسته نشود.

زینب پرویزی

کارشناس پشتیبانی عملیات بانکی، مدیریت پشتیبانی فروش

وقتی این سؤال رو خواندم یاد برنامه‌ریزی اول هر سالم افتادم که بعد از سال تحویل همیشه اهداف و توقعاتی که از خودم تو یک سال پیش روم دارم رو می‌نویسم و سال بعد قبل از نوشتن دوباره اهداف جدید اونا رو بررسی می‌کنم. پنج سال گذشته مثل یه فیلم از جلو چشم‌هایم رد شد. از اینکه هر سال بهتر از سال گذشته شدم خوشحالم، در زمینه رشد و توسعه فردی خودم تلاش کردم و همراه با رشد سنی، ذهن رو هم رشد دادم. سالی حداقل ده کتاب خوب خواندم (البته در حوزه علاقه شخصی ام)، همیشه دوست داشتم از ایران و شهرهای تاریخی و دیدنی بیشتر بدانم که رفتم دنبالش و ایرانگردی رو به‌صورت حرفه‌ای و علمی یاد گرفتم. مهارت فن بیان رو آموختم. زبان انگلیسی ام رو بهبود دادم.



بانکداری بین الملل سامان نایب قهرمان نظام بانکی

| هاشم راعی |
| عکس ها: نیلوفر فیاض |

به منظور آشنا شدن خوانندگان نشریه با مدیریت ها و ادارات مختلف بانک، در این شماره با سرکار خانم هاله حسین زاده، مدیر محترم بانکداری بین الملل به گفت و گو نشستیم. آنچه در ادامه می خوانید حاصل این گفت و گو است.

● **لطفاً خودتان را معرفی کنید و از علایق شخصی خودتان بگویید.**
هاله حسین زاده هستم، ۳۹ ساله، کارشناس ارشد رشته اقتصاد از دانشگاه تهران و از سال ۱۳۸۷ به بانک سامان پیوستم.

اگر بخوام از علایقم بگویم به طور کلی به زیبایی علاقه مندم و دوست دارم آنچه می بینم و درک می کنم با بقیه به اشتراک بگذارم. به همین خاطر عاشق گشت و گذار در طبیعت، عکاسی، نقاشی، موسیقی و هر ابزاری که بتوان با آن زیبایی را نشان داد هستم. یکی دیگر از علایقم در تیم بودن و کار تیمی انجام دادن است. تلفیق دو علاقه مندی ام این بود که عضو گروه موسیقی بانک سامان هم بوده ام؛ افتخار داشتم که در جشن بیست سالگی بانک سامان در کنار سایر همکاران هنرمند، ساز زدم و در ساخت قطعه موسیقی رقص شکوفه ها هم که به مناسبت نوروز سال ۱۳۹۵ توسط بانک سامان منتشر شد، مسئولیت نواختن تار آن قطعه را بنده بود.

علاقه مندی دیگر من ترکیب کردن مزه ها است، شیرینی پزی و تهیه دسر که حتی از غذا درست کردن و آشپزی هم بیشتر دوست دارم! به طور کلی، خلاقیت و درست کردن یک محصول جدید از تعدادی ماده خام را خیلی دوست دارم مخصوصاً وقتی که آن محصول را به عزیزانت می دهی و آنها از آن شیرینی یا دسر لذت می برند.

البته در یکی دو سال اخیر به دلیل مشغله های زیادی که داشتم نتوانستم خیلی به این علاقه مندی هایم برسم.

در خصوص اخلاقیات و حرفه ای گری هم باید بگویم که به بعضی اصول، هم خیلی علاقه مندم و هم سعی می کنم که به آنها پایبند باشم مثل صراحت لهجه، راست گویی، انجام کار درست، احترام متقابل، شفافیت و کار تیمی؛ این موارد هم در زندگی شخصی و هم در زندگی شغلی و حرفه ای، اصولی هستند که برایم از اهمیت بالایی برخوردارند.

● **آیا پیش از بانک سامان، جای دیگری شاغل بوده اید؟ و از سال های اولیه پیوستن به بانک سامان برای ما بگویید و بفرمایید در چه پست هایی مشغول خدمت بوده اید؟**

بانک سامان اولین تجربه شغلی من بوده، من قبل از پیوستن به بانک سامان فقط تجربه شرکت در دو مصاحبه شغلی را داشتم؛ یکی برای شرکت نفت که در مصاحبه قبول شدم؛ ولی چون باید برای دوره کوتاهی به اراک می رفتم و آن زمان تازه نامزد کرده بودم به آن دوره نرفتم و عملاً کنسل شد. یک مورد مصاحبه دیگر هم بود که در آن خوشبختانه رد شدم که مربوط به یکی از بانک های خصوصی بود. علت رد شدن من هم این بود که در آن مقطع، من دانشجوی بودم و کاملاً به موضوعات سؤالات آکادمیک اقتصاد پرسیده شده در جلسه اشراف داشتم و همین باعث شد در جلسه مصاحبه، چالشی در مباحث اقتصادی مطرح شود و به مذاق روان شناس حاضر در جلسه خوش نیاید!

زمستان سال ۱۳۸۶ در آزمون کتبی بانک سامان شرکت کردم و پس از قبولی در آزمون، به من اعلام کردند که برای امور دفتری، نیرو می خواهند و در قدم بعدی در مصاحبه هم قبول شدم؛ همان زمان آقای خاکسار که یکی از مصاحبه کنندگان بودند از من پرسید که آیا واقعاً می خواهی در این پست، شاغل شوی و من چون هیچ ایده ای از شغل نداشتم جواب مثبت دادم و ایشان به من گفتند با توجه به توانایی هایی که داری مطمئنم مدت زیادی در این پست نمی مانی. پس از مصاحبه ها هم در دوره بدو استخدام شرکت کردم که از ۱۰۰ نمره با نمره ۹۸ قبول شدم و از اول اردیبهشت سال ۱۳۸۷ شروع به کار کردم و اولین پست بنده، مسئول دفتر مرحوم شیرزاد، رئیس اداره معاملات ارزی بود که جا دارد همین جا یادی از ایشان بکنم بابت تمام چیزهایی که از ایشان یاد گرفتم و امیدوارم روحشان قرین رحمت الهی باشد. آن زمان مدیریت بین الملل و اداره معاملات ارزی از هم جدا بودند.

به خاطر علاقه ای که به یادگیری داشتم و از روی کنجکاوی برای انجام بهتر کارها، محتوای تمام نامه های وارده و صادره را با دقت می خواندم و فقط به عنوان نامه ها اکتفا نمی کردم. حتی خاطرم هست همان روزهای اول کاری از همکاران دیلینگ روم (Dealing Room) به قصد اینکه



اداره دارایی‌ها و بدهی‌های ارزی، شامل دو دایره حسابداری ارزی و دایره منابع و مصارف ارزی می‌شود. بخش حسابداری موظف به انجام کنترل‌های روزانه حساب‌های سایر بانک‌ها نزد ما و حساب‌های ما نزد سایر بانک‌ها، ارسال و دریافت صورت‌حساب‌های مربوطه، مغایرت‌گیری‌های روزانه و اخذ تأییدیه حساب‌های ما نزد سایر بانک‌ها برای ثبت در گزارش‌های مالی است و دایره منابع و مصارف، به کنترل ریسک‌ها از جمله ریسک منابع و شکاف نقدینگی می‌پردازد، بررسی تعهدات ما به سایر بانک‌ها برای پوشش به موقع تعهدات، بررسی اثر بخش‌نامه‌ها و مقررات ارزی بر سودآوری بانک، کنترل و ارزیابی عملکرد مدیریت بین‌الملل برای پوشش هدف ارزی تعیین شده برای این مدیریت و البته کل بانک به‌منظور اخذ تصمیمات به‌موقع از دیگر وظایف این دایره است.

اداره سازمان‌های مالی بین‌المللی نیز از دو بخش دایره سوئیفت و دایره روابط کارگزاری تشکیل شده است. دایره سوئیفت درواقع آخرین حلقه زنجیره ارسال دستورهای پرداخت است که مسئول ارسال پیام‌های صحیح به کارگزاران ما و اولین نقطه دریافت پیام‌ها از سمت کارگزاران است. دایره کارگزاری، بخشی است که ایجاد روابط کارگزاری جدید، نگهداشت کارگزاران خارجی و ارتباطات با شعبه فرانکفورت بانک سامان از مهم‌ترین وظایف این دایره است.

در اینجا باید عرض کنم یکی از مأموریت‌های بانک سامان، انتخاب سامان به‌عنوان انتخاب اول بانک‌های کارگزار خارجی است و خوشبختانه در وضعیتی قرار داریم که به این هدف رسیده‌ایم و کارگزاران خارجی، بانک سامان را به خیلی از بانک‌های دیگر ایرانی برای برقراری روابط و انجام تعاملات بین‌المللی ترجیح می‌دهند. به‌طوری‌که حتی شعبه اروپایی یکی از بانک‌های ایرانی، برقراری رابطه با بانک سامان و کار با بانک ما را به معامله با بانک مادر خودش در ایران ترجیح می‌دهد و این امر به دلیل کیفیت پاسخگویی و همچنین سرعت انجام امور توسط همکاران ما در بانک سامان محقق شده است.

اداره عملیات ارزی از دواير مختلفی شکل گرفته و وظیفه اصلی‌شان پشتیبانی از شعب است و همکاران من در این اداره با سعه‌صدر و حرفه‌ای، اکثر ابهامات و مسائل همکاران شعبه در حوزه بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌های ارزی را حل و فصل می‌کنند و در زمینه تمام ابزارهای پرداخت از نقطه ایجاد تعهد ارزی برای مشتری تا رفع این تعهد ارزی در این اداره پیگیری می‌شود.

● **در پروژه سامان ۱۴۰۴، چه اهدافی برای مدیریت شما در نظر گرفته شده است؟**

یکی از اهداف تعیین شده در پروژه سامان ۱۴۰۴ برای مدیریت بانکداری

بفهمم کدام تلفن‌ها را به همکاران این اداره باید وصل کنم پرسیدم کار شما چیست؟ که با لحن عجیبی گفتند اینجا دیلینگ رومه، جای خانم‌ها نیست، این جا کار، خیلی حساسه و ریسکش بالاست. با وجود تمام این تابوها، در نهایت به موضوع کار آن همکاران مسلط و جالب اینکه حتی بعدها رئیس همان اداره شدم.

بعد از تقریباً سه ماه از مرحوم شیرزاد خواستم که اجازه بدهند برای یادگیری مفاهیم و موضوعات جدید به شعبه منتقل بشوم که ایشان اجازه ندادند و پس از آمدن یک نفر مسئول دفتر دیگر، بنده را مسئول تهیه گزارش‌های آماری اداره کردند که در آن پست، شروع به تهیه گزارش‌های آماری جدیدی کردم که برای تصمیم‌گیری‌های مدیران بسیار مفید بود. چند وقت هم در این پست مشغول بودم که با تغییر ساختار ارزی بانک، تصمیم گرفته شد اداره معاملات ارزی زیر نظر مدیریت بین‌الملل فعالیت کند. اتفاقاً در همان مقطع زمانی هم قرار بود اداره ریسک در بانک تأسیس بشود که من تصمیم گرفتم به اداره ریسک بروم و مقدماتش هم انجام شده بود که مدیر جدید بین‌الملل، سرکار خانم گرمی نژاد از بنده خواستند که چند ماه پیشتر در بین‌الملل بمانم. ایشان از من درباره توانایی‌هایم پرسیدند و کارهای جدیدی مثل تهیه صورت‌های مالی کارگزاران و گزارش‌های مشابه را به من محول نمودند که به‌خوبی از عهده آنها برآمدم و آن‌قدر وظایف، گزارش‌های تحلیلی و مسئولیت‌ها زیاد شد که تصمیم گرفتند دایره‌ای با همین موضوع به نام دایره کنترل دارایی‌ها و بدهی‌های ارزی تشکیل شود و بنده رئیس آن دایره شدم و بعد از آن معاون اداره معاملات ارزی شدم و در ارتقای بعدی، معاون مدیر شدم و در سال ۱۳۹۸ تاکنون به‌عنوان مدیر بانکداری بین‌الملل در خدمت بانک هستم.

● **مدیریت بانکداری بین‌الملل شامل چه اداراتی می‌شود؟**

در حال حاضر، ادارات فعال در مدیریت بانکداری بین‌الملل شامل ۴ اداره است: اداره معاملات ارزی، اداره عملیات ارزی، اداره دارایی‌ها و بدهی‌های ارزی و اداره سازمان‌های مالی بین‌المللی.

ما در این مدیریت دو بخش بک آفیس (Back Office) و فرانت آفیس (Front Office) داریم: تمرکز امور در بخش بک آفیس بر حمایت از فعالیت‌ها در شعب و پاسخگویی به نهادهای ناظر است و فعالیت‌ها در بخش فرانت آفیس به صورتی است که خودش هم می‌تواند به طور مستقیم با مشتری در تماس باشد و کارهای معاملاتی انجام دهد و درآمد خلق کند و صرفاً کار ستادی انجام نمی‌دهد.

از مهم‌ترین وظایف اداره معاملات ارزی، خریدوفروش ارز، ارتباط با شعب، اخذ مجوزهای تخصیص ارز از بانک مرکزی، تأمین منابع ارزی، سپرده‌گیری و سپرده‌گذاری ارزی است.



بین‌الملل، توسعه فرامرزی فعالیت‌های بین‌الملل است که یک نمونه آن تقویت و توسعه فعالیت‌های شعبه فرانکفورت است.

هدف دیگر مربوط به بازار داخل و سهم از بازار است که هدف تعیین شده برای ما حفظ سهم فعلی خودمان از بازار تا سال ۱۴۰۴ است. در حال حاضر ما در بین کل بانک‌های کشور، در زمینه تسهیل واردات کالا به کشور رتبه دوم را داریم. این را باید در نظر داشت که این رتبه با وجود بانک‌های بزرگ دولتی و رقبای قدرتمند در بین بانک‌های خصوصی به‌دست‌آمده است و می‌توان از آن به‌عنوان یک شاهکار نام برد.

از اهداف دیگر مدیریت بین‌الملل در پروژه سامان ۱۴۰۴، بهبود امور فرایندی است که هدف نهایی آن همگام با اجرای پروژه lean out، کاهش فشار از روی همکاران شعبه و در نتیجه حرکت به سمت تجاری‌سازی و فروش محور کردن شعب است. در همین راستا از اهداف ما، تقویت و آموزش همکاران شعب و بانکداری شرکتی به‌گونه‌ای است که هر یک از همکاران با تسلط هم‌زمان بر حوزه‌های ارزی، ریالی و الکترونیکی بتوانند به‌عنوان یک بانکدار حرفه‌ای، در خلال مذاکرات با مشتریان، فروش مقاطع را انجام دهند.

● مهم‌ترین دستاوردهای مدیریت بانکداری بین‌الملل در سال اخیر چه بوده است؟

بدون شک مهم‌ترین دستاورد ما در سال اخیر، حجم عملیات ارزی قابل توجه بانک سامان بوده است که درآمد مناسبی را برای بانک رقم زد. سهم بازار ما در سال ۱۴۰۱ در بخش دارو، ۳۵ درصد و در بخش کالاهای اساسی ۲۰ درصد بوده که این‌ها شاخص‌های معناداری است که جایگاه بانک سامان در کل بازار را به‌خوبی نمایش می‌دهد. باعث افتخار و خوشحالی است که اضافه کنم در عین حجم قابل توجه عملیات ارزی انجام شده در بانک، میزان تعهدات ارزی ایفا نشده بسیار پایین و رقمی حدود ۱,۰۶ درصد است و این رقم نشانگر سلامت و اعتبارسنجی درست مشتریان است. از طرف دیگر، در سال گذشته توانستیم تعاملات با شعبه فرانکفورت را توسعه دهیم و در زمینه تسهیل فعالیت‌های بین‌المللی قدم‌های بزرگی برداریم.

● به کدام یک از دستاوردهای خودتان در دوران تصدی این جایگاه، افتخار می‌کنید؟

از آنجایی که تمام زندگی حرفه‌ای من در بانک سامان و در مدیریت بین‌الملل سپری شده و در این دوران در تمامی جایگاه‌های این مدیریت حضور داشته‌ام، باعث شده تا روح حاکم بر این مدیریت را لمس کنم و بشناسم. برای همین از روز اول تصدی خود بر این پست، چالش ذهنی خودم را بر بهبود رویه‌های جاری چه از نظر روابط انسانی و چه اخلاق حرفه‌ای قرار دادم. خدا را شاکرم توفیق داشته‌ام تا در خیلی از این موارد موفق باشم.

به طور مثال کاری که از روز اول که مدیر بانکداری بین‌الملل شدم دوست داشتم انجام بدهم، بهبود روابط و تعاملات با شعب بود. اگر بخواهم این مورد را بیشتر توضیح بدهم باید بگویم که قبل از آن تاریخ، فرهنگ رایج در بانکداری بین‌الملل این بود که باید از همه بخش‌های بانک، پاسخ بگیریم؛ ولی تلاش من در این سال‌ها این بوده است که به همه پاسخ بدهیم و امروز فکر می‌کنم این مهم در روح و فرهنگ تک‌تک اعضای خانواده بین‌الملل تنیده شده است.

قدم مهم دیگر در همین زمینه این بود که تلاش کردیم کیفیت و نحوه مکاتبات و پاسخ‌هایی که به همکارانمان در شعب می‌دهیم، شفاف و راهنمایی‌کننده باشد و نه پاسخ‌هایی از جنس نامه‌های کاملاً اداری و دارای ابهام که گره‌ای از ابهامات و پرسش‌های همکاران کم نمی‌کند.

تمام تلاش من در این مدت این بوده که به همکاران شعبه‌ای خودم نشان دهم که ما همه در یک تیم هستیم و ما در بانکداری بین‌الملل، تیم جداگانه‌ای نیستیم و گمان می‌کنم در این راه موفق بوده‌ام.

دستاورد بزرگ دیگری که در دوران مدیریت من اتفاق افتاد که به آن می‌بالم، نحوه تعامل و همکاری و همسویی با شرکت صرافی سامان است که برآیند این تعامل، چیزی جز سودآوری قابل توجه و رضایت چندین برابری مشتریان در بانک سامان و صرافی سامان در سنوات اخیر نبوده است. جالب است بگویم روابط و تعامل بین‌الملل بانک و صرافی سامان به گواه شنیده‌های من در جلسات بانک مرکزی، از منظر بانک‌های دیگر دست‌نیافتنی است. جا دارد از همکاران خوب و پرتلاش صرافی سامان هم تشکر کنیم.

حقیقتاً وقتی به دستاوردهایم فکر می‌کنم، می‌بینم آدم بسیار خوش‌شانسی هستم.

آدم خوش‌شانسی بوده‌ام که در خانواده‌ای به دنیا آمدم و همسری دارم که جز حمایت و عشق به من چیزی نداده‌اند. سپاسگزارم از تمام مهر و عشقشان.

آدم خوش‌شانسی بوده‌ام که در سازمانی شروع به کار کرده‌ام که ارتقا و رشد افراد به جنسیت و روابط نبوده و تنها ملاک ارزشمندی افراد به توانمندی و وفاداری آنها بوده است. سپاسگزارم از اعتمادشان.

آدم خوش‌شانسی بوده‌ام که همواره در کنار آدم‌هایی قرار گرفته‌ام که با دانش و حرفه‌ای‌گری‌شان باعث رشد من شده‌اند. سپاسگزارم از حضورشان.

آدم خوش‌شانسی بوده‌ام که در دوران مدیریتم همکاران سالم، همراه، بالانگیزه و توانمندی داشته‌ام که حضور پر رنگ آنها این دستاوردها را رقم زد. سپاسگزارم از وجودشان.

در آخر باید بگویم خوشحالم که یک سامانی هستم. پر برکت باشید.

همکاران مدیریت بانکداری بین‌الملل





سپاس رفتار حرفه‌ای

همه شما عزیزان در شعب بانک سامان در جهت رضایت مشتریان تلاش کرده و موجبات خشنودی مشتریان را فراهم می‌کنید تا آنها بتوانند با خیالی آسوده و امن به امور بانکی خود بپردازند. در این میان برخی از مشتریان از همکاری که حسن خلق و پیگیری مؤثری داشته‌اند، در خرداد ماه به‌صورت کتبی تقدیر کرده‌اند. ما به‌رسم سپاس و قدردانی، اسامی این عزیزان را در نشریه سامان منتشر می‌کنیم.

با تشکر

مدیریت سرمایه انسانی بانک سامان

نام و نام خانوادگی	محل خدمت	
محمود لک	شعبه بزرگراه فتح	
علی غلامی	شعبه بزرگراه فتح	
علی مالکی حقیقی	شعبه بزرگراه فتح	
فاطمه حسینی	شعبه بلوار دریا	
علی چائی چی	شعبه بلوار دریا	
احسان آقابالائی	شعبه ترمینال ۲ مهرآباد	
زهره سروقدی	شعبه مشهد	

نام و نام خانوادگی	محل خدمت	
محمد حکیمی بستی	شعبه بزرگراه فتح	
جلال کاظمیان سیسان	شعبه بزرگراه فتح	
اکرم معبودی	شعبه بزرگراه فتح	
رضا شادی	شعبه بزرگراه فتح	
رضا مرادزاده کسرینه	شعبه بزرگراه فتح	
جواد حبیبی	شعبه بزرگراه فتح	
حسین قربانی	شعبه بزرگراه فتح	



Mobllet

now

موبایلت به روز شد!

خوزستان، ایذه

کافه تک

Café Tech

با کافه تک از آخرین اخبار تکنولوژی مطلع شوید
و با نرم افزارهای کاربردی آشنا شوید.

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

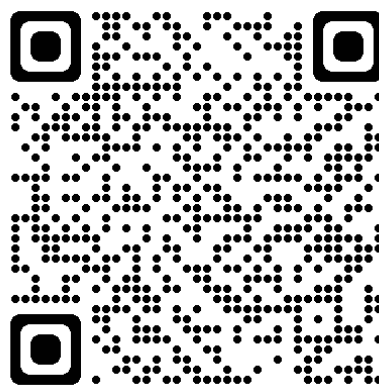
از این ماه، سعی می کنیم در این بخش نرم افزارهای کاربردی، گجت های جدید، پادکست های مرتبط و کلی خبرهای جذاب از دنیای تکنولوژی رو با شما در میون بذاریم. خوشحال میشیم شما هم تجربه هاتون را برای ما بفرستید و با بقیه به اشتراک بذارید.

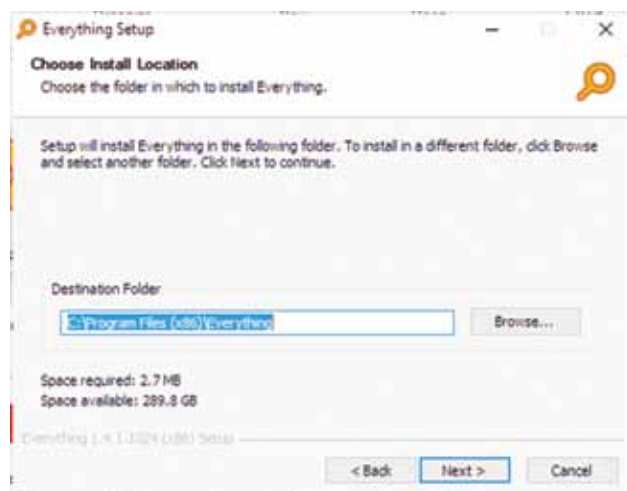
متناسب با نیازتان نسخه Portable zip یا Installer ۶۴-bit را دانلود کنید. سپس مراحل زیر را طی کنید:



به عنوان اولین نرم افزار تحت ویندوز، نرم افزار "Everything" را انتخاب کردیم. نرم افزاری که کمک می کنه هر فایلی را توی سیستم تون به راحتی پیدا کنید. تنها کافی است ۳ کاراکتر را داخل باکس جستجوی این برنامه تایپ کنید. Everything نرم افزاری کاربردی است که می تواند در کمتر از یک ثانیه کل هارد دیسک شما را زیرورو بکند و فایل مورد نظر شما را در مدت چند ثانیه پیدا کند! این نرم افزار از یک متد جدید برای جستجوی فایل های شما استفاده می کند و می تواند در کوتاه ترین زمان ممکن فایل های شما را ایندکس بکند. این نرم افزار رایگان است و به راحتی نصب می شود.

نحوه نصب نرم افزار Everything
ابتدا از لینک یا QR code زیر نرم افزار رو دانلود کنید:
لینک دانلود: voidtools.com/downloads





Everything Setup

Select Install Options

Choose any additional install options.

Settings and data location

☒ %APPDATA%\Everything

☐ Installation folder

NTFS indexing

☒ Install Everything service

☐ Run as administrator

☐ No NTFS indexing

Everything 1.4.1.10224 (x64) Setup

< Back Next > Cancel

Everything Setup

Select Install Options

Choose any additional install options.

- ☐ Check for updates on startup
- ☒ Start Everything on system startup
- ☐ Install folder context menus
- ☒ Install Start menu shortcuts
- ☒ Install Desktop shortcut
- ☐ Install Quick launch shortcut
- ☐ ES URL protocol
- ☒ Associate EPU files with Everything
- ☒ Automatically index fixed NTFS volumes
- ☒ Automatically index removable NTFS volumes

Everything v.4.1.3229 (64-bit) Setup

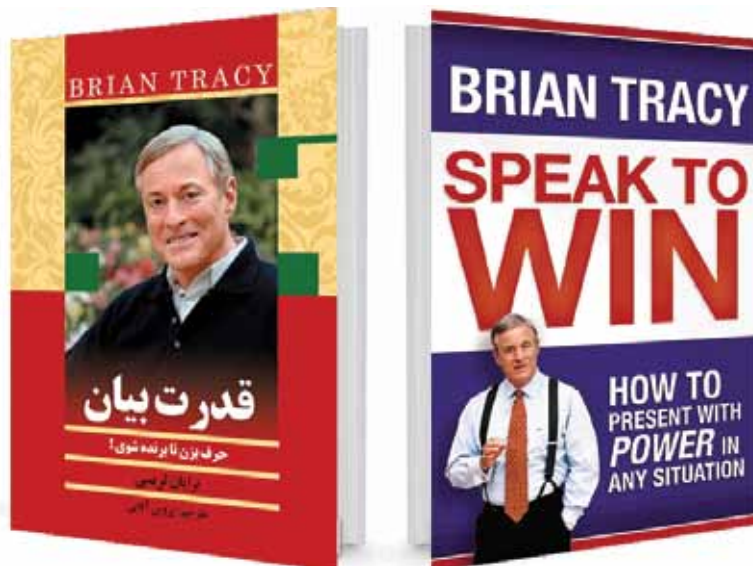
< Back Install Cancel

EVERYTHING

کتاب قدرت بیان

Speak to Win:
How to Present with Power in Any Situation
BY Brian Tracy

حرف بزن تا برنده شوی
اثر برایان تریسی / مترجم: پروین آقائی



کتاب‌های مختلف با دیگران به اشتراک گذاشت. کتاب‌های برایان تریسی در سراسر جهان محبوبیت بالایی دارد و به ۲۰ زبان دنیا ترجمه شده است. برایان تریسی علاوه بر نوشتن کتاب، سخنرانی‌ها و سمینارهای مختلفی در سراسر جهان برگزار می‌کند.

وبسایت شخصی برایان تریسی briantracy.com

چکیده‌ای از کتاب

ترس خود را از بین ببرید و در شغلتان پیشرفت کنید. در این میان چه چیزی مهم‌ترین دارایی شماست؟ ذهن شما. یکی از باارزش‌ترین مهارت‌هایی که شما و هر کس دیگری به آن نیاز دارید، این است که خوب و دقیق فکر کنید تا بتوانید احساسات و خواسته‌های خود را آشکارا بیان کنید. این مهارت به شما کمک می‌کند تا خیلی سریع‌تر از افراد باهوش و زیرکی که در کنارتان هستند، پیشرفت نمایید.

همچنین این کتاب دارای ۱۲ فصل به ترتیب زیر است:

- فصل ۱: هنر بیان و سخن‌گفتن
- فصل ۲: تهیه و آماده‌سازی مطالب، بسیار آسان است
- فصل ۳: اعتماد به نفس و تسلط ذهنی
- فصل ۴: تمرین خود را با یک سالن سخنرانی خالی شروع کنید
- فصل ۵: ابتدا برای گروه‌های کوچک سخنرانی کنید
- فصل ۶: ارائه سخنرانی و مذاکره با گروه‌های کوچک
- فصل ۷: تسلط برای ایستادن روی سن و صحبت کردن
- فصل ۸: تسلط زبانی
- فصل ۹: فوت‌وفن یادگیری، آشنایی با روش‌ها و تکنیک‌های یک سخنران خوب
- فصل ۱۰: شرایط را کنترل کنیم
- فصل ۱۱: با شادمانی سالن را ترک کنید
- فصل ۱۲: چگونه دیگران را متقاعد کنیم؟

درباره کتاب

خوب صحبت کردن برای شما احترام می‌آورد و این اقدام باعث افزایش عزت نفس هنگام مصاحبه می‌شود. در واقع همین عزت نفس است که شما را در مصاحبه‌ها شاد و پرانرژی می‌کند و می‌تواند توجه دیگران را به شما جلب نماید. با خوب صحبت کردن می‌توانید افراد مختلف را در کوتاه‌ترین زمان متقاعد کنید و با طی مراحل بعدی به اهداف خود نزدیک‌تر شوید. کتاب قدرت بیان اثر برایان تریسی فراتر از اصول صحبت کردن است و قوی‌ترین اسرار را برای شما فاش می‌کند تا به کمک آنها دیگران را با سخنرانی‌هایتان تحت تأثیر قرار بدهید و نه تنها با دیگران ارتباط مؤثر برقرار کنید، بلکه با مهارت، ذهن آنها را در رابطه با مسائلی که برای موفقیتتان ضروری هستند تغییر بدهید.

این کتاب مناسب چه افرادی است؟

- سخنران‌های تجاری
- مدیران
- بازاریاب‌ها
- مصاحبه‌کننده‌های شغلی

درباره نویسنده

برایان تریسی (Brian Tracy) در ۵ ژانویه سال ۱۹۴۴ در کانادا به دنیا آمد. برایان تریسی کتاب‌های متنوعی در زمینه روان‌شناسی و بازاریابی به نگارش درآورده و از این طریق، به افراد بسیاری در سراسر جهان کمک کرده است.

کتاب قورباغه‌ها را قورت بده (Eat That Frog): این کتاب یکی از مشهورترین کتاب‌های برایان تریسی است و در رده پرفروش‌ترین کتاب روان‌شناسی در سال ۲۰۰۱ قرار گرفت.

برایان تریسی هر چند تحصیل خود را رها کرده بود، در ۳۰ سالگی برای تحصیل در رشته بازرگانی به دانشگاه آلبرتا رفت. او اصول خود را در

خدمات رسانی بانک سامان به زائرین اربعین

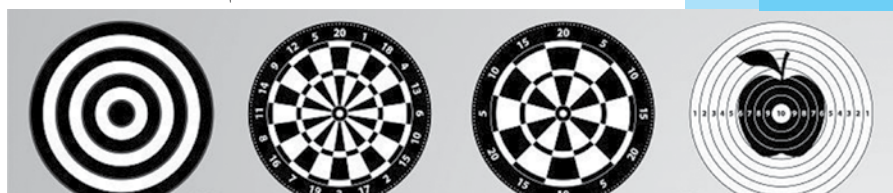
بانک سامان با اعزام چند دستگاه خودپرداز سیار به مرز شلمچه و مهران، در خدمت زائرین اربعین بود. به گزارش سامان رسانه، بانک سامان با هدف ارائه خدمت به زائرین اربعین سه دستگاه خودپرداز سیار به مرز شلمچه و مهران اعزام کرد. این دستگاه‌ها به صورت شبانه‌روزی توسط تیم بانک سامان که در منطقه مستقر شدند پشتیبانی شد و این فرایند تا پایان مراسم اربعین ادامه یافت. تمامی زائرین با استفاده از کارت‌های عضو شتاب و از طریق این دستگاه‌ها توانستند خدمات بانکی مختلف اعم از دریافت وجه نقد، انتقال وجه کارت به کارت، خرید شارژ اپراتورهای تلفن همراه و پرداخت انواع قبوض را انجام دهند.

بانک سامان با اعزام چند دستگاه خودپرداز سیار به مرز شلمچه و مهران، در خدمت زائرین اربعین بود. به گزارش سامان رسانه، بانک سامان با هدف ارائه خدمت به زائرین اربعین سه دستگاه خودپرداز سیار به مرز شلمچه و مهران اعزام کرد. این دستگاه‌ها به صورت شبانه‌روزی توسط تیم بانک سامان که در منطقه



کسب مقام نایب قهرمانی مسابقات تیراندازی توسط همکاران انتظامات

میجتبی طهرانی، سرگشت انتظامات بانک سامان در مسابقات تیراندازی پرسنل حراست کلیه بانک‌ها، موفق به کسب مقام نایب قهرمانی شد.





همایش سالانه سپ برگزار شد

با هم؛ در مسیری جدید

چهاردهمین همایش سالانه سپ روزهای ۲۱ و ۲۲ تیرماه ۱۴۰۲ با حضور مدیرعامل و اعضا هیئت‌مدیره، مدیران ارشد و رؤسای شعب در هتل المپیک تهران برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی سپ، در ابتدای مراسم، حسین واعظ قمصری رئیس هیئت‌مدیره این شرکت، ثبات مدیریتی و نوآوری بودن را از شاخص‌های اصلی سپ معرفی کرد و رسیدن به جایگاه فعلی را مدیون زحمات همکاران این مجموعه دانست. غلامحسین عرب حسن‌خانی نایب‌رئیس هیئت‌مدیره با اشاره به فراز و نشیب‌های این شرکت در قوانین بالادستی اعم از هدف‌مندی یارانه‌ها، هدف‌مندی آرد و نان، اختلالات اینترنتی و ایجاد مشکل در شبکه‌های پرداخت، با انتقاد از رقابت ناسالم شرکت‌های پرداخت عنوان کرد: متأسفانه رقابت ناسالم شرکت‌های پرداخت موجب افزایش توقع پذیرندگان شده است. احسان ترکمن مدیرعامل شرکت سپ سخنرانی خود را با گزارشی از عملکرد سپ آغاز و در ادامه از برنامه‌هایی برای جلوگیری از اتلاف وقت همکاران با استفاده از بهبود منابع فنی و توسعه IVR رونمایی کرد. مدیرعامل سپ در ادامه با تأکید بر استفاده از منابع موجود در انبار، توسعه همکاری با تندر نور، توسعه همکاری در پروژه‌های حاکمیتی و دولتی خواستار مدیریت مؤثر هزینه‌ها شد. معاونان، مدیران و برخی از رؤسای شعب نیز در ادامه به سخنرانی پرداختند.



۲۴ سال اعتماد و اعتبار

همراه همیشگی



برای پرداختن به زندگی...

www.sep.ir



پرداخت الکترونیک سامان گیتش



حضور فعال بانک سامان در نمایشگاه بین‌المللی IBEX تمایل اتحادیه‌های نان برای همکاری با بانک سامان

فراہانی با انتقاد از عملکرد بانک‌ها در نحوه پرداخت وام، گفت: «بسیاری از بانک‌ها با شرایطی مانند وثیقه‌های سنگین ملکی و سپرده‌گذاری وام پرداخت می‌کنند که چندان مطلوب نیست و امیدواریم بانک سامان بتواند شرایط بهتری برای اخذ وام از سوی اعضای اتحادیه نان‌های حجیم و نیمه حجیم تهران فراهم کند.»

وی با اشاره به اینکه این اتحادیه نزدیک ۷۰۰ عضو در شهر تهران دارد، ادامه داد: «۳۴۰۰ عضو اتحادیه نان‌های سستی نیز با ما در ارتباط هستند و می‌توانیم پل ارتباطی مناسبی میان بانک سامان و مجموعه بزرگ نانویای‌های تهران باشیم.»

عضو هیئت‌مدیره اتحادیه نان‌های حجیم و نیمه حجیم تهران، با اشاره به اینکه این اتحادیه به‌تازگی حساب خود را در بانک سامان باز کرده است، تأکید کرد: «این اتفاق می‌تواند شروع همکاری خوبی میان ما و بانک سامان باشد و اتحادیه می‌تواند در قبال خدماتی که از سوی بانک سامان به اعضای این اتحادیه ارائه می‌کند، پلی برای ارتباط این بانک و اعضای اتحادیه باشد و خدمات بانک را به اعضای خود معرفی کند.»

امادگی تعاونی اتحادیه نان فانتزی برای همکاری با بانک سامان

علیرضا نقره، عضو هیئت‌مدیره تعاونی اتحادیه نان فانتزی تهران، در حاشیه برپایی نمایشگاه بین‌المللی صنعت غلات، آرد و نان ۱۴۰۲ IBEX، گفت: «حدود دو سال است که با بانک سامان همکاری داریم و از مشتریان این بانک هستیم. به‌عنوان یک مشتری باید بگویم که کاملاً از خدمات بانک سامان راضی هستیم.»

نقره ادامه داد: «از مجموعه خدمات بانک سامان از جمله اینترنت بانک و موبایل بانک استفاده می‌کنم و به نظرم از نظر تنوع خدمات و سرعت

بانک سامان مانند سال‌های گذشته امسال نیز در نمایشگاه بین‌المللی صنعت غلات، آرد و نان IBEX شرکت داشت و از این فرصت برای معرفی خدمات نوین بانکی به فعالان صنایع آرد و نان استفاده کرد.

پانزدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت غلات، آرد و نان ۱۴۰۲ (IBEX)، از ۱۶ تا ۱۹ شهریورماه در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار شد. در این نمایشگاه آخرین دستاوردهای صنعت آرد و نان در معرض نمایش قرار گرفت و فعالان این صنعت در فضایی تخصصی به تبادل نظر پرداختند. بانک سامان نیز به دلیل سیاست‌های کلی خود در حمایت از امنیت غذایی، حضور فعالی در نمایشگاه صنعت غلات، آرد و نان داشت.

غرفه بانک سامان در سالن ۳۸ نمایشگاه بین‌المللی صنعت غلات، آرد و نان، با حضور کارشناسان خبره بانکی به محلی برای معرفی خدمات نوین این بانک به حضار در نمایشگاه تبدیل شد. این حضور فرصتی پیش آورد تا در گفت‌وگو با برخی از مدیران نهادها و شرکت‌های فعال در صنعت غلات، آرد و نان، نظرات فعالان این صنعت در خصوص همکاری با بانک سامان و خدماتی که از این بانک دریافت می‌کنند، منعکس شود.

اتحادیه نان‌های حجیم و نیمه حجیم پل همکاری

بانک سامان و نانویای تهران

قاسم فراہانی عضو هیئت‌مدیره اتحادیه نان‌های حجیم و نیمه حجیم تهران، با ابراز خوشحالی از حضور بانک سامان در پانزدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت غلات، آرد و نان، گفت: «ما در دو بخش سپرده‌گذاری و تسهیلات نیازمند همکاری با بانک سامان هستیم.»



ما است. از سوی دیگر شرکت نیاز دارد که به نیروهای خود خدماتی از جمله تسهیلات ارائه دهد و از این نظر نیاز دارد که با بانک در این زمینه وارد مذاکره شود.

مشتاق دریافت خدمات ارزی بانک سامان هستیم

افشین جمالی، مدیر مالی شرکت صنایع آذریاب تبریز که در زمینه تولید دستگاه‌های پخت نان فعال است، گفت: «ما نزدیک به پنج سال است که از خدمات بانکی بانک سامان استفاده می‌کنیم و اغلب از خدمات ارزی این بانک استفاده کرده‌ایم.»

جمالی ادامه داد: «ما سالانه حداقل ۱۰۰۰ میلیارد ریال خرید ارز از طریق بانک سامان داریم، اما متأسفانه از حدود دی‌ماه سال گذشته سه سفارش خرید ارز ما به ارزش نزدیک به ۷۰۰ هزار یورو، پرداخت نشد و این باعث شد تا روند ثبت سفارش ما برای واردات با وقفه مواجه شود.»

وی افزود: «با وجود اینکه مجبور شدیم برای تأمین ارز سراغ دیگر بانک‌ها برویم، اما هنوز هم خدمات بانک سامان برای ما اهمیت دارد و در تلاش هستیم تا تسهیلات مزایه بانک سامان را دریافت کنیم و همکاری بانکی شرکت را با این بانک توسعه دهیم.»

جمالی گفت: «در عرصه خدمات ارزی، هیچ بانکی نمی‌تواند در رقابت با بانک سامان قرار بگیرد، اما مشکلی که امروز در سراسر کشور با آن روبرو هستیم، نبود ارز است.»

مدیر مالی شرکت صنایع آذریاب تبریز، گفت: «یکی دیگر از خدماتی که امیدوارم بتوانیم از بانک سامان دریافت کنیم، خدمت خرید دین است، زیرا ما سالانه ۱۰۰۰ میلیارد تومان فروش دستگاه و ماشین‌آلات داریم و نیاز به نقد شدن چک‌ها داریم.»

عمل، بانک سامان یکی از بهترین بانک‌های ایران است. پرداخت‌های بانک سامان بسیار منظم بوده و من روزم را با پیامک واریز این بانک آغاز می‌کنم» این عضو هیئت‌مدیره تعاونی اتحادیه نان‌های فانتزی، ادامه داد: «ما در اتحادیه به دنبال ایجاد شرایطی برای دریافت وام برای اعضا هستیم و امیدوارم که بتوانیم از این طریق میان تعاونی و بانک سامان یک همکاری خوب شکل بگیرد.»

PSP نقطه قوت بانک سامان

ابوالقاسم آموزش، مدیرعامل شرکت ثمین نان سحر که با برند «نان سحر» در بازار حضور دارند، درباره همکاری با بانک سامان، گفت: «یکی از نکات برجسته در فعالیت بانکی بانک سامان PSP (Payment Service Provider) ارائه خدمات پرداخت الکترونیک این بانک است که هنوز هم جزء نقاط قوت آن به شمار می‌رود.»

آموزش ادامه داد: «ارتباط میان شرکت‌های تولیدی و بانک یک ارتباط دوسویه است، از طرفی شرکت تولیدی سرمایه در گردش خود را از طریق بانک به دست می‌آورد و از سوی دیگر بانک نیز با گردش منابع به درآمد می‌رسد. در اینجا است که خدمات به‌موقع بانکی و تکریم مشتری می‌تواند همکاری خوبی را میان بانک و شرکت‌های تولیدی رقم بزند.» وی با بیان اینکه بانک‌ها در یک رقابت سنگین برای ارائه خدمات به مشتریان خود هستند، ادامه داد: در این بین بانک سامان توانسته است با استفاده از خدمات متمایز خود به‌خصوص در حوزه پرداخت‌های الکترونیک مشتریان خود را گسترش دهد.

مدیرعامل نان سحر، درباره نیازهای این شرکت تولیدی به خدمات بانکی، تصریح کرد: «تأمین نقدینگی در حال حاضر مهم‌ترین نیاز بانکی

از نمایش تابهره اقتصادی

| سجاد غضنفری نیا |
| کارشناس مهندسی فضایی |



به این نتیجه رسیدند که فارغ از نمایش فناوری می توان استفاده های بهتری هم از این نوع ماهواره ها داشت، به گونه ای که بتوان کاربردهای فناورانه آن را در زندگی بشر عملی کرد. گفتنی است، نانوماهواره ها از میکروماهواره ها، کوچک تر هستند و جرم آنها تا ۱۰ کیلوگرم است.

باتوجه به اینکه در یک پروژه فضایی، مسئله اصلی هزینه پرتاب ماهواره است؛ استفاده از سامانه هایی که به لحاظ جرمی و وزنی سبک تر هستند، هزینه کمتری را برای شرکت ها یا سازمان های فضایی رقم می زند؛ بنابراین این فرصت در ابتدای کار از سوی صنایع پیشرو مورد استفاده قرار گرفت. با پیشرفت تجهیزات الکترونیک، برنامه های فضایی رویکرد بهره بردارانه گرفت و سازمان های فضایی ترجیح دادند، از این تجهیزات برای توسعه فعالیت هایی که تاثیر زیادی بر زندگی بشری دارند، استفاده کنند. آغاز کار نانوماهواره ها با خدمات مخابراتی شروع شد و در حال حاضر ماموریت های دیگری با استفاده از این ماهواره ها انجام می شود. گفتنی است، تجهیزات الکترونیک که سازندگان در نانوماهواره ها به کار می گرفتند، به طور دقیق همان تجهیزاتی بود که در تلفن های همراه و تلویزیون ها استفاده می شد، به همین دلیل ساخت بدنه نانوماهواره ها در عمل کار سختی نبود. ماموریت محور کردن این نوع ماهواره ها در صنعت فضایی باعث شد، نقش نانوماهواره ها پررنگ تر و جدی تر از

با تولد ماهواره ها، اطلاعات منحصر به فردی از زمین به انسان مخابره شد؛ اطلاعاتی که به انسان کمک بیشتری در آمایش سرزمین و پیش بینی های اقلیمی می کرد.

طبق مطالعات انجام گرفته، ماهواره ها براساس ماموریت و نوع کاربریشان به ۷ نوع ارتباطی و مخابراتی، هواشناسی، موقعیت یابی و ناوبری، تحقیقاتی، نظامی، جاسوسی و ماهواره های شناسایی یا مشاهده زمین تقسیم می شوند.

در همین راستا، شرکت های دانش بنیان زیادی هم در سراسر دنیا تلاش کردند، فعالیت های گسترده ای در این عرصه داشته باشند و امروزه آنها به فناوری نانوماهواره دسترسی پیدا کرده اند؛ ماهواره هایی با ابعاد بسیار کوچک که ضمن اینکه مشکلات ماهواره های بزرگ را نداشتند، اقتصادی تر هستند و ویژگی های منحصر به فردتری دارند.

پرتاب نانوماهواره در صنعت فضایی دنیا، ابتدا برای نمایش فناوری در فضا مطرح شد. به عبارت دیگر، سازمان های فضایی برای نمایش فناوری های جدید در مدار زمین، از ماهواره هایی با ابعاد کوچک تر استفاده می کردند.

در واقع، در کنار ماهواره اصلی، نانوماهواره ها هم روی پرتابگر قرار می گرفت تا فرصت حضور در فضا را پیدا کند. پس از مدتی، دانشمندان



با وجود رویکردهای مشخص در صنعت فضایی ایران، نانوماهواره‌ها زودتر از آنچه فکرش را می‌کردیم؛ جای خود را در کشور پیدا کرد. در ابتدای امر، با اهداف آموزشی در دانشگاه‌ها مورد استفاده قرار گرفت و به راحتی توانست جایگاه خود را به عنوان یک بازیگر صنعتی در صنعت فضا پیدا کند. گفتنی است، امروزه شرکت‌های دانش‌بنیانی تأسیس شده‌اند که در این راستا فعالیت تخصصی می‌کنند. از آنجایی که ساختار کشور در توسعه فناوری فضایی بازارمحور نبوده و نیست، تولیدات این حوزه خریداری نداشته و از طرفی هم، کاربرد مشخصی هم برای آن تعریف نشده است، به همین دلیل چنین اکوسیستمی نمی‌تواند پایداری چندانی داشته باشد. در این شرایط، تأثیر افرادی که به ایجاد یک بازار واحد برای این صنعت فکر می‌کنند، انکارنشدنی است. هدف این است که سازندگان و صاحبان فناوری بتوانند جایی برای تبادل و عرضه داشته باشند. مشکل بعدی در توسعه نیافتن نانوفناوری‌ها در صنعت فضایی کشور، نبود زیرساخت‌های لازم، هم به لحاظ سخت‌افزاری و نرم‌افزاری و هم به لحاظ مشاوره‌ای است. به صورت کلی، زیرساخت‌های مناسب در فضای کسب و کار نداریم. اگر کشورهای موفق در این زمینه توانستند، بازار و صنعتی با سودهای چندبرابری ایجاد کنند، دلایلش به ایجاد زیرساخت‌های مناسب در هر کسب و کار پیش از هر اقدامی برمی‌گردد.

پیش‌مورد بررسی قرار گیرد؛ به گونه‌ای که امروزه این ماهواره‌ها جای بسیاری از ماهواره‌های بزرگ را گرفتند و کشورها به ویژه در قاره اروپا، به نوعی ظرفیت‌سازی کردند تا منظومه‌ای از نانوماهواره‌ها، در مدارهای زمین شکل بگیرد.

با پیشرفت تجهیزات در ساخت نانوماهواره‌ها، با مجموعه‌ای از سخت‌افزارهایی مواجهیم که عملکردی در حد ماهواره‌های بزرگ دارند؛ کیفیت خروجی آنها در مأموریت‌های مخابراتی چه از نظر سنجشی و چه از لحاظ اندازه‌گیری‌های دقیق، مطلوب است، به گونه‌ای که می‌تواند به شدت مورد استفاده زندگی روزمره بشر واقع شود.

فعالیت‌های ماهواره‌ای در کشور زمانی آغاز شد که نانوماهواره‌ها در جهان شناخته نشده بودند؛ حتی پرتاب‌های اشتراکی هم چندان انجام نمی‌گرفت، به همین دلیل، ورود به صنعت فضایی در ایران با پرتاب مستقل ماهواره‌ها همراه بود. علاوه بر آن، به علت نبود زیرساخت‌های مناسب، امکان اینکه سراغ نانوماهواره‌ها بروند، وجود نداشت. با توجه به راهبردهای بالادستی، توسعه فناوری فضایی منوط به رفع نیازها بوده که نتایج مشخصی هم داشته است، به همین سبب، توجه چندانی به نانوماهواره‌ها نداشتند. در کل، توسعه فناوری فضایی در کشور با توجه به راهبردهای مورد نظر چندان بر مبنای توسعه نانوماهواره نبود.



دشواری دسترسی به ریال در شرایط تحریم

| غلامرضا پناهی |
| معاون سابق ارزی بانک مرکزی |

کرد. قوت و ارزش پول یک کشور را اقتصاد و توان صادراتی آن کشور نشان می‌دهد و ارزش پول ملی با حرف تقویت نمی‌شود. به بیان دیگر، اقتصادی قوی است که برپایه تولید بنا شده باشد و متقاضی برای خرید آن تولیدات در بازارهای بین‌المللی وجود داشته باشد. در چنین وضعیتی پول ملی آن کشور نیز تقویت می‌شود. در سال‌های اخیر مسئولان اقتصادی تاکید داشتند تجارت ایران و روسیه با ارزهای محلی دنبال شود.

اینجا باید به این پرسش پاسخ داده شود که آیا این موضوع توانست به روند تجارت دو کشور کمک کند؟ در پاسخ به این پرسش باید گفت دولت در استفاده از ارزهای ملی یک طرف قضیه است و مشروعیت یک پول به قدرت پذیرش آن پول توسط فعالان اقتصادی بازمی‌گردد. در نتیجه، این هدف با حرف و بحث سیاسی قابل تحقق نیست. فرض را بر این بگیریم که یک دولت با تمام دولت‌ها قرارداد ببندد و مقرر کند که تجارت را با پول ملی دنبال کند. اگر فعالان اقتصادی نتوانند با پول آن کشور ارزش کالای خود را حفظ کنند، دیگر تمایل نخواهند داشت که با آن ارز، به مبادله تجاری خود ادامه بدهند.

پذیرش ارزهای محلی در دادوستدهای بین‌المللی یک بحث ساختاری و فراحاکمیتی است. اگر روزی در بازارهای بین‌المللی برای یورو، محدودیت‌هایی ایجاد شود، بدون تردید این ارز نیز بی‌ارزش خواهد شد.

پس گام نخست پذیرش ارزهای محلی در سایر کشورها، به پذیرش آن توسط فعالان اقتصادی بازمی‌گردد، زیرا آنها در تجارت نخست به حفظ ارزش دارایی‌ها و دوم خرید و فروش آزادانه آن ارز در بازارهای جهانی توجه دارند.

اگر تجارت با ارزهای محلی در چارچوب استانداردهای بین‌المللی پولی و بانکی باشد، شدنی است و می‌توان به نتایج آن امیدوار بود، اما ریسک این کار بالاست و نباید بدون مطالعه در این مسیر قدم بگذاریم و باید زمان زیادی برای بررسی ابعاد مختلف این طرح صرف شود. در پایان باید بر این نکته اصرار کنم که فعالان اقتصادی نباید آدرس غلط در این زمینه به مسئولان بدهند، زیرا این احتمال وجود دارد که تصمیمات اشتباه در این زمینه گرفته شود.

شرایط استفاده از ارزهای محلی در فضای تحریمی و غیرتحریمی، متفاوت است.

بسیاری از کشورهایی که در به بازارهای جهانی دسترسی دارند، مایل‌اند که با ارزهای محلی معاملات خود را پی بگیرند، چراکه می‌خواهند به این شکل، ارزهای خود را در بازارهای بین‌المللی درگیر و برای ارزهای خود در بازارهای جهانی تقاضا ایجاد کنند، به همین دلیل، در این روزها شاهد توافق هند و امارات برای استفاده از ارزهای محلی در مبادله نفت هستیم.

اما شرایط استفاده از ارزهای محلی در فضای تحریم، متفاوت است؛ به عنوان مثال، دسترسی به ارز ریال در بانک‌های دیگر کشورها دشوار شده و اگر ما نتوانیم ریسک‌ها و نوسان‌های نرخ ارز را در معاملات ارزی متفاوت پوشش دهیم، باید منتظر زیان‌های سنگین باشیم و این زیان را در ارزهای بلوکه‌شده ایران در کشورهای دیگر مشاهده کردیم.

دولت‌ها برای تقویت ارز ملی خود تلاش زیادی انجام می‌دهند و در گام نخست بهره‌گیری از ارزهای محلی در بازارهای بین‌المللی زمینه تقویت تجارت خارجی را فراهم می‌کنند. اگر فعالان اقتصادی یک کشور نتوانند کالایی را به راحتی در بازارهای جهانی خرید و فروش کنند، به تبع تقاضا برای ارز محلی آنها ایجاد نخواهد شد.

به عنوان مثال ایران به‌ازای فروش گاز و نفت، پول ملی تمام کشورها را می‌پذیرد. اینجا این پرسش مطرح است که کدام کشورهای خریدار نفت ایران، حاضرند در ازای فروش کالا از ما ریال دریافت کنند؟ آیا تاجر خارجی می‌پذیرند که ماشین‌آلات به ما بفروشند و در ازای آن ریال دریافت کنند؟ آیا ریال از نظر شاخص‌های اقتصادی آنقدر ارزشمند و جذاب است که شخصی در خارج از کشور آن را بپذیرد؟ پاسخ به این پرسش‌ها بسیار حائز اهمیت است و باید به آنها توجه کرد.

پذیرش ارزهای ملی در بازارهای جهانی، موضوعی پیچیده و فنی است. باید این نکته را در نظر داشت که حذف یک ارز در بازارهای جهانی ارتباط چندانی به تنش‌های سیاسی ندارد.

در فضای بین‌المللی، نرخ کالاهای صادراتی ایران با دلار سنجیده می‌شود و ما ناچاریم که این ارز را بپذیریم.

مراد من از طرح این موضوع این است که اگر ایران با کشوری وارد تنش سیاسی شده، نباید این مسئله را به مثابه حذف ارز آن کشور تلقی

پیشروان در اقتصاد ملی فصل پنجم صنایع بزرگ

رضا پدیدار
رئیس کمیسیون انرژی
اتاق بازرگانی تهران

بررسی‌ها و مطالعات اولیه در مراکز تحقیقاتی نشان می‌دهد که در میان بخش‌های اصلی اقتصاد ایران، بالاترین رشد در گروه صنعت و پایین‌ترین رشد در گروه کشاورزی رقم خورده است. نوسان در شرایط اقتصادی و سیاسی روز باعث می‌شود که روند رشد بخش‌ها در سال‌ها و ماه‌های مختلف، نوسان نامعقولی را تجربه کند. به عنوان مثال، ممکن است در یک سال با شدت گرفتن تحریم‌ها، رشد بخش نفت و گاز کاهش یابد و از سمت دیگر به علت بارش‌های فراوان بخش کشاورزی رشد خوبی را تجربه کند. بر همین اساس، سهم هر بخش از حجم اقتصادی کشور در بازه‌های زمانی مختلف، متفاوت است. اما به طور حتم می‌توان گفت که در شرایط فعلی، تقویت و فراهم کردن زمینه‌های تولید یکی از پایه‌های اساسی رشد و توسعه اقتصاد ملی است که علاوه بر تامین نیاز داخل به رونق بازار صادرات و بالا بردن رقابت بین واحدهای مولد کمک می‌کند. در این صورت، نقش صنایع بزرگ و پیشروان در شرایطی می‌تواند در اقتصاد ملی ایران نافذ و اثرگذار باشد که استراتژی توسعه صنعتی نحوه ارتباط بخش صنعت کشور با اقتصاد جهانی را تعریف کند و از سوی دیگر، به طور غیرمستقیم بر تخصیص منابع بین صنایع یا گروه‌های صاحب نفوذ جامعه اثرگذار باشد.

به این ترتیب، استراتژی توسعه صنعتی به مثابه نقشه راهی است که سیاست صنعتی کشور را تعیین می‌کند. در واقع، این سیاست دربردارنده همه سیاست‌های صنعتی، تجاری، ارزی، پولی و مالی است که همگی به صورت هماهنگ در راستای تحقق استراتژی توسعه صنعتی تنظیم می‌شوند. با این همه هنوز احکام مهمی که لازمه تدوین استراتژی توسعه صنعتی است، روی زمین مانده است. به عنوان مثال،

موضوع اولویت‌بندی صنایع در بند الف ماده ۴۶ قانون برنامه ششم توسعه پیش‌بینی شده و بلا اقدام باقی مانده است؛ زیرا حکمی که در راستای ارتقای نقش دولت در توسعه صنعتی و جلوگیری از تداخل وظایف و اتلاف منابع در این قانون گنجانده شده، اما هنوز جامه عمل نپوشیده است. هرچند این مهم پیش از این در ماده ۱۵۰ قانون برنامه پنجم توسعه نیز آمده بود و طبق ماده ۲۱ قانون برنامه چهارم توسعه نیز، وزارت صنایع و معادن موظف به تهیه سند ملی توسعه بخش صنعت و معدن با توجه به استراتژی توسعه صنعتی شده بود. به نظر می‌رسد در سایه همین ابهام و بی‌عملی است که صنایع بزرگ و پیشروان در ایران قربانی کمبودها می‌شوند و در شرایطی که حرکت چرخ‌های صنعت می‌تواند متضمن فعالیت اقتصادی مولد باشد، قطع برق صنایع به دلیل فعالیت ماینرها یا استخراج رمزارزها، ارجح شناخته شده و این حرکت بی‌برنامه تداوم می‌یابد. از این رو انتظار می‌رود دولت سیزدهم نسبت به مشخص کردن جایگاه صنعت در اقتصاد ملی ایران هرچه سریع‌تر اقدام کند تا نقشه‌راه برای سال‌های پیش‌رو روشن باشد. در این شرایط، سایر بخش‌ها از جمله سیاست‌گذاران حوزه انرژی با دریافت دقیق مسیر حرکت، با وضعیت ترسیم‌شده تطبیق یافته و لازم است فضا برای رشد مولد اقتصاد مهیا شود. مهم‌ترین دستاورد این اقدام، مهار تورم افسارگسیخته، ایجاد اشتغال پایدار و همچنین بهبود وضعیت اقتصادی و معیشتی در جامعه خواهد بود. در این راستا، هرچند برای توسعه تعریف واحدی وجود ندارد، اما قریب به اتفاق کارشناسان، آن را فرآیندی چندبعدی می‌دانند که طی آن، شرایط نامطلوب زندگی به شرایط مطلوب تبدیل می‌شود. نبود توجه کافی به هر یک از ابعاد توسعه می‌تواند موجب دور شدن از اهداف اساسی و در

نهایت، نبود تعادل و توازن در اقتصاد باشد. در این میان، صنایع بزرگ و پیشروان به دلیل نقش و تاثیر بالا در فرآیند رشد و توسعه مناطق، از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. به بیان دیگر، با عنایت به گستره و تنوع فعالیت‌های صنعتی، توجه به این بخش می‌تواند ابزار مناسبی در راستای توسعه متعادل اقتصادی به ویژه در مناطق شهری فراهم آورد.

رشد این گونه صنایع امکان می‌دهد که قدرت عوامل تولید با توجه به توسعه روزافزون علم و فناوری به صورت مستمر افزایش یابد. با صنعتی شدن کشور این امکان فراهم می‌شود که نیازهای مادی افراد جامعه بهتر تامین و نیروی کار شاغل در بخش صنعتی از حقوق و امنیت اجتماعی بهتری بهره‌مند شود. در این صورت، توسعه صنعت علاوه بر آنکه موجب افزایش سهم کالای صنعتی در صادرات کالایی کشور شده، می‌تواند:

الف - سهم کالاهای صنعتی در صادرات افزایش یافته و این روند به اقتصاد ملی کمک کند.

ب - از طریق افزایش تولید و صادرات، موجب رونق بازار کار و اشتغال، بهبود درآمد طبقه کارگر و از این طریق موجب بهبود وضعیت توزیع درآمد در جامعه شود.

ج - از طریق کمک به سایر بخش‌های اقتصادی و ارتقای بهره‌وری آنها، وضعیت درآمدی و رفاه جامعه را بهبود بخشیده و صنعتی شدن می‌تواند موجب پایه‌ریزی نظام اقتصادی - اجتماعی عادلانه نیز باشد.

تجربه جوامع توسعه‌یافته، نشانگر ارتباط مستقیم رفاه و سطح زندگی مردم با گسترش صنایع در آن جوامع است. به علاوه، تجربه کشورهای توسعه‌یافته صنعتی نشان داده است که صنعتی شدن به عنوان نیروی محرکه برای توسعه رشد

کلیه بخش‌های اقتصادی و بافت‌های اجتماعی نقش ایفا کرده و در نهایت، افزایش چشمگیر ارزش افزوده بخش صنعت در تولید ناخالص داخلی در کنار بسیاری از تحولات و تغییرات قابل توجه در عرصه‌های سیاسی، اجتماعی و فرهنگی، همگی را در زمره شاخص‌ترین دستاوردهای راهبردی توسعه صنعتی تلقی کرد.

به طور کلی می‌توان گفت؛ در چند دهه اخیر صنایع بزرگ و پیشروان و نیز توسعه صنعتی و گسترش بنگاه‌ها در اندازه‌های مختلف خود سبب شکل‌گیری بخش صنعت با تاکید بر صنایع کوچک و متوسط و زودبازده یا صنایع بزرگ در کشورهای مختلف شده است. بررسی وجود ارتباط میان اندازه بنگاه‌ها و رشد اقتصادی می‌تواند بسیاری از سیاست‌های مرتبط با حمایت از بنگاه‌ها را تحت تاثیر قرار دهد. رشد اقتصادی حاصل از صنایع بزرگ و پیشروان تابعی از تعداد شاغلان، انباشت سرمایه فیزیکی، مخارج تحقیق و توسعه و نیز تعداد بنگاه‌های کوچک و متوسط حاصل از فعالیت مستمر آنها بوده است که بسیار حائز اهمیت و اثرگذار خواهد بود. در این حالت، برآورد مدل و تحلیل نتایج با استفاده از الگوهای هم‌انباشتگی، حاکی از آن است که تعداد بنگاه‌های صنعتی اثر مثبت بر رشد اقتصادی ایران دارند و می‌توانند ضمانت اجرایی هدایت رشد اقتصادی همه‌جانبه کشور را دربرداشته باشند.

در کلام پایانی، اقتصادهایی که میزان اتکای آنها به بنگاه‌های بزرگ و پیشروان کم است و دارای تعداد زیادی بنگاه‌های کوچک هستند، در مقابل بحران‌های اقتصادی، آسیب‌پذیرتر بوده و این بحران‌ها می‌تواند موجب بروز تکانه‌های غیرقابل پیش‌بینی، همچنین مشکلات یادشده می‌تواند منجر به بروز تخریب‌های بنیادهای اقتصادی در تمام زمینه‌ها شود.

جهان در آستانه تهدیدهای سایبری

| سجاد عابدی |
| کارشناس امنیت سایبری |

امروزه جنگ به شکل قدیم خود منحصر نمی شود، بلکه به علت پیشرفت خارق العاده در علوم رایانه ای، نوع جدیدی از مخاصمات تحت عنوان جنگ سایبری شکل گرفته؛ بر این اساس، در تعریف جنگ اطلاعاتی یا سایبری باید گفت که این نوع از جنگ به معنای انجام عملیات نظامی مطابق با اصول مربوط به اطلاعات است. به عبارت دیگر، جنگ سایبری به نوعی از نبرد گفته می شود که طرفین جنگ در آن از رایانه و شبکه های رایانه ای (به ویژه شبکه اینترنت) به عنوان ابزار استفاده می کنند و نبرد را در فضای مجازی انجام می دهند؛ بنابراین، در جنگ سایبری تلاش می شود تا همه چیز را درباره دشمن بدانیم و در عین حال، نگذاریم او هیچ چیزی درباره ما بداند.

هدف اصلی در جنگ سایبری این است که اگر موازنه توان رزمی وجود نداشته باشد، بر هم زدن موازنه اطلاعات و دانش، به نفع نیروهای خودی است. پس در جنگ سایبری ممکن است بتوان با بهره گیری از دانش برتر، ضعف سرمایه و نفرات کمتر را جبران کرد. نبرد سایبری به نوعی خود ابداع کننده گونه ای جدید از سلاح های مدرن است که به شدت می تواند تغییرات بنیادین در عرصه نبردهای مدرن ایجاد کند. رایانه ها امروزه تا جایی پیش رفته اند که در آن نیروهای نظامی توانایی وارد کردن جراحت، کشتن و ایجاد خسارت های فیزیکی از طریق فضای مجازی را دارند. دامنه نبرد سایبری می تواند از فعالیت های شبکه ای بی ضرر تا حملات شدید به ساختارهای زیربنایی در سطح ملی در نوسان باشد. به همین دلیل، ابهاماتی در رابطه با مشروعیت جنگ های سایبری در حقوق حاکم بر فضای بین الملل وجود دارد.

تجاوز و فراتر از آن تعیین دولت یا نهاد متجاوز به شدت ابهام‌برانگیز است. به عبارت دیگر، در حوزه نبرد سایبری، برقراری ارتباط میان حمله با یک منبع خاص و تشخیص قصد طرف از این حمله اهمیت بسیار زیادی دارد و با در نظر گرفتن امکاناتی که فضای مجازی برای اقدام به حمله از راه دور و ناشناس ماندن فراهم می‌کند، طبیعی است که عاملان حملات سایبری علاقه به ناشناس ماندن داشته باشند.

مطابق با حقوق بین‌الملل، یک دولت باید میان حمله و منبع آن ارتباط برقرار کند؛ زیرا قوانینی که بر پاسخ مشروع به یک تهاجم تصریح می‌کنند (پاسخ به تهاجم را مجاز می‌شمارند)، براساس دولتی بودن یا نبودن منشأ تهاجم متفاوت است؛ یعنی اگر مهاجم مشخص باشد و از سوی دولتی حمله انجام نگرفته باشد، دفاع مشروع باطل است. بنابراین اشنکالی که اینجا وجود دارد، این است که موارد یادشده تنها ناظر به دولت‌ها است، پس برای منشأ غیردولتی نمی‌توان از این موارد بهره جست؛ بنابراین واقعیت این است که قوانین مربوط به حملات سایبری درباره دولت‌ها قابل اعمال و استناد است، نه درباره اشخاص. در صورتی که اقداماتی که در مقابله با این حملات انجام می‌گیرد، اگر در چارچوب موازین دفاع مشروع نباشد، خود نوعی نقض حقوق بین‌الملل به‌شمار می‌رود. از طرفی هم، دفاع مشروع زمانی قانونی است که اقدامات در راستای دفاع از حملات دولت متجاوز انجام گرفته و حملات به‌طورقطعی به آن منتسب باشد، نه به اشخاص خصوصی یا هر نهاد دیگر که دست به حملات سایبری زده‌اند.

به هر روی؛ حملات سایبری اگر مصداقی از تجاوز یا توسل به زور محسوب نشوند، می‌توانند به‌عنوان مداخله در امور داخلی دولت، یک تخلف بین‌المللی تلقی شوند. در صورت انتساب این اقدامات به یک دولت خاص، طرح مسئولیت بین‌المللی دولت امکان‌پذیر خواهد بود. پس در این صورت، امکان جبران خسارت به روش‌های مختلف اعم از توقف عمل متخلفانه، پرداخت غرامت و جلب رضایت وجود خواهد داشت.

در جنگ سایبری تلاش برای نفوذ به شبکه‌ها، به‌منظور سرقت یا خرابکاری اطلاعات و فلج کردن سیستم‌های نظامی و دولتی از طریق فناوری‌های پیشرفته را می‌توان به‌عنوان سلاح‌های سایبری نام برد که در حال حاضر این نوع از جنگ‌ها، از حیث همین سلاح، جهان را در آستانه تهدید و نگرانی قرار داده است. به عبارت دیگر، عملیات سایبری می‌تواند نگرانی‌های بشردوستانه را افزایش دهد، به‌ویژه هنگامی که اثرات آن محدود به داده‌ها و اطلاعات یک سیستم موردهدف نیست و شمار زیادی از مردم یک یا چند کشور را در بر می‌گیرد. به‌نظر می‌رسد که این امکان وجود دارد که بتوان از طریق فضای سایبری و بکارگیری همین روش‌ها به‌عنوان سلاحی سایبری، در سیستم‌های کنترل فرودگاه، سیستم‌های حمل‌ونقل، سدهای برقایی یا دستگاه‌های نیروگاه‌های هسته‌ای اختلال ایجاد کرد که متأسفانه قربانی اصلی چنین عملیات‌هایی؛ معمولاً غیرنظامیان و مردم عادی هستند.

پیش‌نیاز اعمال حقوق جنگ‌های مسلحانه، وقوع این نوع از جنگ‌ها است؛ یعنی در شرایط جنگ مسلحانه است که می‌توان پیگیر حقوق جنگ شد، اما باوجود اهمیت فراوان جنگ‌های سایبری، تاکنون هیچ‌یک از دولت‌ها گزارشی از وقوع چنین جنگ‌هایی نداده‌اند. هنگام مواجهه با جنگ‌های سایبری، ۲ دسته از حقوق به‌شدت اهمیت پیدا می‌کنند؛ یکی حقوق توسل به زور و دیگری حقوق بشردوستانه بین‌المللی.

توسل به زور در منشور ملل متحد، به‌طورکلی ممنوع است. همچنین، قاعده منع توسل به زور در این منشور هرگونه اقدام زورمدارانه در روابط بین‌المللی نظیر جنگ، تهدید به جنگ، اقدامات مقابله به مثل مسلحانه، محاصره دریایی یا هر شکل دیگر استفاده از تسلیحات را در بر می‌گیرد. هرچند تمامی اعضای ملل متحد؛ چه اعضای بزرگ و قدرتمند و چه اعضای کوچک و ضعیف با یکدیگر برابرند و در روابط خویش باید از تهدید یا توسل به زور دوری کنند؛ اما در فضای سایبری، وضع متفاوت‌تر از جنگ مسلحانه است. در واقع، به‌علت غیرواقعی و غیرملموس بودن قلمرو جنگ سایبری، محدوده حاکمیت دولت‌ها قابل تشخیص نیست. همچنین، مواردی از قبیل حراست از قلمرو و تجاوز به آن از منظر نقض حاکمیت ارضی دولت‌ها هم تقریباً غیرقابل تشخیص و شناسایی است. در واقع، انطباق حملات سایبری با تعریف مرسوم قبلی از

CYBER THREATS

اجباری به نام اقتصاد دیجیتال

| علیرضا چابکرو |
| محقق و استاد دانشگاه |

امروزه سونامی اطلاعات در دنیای دیجیتال، هر کشوری را مجبور به فعالیت در این بستر کرده است؛ بنابراین دیر یا زود کشورها باید میان اقتصاد سنتی و دیجیتال، تعاملی منطقی برقرار کنند تا به حفاظت از بقای خود، در تبادلات و عرصه‌های اقتصادی بپردازند؛ بنابراین، میان این دو باید هم‌سازگاری دقیقی شکل بگیرد تا در نتیجه این هم‌سازگاری، جهان به سمت اقتصاد فول دیجیتال شدن، میل پیدا کند؛ یعنی تمام تبادلات بر بستر سایر انجام شود. اما باید بدانیم که این به معنای آن نیست که ارکان اقتصاد سنتی از بین برود یا روابط اقتصادی و دادوستدها منفعّل شوند. در واقع، حرکت در مسیر اقتصاد دیجیتالی یعنی ایجاد یک همپوشانی که مولفه‌های فعال در هر دو نوع اقتصاد دیجیتالی و سنتی نقش مهمی دارند. تجربه این روند در اغلب کشورها اجتناب‌ناپذیر است.

ناگفته نماند که اقتصاد سایبری مقیاس وسیع‌تری نسبت به اقتصاد دیجیتال دارد و فرآیندهای دیجیتالی به عنوان یک تکنیک در اقتصاد سایبری شناخته می‌شود. گفتنی است، اقتصاد جوامع به آرامی در فضای سایبر هضم می‌شوند و این روند اجتناب‌ناپذیر است. در واقع، می‌توان گفت فعالیت در بستر اقتصاد دیجیتال در آینده‌ای نزدیک یک انتخاب نیست؛ بلکه اجبار است و در نهایت، از آن باید تبعیت کرد. در این مسیر، ایران یا هر کشور دیگری چند راهکار پیش رو دارد؛ نخست آنکه یا باید روش منفعلانه‌ای را در پیش گیرد و منتظر تصمیمات قدرت‌ها باشد یا باید نقش خودش را تعریف کند تا بتواند عملکرد موثری در اکوسیستم اقتصاد دیجیتال جهانی داشته باشد. اگر ایران نقش منفعلانه را در اقتصاد دیجیتال جهان برای خود برگزیند، سرورهای بزرگ فناوری اطلاعات که به عنوان گول‌های اقتصادی شناخته می‌شوند، کنترل‌کننده اصلی فعالیت‌های اقتصادی خواهند بود. آنها نقش اقتصادی ایران را تعیین می‌کنند و ایران ملزم به همان روندی خواهد شد که برایش در نظر می‌گیرند. اما اگر ایران خواهان عملکرد موثر است، باید پلتفرم خود را ایجاد کند که قدرت رقابت با پلتفرم‌های قوی دنیا را داشته باشد. همچنین، نیازمند یک اقتصاد پویا است تا بتواند در مسیر دیجیتالی شدن در مقیاسی وسیع گام بردارد. در این شرایط می‌تواند یکی از تعیین‌کننده‌های اقتصاد سایبری جهان باشد.

روپایی که سال‌ها می‌بینیم

اما بیش از هر چیز باید دید نقش ایران در اقتصاد دیجیتالی کجاست؛ سازگاری میان اقتصاد سنتی و سایبری همان مرحله گذار اقتصاد کشور به سوی فضای سایبر در مقیاسی وسیع است. به منظور دستیابی به این

سازگاری، ابتدا باید زیرساخت‌های اقتصاد دیجیتال در کشور فراهم شود. در واقع، باید به آن قدرت بخشید و بعد در مسیر سودآوری قرار داد. همچنین، مقدار زیادی از ظرفیت‌های مردمی و اقتصادی را متوجه این نوع از اقتصاد کنند که در این شرایط نیز اقتصاد کشور ارزش افزوده بالایی خواهد داشت که در نهایت منجر به افزایش قدرت آن می‌شود. حال سوال این است که آیا می‌توان به چنین آرمانی در اقتصاد کشور دست یافت؟ واقعیت این است که اگر خواهان این هستیم که جزئی از اقتصاد دیجیتال در جهان شویم، باید با آنها تعامل داشته باشیم. در واقع، اگر می‌خواهیم جزو جامعه جهانی شویم، باید نقش‌آفرین باشیم. اگر بتوانیم بخشی از پازل بزرگ سایبری و اقتصاد دنیا شویم، می‌توانیم حرفی برای گفتن در اقتصاد دیجیتال داشته باشیم.

نقش‌آفرینی در اقتصاد جامعه جهانی رویایی زیباست، اما شدنی نیست؛ چراکه جنگ اقتصادی نسبت به گذشته که بیشتر بر سر نفت بود، این روزها بر سر صفر و یک‌هایی است که در فضای سایبر تعیین‌کننده نفوذ قدرت‌ها هستند. یعنی قدرت‌ها از خواهران نفتی به خواهران اطلاعاتی آینده تبدیل شدند. بنابراین، مسیر آسانی برای کشورها در راستای قدرت‌نمایی اقتصادی وجود ندارد.

حال برای تعامل با جامعه جهانی، نخستین مولفه استقلال اقتصادی است که باید به سطحی قابل قبول برسد. در واقع، ابتدا باید اقتصاد سنتی را پویا و فعال کنیم تا در نهایت، به اقتصاد دیجیتال برسیم. برای مثال، در بحث انرژی نباید فقط متکی به نفت باشیم و می‌توانیم از دیگر داده‌های انرژی در کشور نظیر انرژی خورشیدی و بادی نیز استفاده کنیم. اینجاست که می‌توانیم صحبت از استقلال اقتصادی به میان آوریم یا اینکه نباید اصلی‌ترین درآمد کشور از راه خام‌فروشی باشد. بی‌شک سرمایه‌گذاری روی دانش‌افزایی یکی از راه‌های استقلال اقتصادی است که می‌توان مانور زیادی روی آن داد. در این شرایط، فضای سایبری مجبور است که این اقتصاد را در خود بگنجاند و با آن همسو شود، چراکه منبع ثروت به حساب می‌آید. در این مرحله، لازم است ابزار دوم را استفاده کنیم. باید در این مرحله قدرت و ظرفیت خود را در فضای سایبری تعیین کنیم. در این شرایط است که کمپانی‌های بزرگ سایبری مجبور هستند که ظرفیت، توان و نقش‌آفرینی ایران را ببینند.

تنها سرعت اینترنت ملاک نیست

به اعتقاد من، در حال حاضر ۲ الی ۳ اشتباه استراتژیک در ورود به اقتصاد دیجیتال در کشور رخ داده است؛ نخست اینکه بسیاری از نخبگان فکر می‌کنند که داشتن سرعت انتقال یعنی ورود به دنیای سایبری. اما باید بدانند که این گونه نیست و باید دنیای سایبر را یک مجموعه منسجم منظم ببینیم. برای مثال، وقتی نمی‌توانیم کارمندان ادارات را مجبور به استفاده از فضای سایبری در قالب درست و بهینه کنیم، چگونه می‌توانیم از سرعت بالای اینترنت نهایت استفاده را ببریم. به عبارت روشن‌تر، هر تولیداتی که از دانش‌بنیان‌ها روانه بازار می‌شود؛ باید دید در کجا می‌توانند مورد استفاده قرار بگیرند، در واقع باید مجموعه دولت و ادارات به فضای سایبری مرتبط شوند.

دوم اینکه تا در تراز اقتصادی مشخص قرار نگیریم، نمی‌توانیم وارد فضای سایبر و به مدد آن وارد جامعه جهانی شویم. بنابراین سرمایه‌گذاری روی برخی مولفه‌های اقتصاد که برای مردم تعریف نشده، روندی منطقی است. اقتصاد سایبری مانند یک چرخه است و باید تمام ارکان آن چرخه را در اختیار داشته باشیم.



شمشیر دولبه شبکه جهانی

| نیما امیرشکاری |
| مدیر گروه بانکداری |
| الکترونیک پژوهشکده پولی و بانکی |



اگر بخواهیم اقتصاد را برپایه فناوری اطلاعات در کشور توسعه دهیم، نیازمند یک سری الزامات اولیه از جمله پهنای باند، سرعت اینترنت، زیرساخت‌های مربوط به اینترنت اشیا و فناوری‌های بسیار پیشرفته هستیم. حال کشورهایی که می‌خواهند به نوعی تمامیت یک فناوری در خدمت حاکمیت باشد، بسان یک شمشیر دولبه عمل می‌کنند. یعنی اینکه هرکدام از این فناوری‌ها هم می‌تواند مفید واقع شود و مقاصد حاکمیت را پیش ببرد و از طرف دیگر هم، ممکن است برخی از خط قرمزهای حاکمیت را هم تحت‌تاثیر قرار دهد و آنها را نسبت به ورود تکنولوژی به بدنه حکومت نگران و هراسان کند. به همین دلیل، در این کشورها سرعت رشد کاربردهای فناوری اطلاعات کند است.

اقتصاد بیمار و دیجیتالی شدنش

تاکنون شاهد شعارسازی‌های زیادی در کشور بوده‌ایم؛ گواه دقیق این گزاره تاریخ است. بسیاری از مسئولان درباره توسعه اقتصاد دیجیتال از افعال معکوس استفاده و بیشتر شعارسازی می‌کنند، اما دقیقاً خلاف آن عمل می‌کنند. بی‌شک دیجیتالی شدن اقتصاد کشور هم، از همان جنس شعارهایی است که در این برهه تاریخ کشور تکرار می‌شود. اما واقعیت امر آن است که بیشتر از این هدف دور می‌شویم تا اینکه به آن نزدیک شویم. در واقع، هم از واژه اقتصاد به معنای واقعی فاصله گرفته‌ایم و هم از فرایندهای دیجیتالی فاصله زیادی داریم. بنابراین، چگونه می‌توان از اقتصاد دیجیتال حرفی به میان آورد! میزان تولید ناخالص ملی در سال‌های اخیر، خبر از اقتصادی بیمار می‌دهد؛ همچنین سرعت اینترنت و فیلترینگ‌های اخیر هم نشان از وضعیت اسفبار فرایندهای دیجیتالی در کشور می‌دهند، بنابراین توسعه اقتصاد دیجیتالی چیزی جز شعار نیست. نباید اقتصاد دیجیتال کشور را به پلتفرم‌های آمریکایی تقلیل دهیم. تا زمانی که چنین دیدگاهی در نگرش مسئولان وجود داشته باشد، صحبت از اقتصاد دیجیتال راه به جایی نمی‌برد. با این اظهارات، به نظر می‌رسد برخی درکی از اقتصاد در دنیای مجازی و اقتصاد دیجیتالی ندارند، چراکه این اقتصاد مبتنی بر مقیاس است و هیچ‌گاه یک کشور با جمعیت چند ده میلیونی به تنهایی نمی‌تواند اقتصاد دیجیتالی را در بطن کسب‌وکارش

توسعه دهد. یعنی بدون استفاده از امکانات جهانی و بدون ارتباط با کشورهای پیشرو در این زمینه، صحبت از اقتصاد دیجیتال بی‌معنی است. پلتفرم‌های اجتماعی که بستر و اساس کسب‌وکارهای مجازی هستند، در مقیاس چند صد میلیونی توجیه اقتصادی پیدا می‌کنند. اقتصاد دیجیتال در واقع به قدری اکوسیستم وسیعی دارد که یک کشور بدون ارتباطات و همسویی با جهان، نمی‌تواند به توسعه آن بپردازد. به همین دلیل است که هیچ‌یک از پلتفرم‌های داخلی از منظر سودآوری حائز اهمیت نیستند و آن میزان سودی که باید در چرخه اقتصادی آنها در جریان باشد، دیده نمی‌شود. بی‌شک افزایش کاربر در پلتفرم‌های داخلی، تنها و تنها حاصل فیلترینگ گسترده در کشور است و اگر پلتفرم‌هایی نظیر تلگرام، واتس‌آپ و اینستاگرام فیلتر نمی‌شدند، پلتفرم‌های داخلی این میزان کاربر را هم نداشتند.

توان فنی تولید آزمایشگاهی یک پلتفرم با زیرساخت قوی را که بتواند پوشش‌دهی بالایی داشته باشد، داریم، اما توان فنی تولید انبوه را نداریم. این ۲ مولفه فرق زیادی با یکدیگر دارند؛ در دانشگاه‌های کشور افراد نخبه داریم و می‌توانند فناوری‌های روز را پیاده‌سازی کنند، اما وقتی صحبت از تولید انبوه و توان صنعتی می‌شود، نخستین مولفه مهم، مدیریت و بعد اقتصاد پویا است که در هر دو ضعف جدی در کشور مشاهده می‌شود.

تولیدات ایرانی در مدرسه‌های همسایگان

| سیدهاشم موسوی عارف |
| کارشناس حوزه دانش‌بنیان |



که قابل توجه است. معضل بعدی به کمبود نیروی متخصص برمی‌گردد. در دوران کرونا بیشتر شرکت‌های دانش‌بنیان با کمبود یا از دست دادن نیروی متخصص خود مواجه شدند، همچنین حمایت از نیروی کار به درستی انجام نمی‌شود و جای خالی نیروی متخصص حتی با وجود تجهیزات کامل، احساس می‌شود. گفتنی است، نیروهای متخصص آموزش نمی‌بینند و به صورت تجربی این صنعت را فراگرفته‌اند. نقش صندوق‌های حمایتی در انبوه‌سازی آن دسته از تولیداتی مهم است که دارای ارزش افزوده هستند. چند سال پیش، کیف‌هایی تولید کردیم که خاصیت آنتی‌باکتریال داشتند، اما هیچ‌گاه به انبوه‌سازی و بازار نرسیدند. گفتنی است، با شیوع پاندمی کرونا، تصمیم گرفتیم ایده کیف‌های ایزوله را که مانع از انتقال ویروس و میکروب می‌شد، عملیاتی کنیم که خوشبختانه موفق به تولید آن شده‌ایم و از خاصیت آنتی‌باکتریال برخوردار است و مانع انتقال آلودگی به دانش‌آموز و محیط اطراف می‌شود. گفتنی است، غشای دور کیف دارای این خاصیت است، اما همان‌گونه که پیش‌تر گفتم، از آنجایی که عملیات آنتی‌باکتریال هزینه‌بر بود، نتوانستیم در مقیاس گسترده تولید کنیم، در واقع چون هزینه مازادی برای ما در برداشت، توانایی تولید انبوه را نداشتیم. حال اگر در زمینه نوآوری‌های فن‌محور صندوق‌ها روال دریافت تسهیلات را آسان‌تر کنند، به‌طورقطع به سود تولید کلی کشور خواهد بود. در این زمینه اطلاع‌رسانی از نحوه دریافت تسهیلات به‌خوبی انجام نمی‌شود و بیشتر شرکت‌ها نمی‌دانند چگونه می‌توانند از تسهیلات در نظر گرفته‌شده بهره‌مند شوند.

در بسیاری موارد پیش آمده است که نهادهای ذی‌ربط همکاری لازم را برای دریافت تسهیلات انجام دادند، اما بانک از قبول آن سر باز زد و از دریافت آن تسهیلات بازماندیم. به عبارت دیگر، وقتی به بانک برای دریافت تسهیلات مراجعه می‌کنیم، متأسفانه با موانعی مواجه می‌شویم که از عهده دانش‌بنیان‌ها برنمی‌آید و اگر دانش‌بنیانی هم بخواهد موانع بانکی را رفع کند، نیازی به آن وام مدنظر ندارد، بنابراین ناهماهنگی بین‌سازمانی تا حد زیادی در اکوسیستم دانش‌بنیان احساس می‌شود. این روند ناشی از وجود تناقضی است که میان بانک‌ها و نهادهای فعال در اکوسیستم دانش‌بنیان‌ها وجود دارد.

باتوجه به اینکه دانش‌بنیان‌ها در ایران در حال رشد و توسعه هستند، امکان تولید ملزومات مدرسه از سوی آنها نیز وجود دارد. این اقدام می‌تواند به توسعه آموزش و پرورش در کشور کمک کند و باعث افزایش کیفیت آموزش در مدارس شود.

تولید کیف و ملزومات دانش‌آموزی در کشور همواره با چالش‌هایی مواجه است که می‌توان برای حل آن راهکارهای مهمی ارائه داد و معضلات غیرقابل حلی نیستند. نخستین چالش، تامین مواد اولیه است و چندین سال است که با آن دست‌وپنجه نرم می‌کنیم. در واقع، از زمان اعمال تحریم‌ها و منع واردات مواد اولیه از کشورهای توسعه‌یافته، مشکلات عدیده‌ای در زمینه تولید ملزومات دانش‌آموزی نظیر کیف، جامدادی و... برای تولیدکنندگان داخلی به‌وجود آمدند. باوجود این شرایط، خوشبختانه به‌لحاظ کمی تولیدکنندگان توانستند نیاز بازار را مرتفع کنند، اما به‌لحاظ کیفی نیازمند ارتقا و پیشرفت هستیم، هرچند تفاوت زیادی با کالاهای وارداتی نداریم و بازار داخلی رونق زیادی گرفته است.

این صنعت قابلیت اشتغال کوچک در منزل و همچنین در صنعت را دارد و حتی می‌تواند با کشورهای خارجی مورد رقابت قرار گیرد، بنابراین بستر برای رشد این صنعت فراهم است. در ۵ سال گذشته، گام‌های موثری در تولید ملزومات مدارس از سوی شرکت‌های دانش‌بنیان برداشته شد که در نهایت توانستیم ورود خوبی به بازار داشته باشیم. برای مثال، امروزه کوله‌پشتی‌های ایرانی از لحاظ کیفی تفاوت زیادی با کوله‌پشتی‌های خارجی ندارند، همچنین در این سال‌ها در تامین مواد اولیه هم رشد خوبی را تجربه کردیم و توانستیم بخشی از این مواد را در داخل تولید کنیم و دغدغه درباره تامین آنها وجود ندارد، اما در برخی دیگر از مواد اولیه، هنوز با مشکلاتی روبه‌رو هستیم که نیاز است با ورود شرکت‌های دانش‌بنیان رفع شود. به عبارت روشن‌تر، تولیدکننده‌های مواد اولیه هم باید آمادگی و توان کافی برای رفع نیاز شرکت‌های دانش‌بنیان را پیدا کنند. از زمانی که نرخ ارز بالا رفته، تولیدات وضعیت مناسبی گرفته و حتی تولیدکنندگان مواد اولیه کیف نیز تاحدودی خودکفا شده‌اند، هرچند تنوع بیشتری لازم است.

خبر خوش اینکه، می‌توان نمره قبولی به بازار و تولیدات داخلی داد. افزون بر آن، باتوجه به موقعیت جغرافیایی ایران، بازار خوبی؛ هم در حوزه ملزومات مدرسه در کشورهای همسایه به‌وجود آمده است که خواهان تولیدات ایرانی هستند و بیشتر آنها صرفه‌ای در واردات این نوع کالاها از کشورهای دورتر نظیر چین نمی‌بینند، چون تولیدات ایرانی به‌لحاظ کیفی تا حد زیادی با کالاهای خارجی برابری می‌کنند، خرید محصولات مربوط به مدارس از ایران برای این کشورها به‌صرفه‌تر است، بنابراین بازار خارجی خوبی در کشورهای همسایه در این نوع تولیدات داریم.



اگر مدیریت نکنیم جنگ آب در پیش است

| منوچهر محمدشمیرانی |
| کارشناس ارتباطات |

بدون شک، هر کسی و با هر فکری، قبول دارد که آب، مایه حیات است و اگر روزی فرا برسد که آبی نباشد، به یقین، دیگر هیچ موجود زنده‌ای هم روی زمین وجود نخواهد داشت.

کشور ما، در یکی از نواحی خشک جهان قرار گرفته، پس اگر مدیریت درست مصرف آب وجود نداشته باشد و سازمان‌های مربوطه، اقدام‌های لازم و پیشگیرانه انجام ندهند، تشنگی انسان‌ها، ترک خوردن زمین‌ها و بروز جنگ آب، پدیده دور از انتظاری نخواهد بود.

به صرفه نبودن محصولات آب‌بر

زمانی که یک لیوان از شیر می‌نوشید، بدانید ۲۰۰ لیتر آب مصرف شده تا بتوانید این لیوان شیر را بنوشید یا اگر خواستید در وعده صبحانه، نان و پنیر بخورید، به یاد داشته باشید برای هر کیلوگرم گندم هزار و ۳۰۰ لیتر و برای تهیه نیم کیلو پنیر، ۲ هزار و ۵۰۰ لیتر آب استفاده شده است. شاید هم بدتان نیاید به همراه نان و پنیر، هندوانه‌ای هم نوش جان بفرمایید. برای تولید هر کیلوگرم هندوانه نیز بیش از ۵۰۰ لیتر آب، مصرف شده است.

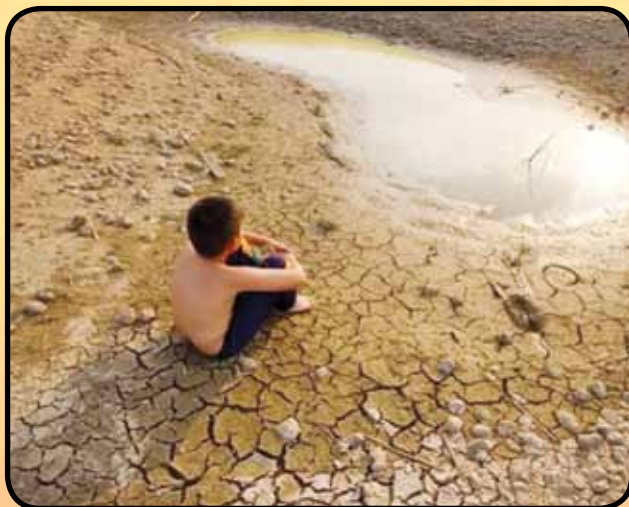
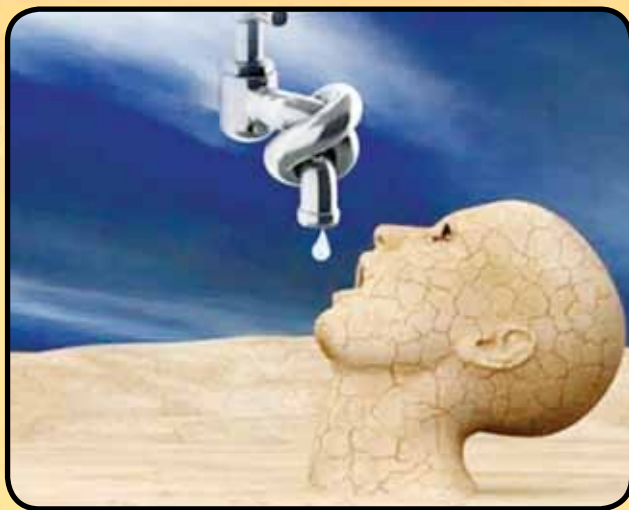
حتما با خواندن این آمار، اشتیهای تان را از دست داده و سوئیچ خودرو را برداشته‌اید تا به محل کارتان بروید، اما بدانید و به‌خاطر بسپارید که برای تولید یک دستگاه خودرو، بیش از ۸۰۰ هزار لیتر آب مصرف شده است تا شما بتوانید سوار بر آن شده و به سوی مقصد بروید.

آمارهای اشاره‌شده، تنها بخشی از آمارهایی است که میزان بلعیدن آب باقیمانده در کشورمان را نشان می‌دهد و ابعاد مشکل آب در کشور ما، سال‌هاست از مرحله بحران گذشته و با سرعت زیادی، به مرحله فاجعه بی‌آبی نزدیک می‌شود.

با وجود آنکه، وزرا و مسئولان مربوطه، هرازگاهی، اشاره‌ای به مشکلات موجود می‌کنند، اما بیشتر از آنچه می‌بایست براساس وظایف تعریف‌شده انجام دهند و با اتخاذ راهکارها و تمهیدات لازم، از بحرانی‌تر شدن شرایط جلوگیری کنند؛ همواره مردم و مصرف‌کنندگان را، هدف سخنان قرار داده و از آنها می‌خواهند تا کمتر بخورند و کمتر بنوشند و کمتر نفس بکشند.

به نظر می‌رسد برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران، فراموش کرده‌اند که برخی از صنایع آب‌بر مانند صنایع فولاد را، باید به‌جای استان‌های میانی کشور، در استان‌های مجاور دریا احداث می‌کردند یا زمانی که برای تولید یک دستگاه خودرو، بیش از ۸۰۰ هزار لیتر آب مصرف می‌شود چه لزومی دارد برای کشور ایران - با آب‌وهوای نیمه‌خشک آن - این همه کارخانه خودروسازی احداث شود یا زمانی که برای هر کیلوگرم هندوانه، بیش از ۵۰۰ لیتر آب مصرف می‌شود، چه دلیلی دارد سالانه بیش از ۱۰۰ هزار هکتار از اراضی کشاورزی، به کشت هندوانه اختصاص یابد تا بتوانیم بالغ بر ۲ میلیون تن هندوانه به عراق، ترکیه، امارات، کویت و بحرین صادر کنیم. در حالی که کارشناسان عقیده دارند اگر آب مصرفی تولید هندوانه، خربزه، سیب‌زمینی و گوجه‌فرنگی را به‌صورت خام صادر کنیم، سود بیشتری عاید کشور خواهد شد.

در مجموع، نظر کارشناسان بر این است که در جهان امروز، هر کشوری باتوجه به شرایط اقلیمی و آب‌وهوایی خویش، تولید محصولات کشاورزی و صنعتی را دنبال می‌کند. در جهان امروز و باتوجه به ارتباطات فراوان بین کشورها، قرار نیست هر کشوری، تمامی محصولات موردنیاز خود را تولید کند. هر کشوری، باتوجه به امکانات و مناسب بودن شرایط تولید و فراوانی مواد اولیه موردنیاز، تعدادی از محصولات و کالاهای



را تولید می‌کند و با فروش مازاد تولید خود، محصولات و کالاهای موردنیاز خویش را به‌دست می‌آورد؛ شیوه‌ای که در نهایت، نرخ تمام‌شده و خریدوفروش محصولات و کالاهای، برای همگان مناسب‌تر خواهد بود. در حالی که براساس آمار سازمان جهانی خواربار و کشاورزی ملل متحد (فائو)، ایران دارای مقام سوم تولید هندوانه و خیار بوده که بیشتر باید این آمار را نگران‌کننده دانست، چراکه نشان می‌دهد رویه تولیدات و صادرات کشاورزی ما، به‌سمت ارزان‌ترین و آب‌برترین محصولات حرکت می‌کند و صادرات این نوع محصولات، خوش‌حال‌کننده نیست و مزیتی برای کشور محسوب نمی‌شود. آمارهای اعلام‌شده، حاکی از آن است که متوسط سالانه بارش در ایران، حدود ۴۰۰ میلیارد مترمکعب است که به‌طورمتوسط ۲۷۰ میلیارد مترمکعب آن، به‌دلیل تبخیر شدن تلف می‌شود و از حدود ۱۳۰ میلیارد مترمکعب باقیمانده، میزان ۹۲ میلیارد مترمکعب به آب‌های سطحی می‌پیوندد و ۳۸ میلیارد مترمکعب نیز به آبخوان‌ها نفوذ می‌کند. ابعاد نگران‌کننده کمبود آب در ایران، آنجا نمایان‌تر است که بینیم متوسط سالانه آب شیرین قابل‌دسترس برای هر ایرانی در سال ۱۳۳۵، حدود ۷ هزار مترمکعب بوده است. در سال ۱۳۸۰، این رقم به هزار و ۸۰۰ مترمکعب کاهش یافته و در سال ۱۴۰۰، سرانه آب شیرین قابل‌دسترس برای هر نفر، عدد هزار و ۳۰۰ مترمکعب را نشان می‌دهد. خیلی واضح است که از سال ۱۳۳۵ تاکنون، آب شیرین قابل‌دسترس برای هر ایرانی، بیش از ۵ برابر کاهش داشته است. جدا از کوتاهی‌ها و بی‌توجهی‌های مدیریتی، تغییرات اقلیمی را هم می‌توان یکی از علل اصلی تشدید کم‌آبی در کشور دانست. کاهش ۹ درصدی متوسط بارش در کشور، حفر ده‌ها هزار چاه آب که درصد زیادی از ذخیره آب‌های زیرزمینی را بلعیده و موجب فرونشست مناطق وسیعی از کشور شده است، سدسازی‌های غیراصولی و غیرکارشناسی و... را نیز می‌توان از دلایل مشخص کم‌آبی کشور دانست. با توجه به موارد اشاره‌شده، می‌بینیم که میزان مصرف آب بخش کشاورزی ایران، در مقایسه با سایر کشورها، بسیار بالاتر از استانداردهای جهانی است، در حالی که مصرف خانگی ۶ درصد و مصرف صنعت ۲ درصد از میزان مصرف آب کشور را به خود اختصاص داده است، ۹۲ درصد منابع آب کشور، در بخش کشاورزی مصرف می‌شود.

ایران در زمینه بهره‌وری از آب، در بین ۱۲۳ کشور، رتبه ۱۰۲ را دارد. کارایی آب، خلاف کشورهای پیشرفته که بیشتر از ۳ کیلوگرم بر مترمکعب (تولید ۳ کیلوگرم محصول کشاورزی از هر مترمکعب آب) است، این رقم، در ایران به یک کیلوگرم بر مترمکعب هم نمی‌رسد. به‌نظر می‌رسد هر چه زودتر باید مسیر حرکت فعلی تغییر کرده و با بکارگیری راه‌ها و شیوه‌های نوین، ضمن پیشگیری از هدررفت منابع آب، از کاشت محصولات آب‌بر جلوگیری کرد. درباره دیگر محصولات نیز، با استفاده از روش‌های مکانیزه، میزان تولید را افزایش و میزان مصرف آب را کاهش دهند.

به هر روی، تا چشم بر هم بگذاریم ته‌مانده منابع آب کشور نیز به‌پایان می‌رسد و به‌همراه بسته شدن ورودی آب دریای خزر، دریاچه هیرمند و... وقوع فاجعه بی‌آبی و بروز جنگ آب در گوشه‌وکنار کشور را باید انتظار کشید.

انرژی ارزان در ایران مسئله سازاست

| حمیدرضا بزرگزاده |
| مسئول طرح فناوری پلاسما |
| معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری |

زیادی می توان از آن برای تولید انرژی کرد. حال وقتی گاز به واسطه یونیزاسیون تبدیل به حالت چهارم ماده می شود، توانایی تولید انرژی بسیار بالایی دارد که از آن می توان برای فعالیتهای بسیاری استفاده کرد. باتوجه به اینکه طیف گوناگونی از پسماند از جمله جامدات، مایعات و حتی گاز وجود دارد، می توان با استفاده از فناوری گاز پلاسما بیشترین انرژی موردانتظار را از پسماند و زباله ها تولید کرد، خلاف زباله سوزی که تنها زباله های قابل سوختن را به انرژی تبدیل می کند، با این فناوری می توان تمام فلزات و جامدات و حتی شیشه ها را به وسیله پلاسما و گاز سنتز ذوب کرد.

زباله ها در این فرآیند به شکلی بی خطر و مذاب از رآکتور خارج می شوند، همچنین بنزین، گازوئیل و... را می توان به وسیله گاز سنتز به انرژی تبدیل کرد. در کل، بهترین فناوری تولید انرژی از پسماند، فناوری پلاسما است، البته هزینه بیشتری نسبت به فناوری های دیگر دارد، اما چون انرژی زیادی با استفاده از آن می توان تولید کرد، صرفه اقتصادی بالایی هم دارد. در نهایت، از یک سو مقرون به صرفه تر است و از سوی دیگر، کمک زیادی به ارتقای بهداشت شهری می کند.

سنتز گاز خروجی از رآکتور پلاسما است که دمایی بین ۹۰۰ تا ۱۰۰۰ درجه سلسیوس دارد. به وسیله این گاز ما می توانیم به شکل مستقیم توربین های آبی را به حرکت دریاوریم و انرژی و برق تولید کنیم یا می توانیم گاز سنتز تولید شده را بسوزانیم و در قالب غیرمستقیم از طریق بویلرها بخار آب تولید کنیم و از انرژی آن برای تولید برق و دیگر موارد بهره بگیریم.

همچنین، از گاز سنتز پس از خروج و سرد شدن می توان در مواد شیمیایی، سوخت گاز، بنزین و گازوئیل استفاده کرد. به اعتقاد من، باید در ذهنیت دولتمردان و تصمیم گیران، استفاده از فناوری های پلاسما برای امحای زباله و مصرف دوباره آن در انرژی مهم جا بیفتد. هنوز در ایران مجموعه کامل برای امحای زباله ها و رسیدن به بهداشت استاندارد شهری وجود ندارد. این نوع پلاسما باتوجه به نسبت بالای انرژی، برای محیط با چگالی بالا مناسب است. برای مثال، پسماندهای بیمارستانی را که مخلوطی از مواد آلی، پلیمرها، فلزات و سایر مواد است، می توان با استفاده از این فناوری تبدیل به انرژی حرارتی یا برق کرد. پلاسما ی سرد را نیز می توان یک گاز حاوی الکترون ها، اتم ها و مولکول های برانگیخته، یون ها، رادیکال ها، فوتون ها و ذرات خنثی که در آنها الکترون ها انرژی بسیار بالاتری از ذرات خنثای گازی دارند، تعریف کرد.

مدیریت پسماند و افزودن آن به چرخه انرژی، سیاستی است که در کشورهای توسعه یافته سابقه زیادی دارد، اما در کشور ما این جریان تنها تبدیل به علمی شد که در دانشگاه ها از آن صحبت می شود. به عبارت دیگر، تاکنون نتوانستیم استفاده چندان مهمی از آن در تولید انرژی کنیم و هیچ گاه بهره وری انرژی در استفاده از پسماندها مدنظر قرار داده نشد، در حالی که کشورهای پیشرفته از همان ابتدای تولید پسماند و زباله ها، آنها را وارد چرخه انرژی می کنند و در چرخه مصرف قرار می دهند. برای مثال، در شهر برلین با استفاده از زباله سوزهای عمومی، آب گرم شهر تامین و در واقع، با زباله سوزی، انرژی لازم برای آب گرمخانه ها و دیگر مراکز در شهر تولید می شود. از آنجایی که مصرف انرژی در کشور نظیر آلمان هزینه زیادی دارد، چنین راهکارهایی به شدت مورد استقبال قرار گرفته؛ اینکه در کشور ما از تولید انرژی از پسماند استقبال چندانی نشده است، به ارزان بودن انرژی بر می گردد؛ از آنجایی که منابع نفت و گاز تا حد زیادی تامین کننده انرژی در کشورمان است، طبیعی است که مصرف این انرژی نسبت به دیگر کشورها ارزان تر باشد، اما امروزه لزوم بهینه سازی مصرف به منظور تولید انرژی به شدت احساس می شود. نرخ پایین انرژی باعث شده است که مردم نسبت به استفاده دوباره از پسماند و زباله بی تفاوت باشند و دولت هم قوانین محکمی برای این امر قرار ندهد، البته چند سالی است که در کشور، چنین موضوعاتی برای تولید انرژی مورد بحث قرار گرفته و اقداماتی هم درباره تفکیک پسماند انجام شده، اما در کل، نگاه اصلی در کشور ما نسبت به استفاده از پسماند برای تولید انرژی کسب سود و بهره گیری اقتصادی است، در حالی که در کشورهای اروپایی در درجه اول نگرش افزایش بهداشت و امحای زباله مدنظر قرار داده شده است.

در بیشتر کشورهای پیشرفته دنیا، پراکندگی در زباله پسماند دیده نمی شود و این یکی از اصلی ترین مولفه ها در تولید انرژی از پسماندها و بازگردانی آن به چرخه مصرف است. همان گونه که پیش تر هم اشاره شد، کسب سود و صرفه اقتصادی از پسماند، نخستین نگرش بهره وری از آن در کشور ما است و با نگاهی گذرا به چرخه تولید و مصرف پسماند در کشور ما می توانیم به این گزاره صحنه بیشتری بگذاریم. دولت و نهادهای دولتی باید از فناوران و دانش بنیان هایی که در این عرصه فعالیت می کنند، حمایت کافی داشته باشند. به عبارت دیگر، دولت باید حامی دانش بنیان ها برای تشکیل یک مجموعه منسجم در این عرصه باشد. پلاسما بعد از جامد، مایع و گاز، حالت چهارم ماده است که استفاده های

لزوم مشخص شدن منشأ پول در سرمایه‌گذاری خارجی

ایرج رهبر - عضو هیات نمایندگان اتاق تهران

در علم اقتصاد، سرمایه‌گذاری به معنای تخصیص منابع مالی، به امید به‌دست آوردن منابع باارزش‌تر در آینده اطلاق می‌شود. سرمایه‌گذاری می‌تواند به دو صورت مستقیم و غیرمستقیم انجام شود. در سرمایه‌گذاری مستقیم افراد به‌صورت مستقیم از نتایج معاملات تجاری بهره‌مند می‌شوند. سرمایه‌گذاری غیرمستقیم، در مقابل روش مستقیم قرار می‌گیرد؛ یعنی اگر فرد سرمایه‌گذار دانش کافی از بازارهای مالی و بورس نداشته باشد، می‌تواند از این روش برای سرمایه‌گذاری، استفاده کند.

سرمایه‌گذاری خارجی، گونه‌ای دیگر از سرمایه‌گذاری محسوب می‌شود. در این شیوه سرمایه‌گذاری، خارج‌ها سرمایه خود را به کشور دیگر با هدف افزایش سرمایه هدایت می‌کنند. در ادامه سعی داریم بخشی از چالش‌ها و موانع جذب سرمایه‌های خارجی در ایران را بررسی کنیم. به‌نظر می‌رسد نخستین مانع جذب سرمایه‌گذاری خارجی به مشخص نبودن مکانیسم تشخیص منشأ پول بازگردد. در نخستین گام باید سرمایه‌گذاران موردتأیید سیستم بانکی کشور قرار بگیرند؛ از این رو باید سازکاری برای تشخیص پول و سرمایه‌ای که وارد کشور می‌شود، تعریف کرد تا بتوان پاک بودن آن پول را تشخیص داد.

نبود مکانیسم مشخص برای تشخیص منبع پول باعث شده یکسری مشکلات برای شرکت‌هایی که می‌خواهند سرمایه وارد ایران کنند، ایجاد شود. شرکت‌های ایرانی نمی‌دانند از چه فیلترهایی باید تشخیص بدهند که این پول پاک است و می‌توانند از آن برای توسعه فعالیت خود بهره بگیرند. ممکن است سرمایه‌گذار خارجی پول پاک نداشته باشد و با هدف پولشویی بخواهد پولی را وارد ایران کند تا بعد از سرمایه‌گذاری در ایران، دیگر گیر و گرفتاری درباره منشأ پول نداشته باشد.

برخی از سرمایه‌گذاران خارجی تمایل دارند با بهره صفر درصد پول به ایران بیاورند و بعد از مدتی پول‌شان بازگردانده شود. در این شرایط باید درباره پاک بودن آن پول تردید کرد. در این موارد دستگاه‌های امنیتی کشور باید درباره منشأ پول تحقیق و اعلام‌نظر کنند. در حال حاضر فعالان اقتصادی نمی‌دانند که از کدام نهادها باید درباره پاک بودن پول سرمایه‌گذاران خارجی استعلام بگیرند. به‌نظر می‌رسد اگر ایران عضو سازمان FATF شود این گرفتاری‌ها به حداقل می‌رسد و می‌توان با سهولت بیشتری درباره منشأ و منابع پول اظهارنظر کرد.

شرایط ورود پول پاک در ایران نیز دشوار است. وقتی پولی پاک باشد و از نظر امنیتی مشکلی نداشته باشد، سرمایه‌گذار خارجی به‌شرطی پول را وارد می‌کند که تضمین‌های دولتی دریافت کند؛ در غیر این صورت

سرمایه خود را وارد نمی‌کند. بسیاری از کشورهای اروپایی برای وارد کردن سرمایه به ایران اعلام آمادگی و پیشنهادهایی را طرح کردند؛ به‌عنوان مثال چند ماه پیش سرمایه‌گذاران آلمانی برای سرمایه‌گذاری در حوزه ساخت‌وساز و پروژه‌های عمرانی سودده به کشور مراجعه کردند.

نگرانی در زمینه جذب سرمایه وجود ندارد؛ دغدغه اصلی این است که آیا منشأ پول واردشده موردتأیید دولت ایران است و در آینده مشکلی برای سرمایه‌گذار ایجاد نمی‌شود. به‌نظر بنده رفع تنش‌های سیاسی با کشورهای منطقه می‌تواند در جذب سرمایه نقش مهمی ایفا کند. آمار جذب سرمایه‌گذاری خارجی عربستان بالاست و این کشور تمایل دارد خدمات فنی-مهندسی ایران به عربستان برود. در اتاق بازرگانی کمیته‌ای تشکیل شده تا ظرفیت‌های سرمایه‌گذاری عربستان در ایران را موردبررسی قرار بدهد. در ایران عقب‌ماندگی در سرمایه‌گذاری قابل توجه است، این در حالی است که اگر امنیت اقتصادی وجود داشته باشد، ورود سرمایه بیشتر خواهد شد. به عنوان مثال در مسیرهای جاده‌ای، ریلی و هوایی نیازمند ورود سرمایه هستیم. به‌نظر بنده در مسیر ریلی که قرار است بین ایران و عراق افتتاح شود، دولت نباید ورود کند و باید اجازه دهد سرمایه‌گذاران خصوصی و خارجی این کار را انجام بدهند.

ورود سرمایه از کشورهای خارجی حتی در قالب فاینانس به‌صرفه است. سرمایه‌گذار می‌تواند از محل دریافت عوارض پول و سرمایه خود را بازگرداند. یکی دیگر از روش‌های تسهیل در تأمین مالی این است که بخش خصوصی را به بخش خصوصی متصل کنیم و پول‌های بخش خصوصی در بخش خصوصی به گردش در بیاید.

به‌نظر می‌رسد در یک دهه آینده، بنگاه‌ها با مشکل سرمایه در گردش نیز مواجه خواهند بود. این پیش‌بینی‌ها حاکی از آن است که شرایط مانند سال‌های گذشته نخواهد بود و ایران که طی سال‌های تحریم، فرصت سرمایه‌گذاری در بخش نفت را از دست داده، طی سال‌های آینده نیز شاهد حرکت سرمایه‌ها به دیگر کشورها خواهد بود.



قیمت غیر واقعی ارز چرخه اقتصاد را معیوب می‌کند

| حسین پرمودن، رئیس اتاق بازرگانی اردبیل |

کمک نمی‌کند و این نوع تغییرات دستوری نمی‌تواند در مقابله با نوسانات ارزی راهکار جدی باشد؛ بنابراین دولت مجبور است برای مدیریت بازار دست از دخالت‌های مستقیم بردارد و اجازه دهد در چارچوب یک تعامل پویا بین عرضه و تقاضا، نرخ ارز در بازار مشخص شود.

با اتخاذ چنین رویکردی، تولیدکنندگان و فعالان اقتصادی، از سردرگمی خارج شده، امکان پیش‌بینی خواهند داشت و می‌توانند برای فعالیت اقتصادی خود برنامه‌ریزی کنند.

نکته مهم درباره ارز، وابستگی آن به موضوع تحریم و FATF است و چنانچه دولت قصد رسیدگی به آن را دارد و برای قدرت بخشیدن به پول ملی، برنامه‌ریزی کرده، باید ابتدا این دو مسئله را حل کند. شاید اخباری مانند برقراری روابط بین ایران و عربستان به‌صورت مقطعی مانع از افزایش نرخ ارز شود، اما این مسائل اثر مسکنی و کوتاه‌مدت دارند و بعد از مدتی بی‌اثر می‌شوند. واقعیت این است که مهم‌ترین سیگنال موثر بر بازار ارز، وضعیت مذاکرات هسته‌ای و برجام است.

چنانچه هر وقت بحث رایزنی‌ها برای رسیدن به توافق در مذاکرات مطرح شده، شاهد کاهش نرخ ارز بوده‌ایم. همین ذهنیت مثبت مردم و کاهش نرخ ارز نشان داد احیای برجام می‌تواند در نرخ نهایی ارز تاثیر داشته باشد.

باتوجه به اینکه پس از توافق دسترسی ایران به منابع ارزی افزایش می‌یابد و تسادلات ارزی روان‌تر خواهد شد، به‌طور قطع این روند در نرخ ارز در بازار ایران اثرگذار است. مردم می‌دانند که پس از توافق برگشت ارز حاصل از صادرات سهل‌تر انجام می‌شود، هزینه‌های بازگشت ارز به کشور کاهش پیدا می‌کند و تجارت ایران روان‌تر می‌شود.

همچنین پس از احیای برجام فروش نفت و مشتقات نفتی افزایش می‌یابد و با رفع تحریم‌های کشتیرانی هزینه حمل‌ونقل کالا کاهش پیدا می‌کند. به‌طور کلی هزینه‌های تمام‌شده تجارت ایران کاهش پیدا می‌کند و نرخ ارز هم از این روند و شرایط تاثیر می‌پذیرد. تنها در یک استدلال برای این مسئله می‌توان گفت هرچه میزان صادرات و ورود کالاهای ایرانی به بازارهای بین‌المللی افزایش یابد شاهد افزایش درآمدهای ارزی و افزایش عرضه ارز در بازار خواهیم بود.

همچنین ایجاد امنیت اقتصادی و ایجاد امنیت روانی و ذهنی بین مردم منجر به کاهش خرید سرمایه‌ای ارز در بازار می‌شود و در این شرایط با کاهش تقاضا و افزایش عرضه مواجه می‌شویم که نتیجه آن برقراری ثبات در بازار ارز است.

نرخ ارز باید براساس نظام عرضه و تقاضا مشخص شود و دستکاری این نرخ از سوی دولت آسیب‌های جدی به ابعاد مختلف نظام اقتصادی، وارد می‌کند. غیرواقعی بودن نرخ ارز روند تولید را مختل می‌کند و منجر به افزایش قاچاق می‌شود. تک‌نرخ شدن ارز و واقعی شدن آن دو مطالبه جدی فعالان اقتصادی است، چراکه براساس اصول اولیه علم اقتصاد، رعایت نکردن این دو اصل، نظم اقتصادی را به هم می‌زند. نکته دیگری که درباره ارز باید موردتوجه باشد، حفظ ثبات در بهای آن است. در چند سال گذشته که مدام نوسانات شدید ارزی را تجربه کرده‌ایم، تورم چه در بخش تولید و چه در حوزه مصرف، افزایش یافت و مشکلات بسیاری را به دنبال داشت.

تورم تولید در واقع تورم پیشران در اقتصاد کشور است، چراکه تغییرات نرخ در سمت هزینه تولید به مصرف‌کننده منتقل می‌شود. در واقع اهمیت تورم تولیدکننده در اقتصاد کلان از آن روست که این شاخص پیشرانی برای تورم مصرف‌کننده است؛ به عبارتی افزایش قیمتی که در مبدا تولید و ارائه کالا و خدمات رخ می‌دهد، با یک فاصله زمانی به بازارهای خرد منتقل می‌شود و مصرف‌کنندگان آن را حس می‌کنند.

زمانی که روند افزایش نرخ ارز شروع می‌شود، تولیدکنندگان جزو نخستین گروه‌هایی هستند که اثر آن را در تهیه مواد اولیه، حس می‌کنند. نکته مهم این است که علاوه بر افزایش نرخ ارز که به‌عنوان یک آسیب جدی بر اقتصاد ایران حاکم بوده و استمرار دارد، تولیدکنندگان با عوامل دیگری که روی تورم تولید اثر دارد، مواجه هستند؛ از جمله افزایش عوارض، انواع مالیات‌ها و... که در جریان واردات مواد اولیه و تجهیزات موردنیاز تولید به آنها تحمیل می‌شود. افزایش هزینه‌های تولید، بهای تمام‌شده محصولات را بالا می‌برد و علاوه بر اثر منفی که روی تقاضا دارد، قدرت رقابت را از صادرکنندگان در بازارهای هدف می‌گیرد که یک طرف این ماجرا بالا بودن بهای تمام‌شده کالا و طرف دیگر آن کاهش کیفیت محصولات به دلیل گران بودن عوامل تولید است.

غیرواقعی شدن بهای ارز، مجموعه‌ای از عوامل معیوب‌کننده چرخه اقتصاد را در پی دارد که در نهایت با اثرات منفی که روی تولید و تجارت می‌گذارد، می‌تواند زمینه‌ساز رشد قاچاق شود؛ بنابراین باتوجه به عنوان سال که بر رونق تولید و مهار تورم تاکید دارد، باید اقدامات لازم برای برگرداندن ثبات به بازار ارز انجام شود.

دخالت‌های دولت در روند بازار و تعیین نرخ ارز به بهبود شرایط اقتصادی



حفظ انگیزه سپرده‌گذاری

احمد رضا اشرفزاده |
اقتصاددان

سپرده‌گذار را پرداخت کند. در اینجا من این پرسش را از وی پرسیدم که اگر بانک ضرر کند چه حالتی ایجاد خواهد شد؟ در پاسخ گفت سپرده‌گذار نیز در ضرر بانک شریک است؛ همان‌گونه که در سود شریک بود.

این موضوع خلاف عقل سلیم است؛ فرض را بر این بگیرید که سپرده‌گذار یک بازنشسته باشد که پول خود را در بانک سپرده کرده تا از قبل سود سپرده، زندگی امنی برای خود ایجاد کند؛ آیا عقلانی است که نرخ بهره را صفر کرد و این فرد نیز متحمل ضرر شود؟ آیا امکان کار کردن برای فرد در این شرایط سنی وجود دارد؟

از لحاظ تاریخی در قرن ۱۹، بانک مرکزی انگلیس، به‌عنوان مرکز سیاست‌گذاری نظام پولی و مالی جهان اقدام به نگارش قانون برات کرد و مکانیسم تعیین نرخ بهره بانکی را در این قانون آورد. بسیاری از اقتصاددان‌ها این قانون را عمیق‌ترین قانونی که به‌دست بشر نوشته شده، توصیف کردند. در این قانون آمده است برای اینکه ربا نباشد نرخ بهره بانکی نباید بیشتر از ۵٫۵ درصد شود.

زمانی که مقوله بانکداری اسلامی در ایران مطرح شد این پرسش در ذهنم ایجاد شد که اساساً با چه هدفی چنین موضوعاتی مطرح می‌شود؟ این در حالی است که از طریق بانک نزول رد و بدل می‌شود و نزول‌خوارهای بازار نیز آزاد هستند. درست که در تمام کتاب‌های آسمانی ربا حرام و دریافت سود بالای ۵ تا ۶ درصد ربا است، اما باید این نکته را در نظر داشت که در محیط تورمی افراد محدودی پول خود را در بانک‌ها سپرده می‌کنند و برای حفظ ارزش پول خود اقدام به خرید سکه، طلا، زمین و آپارتمان می‌کنند. تبعات این موضوع را به‌خوبی در سال‌های اخیر مشاهده کردیم و دیدیم چگونه مردم سپرده خود را از بانک‌ها خارج و وارد بازارهای موازی کردند و این گونه ظرف مدت یک هفته قیمت آپارتمان ۴۰ تا ۵۰ درصد گران شد؛ آیا این اقدام حرام است یا افزایش نرخ بهره؟

به‌نظر بنده نرخ سود بانکی باید از طرف بانک‌ها پیشنهاد شود تا انگیزه سپرده‌گذاری را در مردم تقویت کند. اگر نرخ سود سپرده بانکی صفر شود، دیگر انگیزه‌ای برای سپرده‌گذاری وجود ندارد.

اقتصاددان‌ها در تمام دنیا از چند ابزار برای کنترل اقتصاد و مهار تورم بهره می‌گیرند که یکی از مهم‌ترین این ابزارها کنترل نرخ بهره و سود بانکی است؛ به این معنا که می‌توان از طریق نرخ بهره و نرخ ارز سیاست‌های کلان اقتصادی را پیش برد. پس با حذف نرخ بهره در محیط تورمی امکان اجرای بانکداری اسلامی به حداقل خواهد رسید. تورم در ایران به اذعان مسئولان ۴۰ درصد است؛ در این شرایط تورمی چگونه می‌توان نرخ سود تسهیلات بانکی را به صفر رساند؟

به‌نظر می‌رسد در چند شرط امکان صفر شدن نرخ بهره وجود دارد؛ نخست، صفر شدن نرخ تورم و دوم صفر شدن رشد نرخ اقتصادی. در این دو شرط می‌توان نرخ بهره را صفر کرد و اقتصاد به‌راحتی کار خود را دنبال کند. اگر رشد اقتصادی ۴ درصد شود، نمی‌توان انتظار داشت نرخ بهره صفر شود. در حالی که همه خواهان رشد اقتصادی هستند، وقتی تورم ۴۰ تا ۶۰ درصد است نمی‌توان نرخ بهره را ۴ تا ۵ درصد کرد. در این شرایط چارچوب کلی اقتصاد به‌هم می‌ریزد.

چند سال پیش اقتصاددان‌ها به مسئولان ارشد کشور اعلام می‌کردند بهتر است در این شرایط ویژه نرخ بهره افزایش یابد، اما متأسفانه گوش شنوایی در این زمینه وجود نداشت و امروز نتایج بی‌توجهی به این هشدارها را در اقتصاد کلان مشاهده می‌کنیم.

چند سال پیش در یک همایش با موضوع بانکداری اسلامی شرکت کردم و از یکی از ارائه‌کنندگان مقاله در این همایش پرسیدم که بانکداری اسلامی به چه معناست و آیا قابلیت اجرا دارد؟ او در پاسخ به من گفت: ما به‌دنبال بانکداری واقعی اسلامی هستیم و تعریف خود را از بانکداری اسلامی ارائه داد و گفت در بانکداری واقعی اسلامی سپرده‌ها باید وارد ریسک شوند؛ به این معنا که افراد در بانک افتتاح حساب کنند و بعد بانک با پول سپرده‌گذار کار تجاری انجام بدهد و براساس سودی که به‌دست آورده، درصد سود

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه / بانه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمابر	نام مسئول شعب / بانه ها
۱	آفریقا	۸۰۱	تهران، بزرگراه آفریقا، نرسیده به چهارراه جهان کودک، پلاک ۳۱	۸۸۷۴۴۵۷-۶۱	۸۸۷۳۷۷۳	شاهرخ نیری
۲	مرکزی	۸۰۲	تهران، خیابان انقلاب، بین چهارراه کالج و چهارراه ولیعصر، پلاک ۸۰۳	۶۶۹۵۸۹۳۳-۶۶۹۵۹۰۵۰	۶۶۹۷۱۰۶۱	فاطمه حکیمی
۳	اصفهان	۸۰۳	اصفهان، خیابان فردوسی، نبش خیابان منوچهری، ساختمان امیر، پلاک ۱۳	۰۳۱-۳۲۲۳۰۴۲۴-۷	۰۳۱-۳۲۲۳۰۴۲۸	جمشید باقری
۴	باغ فردوس	۸۰۴	تهران، خیابان ولیعصر، نرسیده به میدان تجریش، روپروی باغ فردوس، پلاک ۲۹۴۴	۲۲۷۴۰۷۷۵	۲۲۷۴۰۷۱۵	نیما گیلانی
۵	پاسداران	۸۰۵	تهران، خیابان پاسداران، مقابل بوستان ششم، جنب برج سفید، پلاک ۲۵۰	۲۲۵۹۵۶۵۸	۲۲۵۹۷۵۴۰	مهرداد کریمی
۶	بازار	۸۰۶	تهران، بازار بزرگ، خیابان ۱۵ خرداد غربی، بین چهارراه گلوندک و خیابان ابوسعید، پلاک ۶۸۱	۵۵۵۷۵۷۳۸-۹	۵۵۵۷۶۴۹۵	امین بیگلری
۷	صادقیه	۸۰۷	تهران، ضلع جنوب شرقی فلکه اول صادقیه، پلاک ۹۱۸	۴۴۲۵۵۵۱۸-۲۰	۴۴۲۵۵۵۱۷	شادمان غفوری
۸	اقدسیه	۸۰۸	تهران، خیابان اقدسیه (موحد دانش)، نبش کوچه نسیم، پلاک ۶۳	۲۲۸۳۳۰۵۶-۲۲۸۳۳۲۴۹	۲۲۸۳۳۲۴۵	نسرین خوش صحبت
۹	میرداماد	۸۰۹	تهران، خیابان میرداماد، نرسیده به میدان مادر، پلاک ۱۴۸	۲۲۹۲۴۵۵۱-۴	۲۲۹۲۴۴۶۳	امیر گیلانی فر
۱۰	دکتر فاطمی	۸۱۰	تهران، خیابان دکتر فاطمی غربی، روپروی خیابان هشت بهشت، نبش کوچه شیخار (ششم)، پلاک ۱۴۰	۸۸۹۸۲۱۸۱-۸۴	۸۸۹۸۲۱۹۴	نغمه خسروی
۱۱	سعادت آباد	۸۱۱	تهران، خیابان سعادت آباد، میدان کاج، پلاک ۱۳	۲۲۰۸۶۱۹۵-۲۰۰	۲۲۰۸۷۷۰۸	فاطمه دولت آبادی فراهانی
۱۲	جنت آباد	۸۱۲	تهران، خیابان جنت آباد جنوبی، پایین تر از میدان چهار باغ، نبش خیابان لاله غربی، ساختمان سمرقند، پلاک ۴۷	۴۴۴۹۵۲۰۱-۱۲	۴۴۴۹۵۲۸	مهدی طلایی
۱۳	خیابان دولت	۸۱۳	تهران، خیابان دولت، نرسیده به چهارراه پاسداران، پلاک ۱۸	۲۲۷۶۴۲۸۲-۷	۲۲۷۸۱۰۶۹	سمانه دانشمند
۱۴	میدان ونگ	۸۱۴	تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از میدان ونگ، نبش خیابان برادران شرقی، پلاک ۲۴۷۷	۸۸۲۰۵۵۵۵-۹	۸۸۲۰۵۵۴۸	حمید نودست
۱۵	ایران زمین	۸۱۵	تهران، شهرک غرب، خیابان ایران زمین، مجتمع ایران زمین، پلاک ۱۳ و ۱۴	۸۸۵۷۶۲۰۵-۱۰	۸۸۵۷۱۲۱۵	---
۱۶	ارنک ایرانیان	۸۱۶	تهران، بلوار فرحزادی، نبش اردوگان غربی، مجتمع ارنک ایرانیان، پلاک ۱	۲۲۳۵۹۲۷۵-۷۸	۲۲۳۵۳۵۱۶	امیر فولادی
۱۷	یافت آباد	۸۱۷	تهران، بزرگراه آیت اله سعیدی، یافت آباد شرقی، بازار میل ایران، پلاک ۲۰۲ و ۲۰۵	۶۶۲۱۱۰۱۴-۱۷	۶۶۲۳۷۱۱۰	امین کاهه
۱۸	شهری	۸۱۸	شهری، میدان شهری، خیابان ۲۴ متری زکریای رازی (بیات)، پلاک ۲۵۷	۵۵۹۷۰۷۳۲-۵۵۹۷۰۷۳۸	۵۵۹۷۰۷۳۰	افشین فرج زاده
۱۹	ظفر	۸۱۹	خیابان ظفر، بعد از خیابان کازرون شمالی، پلاک ۱۲۸	۲۶۶۴۵۹۱۶-۲۶۶۴۵۷۱۵	---	صمد رضازاده
۲۰	آفریقای شمالی	۸۲۰	تهران، خیابان نلسون ماندلا (آفریقا)، بالاتر از خیابان اسفندیار، نبش شمالی خیابان شهید سعیدی، پلاک ۱۵۸	۲۶۲۱۹۶۵۸-۲۶۲۱۹۹۰۸	۲۶۲۱۹۷۱۳	حیدررسانی فر
۲۱	جام جم	۸۲۱	تهران، خیابان ولیعصر، نرسیده به چهارراه پارک وی، نبش کوچه ترکش دوز، پلاک ۲	۲۶۲۱۰۹۱۲-۱۴	۲۶۲۱۰۹۱۷	فرهاد عطایی فر
۲۲	پیروزی	۸۲۲	تهران، خیابان پیروزی، نبش خیابان عادل	۳۳۳۲۳۱۴۰-۲	۳۳۳۲۳۱۴۳	عباس دانش بقا
۲۳	ولنجک	۸۲۳	تهران، خیابان ولنجک، خیابان چهاردهم، پلاک ۷	۲۲۴۴۱۲۳۷-۳۱	۲۲۱۷۲۵۹۰	روح اله صفری
۲۴	خیابان آذربایجان	۸۲۴	تهران، خیابان آزادی، نبش خیابان آذربایجان، پلاک ۱۰۴۶	۶۶۰۶۷۸۸۲-۶۶۰۶۷۸۸۴-۶	۶۶۰۶۷۸۸۰	---
۲۵	شهرک اکباتان	۸۲۵	شهرک اکباتان، فاز یک، خیابان نفیسی، روپروی مخابرات، پلاک ۵۹	۴۰۴۴۶۹۳۰-۴۰۴۴۶۹۲۵	۴۴۶۹۵۴۳	حسام حاجی حدیدی
۲۶	میدان آرژانتین	۸۲۶	تهران، میدان آرژانتین، اول خیابان بهمن، پلاک ۲۱	۸۸۵۱۶۶۴۰-۸۸۵۱۷۴۱۸	۸۸۵۱۷۳۸۱	محمد رضا البرزی
۲۷	خیابان ملت اکباتان	۸۲۷	تهران، خیابان سعدی جنوبی، خیابان اکباتان، پلاک ۹۳	۳۳۹۹۸۰۰۵-۷ و ۱۲	۳۳۹۹۸۰۰۹	مهدی عبدلی وشته
۲۸	قیطریه	۸۲۸	تهران، بلوار ۳۵ متری قیطریه، روپروی پارک قیطریه، پلاک ۸۵	۲۲۲۳۴۴۳۷-۸	۲۲۲۳۴۴۵۸	فازنین رحیمی
۲۹	ملاصدرا	۸۲۹	تهران، خیابان ملاصدرا، بعد از خیابان شیراز، پلاک ۱۳۲	۸۸۶۲۷۵۱۷-۸۸۶۲۷۴۴۸	۸۸۶۲۶۷۳۱	فاطمه حیاتی
۳۰	خیابان سید جمال الدین اسد آبادی	۸۳۰	تهران، خیابان سید جمال الدین اسد آبادی، نبش شمالی خیابان ۴۹، پلاک ۴۳۳	۸۸۶۱۷۹۳۵-۸۸۶۱۰۲۹۶	۸۸۶۲۸۳۷	سید جعفر لاجوردی
۳۱	میدان قزوین	۸۳۱	تهران، خیابان کارگر جنوبی، ضلع شمال شرقی میدان قزوین، پلاک ۱۸	۵۵۴۸۱۱۷۲-۴-۸	۵۵۴۸۱۱۷۹	---
۳۲	خیابان دکتر بهشتی	۸۳۲	تهران، خیابان شهید دکتر بهشتی، بعد از چهارراه سه رودی، پلاک ۱۳۸	۸۸۵۱۲۶۰۳-۸	۸۸۷۴۶۶۹۹	احمد حیدرهانی
۳۳	خیابان کارگر شمالی	۸۳۳	تهران، خیابان کارگر شمالی، بالاتر از خیابان دکتر فاطمی، پلاک ۱۶۱۵	۸۸۹۹۱۳۴۵-۸	۸۸۹۹۱۳۵۰	افشین فرج زاده
۳۴	فلکه سوم تهرانپارس	۸۳۴	تهران، خیابان حجربن عدی، بالاتر از فلکه سوم تهرانپارس، نبش خیابان ۲۱۴ شرقی، پلاک ۱۳۰	۷۷۳۷۰۳۶۸-۷۷۳۷۰۱۸۶	۷۷۳۷۰۴۴۱	ارسلان بی آزار
۳۵	خیابان ولیعصر - پارک ساعی	۸۳۵	تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از خیابان شهید دکتر بهشتی، نبش کوچه کوزه گر، پلاک ۲۱۳۳	۸۸۵۵۶۹۶۵-۸۸۷۰۹۴۸۱-۲	۸۸۵۵۶۹۶۶	رضا جلالی
۳۶	فلکه اول تهرانپارس	۸۳۶	تهران، فلکه اول تهرانپارس، ابتدای خیابان حجربن عدی، نبش خیابان ۱۴۸ غربی، پلاک ۳۲	۷۷۷۲۳۲۵۰-۵۴	۷۷۷۲۳۲۵۵	سلیمان بیات
۳۷	بازار کفاشها	۸۳۷	تهران، بازار بزرگ تهران، سیزه میدان، بازار کفاشها، نبش بازار خاها، پلاک ۶۴	۵۵۱۵۱۸۰۲-۴-۵	۵۵۱۶۱۰۷۳	سید محمد میرحسینی نیری
۳۸	الهییه	۸۳۸	تهران، خیابان ولیعصر، خیابان شهید فیاضی، بعد از خیابان کوهیار، پلاک ۶۹	۲۶۲۰۰۹۶۲-۶۳	---	مژگان طرفه نژاد
۳۹	متبریه	۸۳۹	تهران، خیابان ولیعصر، میدان متبریه، خیابان میری، نبش نبش پست ناظمی، پلاک ۵۳	۸۷-۸۵-۸۰-۷۵	۶۶۴۹۱۰۷۳	حسن صالحی کیا
۴۰	شهرک راه آهن	۸۴۰	تهران، اتوبان همت غرب، شهرک گلستان، بلوار امیرکبیر، نرسیده به چهارراه کلهها، پلاک ۵۳	۴۴۷۳۸۹۵۹-۴۴۷۳۸۹۶۹	۴۴۷۳۷۸۸۸	محسن باقری نیا
۴۱	میدان نبوت	۸۴۱	تهران، بزرگراه رسالت، خیابان آیت، ضلع جنوب غربی میدان نبوت، پلاک ۵۶۰	۷۷۹۴۰۴۲۸-۹	۷۷۹۴۰۴۱۸	حمیدرضا خیری
۴۲	دلاوردان	۸۴۲	تهران، میدان رسالت، خیابان هنگام، بلوار دلاوردان، بین چهارراه آزادگان و تکاوران، پلاک ۳۷۵	۷۷۲۱۳۸۴۸-۷۷۲۱۸۹۳۹۱	۷۷۲۱۳۷۷۷	زهرا کسرانی پور
۴۳	شهران	۸۴۴	تهران، میدان دوم شهران، ابتدای خیابان یکم پلاک ۴	۴۴۳۲۷۹۷۱-۴۴۳۲۸۱۴۷	۴۴۳۲۸۳۲۹	منصوره رضاییان مقدم

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه/پاچه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمابر	نام مسئول شعبه/پاچه ها
۴۴	بلوار فردوس	۸۴۵	تهران، بزرگراه شهید ستاری، بلوار فردوس شرقی، پلاک ۴۳۴	۴۴۰۰۳۸۵-۶	۴۴۰۰۶۸۳۶	سارا گلدوست مرندی
۴۵	فرودگاه امام خمینی	۸۴۶	تهران، کیلومتر ۳۰ اتوبان تهران - قم، فرودگاه بین المللی امام خمینی، سائن ورودی	۵۵۷۸۴۰۸-۹	۵۵۷۸۴۱۰	مصطفی کریمی
۴۶	میدان تجریش	۸۴۷	تهران، میدان تجریش، خیابان شهرداری، پلاک ۸۱	۳۶۸۵۸۷۰۶-۳۶۸۵۸۷۰۳	۳۶۸۵۸۳۱۶	رضا جلیل زاده
۴۷	نازی آباد	۸۴۸	تهران، نازی آباد، خیابان مدائن، پلاک ۱۱۶ و ۱۱۸	۵۵۳۳۱۰۰۴-۷	۵۵۳۵۶۰۵۱	علی اکبر عینی
۴۸	سرو	۸۴۹	تهران، سعادت آباد، بلوار سرو غربی، نبش شمال شرقی میدان سرو، پلاک ۷۷	۲۲۰۹۴۳۵۶	---	احسان ملامحمدی
۴۹	ترمینال ۲ فرودگاه مهرآباد	۸۵۲	تهران، فرودگاه بین المللی مهرآباد، ترمینال ۲، زیر پارکینگ طبقاتی	۴۴۶۹۰۰۹-۴۴۶۳۱۳۹۷	۴۴۶۹۲۲۵۲	مصطفی کریمی
۵۰	امین حضور	۸۵۳	تهران، میدان بهارستان، خیابان مصطفی خمینی، خیابان امیرکبیر شرقی، نبش کوچه جاویدی، پلاک ۱۴۰	۳۳۴۴۳۷۱۱-۳۳۴۴۳۷۰۴	۳۳۱۳۳۸۱۴	روح اله سیاوشی
۵۱	مولوی	۸۵۴	تهران، خیابان مولوی شرقی، نبش کوچه شهید علی اکبر قاسمی، پلاک ۵۱۸	۵۵۱۵۳۷۳۶-۵۵۱۵۶۱۰۹	۵۵۱۵۴۷۲۹	تیمور طاهری
۵۲	خیابان لواسانی	۸۵۵	تهران، کابرنه، خیابان لواسانی غربی، نبش دوراهی آریا، پلاک ۳	۲۲۸۱۶۶۹۲-۳-۵	۲۲۸۱۶۶۸۹	حمید زهرونه
۵۳	تهرانسر	۸۵۶	تهران، تهرانسر، بلوار اصلی، نبش خیابان ۱۴	۴۴۵۸۷۵۹۶-۴۴۵۸۷۵۸۶	۴۴۵۱۷۶۶۲	---
۵۴	هایپر استار	۸۵۷	تهران، بزرگراه شهید باکری جنوب، مرکز خریدهایپر استار	۴۴۱۶۷۱۸۵-۶	۴۴۱۶۷۱۹۹	---
۵۵	آصف	۸۵۸	تهران، زعفرانیه، بلوار یزدانی، نبش غربی خیابان ماکولنی پور، پلاک ۱۹	۳۶۸۰۲۳۲۷-۳۶۸۰۲۳۳۰	۳۶۸۰۲۹۰۱	محمد سلگی
۵۶	میدان حسین آباد	۸۵۹	تهران، چهارراه پاسداران، میدان حسین آباد، ساختمان مهدی، پلاک ۱۲۰	۲۲۹۶۰۰۱۳-۲۲۹۵۹۹۷۹	۲۲۹۵۹۹۰۹	محمود احسنی
۵۷	مقدس اردبیلی	۸۶۱	تهران، خیابان مقدس اردبیلی، نبش خیابان فرخ، پلاک ۱	۳۶۸۰۲۴۵۳-۳۶۸۰۲۴۰۹	۳۶۸۰۲۴۶۱	وحید میرزاخانی
۵۸	خیابان ولیعصر - زرتشت	۸۶۲	تهران، بالاتر از میدان ولیعصر، نرسیده به خیابان زرتشت، نبش کوچه ناصر، پلاک ۱۷۷۷	۸۸۸۰۵۷۵۳-۸۸۹۰۶۱۷۸	۸۸۸۰۷۵۹۲	مونا رضایی
۵۹	خیابان دزاشیب - سه راه عمار	۸۶۳	تهران، میدان قدس، انتهای خیابان شهید کبیری (دزاشیب)، سه راه عمار، پلاک ۱۵۸	۲۲۷۵۳۹۱۴-۱۸	۲۲۷۵۳۹۱۳	---
۶۰	خیابان جمهوری	۸۶۵	تهران، خیابان جمهوری، بین خیابان ولی عصر و شیخ هادی، پلاک ۸۵۲	۶۶۹۷۶۳۹۴-۶۶۹۷۶۳۹۲	۶۶۹۷۶۳۹۸	حسن رنجبر قلیچی
۶۱	یهی - قائم مقام	۸۶۶	خیابان شهید بهشتی، بعد از بزرگراه مدرس، پلاک ۲۷۵	۸۸۵۳۶۲۸۹-۸۶۱۲۳۱۶۰	---	محمدرضا البرزی
۶۲	دهکده المپیک	۸۶۷	تهران، بلوار دهکده المپیک، خیابان شهید مهدی یعقوبی، پلاک ۲	۴۴۷۰۱۴۶۷	۴۴۷۱۷۸۲	فاطمه حاجی بابائی
۶۳	قلهک	۸۶۸	خیابان دکتر شریعتی، بالاتر از دوراهی قلهک، پلاک ۱۴۲۵	۲۲۶۰۱۵۳۷-۲۲۶۰۳۶۱۳	۲۲۶۰۹۷۰۳	هومن رسولی
۶۴	ستارخان	۸۶۹	تهران، محله توحید، خیابان کوثر سوم، خیابان ستارخان، پلاک ۸۰	۶۶۴۵۳۲۴۹-۶۶۴۲۸۱۶۲	۶۶۵۷۶۷۵	بهوش قاسمی
۶۵	پوتک	۸۷۰	تهران، بزرگراه اشرفی اصفهانی، بالاتر از میدان پوتک، نبش کوچه ۱۹، پلاک ۱	۴۴۴۶۲۵۱۰	۴۴۴۶۲۸۱۵	سازا فوقی
۶۶	مژده	۸۷۱	تهران، خیابان نیاوران، خیابان شهید مقدسی (مژده)، خیابان میری، پلاک ۴	۲۲۷۱۶۵۱۶-۲۲۷۱۶۳۵۱	۲۲۷۱۶۲۹۳	احمد عهدی
۶۷	لاله زار	۸۷۲	خیابان لاله زارنو، نرسیده به خیابان منوچهری پلاک ۴۷۱	۳۶۸۷۰۴۵۸-۳۶۸۷۰۳۱۷	۲۲۵۳۰۱۴۶	داریوش خداداد
۶۸	میدان هفت تیر	۸۷۳	میدان هفت تیر، بالاتر از مسجد الجواد، پلاک ۲۷۵	۸۸۸۱۵۳۶۰-۸۸۸۱۵۸۹۰	۸۸۸۴۶۱۹۰	امیر ضیاء
۶۹	نیاوران	۸۷۴	تهران، نیاوران، خیابان شهید باهنر، روپروی پارک باهنر، پلاک ۱۴۸	۳۶۱۱۷۱۹۲-۹۳	۳۶۱۱۷۱۹۵	واله سعیدی
۷۰	بلوار ۲۴ متری سعادت آباد	۸۷۵	تهران، سعادت آباد، میدان فرهنگ، بلوار ۲۴ متری، نبش کوچه چهارم غربی، پلاک ۱۸	۲۲۳۷۸۸۵۶-۷	۲۲۳۵۷۶۰۵	بناترین بابائی
۷۱	خیابان آقازری - الهیه	۸۷۶	تهران، خیابان الهیه، خیابان شهید آقازری، نبش خیابان استانبول، پلاک ۳۷	۲۲۶۹۶۴۵۱-۲	۲۲۶۹۶۴۵۳	زهره انوار
۷۲	بزرگراه فتح	۸۷۷	تهران، بزرگراه فتح، جاده قدیم کرج، بعد از شیر پاسدویزه، مجتمع تجاری تهران، پلاک ۲۳۸	۶۶۸۱۵۶۶۹-۶۶۸۱۵۷۹۸	۶۶۸۱۶۰۰۸	---
۷۳	شهر قدس	۸۷۸	شهر قدس، بلوار ۴۵ متری انقلاب، رویی پارک آزادگان، پلاک ۳۸	۴۶۸۳۲۲۳۰-۴۶۸۳۲۲۳۸	۴۶۸۳۲۲۴۱	مرتضی باغستانی
۷۴	دروس	۸۷۹	تهران، خیابان شریعتی، منطقه دروس، بلوار شهرزاد، خیابان شیدایی، کوچه اسپند، پلاک ۲	۲۶۶۴۰۳۲۰-۲۶۶۴۰۳۲۴	۲۶۶۴۰۳۰۸	کزال آیت النبی
۷۵	بلوار مرزداران	۸۸۱	تهران، شهرک ژاندارمری، بلوار مرزداران، بین ایتار و دانش، پلاک ۱۳۶	۴۴۲۱۱۰۴۰-۴۴۲۱۱۳۶۹	۴۴۲۱۱۸۴۱	عباس آهنگری کیوی
۷۶	بلوار کشاورز	۸۸۲	تهران، بلوار کشاورز، بین خیابان وصال شیرازی و نادری، پلاک ۱۷۸	۸۸۹۸۳۱۵۴-۶	۸۸۹۸۳۱۵۷	فرخ فرجی
۷۷	بلوار دریا	۸۸۳	تهران، خیابان سعادت آباد، بلوار دریا، نبش خیابان رامشه، پلاک ۵۰	۸۸۵۷۸۱۷۱-۸۸۰۷۱۲۰۲	۸۸۳۶۶۷۹	محمود لک
۷۸	گیشا	۸۸۴	تهران، کوی نصر (گیشا)، نبش خیابان نوزدهم، پلاک ۲۶۲	۸۸۴۸۵۷۸۴-۵	۸۸۴۸۵۷۸۷	ابوالقاسم نصیری
۷۹	جهان شهر کرج	۹۰۱	کرج، میدان سپاه، اول بلوار جمهوری، نبش لیلوفر، پلاک ۱	۰۲۶-۳۴۴۶۱۱۵-۱۷،۲۰	۳۴۴۸۱۴۴۵-۰۲۶	رضا حاجی پور
۸۰	میدان توحید کرج	۹۰۲	کرج، خیابان شاه عباسی، بین میدان توحید و میدان قدس، برج سامان، طبقه همکف	۰۲۶-۳۴۲۰۶۴۷۱-۴	۰۲۶-۳۴۲۵۸۶۲	جبار رضائی دره نیجه
۸۱	شهریار	۹۰۴	شهریار، خیابان ولیعصر، ضلع شرقی میدان امام خمینی (نبش خیابان محسنی)	۶۵۲۶۹۰۲۱-۲۳-۳۶	۶۵۳۸۹۶۲	جواد علی بخشی
۸۲	مهرشهر کرج	۹۰۵	کرج، مهرشهر، بلوار شهرداری، فاز دو، نبش خیابان ۲۰۸، پلاک ۵۴۳	۰۲۶-۳۳۴۱۷۹۰۷	۰۲۶-۳۳۴۱۷۹۰۸	غلامعلی کریمی ایبازنی
۸۳	قم	۹۰۰۱	قم، بلوار امین، نبش کوچه ۴۱	۰۲۵-۳۲۴۴۰۶۰۲	۰۲۵-۳۲۹۱۶۶۱۶	مهدی مجاهدی
۸۴	فلکه جهاد - قم	۹۰۰۲	قم، فلکه جهاد، خیابان ۱۹ دی، پلاک ۵۵۵ و ۵۵۷	۰۲۵-۳۷۷۰۸۸۴۰-۲	۰۲۵-۳۷۷۰۵۹۴۹	اکبر مردانی
۸۵	شیواز	۹۱۰۱	شیواز، خیابان زند، حذفاصل خیابان های فلسطین و هفت تیر (۲۰ متری سینما سیدی)، ساختمان پاسارگاد، پلاک ۲۹۶	۰۷۱-۳۳۳۱۹۵۲۲-۵-۶-۷	۰۷۱-۳۳۳۱۹۵۱۳	مهرزاد نظری

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه/پایه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمایر	نام مسئول شعب/پایه‌ها
۸۶	قصردشت	۹۱۰۳	شیراز، خیابان قصردشت، سواره خلد برین، پلاک ۷۵	۰۷۱-۳۶۳۷۹۱۸۰	۰۷۱-۳۶۳۷۹۱۲۱۶	---
۸۷	معالی آباد شیراز	۹۱۰۴	شیراز، معالی آباد، بلوار شریعتی، نبش کوچه ۲۷	۰۷۱-۳۶۳۷۹۱۳۹۷	۰۷۱-۳۶۳۷۹۱۴۰۶	روح الله پورملاکه
۸۸	پاسداران شیراز	۹۱۰۵	شیراز، بلوار پاسداران، حد فاصل خیابان مبعث و تقاطع شهید مطهری، ساختمان سامان	۰۷۱-۳۸۳۳۳۸۱۱-۳	۰۷۱-۳۸۳۳۳۸۰۸۰	مهدی ملاشعیر
۸۹	بندربعاب	۹۱۲۱	بندربعاب، بلوار امام خمینی، سواره دکنه، برج نیلوفر، طبقه همکف	۰۷۶-۳۲۲۳۵۳۰۲-۳	۰۷۶-۳۲۲۳۵۳۳۰	علیرضا ساردونی
۹۰	زاهدان	۹۱۳۱	زاهدان-خیابان امیرالمومنین مابین امیرالمومنین ۲۷ و ۲۹	۰۵۴-۳۳۲۳۸۲۷۹	---	حمیده شه بخش
۹۱	بوشهر	۹۱۴۱	بوشهر، میدان امام خمینی، ابتدای خیابان فروگاه، پلاک ۳۷	۰۷۷-۳۳۵۹۳۲۱۹-۲۴	۰۷۷-۳۳۵۹۳۲۲۵	غلامرضا فرشیدفر
۹۲	قزوین	۹۲۰۱	قزوین، خیابان خیام شمالی، پلاک ۵۶۰	۰۲۸-۳۳۵۷۳۰۵-۶	۰۲۸-۳۳۵۷۳۰۸۰۵	محمد جهانگیری پاشاکی
۹۳	همدان	۹۲۲۱	همدان، خیابان جهان نما، روپرو خیابان آزاد، برج شهباز، طبقه همکف، پلاک ۱۵۳	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۹۰-۲	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۸۹	محسن سعیدی
۹۴	کرمانشاه	۹۲۴۱	کرمانشاه، میدان فردوسی، جنب بیمارستان معتضدی، پلاک ۱۲	۰۸۳-۳۷۲۵۹۹۵۹-۶۱	۰۸۳-۳۷۲۵۹۹۷۱	مهرداد مرادی
۹۵	ایلام	۹۲۶۱	ایلام، خیابان طالقانی، روپرو فرمانداری، پلاک ۳۵۱	۰۸۴-۳۳۳۳۱۷۳	۰۸۴-۳۳۳۳۳۱۵۲	سجاد کلهر کاظمی
۹۶	سنندج	۹۲۷۱	سنندج، چهارراه فلسطین، بلوار سید قلب، پلاک ۳	۰۸۷-۳۳۴۵۵۴۳۲-۳	۰۸۷-۳۳۴۵۵۴۲۶	حسین عبدیان
۹۷	خرم آباد	۹۲۸۱	خرم آباد، خیابان علوی، نرسیده به میدان امام، پلاک ۴۲۲	۰۶۶-۳۳۳۳۵۵۹۰-۲	۰۶۶-۳۳۳۳۵۵۹۱	بیژن ابراهیمیان
۹۸	مشهد	۹۳۰۱	مشهد، بلوار احمد آباد، ۳۰ متری اول احمد آباد (خیابان رضا)، نبش کوچه رضای دوم	۰۵۱-۳۸۴۴۳۹۰۳	۰۵۱-۳۸۴۴۳۹۱۴	ناصر مختاری فارمد
۹۹	مدرس مشهد	۹۳۰۲	مشهد، بلوار مدرس، نبش مدرس ۵، پلاک ۳۷	۰۵۱-۳۲۲۸۳۸۰۰-۵	۰۵۱-۳۲۲۸۱۰۴۶	سارا زارعی
۱۰۰	سجاد مشهد	۹۳۰۳	مشهد، بلوار سجاد، نبش سجاد ۸ (خیابان لاله جنوبی)	۰۵۱-۳۷۶۴۸۳۰۸-۹	۰۵۱-۳۷۶۷۴۰۴۶	الله سازگار
۱۰۱	قرنی (مشهد)	۹۳۰۴	مشهد، بلوار قرنی، مابین چهارراه ابوطالب و قرنی، پلاک ۲۸	۰۵۱-۳۷۱۲۵۸۰۲-۸	۰۵۱-۳۷۱۲۵۸۰۹	مجید امیری دلونی
۱۰۲	بلوارهاشمیه (مشهد)	۹۳۰۵	مشهد، بلوارهاشمیه، بین هاشمیه ۱۶ و ۱۸، پلاک ۱۱	۰۵۱-۳۸۸۰۰۳۲۲	۰۵۱-۳۸۸۰۱۵۲۹	محمد مقانی
۱۰۳	نیشابور	۹۳۱۶	نیشابور، خیابان امام خمینی(ره)، بین امام خمینی ۲۲ و ۲۴، پلاک ۱۳۸۸	۰۵۱-۴۳۴۹۴۱۳-۱۵	۰۵۱-۴۳۴۹۴۱۶	علی ابراهیمیان
۱۰۴	بجنورد	۹۳۲۱	بجنورد، تقاطع بلوار امام خمینی(ره) و میرزا رضا کرمانی	۰۵۸-۳۲۲۴۴۳۲۰	۰۵۸-۳۲۲۴۷۳۴۸	یاسر محمودخانی
۱۰۵	گلزار رشت	۹۴۰۱	رشت، ابتدای بلوار گلزار، ضلع شرقی میدان باستانی شاعر	۰۱۲-۳۳۱۱۴۷۱۰-۱۲	۰۱۲-۳۳۱۱۴۷۱۳	سید بابک دولتی میله سرا
۱۰۶	ساری	۹۴۰۲	ساری، خیابان فرهنگ، بعد از سواره قارن، به طرف میدان شهدا	۰۱۱-۳۳۲۵۹۷۲۳-۵	۰۱۱-۳۳۲۵۹۷۶۱	سید عبدالحمید طاهری
۱۰۷	بابل	۹۴۲۱	بابل، میدان ولایت، ابتدای خیابان مدرس، روپرو شهرداری	۰۱۱-۳۲۱۹۷۱۴۰-۴۱	۰۱۱-۳۲۱۹۷۱۴۸	ابودر اساسه
۱۰۸	آمل	۹۴۳۱	آمل، خیابان امام خمینی(ره)، حد فاصل آفتاب ۱۸ و ۲۰	۰۱۱-۴۴۹۶۴۲۱-۲۷	۰۱۱-۴۴۹۶۴۳۵	اسفندیار حیدری
۱۰۹	گرگان	۹۴۴۱	گرگان، خیابان ولیعصر (عج)، بین عدالت ۸ و ۱۰	۰۱۷-۳۳۳۶۹۰۰۲-۵	۰۱۷-۳۳۳۶۹۰۱۶	سمیه نظریان
۱۱۰	سمنان	۹۴۵۱	سمنان، میدان مشاهیر، ابتدای بلوار قدس جنب بانک صادرات	۰۲۳-۳۳۳۶۳۱۸۱-۱۹-۲۲	---	محمدرضا مصدق
۱۱۱	کرمان	۹۵۰۱	کرمان، خیابان سپهبد قرنی، نرسیده به میدان سپهبد قرنی، نبش کوچه قرنی ۸	۰۳۴-۳۲۲۳۳۸۶-۷	۰۳۴-۳۲۲۶۷۹۶۰	رضا قاضی زاده بهزادی
۱۱۲	میدان کوثر (کرمان)	۹۵۰۲	کرمان، میدان کوثر، ابتدای بلوار آزادگان	۰۳۴-۳۲۴۷۶۷۱۱	۰۳۴-۳۲۴۷۶۶۴۲	مالک قادری
۱۱۳	رفسنجان	۹۵۱۱	رفسنجان، ابتدای خیابان مطهری، بعد از پل فجر، ساختمان محمد عسگری	۰۳۴-۴۳۳۲۱۰۳-۵	۰۳۴-۴۳۳۲۱۰۲	علی اکبر ابوطالبی باقرآباد
۱۱۴	زاینده رود	۹۵۲۱	اصفهان، خیابان توحید میانی، نبش کوچه شهید تقی آبادی، پلاک ۵	۰۳۱-۳۶۲۸۲۵۷۴	۰۳۱-۳۶۲۶۹۰۰۹	عباس سبزه زار
۱۱۵	چهارباغ بالا	۹۵۲۲	اصفهان، میدان آزادی، خیابان چهارباغ بالا، نبش کوچه بهار آزادی، پلاک ۱۶۹	۰۳۱-۳۱۳۳۷۴۴۲-۳	۰۳۱-۳۶۲۰۶۰۷۹	علیرضا مستاجران
۱۱۶	خیابان حافظ اصفهان	۹۵۲۳	اصفهان، میدان امام (نقش جهان)، ابتدای خیابان حافظ، پلاک ۳۳	۰۳۱-۳۲۲۰۹۴۷۷-۹	۰۳۱-۳۲۲۳۷۴۲۶	مجید سیف الدینی
۱۱۷	خانه اصفهان	۹۵۲۴	اصفهان، شهرک خانه اصفهان، خیابان گلستانه، پلاک ۶۰	۰۳۱-۳۴۳۷۲۲۷۱	۰۳۱-۳۴۴۱۳۶۸۸	احسان جمشیدیان
۱۱۸	سیتی ستر اصفهان	۹۵۲۵	اصفهان، بزرگراه شهید وحید دستجردی، مقابل ورودی جنوبی سیاهان شهر، مجتمع سیتی ستر اصفهان، طبقه همکف	۰۳۱-۳۶۵۱۶۸۴۱-۲	۰۳۱-۳۶۵۱۶۸۴۳	سمیرا سبزه زار
۱۱۹	یزد	۹۵۴۱	یزد، خیابان امام خمینی(ره)، نبش کوچه شهید صدوقی، پلاک ۲۷۴	۰۳۵-۳۶۲۲۱۶۹۱-۲	۰۳۵-۳۶۲۲۱۶۵۵	محمدحسین مداحزاده
۱۲۰	بلوار جمهوری اسلامی یزد	۹۵۴۲	یزد، بلوار جمهوری اسلامی نبش کوچه محمود آباد، رو به روی برج آسمان	۰۳۵۵۳۰۲۱۴۰-۴۹	---	محمدرضا زارع
۱۲۱	اراک	۹۵۶۱	اراک، خیابان شهید رجایی، پلاک ۸۸۲۷	۰۸۶-۳۲۲۱۴۴۰۴-۵	۰۸۶-۳۲۲۵۵۵۷	طاہر کریمی
۱۲۲	تبریز	۹۶۰۱	تبریز، خیابان امام، بالاتر از چهارراه شهید بهشتی، نبش کوی فرهنگ، پلاک ۵۲۱	۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۰۰-۲۰	۰۴۱-۳۳۳۶۵۱۶۰	محمدرضا مریخی آذری
۱۲۳	ولیعصر تبریز	۹۶۰۲	تبریز، خیابان ولیعصر(عج)، حدفاصل فلکه بازار و ایرادک، پلاک ۱۶	۰۴۱-۳۳۳۲۴۰۹	۰۴۱-۳۳۳۰۱۱۵۵	علیرضا محمودی
۱۲۴	۱۷شهریور تبریز	۹۶۰۳	تبریز، ابتدای خیابان ۱۷ شهریور جدید، جنب ساختمان آبان، پلاک ۱۴	۰۴۱-۳۵۵۷۳۶۷۰-۲	۰۴۱-۳۵۵۷۳۶۷۳	اروج میرزایی
۱۲۵	استاد شهریار تبریز	۹۶۰۴	تبریز، ابتدای جاده اتل گلی، نبش کوی الهی پرست، پلاک ۳	۰۴۱-۳۳۲۹۳۶۲	۰۴۱-۳۳۲۹۳۶۱۰	محمدعلی رضائی اقدم
۱۲۶	بازار تبریز	۹۶۰۵	تبریز، خیابان جمهوری اسلامی، ابتدای خیابان دارانی (شهید مدنی)، پلاک ۱۴۲۷	۰۴۱-۳۵۴۴۰۴۹	۰۴۱-۳۵۴۴۶۶۳	---
۱۲۷	ارومیه	۹۶۲۱	ارومیه، خیابان کاشانی، روپرو مرکز بهداشت، پلاک ۱۵۶	۰۴۴-۳۲۲۴۴۳۱۱	۰۴۴-۳۲۲۴۰۳۹۲	شها امامی
۱۲۸	خیابان سرداران ارومیه	۹۶۲۲	ارومیه، خیابان سرداران، جنب کوچه شهید صفوی (کوچه تلفنخانه سابق)، پلاک ۱۶۹	۰۴۴-۳۲۲۵۰۵۲۳-۲۴	۰۴۴-۳۲۲۷۸۴۶	مسعود نامی فر
۱۲۹	اردبیل	۹۶۴۱	اردبیل، خیابان شیخ صفی، پلاک ۱۶۰	۰۴۵-۳۳۲۵۳۶۰۱-۵	۰۴۵-۳۳۲۵۳۵۰۱	ناصر هوشیاری
۱۳۰	زنجان	۹۶۸۱	زنجان، میدان آزادی، ابتدای خیابان امام، ساختمان ممتاز	۰۲۴-۳۳۲۰۶۵۴،۵	۰۲۴-۳۳۲۷۷۷۳	حمید رضا ففوری
۱۳۱	اهواز	۹۷۰۱	اهواز، خیابان شهید چمران (کیانپارس)، حد فاصل خیابانهای ۴ و ۳ شرقی، پلاک ۲۰۵	۰۶۱-۳۳۲۰۵۲۴،۶	۰۶۱-۳۳۲۰۷۴۵	حسنت سیندار
۱۳۲	کیش	۹۸۰۱	کیش، خیابان فردوسی، مرکز تجاری کیش، طبقه همکف	۰۷۶-۴۴۴۵۲۴۹۰-۹۵	۰۷۶-۴۴۴۵۲۴۵۹	پیمان خیاظمی
۱۳۳	قشم	۹۸۲۱	قشم، بلوار ولیعصر (امام قلی خان)، روپرو مجتمع تجاری خلیج فارس، ساختمان گلدریس	۰۷۶-۳۵۴۲۶۴۰۰-۴۱	۰۷۶-۳۵۴۲۶۴۰	عباس امهری
۱۳۴	اروند	۹۸۵۱	آبادان، بلوار شهید منتظری (شاپور سابق)، نبش خیابان امیر کبیر (امیری)	۰۶۱-۵۳۲۲۷۲۴-۵	۰۶۱-۵۳۲۲۷۲۳۱	حمید چنگیزیان

شعب بانک سامان پاسنگوی همیشگی شما

ساعت کاری شعب		
شعب	شنبه تا چهارشنبه	پنج شنبه
شعبه فرودگاه امام خمینی (ره) و واحد CIP	۲۴ ساعته	
سایر شعب	۷:۳۰ تا ۱۴:۳۰	۷:۳۰ تا ۱۲:۳۰
شعبه کیش	۸ تا ۱۴:۳۰	۸ تا ۱۲:۳۰
شعبه قشم	۸ تا ۱۴	۸:۳۰ تا ۱۲

سرپرستی‌ها				
ردیف	عنوان سرپرستی	نام سرپرست	نشانی	شماره تلفن
۱	سرپرستی ناحیه ۱	الهه میرزایی	تهران، میدان تجریش، خیابان شهرداری، پلاک ۸۱، طبقه سوم	۲۶۸۵۹۲۰۶-۲۶۸۵۹۱۱۵-۲۶۸۵۹۱۱۸
۲	سرپرستی ناحیه ۲	متین اقبال زاده		
۳	سرپرستی ناحیه ۳	بابک برومند	بزرگراه رسالت، خیابان آیت، ضلع جنوب غربی میدان نبوت، پلاک ۵۶۰، طبقه فوقانی شعبه میدان نبوت - کد پستی: ۱۶۴۸۸۷۳۱۱	۷۷۹۱۷۱۳۱-۷۷۹۱۵۰۰۹ ۷۷۹۱۲۱۵۴-۷۷۹۱۰۱۱۹
۴	سرپرستی ناحیه ۴	بهاره علیاری		
۵	سرپرستی ناحیه ۵	حسین یوسفی پور		
۶	سرپرستی ناحیه ۶	مهدی عامری	خیابان سید جمال الدین اسدآبادی، نبش کوچه چهل و نهم، پلاک ۴۳۳، نیم طبقه شعبه سید جمال الدین اسدآبادی - کد پستی: ۱۴۳۴۹۳۳۵۷۳	۸۸۶۲۹۰۶۷ - ۸۸۶۱۶۴۸۵
۷	سرپرستی ناحیه ۷	مریم طرفی نژاد		
۸	سرپرستی ناحیه ۸	مجتبی قنبرزاده	بزرگراه همت غرب، شهرک گلستان، بلوار امیر کبیر، ترسیده به چهارراه گلها، پلاک ۵۳، طبقه فوقانی شعبه شهرک راه آهن - کد پستی: ۱۴۹۴۷۱۴۴۴۱	۴۴۷۶۸۴۷۷-۴۹-۹۱-۹۳-۹۶ ۴۴۷۳۷۹۸۰-۴۴۷۳۹۱۱۱
۹	سرپرستی ناحیه ۹	مهدی احمدی		
۱۰	سرپرستی شعب استان‌های شمال	محمود ملکی	ساری خیابان فرهنگ بعد از سه راه قارن به طرف میدان شهدا	۰۱۱-۳۳۲۵۹۷۸۱-۳۳۲۵۹۷۸۶-۳۳۲۵۹۷۸۴
۱۱	سرپرستی شعب استان‌های شمال غرب	غلامرضا نیکمهد	تبریز خیابان امام بالاتر از چهارراه شهید بهشتی نبش کوی فرهنگ پلاک ۵۲۱	۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۴۰-۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۳۸
۱۲	سرپرستی شعب استان‌های شرق و شمال شرق	مهدی توژنده جانی	مشهد، بلوار سجاد، نبش سجاد ۸، ط اول	۱۱۲-۱۱۴-داخلی-۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۴۴۰۵
۱۳	سرپرستی شعب استان‌های مرکز	حسین شکوه‌نیا	اصفهان خیابان توحید میانی نبش کوچه شهید تقی آبادی پلاک ۵	۰۳۱۳-۶۲۸۲۱۱۲-۰۳۱۳-۶۲۸۲۱۱۰
۱۴	سرپرستی شعب استان‌های جنوب و جنوب غرب	علیرضا پاک‌نژاد	شیراز، بلوار پاسداران (زهری)، حدفاصل خیابان بعثت و تقاطع مطهری، ساختمان سامان، طبقه اول	۰۷۱-۳۸۴۶۶۴۷۰
۱۵	سرپرستی شعب استان‌های جنوب شرق	احمد شریعتمداری	کرمان، خیابان سپهبد قرنی، ترسیده به میدان سپهبد قرنی، نبش کوچه قرنی ۸	۰۳۴۴-۲۲۳۸۷۹۴

دفاتر بانکداری اختصاصی				
نام دفتر	نام مسئول دفتر	کد دفتر	نشانی	شماره تماس
سرپرستی دفاتر بانکداری اختصاصی	محمد حسین افضلی	-	تهران-خیابان شریعتی-بالاتر از سیدخندان-نبش کوچه اتوبانک- پلاک ۱۰۰۵-برج سامان- طبقه ۱۵	۰۲۱-۲۲۳۳۰۰۰۰ داخلی (۳۹۱۱)
دفتر بانکداری اختصاصی زعفرانیه	احسان مهدی پور	۸۶۴	تهران-زعفرانیه-خیابان یکتا- ابتدای خیابان طاهری-پلاک ۳	۰۲۱-۲۲۷۱۶۵۳۸
دفتر بانکداری اختصاصی تبریز	نادر جهانگیرزاده سوره	۸۶۴۱	تبریز-خیابان ولیعصر- فلکه ایرداک- اول خیابان سعدی- برج مبین - طبقه ۸	۰۴۱-۳۳۳۱۶۲۲۰
دفتر بانکداری اختصاصی مشهد	حمید طوسی	۸۶۴۲	مشهد- بلوار سجاد- نبش سجاد هشتم- ساختمان بانک سامان- طبقه هفتم	۰۵۱-۳۷۶۸۱۷۱۶
دفتر بانکداری اختصاصی قم	سیدمحمدامین قافله باشی	۸۶۴۳	قم-بلوار امین-نبش کوچه ۴۱ ساختمان بانک سامان-طبقه دوم	۰۲۵-۳۲۴۰۰۴۴۱
دفتر بانکداری اختصاصی اصفهان	صابر ملبوس باف	۸۶۴۴	اصفهان-خ توحید جنوبی- بعد از چهار راه پلیس - ساختمان ژوبار- طبقه پنج - واحد ۵۰۱	۰۳۱-۳۱۲۲۲۴۴۷

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 شریعتی، نبش کوچه اتو بانک، پلاک ۱۰۰۵، برج سامان	۰۲۱-۲۲۳۳۰۰۰۰ داخلی ۳۵۶۶	-----	آقای عرب اسدی



نسیه بخرید، نقد بفروشید.

باشما هستیم

مرکز سامان ارتباط: ۰۲۱-۶۴۲۲

www.sb24.ir

طرح پیوند بانک سامان

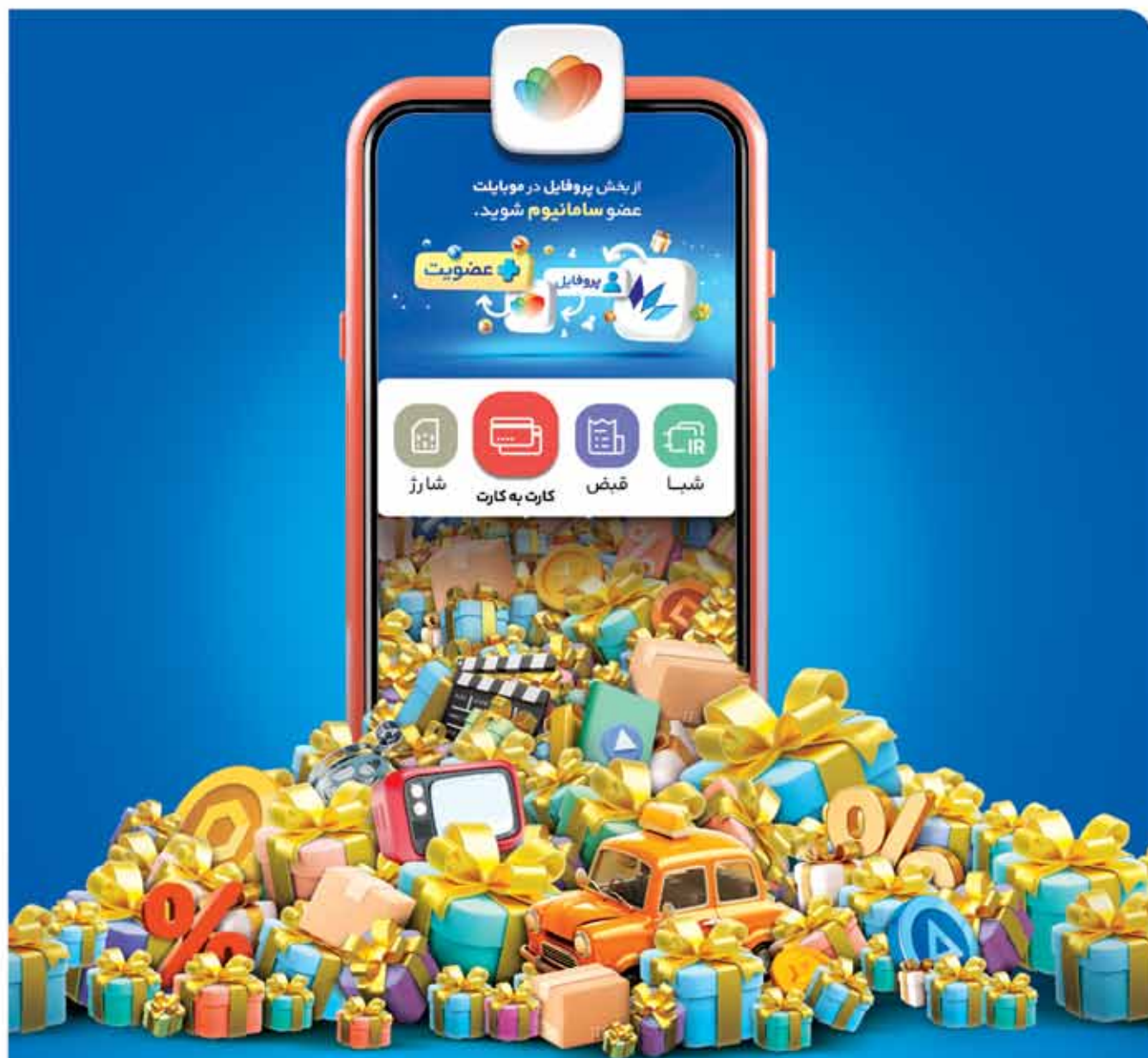
- حذف چک از فرایند خریدهای شما
- سادگی اعطای اعتبار



روش‌های کسب امتیاز سامانی:

- | | | |
|--|-----------|-------------------|
| انتقال وجه پایا | هر تراکنش | سقف امتیاز ماهانه |
| انتقال وجه ساتنا | هر تراکنش | سقف امتیاز ماهانه |
| انتقال وجه کارت به کارت | هر تراکنش | سقف امتیاز روزانه |
| برداشت و واریز وجه، پرداخت قبض
خرید شارژ سیم‌کارت‌های اعتباری | هر تراکنش | سقف امتیاز ماهانه |
| خرید کالا و خدمات | هر تراکنش | سقف امتیاز روزانه |





کارت به کارت ۵x

راه‌های دریافت امتیاز سامانی

خرید کالا و خدمات	۱x	سانا	۲۰x
خرید شارژ با کارت	۱x	پایا	۱۰x
پرداخت، واریز و دریافت موجودی	۱x	پرداخت قبض	۱x

با عضویت در **سامانیوم** (باشگاه مشتریان بانک سامان) از تخفیف‌ها و جایزه‌های فراوان بهره‌مند شوید.

