



هنر رنگریزی



تار رنج درپود هنر ایرانی

صنایع دستی



سفال کلپورگان



مس و گلیم



ترمه

سور و حال تابستونی با جایزه‌های میلیونی

در سورتیرماه سامانیوم

یک جایزه ۱۰۰ میلیون تومانی

ده جایزه ۱۰ میلیون تومانی

صد جایزه ۵۰۰۰۰ سامانی





گروه مالی سامان

بانک سامان

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



پرواخت الکترونیک سامان کیش

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



بیمه سامان

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



کارگزاری بانک سامان

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



صرافی سامان

تهران، خیابان شریعتی، بالاتر از سیدخندان، نبش کوچه اتو بانک، برج سامان
تلفن: ۰۲۱-۲۶۳۰۰۰۰ نمابر: ۰۲۱-۲۶۷۲۳۱۰۹
www.samanexchange.com



اعتبارسنجی حافظ سامان ایرانیان

خیابان شریعتی، پایین تر از بزرگراه شهید همت، نبش کوچه اتو بانک، پلاک ۱۰۰۵، برج سامان
تلفن: ۰۲۱-۲۲۳۱۰۰۰۰ نمابر: ۰۲۱-۴۱۷۲۶۰۰۱
www.cr24.ir



خدماتی آفتاب تجارت سامان

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



تأمین سرمایه کاردان

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



کیش سل پارس

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



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





سامان

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

همیشه منتظر آثار شما هستیم

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

نشانی اداره مرکزی و مدیریت روابط عمومی

و صدای مشتریان بانک سامان:

تهران، خیابان شریعتی، نیش کوچه اتوبانک، برج سامان

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

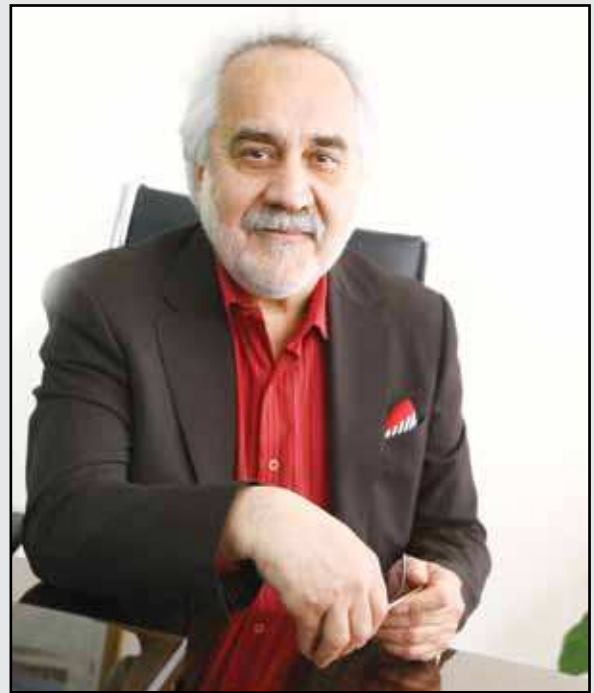
Email: samanbankmag@gmail.com

نشانی دفتر مجله سامان:

خیابان قائم مقام فراهانی، مقابل خیابان فجر، پلاک ۷۴

تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۴۸۸۷۹ فاکس: ۰۲۱-۸۸۸۳۷۴۸۳

- ۶ یادداشت سردبیر.....
- ۸ سندرم گروه‌اندیشی.....
- ۱۰ تأثیر رفتارهای شخصیتی بر رعایت آیین رفتار حرفه‌ای توسط حساب‌رسان.....
- ۱۲ مثلث کارپمن در محیط کار.....
- ۱۴ مراقبت از مشتری.....
- ۱۷ اهمیت خدمات نظافت و پاکیزگی در محیط‌های سازمانی.....
- ۱۸ راهبردهای جامع در مدیریت تعارضات و بهبود ارتباطات در شعب بانکی.....
- ۲۰ بانک، مؤسسه اعتباری و صندوق.....
- ۲۲ مسابقه کوچک نویسندگی.....
- ۲۴ مطالعه پرو و پیمون در بازه زمانی بسیار کوتاه (bingereading).....
- ۲۵ ۴۰ درصد کاهش بارش وزنگ خطر تاب‌آوری.....
- ۲۶ موفقیت در بازار رقابتی بدون تلاش هماهنگ و دانش‌افزایی مستمر امکان‌پذیر نیست.....
- ۲۶ بیمه سامان، پیشرو در آموزش کاربرد هوش مصنوعی به کارکنان و نمایندگان.....
- ۲۶ استقبال گسترده مشتریان از اپلیکیشن بیمه سامان.....
- ۲۷ بازدید مدیرعامل بیمه سامان از هفدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت مالی.....
- ۲۷ برگزاری گردهمایی شبکه فروش شرکت بیمه سامان در شیراز.....
- ۲۸ مراسم تقدیر از شعب برتر در حوزه فروش و جذب مشتریان استراتژیک بانک سامان.....
- ۳۰ معرفی برگزیدگان مسابقه «سبزترین میز کار».....
- ۳۲ جشنواره ورزشی بانوان.....
- ۳۶ کوله‌گرد.....
- ۳۸ صنایع دستی: تارنچ در پودهنر ایرانی.....
- ۴۱ گفتگو با همکاران شعبه مدرس مشهد.....
- ۴۷ دانستنی‌های بانکی.....
- ۴۸ کافه تک.....
- ۵۰ معرفی کتاب.....
- ۵۱ تنها خیال می‌ماند.....
- ۵۲ پرسش و پاسخ.....
- ۵۴ تجارت پایدار با هوش مصنوعی.....
- ۵۵ من عاشق تو سعه‌ام.....
- ۵۶ فلسفه اقتصاد پایدار.....
- ۵۷ رمزگشایی از موج جهانی هوش مصنوعی مولد!.....
- ۵۸ اهمیت راهبرد کیفیت در رونق تولید.....
- ۶۰ ارتباطات موثر قلب‌تپنده کسب و کار.....
- ۶۱ جایگاه بهره‌وری در برنامه‌های توسعه‌ای.....



ناصر بزرگمهر

nbozorgmehr@yahoo.com

به نام او که هر چه بخواد همان می شود

شب زانديشه كه فردا چه خورم؟

كاو همی لاغر شود از خوف نان
كه چه خواهم خورد مستقبل عجب
لوت فردا از كجا سازم طلب
حكایت آن گاو تنها در جزیره ای بزرگ، در دفتر پنجم مثنوی مولانا آمده است، حق تعالی، آن جزیره بزرگ را پر کرده است از نبات و ریاحین كه علف گاو باشد، و گاو تا به شب، همه آن ها را بخورد و چرای راحت كند و چون كوه پاره ای فربه شود.
اما گاو چون شب شود خوابش نبرد از غصه و خوف كه همه صحرا را چریدم، فردا چه خورم؟ و ازین غصه لاغر شود.
اما چون فردا شود و خلال روز برخیزد، همه صحرا را سبزتر و انبوه تر بیند از دی؛ باز بخورد و فربه شود، اما باز شبش همان غم بگیرد.
و سالهاست كه او هم چنین می بیند و اعتماد نمی كند
مولانا در مثنوی با حكایت این گاوی كه از صبح تا شب، توی یک جزیره سبز خوش آب و هوا، علف می خورد و چرا می كند و چاق و فربه می شود، و بعد شب تا صبح از نگرانی اینکه فردا چه بخورد، هر چه به تن اش گوشت شده بود، آب می شود، به ما درس های متعددی می دهد.
درس ناشكری، درس زیاده خواهی، درس عدم اعتماد، درس آینده نگری، درس عبرت نگرفتن، درس توكل كردن، درس دل نگرانی تا ابد.
قصه گاو مولانا، قصه دل نگرانی های ما آدم هاست.
حكایت ترس ها و نگرانی هایی است كه در طول زندگی رهایمان نمی كند و ممكن است هیچ وقت هم اتفاقی نیافتد، اما همه روزها و شب های ما را هدر می دهد و اجازه نمی دهد از لحظه های زندگی به درستی بهره ببریم.

یک جزیره سبز هست اندر جهان
اندرو گاویست تنها خوش دهان
جمله صحرا را چرد او تا به شب
تا شود زفت و عظیم و مُنتَجَب
شب ز اندیشه كه فردا چه خورم؟
گردد او چون تار مو لاغر ز غم
چون برآید صبح گردد سبز دشت
تا میان رُسته قَصیل سبز و كشت
اندر افتد گاو با جَوَع البَقَر
تا به شب آن را چرد او سر به سر
باز زفت و فربه و لمُتر شود
آن تنش از پیه و قَوّت پُر شود
باز شب اندر تب افتد از فَرَع
تا شود لاغر ز خوف مُنتَجَع
كه چه خواهم خورد فردا وقت خَوَر
سالها اینست كار آن بقر
هیچ نندیشد كه چندین سال من
می خورم زین سبزه زار و زین چمن
هیچ روزی كم نیامد روزیم
چیست این ترس و غم و دلسوزیم؟
باز چون شب می شود آن گاو زفت
می شود لاغر كه آوه رزق رفت!
نفس آن گاوست و آن دشت این جهان

بزرگ شدن بچه هایمان را با ترس نظاره می کنیم، از خانه که خارج می شویم، نمی دانیم که شب باز هم همدیگر را می بینیم؟ یک عمر دترس آینده نامعلوم از روزهای زندگی خودمان و عزیزان مان لذت نمی بریم و نمی دانیم که سرنوشت فردای اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و فرادهای دیگرمان چگونه رقم خواهد خورد؟ آیا علف سبزی برای چرا وجود دارد؟

همه روزهای زندگی مان مشغول هستیم، هر روز برای مان بازی تدارک می بینند، به گرانی و تورم و نداری و بی ارزشی پول ملی عادت نکرده ایم و عادت نخواهیم کرد. یک روز درگیر برجام هستیم و روز دیگر موضوع حجاب دستمایه نگرانی ملت و حکومت است.

یک روز فلان فیلم، یک روز فلان موسیقی، یک روز فلان هنرپیشه، یک روز فلان خواننده، یک روز فلان شخصیت سیاسی، یک روز فلان موضوع اقتصادی، یک روز فلان بخشنامه کم اهمیت و صدها موضوع کوچک و بزرگ، دل مشغولی جامعه می شود.

یک روز حسرت گذشته رهایمان نمی کند، و روز دیگر به آینده نامعلوم چشم می دوزیم.

۴۶ سال سخت، بحرانی، جنگی، متورم، تحریمی، درگیری، دزدی، اختلاس، آقازاده، مدیر کوتوله، مدیریت لی لی پوتی، را پشت سر گذاشته ایم.

یک روز باید همه این واژه ها را به فعل ماضی بسپاریم و از آینده حرف بزنیم.

می خواهیم دل به آینده روشن بسپاریم.

می خواهیم نگران نان و پنیر و سبزی فردا نباشیم.

می خواهیم ریال، بی ارزش ترین پول جهان نباشد.

می خواهیم خانه و مسکن مناسب و ماشین و وسیله نقلیه داشته باشیم.

می خواهیم حداقل رفاه نسبی هر انسان را در جهان حس کنیم.

می خواهیم بهداشت، پزشک و دارو، آموزش و پرورش، ورزش و سلامتی، سینما و تاتر، مدرسه و دانشگاه، و همه چیز را همه داشته باشند.

می خواهیم آب و برق، گاز و بنزین، تلفن و اینترنت در دسترس همگان، به قیمت مناسب باشد.

می خواهیم بازنشسته، نگران هدیه به نوه و نبیره نباشد.

می خواهیم سازمان تامین اجتماعی، مسئول تامین اجتماعی همه مردم باشد.

می خواهیم مالیات های سرگردنه از شهر برره حذف شود.

می خواهیم سازمان های زور بگیر، دست از سر مردم بردارند.

می خواهیم هموطن، شهروند درجه سوم نباشد.

می خواهیم انسان، انسان بماند.

می خواهیم توکل کنیم، امید داشته باشیم که دولت هایی که می آیند، ما را باور خواهند کرد و دل نگرانی های مردمشان را حس خواهند کرد.

می خواهیم رئیس جمهور، وزرا، مدیران بزرگ و کوچک به افکار عمومی احترام بگذارند، رسانه ها را باور کنند.

می خواهیم رئیس جمهور، رئیس جمهور همه مردم ایران باشد، رئیس جمهور کسانی باشد که رای داده اند یا نداده اند، او را قبول داشته اند یا نداشته اند.

و حالا رئیس جمهور چهاردهم، بسیاری از این آرزوها را در سیاست های کاری خودش در زمان انتخابات و بعد از انتخاب شدن بارها تکرار کرده است و مردم همین ها را می خواهند.

دل مان می خواهد، تدبیر و امید و یک جهان فرصت و خدمت و پیشرفت و دولت مردمی و هر شعار دیگر در این سال ها (برای ایران با ایرانیان) با حق و عدالت وجود داشته باشد.

در بانک سامان از زمان تاسیس شعار با مردم و برای مردم با خدمات برتر و استفاده از تکنولوژی و احترام به افکار عمومی با محوریت مشتری مداری سر داده شده است و در ربع قرن حضور خود تلاش شده که در عمل، بانک و همه کارکنان صف و ستاد در حد توان خود در خدمت مشتریان باشند. بدون شک کم و کاستی هایی هم بوده است که تلاش شده بر طرف گردد.

می خواهیم امید به آینده بهتر را در خودمان و مشتریان عزیزمان تقویت کنیم و نگران روزهای سخت نباشیم و با همت و تلاش به خداوندی دل ببندیم که از بدو خلق زمین و آسمان و ستارگان، هر صبح با خورشید خود، روشنایی را بر انسان تابیده و شب تار را به روز پیوند زده است. آینده روشن از آن ماست.



سندرم گروه‌اندیشی

می‌کنند از هرگونه استدلال مخالف گریزانند و علاقه‌ای به نقد و بررسی منطقی تصمیمات خود ندارند. این منطق‌گریزی حالت یک‌طرفه دارد و اعضا عمدتاً از یک استدلال که توجیه‌گر تصمیمات آنهاست، باتعصب حمایت می‌کنند؛ اما از این که تصمیم‌هایشان به نقد و بررسی گذاشته شود، سخت بیزارند. گاهی در میان گروه، برخی اعضا با اتکا به نکات جزئی یا شواهد بسیار ضعیف، می‌کوشند تصمیم‌های خود را منطقی جلوه دهند و باور گروهی را استحکام بخشند.

۳) یک‌سونگری و تعصب گروهی: معمولاً تفکر گروهی موجب می‌شود که افراد در ارتباط با دیگران و تصمیم‌گیری‌هایشان، به ارزش‌هایی جز ارزش‌های درون گروهی نیندیشند و معیارهای ارزشی غیر [گروه] خود را بی‌ارزش ببندارند، به‌طوری‌که برخی از آنان با تعصبی که بعضاً عقلشان را از داوری بازداشته، به تصمیم‌گیری می‌پردازند و همه را به جز خود، به هیچ می‌گیرند؛ بنابراین، تحقیر دیگران و ناچیز شمردن آنان و مطرود داشتن عقاید و افکار و اندیشه‌هایشان نشانه‌هایی از وجود چنین حالتی در گروه است.

۴) قالب‌سازی: گروه مبتلا به این بیماری معمولاً برای این که بتواند به‌سهولت و بدون مقاومت تصمیم بگیرد، در مورد دیگران به قالب‌سازی (کلیشه‌سازی) متوسل می‌شود؛ بدین معنا که یک تصویر کلی، یکسان و ازپیش‌ساخته شده را به همه کسانی که در مقابل آنها قرار گرفته‌اند تعمیم می‌دهد و بر همین اساس، تصمیم می‌گیرد؛ مثلاً، گفته می‌شود: «دشمنان ما همه افرادی پلید و زشت‌خو هستند و دوستان ما همواره انسان‌هایی نیکو و پاک‌سرشت‌اند.» با چنین الگوی ازپیش‌ساخته‌ای، گروه، دیگران را ارزیابی می‌کند و تصمیماتی می‌گیرد که یقیناً اعتبار چندانی ندارد. این شیوه از قالب‌سازی در نظام سیاسی، معمولاً تفکر «حذف‌گرایی» را در جامعه می‌گستراند.

۵) اعمال فشار بر اعضا: در تفکر گروهی، اعضای گروه عضوی را که به هر دلیل، افکار و اعمال گروه را مورد تردید قرار می‌دهد، تحت فشار

حتماً برای ما پیش آمده که گاهی پیش از ورود به جلسه‌ای، تصمیمی گرفته و یا از نظری به‌شدت طرف‌داری کرده باشیم، ولی وقتی وارد جلسه شده و در فضای آن قرار گرفته‌ایم، بدون آن که اراده کنیم، از آن تصمیم منصرف شده و چه‌بسا تصمیمی صددرد مخالف آن اتخاذ نموده‌ایم. این پدیده را «گروه‌اندیشی» می‌گویند.

«گروه‌اندیشی» یک نحوه تفکر است که در آن، اعضای گروه تحت فشار گروهی، آن چنان توافق جو می‌شوند که از ارزیابی‌های واقع‌بینانه بازمی‌مانند و به یک راه‌حل که مورد نظر گروه است، دل می‌بندند و آن را باور می‌کنند. در چنین حالتی، فرد در میان جمع، همچون یک بره بدون هیچ‌گونه اراده‌ای از خود، همان چیزی را تکرار می‌کند که گروه می‌خواهد و همان‌طور می‌اندیشد که گروه می‌خواهد.

اساساً گروه‌اندیشی ناشی از فشارهایی ایجاد می‌شود که گروه به اعضای خود وارد می‌کند و آنان را اجباراً به سمت یک توافق پیش می‌برد. در این حالت، فرد باور گروهی یافته و به خود می‌قبولاند که آنچه گروه می‌گوید همان مورد نظر اوست. هر گاه افراد در جلسه این جمله را تکرار کردند: «در تأیید فرمایش آقای رئیس...» نشانه آن است که گروه دچار بیماری گروه‌اندیشی شده. در این‌گونه گروه‌ها، اطاعت از گروه و گردن‌نهادن به آن ارزش و سربیزی از گروه نیز ضداً ارزش است.

محققان برای گروه‌اندیشی، نشانه‌هایی ذکر کرده‌اند که به‌وسیله آنها می‌توان به وجود بیماری گروه‌اندیشی در گروه پی برد. مهم‌ترین نشانه‌ها و عوارض ناشی از گروه‌اندیشی عبارت‌اند از:

۱) توهم آسیب‌ناپذیری: یکی از علائم این نابسامانی، توهم آسیب‌ناپذیری در اعضای گروه است، به‌طوری‌که آنان خطرات آشکار و واضح را نادیده می‌گیرند و به علائم خطر می‌خندند؛ یعنی: احساس رویین‌تن (بدون حریف) بودن می‌کنند.

۲) گریز از نقد منطقی: اعضای گروه‌هایی که تحت فشار جمعی تصمیم‌گیری

قرار می‌دهند و او را مجبور می‌کنند که نظرات گروه را بپذیرد؛ یعنی: در جمع، روحیه توافقی‌جویی حاکم است و گرایش عمیقی برای یکسان فکر کردن و یکسان عمل نمودن وجود دارد. معمولاً حربه‌ای که علیه اعضای ناموافق به کار گرفته می‌شود در جملاتی نظیر این، تجلی می‌یابد: «سخنان شما همچون سخنان دشمنان ماست. پس دم فروبندید و نگذارید تخم نفاق و تفرقه بین اعضا افکنده شود. با مخالفت شما، گروه تضعیف می‌شود و خودتان نیز به همراه گروه از بین می‌روید. پس در حقانیت گروه تردید نکنید و نظر گروه را محترم شمارید و بیایید با یکدیگر هم دل و یک‌صدا شویم».

۶) چشم‌پوشی از لغزش‌های گروه: افراد گروه می‌کوشند تا در مقابل لغزش‌ها و خطاهای گروه، مَهر سکوت بر لب زنند و اشتباهات و خطاهای گروه را بسیار کم‌اهمیت‌شمارند؛ یعنی: تلاش می‌کنند تا به‌نوعی «خودسانسوری» اقدام کنند و از دیدن نقاط ضعف و نقد عملکرد گروه بپرهیزند و به‌عکس، نقاط قوت را مدح و ثنا کنند.

این شیوه گرچه از نظر روانی، به گروه قوت قلب می‌دهد، اما این قوت، کاذب است و پیامدهایی منفی در زمینه تصمیم‌گیری به دنبال دارد.

۷) اتفاق آراء و توافق جمعی بی‌منطق: یکی دیگر از نشانه‌های گروه‌اندیشی اتفاق آراء، بدون هرگونه مخالفت آشکار است. معمولاً در چنین سازمان‌هایی، اعضای گروه غالباً به نفع یکدیگر صحبت می‌کنند و هیچ‌کدام مخالفت جدی با نظر یکدیگر ابراز نمی‌دارند، به‌طوری‌که در جلسات، همه از آغاز می‌دانند که برای توافق، گرد هم جمع شده‌اند.

۸) نادیده گرفتن اطلاعات مخالف: در سازمان‌های مبتلا به گروه‌اندیشی، معمولاً اعضا می‌کوشند تا چیزی از اخبار و اطلاعات مخالف به گروه آنان راه نیابد و از این راه، خللی در تصمیماتشان وارد نگردد. در این زمینه، بعضی از اعضای گروه به‌طور جدی، از ورود اطلاعات مخالف جلوگیری می‌کنند و اطلاعاتی را که جنبه موافق نظرات گروه دارد تقویت می‌نمایند. علاوه بر این، در منبع اطلاع‌یابی نیز همین حساسیت به چشم می‌خورد؛ یعنی: سازمان به دنبال آن منابع اطلاعاتی می‌رود که نظراتش را تأیید کند و از منابعی که مخالفت نشان می‌دهد سخت پرهیز می‌کند و در جلسات خود، با کسانی که توافقی‌جویی نشان نمی‌دهند مشورت نمی‌کند. به عبارت بهتر، گروه با اتخاذ این روش، می‌خواهد اطلاعات و نظراتی را مورد توجه قرار دهد که مَهر تأییدی برای تصمیمات گروه است.

در مورد این که چرا افراد به گروه‌اندیشی روی می‌آورند، دلایل ذیل شناسایی و برشمرده شده است:

۱) نیاز افراد به اعتمادبه‌نفس: افراد غالباً نیازمند آنند که مورد تأیید قرار گیرند تا احساس اعتمادبه‌نفس کنند.

۲) نیاز به احترام: افراد دوست دارند که از حرمت کافی برخوردار باشند تا احساس آرامش کنند و مورد حمایت قرار گیرند. گروه‌اندیشی چنین علاقه‌ای را در آنان ارضا می‌کند. گاهی مدیران برای آن که اعتمادبه‌نفس خود را حفظ کنند، در درون سازمان دست به تشکیل گروه‌های غیررسمی می‌زنند که در آن، اختلاف‌نظر بین اعضا وجود ندارد.

۳) مدیران به کمک تفکر گروهی، اضطراب کمتری در تصمیم‌گیری‌ها خواهند داشت.

۴) دلیل دیگر روی آوردن به گروه‌اندیشی این است که گروه‌اندیشی موجب کاهش فشار عصبی ناشی از تصمیم‌گیری‌های ناآهسته و غیرمنصفانه می‌شود. افراد به کمک گروه‌اندیشی، احساس گناه و شرمساری کمتری خواهند داشت؛ زیرا همگی افکار و نظرات یکدیگر

را به‌عنوان مطلوب، تأیید می‌کنند و جایی برای اندیشیدن و بیان نقاط ضعف باقی نمی‌گذارند.

برای جلوگیری از گروه‌اندیشی و یا کاهش اثرات زیان‌بار آن، یک مدیر می‌تواند از روش‌های کاربردی ذیل استفاده کند:

۱) مدیر می‌تواند در گروه‌های تصمیم‌گیری، اعضا را به ارزیابی دقیق نظرات و نگرش نقادانه به مسائل و آزاداندیشی و استقلال فکری تشویق کند. علاوه بر آن، باید احساس اطمینان و آزادی (در قبال اظهارنظرهای مخالف) را برای آنان فراهم نماید و در این زمینه، اطمینان‌هایی به آنان بدهد.

۲) زمانی که اعضای مافوق قصد تصمیم‌گیری و خط‌مشی‌گذاری دارند و این مأموریت را به همکاران خود وامی‌گذارند، تا حدودی به آنان آزادی عمل بدهند و از پیش، تمام توقعات خود را بر گروه تحمیل نکنند.

۳) یک سازمان باید در تصمیم‌گیری‌های مهم و خط‌مشی‌گذاری‌های اساسی، از گروه‌های خارج سازمان نیز برای تصمیم‌گیری و ارزیابی همان موضوعات بهره‌گیرد. این شیوه از ایجاد یک گروه منسجم و یکپارچه که القاکننده یک روش خاص تصمیم‌گیری باشد، جلوگیری کرده، زمینه پیدایش راه‌حل‌های مختلف را فراهم می‌سازد.

۴) مدیر باید در مقاطعی، پیش از آن که گروه به توافق نهایی برسد، از اعضای گروه بخواهد تا هر کدام به واحد خود مراجعه کنند و نظرات گروه را با سایر هم‌کاران در میان نهند و واکنش آن‌ها را بگیرد و دوباره به گروه ارائه دهد.

۵) مدیر باید هر چندگاه یک‌بار، از متخصصان خارج از سازمان دعوت به عمل آورد - یعنی: متخصصانی که در ارتباط با موضوع تصمیم‌گیری دارای شناخت باشند - و از آنان بخواهد که نقطه‌نظرات اعضای گروه را مورد سؤال قرار داده، به نقد بکشند.

۶) در هر یک از جلسات گروه یا سازمان، مدیر می‌تواند از یک یا چند عضو هوشمند و تحلیل‌گر بخواهد که با ایفای نقش مخالف به طور مصنوعی، تصمیمات گروه را از زوایای مختلف مورد تجزیه و تحلیل قرار دهند و در صورتی که کاستی‌هایی در عملکرد گروه و تصمیمات آن مشاهده می‌کنند، کاستی‌ها را مطرح سازند و حتی اگر نظر گروه معتبر نیست، با استدلال، بی‌اعتباری آن را نشان دهند.

۷) مدیر می‌تواند گروه تصمیم‌گیری را به چند گروه فرعی تقسیم کند تا به طور جداگانه و به مدیریت افراد گوناگون، تشکیل جلسه داده، مسائل مورد بررسی را به طور جداگانه تجزیه و تحلیل کنند تا به انتخاب‌هایی برسند و سپس در یک جلسه عمومی، از گروه‌های گوناگون بخواهد که کلیه نظرات اعلام شده را به بحث گروهی بگذارند و تصمیم‌گیری کنند و به این ترتیب، با مطرح شدن

نظرات مختلف که بدون فشار یک گروه خاص صورت گرفته است، از بروز گروه‌اندیشی جلوگیری کند.

۸) پس از آن که گروه به یک انتخاب معین رسید و افراد بر راه‌حلی توافق کردند، برای رفع شبهه، مدیر می‌تواند فرصت دیگری را پیش‌بینی کند و تصمیم‌گیری نهایی را به آن موکول نماید. در این فرصت، از همه اعضای گروه خواسته می‌شود که اگر اندک تردید یا مخالفتی دارند و یا نقطه‌ضعفی در تصمیم می‌بینند، دوباره به تفکر بنشینند، نظرات خود را اعلام کنند.

منبع: این مطلب از منبع ذیل اقتباس شده است:

Gregory B. Northcraft & Margaret A. Neal, Organizational Behavior (1990).



آرش آذین فر

تأثیر رفتارهای شخصیتی بر رعایت آیین رفتار حرفه‌ای توسط حساب‌رسان

ای دارند ارایه نماید.

مقدمه

تیپ‌های شخصیتی

در عصر حاضر بسیاری از کارشناسان و روان‌شناسان شخصیت اعتقاد به وجود پنج صفت اصلی و پایه‌ای در شخصیت انسان دارند. این تحقیقات در سال ۱۹۴۹ با مطالعات دی.وی. فیسکند آغاز شد. این تیپ‌های پنج‌گانه به شرح ذیل می‌باشد:

روان‌رنجوری: مؤثرترین قلمرو مقیاس‌های شخصیت تقابل سازگاری یا ثبات عاطفی با ناسازگاری یا روان‌رنجوری است. متخصصین بالینی انواع گوناگونی از ناراحتی‌های عاطفی، چون ترس اجتماعی، افسردگی و خصومت را در افراد تشخیص می‌دهند، اما مطالعات بی‌شماری نشان می‌دهد، افرادی که مستعد یکی از این وضعیت‌های عاطفی هستند، احتمالاً وضعیت‌های دیگر را نیز تجربه می‌کنند.

برون‌گرایی: برون‌گراها، جامعه‌گرا هستند، اما توانایی اجتماعی فقط یکی از صفاتی است که حیطه برون‌گرایی دارای آن است. آنها سرخوش، با انرژی و خوش‌بین نیز هستند.

انعطاف‌پذیری: انعطاف‌پذیری را می‌توان در غالب عناصری چون تصور فعال، احساس زیباپسندی، توجه به احساسات درونی، تنوع‌طلبی، کنجکاوی ذهنی و استقلال در قضاوت بیان نمود.

موافق‌بودن: همانند برون‌گرایی، موافق‌بودن مقدمات بعدی از تمایلات بین‌فردی است. یک فرد با میزان بالایی شاخص موافق‌بودن اساساً نوع‌دوست است، او نسبت به دیگران همدردی کرده و مشتاق است که کمک و باور دارد که دیگران نیز متقابلاً کمک‌کننده هستند. در مقابل فرد با میزان پایین شاخص موافق‌بودن سبزه‌جو، خودمدار و شکاک نسبت به دیگران بوده و رقابت‌جو است.

طی دو دهه اخیر، علی‌رغم تلاش‌های صورت گرفته و پیشرفت‌های چشمگیر علمی و فنی، مسائل اخلاقی بنگاه‌های تجاری موجب شد تا اعتماد جامعه جهانی به توانایی حرفه حسابداری و حسابرسی در حفظ منافع سرمایه‌گذاران کاهش یابد. استمرار رفتارهای غیراخلاقی نشان داد که اصول اخلاقی در حرفه حسابداری و حسابرسی فراتر از رعایت قواعد فنی است. بدین ترتیب ضرورت رعایت اخلاقی بیش‌ازپیش موردتوجه قرار گرفت و فدراسیون بین‌المللی حسابداران به کمیته‌ای مأموریت داد تا نسبت به تهیه آیین رفتار حرفه‌ای اقدام نماید. این کمیته در سال ۱۹۹۶ اولین آیین رفتار حسابداران حرفه‌ای را تدوین نمود تا به عنوان الگو و رهنمود اخلاقی مورد استفاده قرار گیرد.

آیین رفتار حرفه‌ای موجب می‌شود تا اولاً استفاده‌کنندگان خدمات حرفه‌ای بدانند که زمان خرید این خدمات چه حقوقی دارند، ثانیاً اعضای حرفه بدانند که چه رفتاری قابل قبول است و سرانجام حرفه با استفاده از آن بر اعمال اعضای حرفه نظارت کند. همچنین بیشتر مطالعات انجام شده بر روی عملکرد شغلی نشان می‌دهند که شخصیت، عملکرد شغلی را تحت تأثیر قرار می‌دهد و برخی از عوامل شخصیتی ذاتی می‌تواند به عنوان عامل پیش‌بینی‌کننده‌ای عملکرد شغلی در حسابداری مورد استفاده قرار گیرد. پس بدان جهت که کیفیت عملکرد شغلی حساب‌رسان منوط به پایداری ایشان به آیین رفتار حرفه‌ای حسابرسی است؛ لذا باتوجه به این مهم، پژوهش حاضر رابطه تیپ‌های شخصیتی حساب‌رسان را به عنوان یکی از عوامل شخصیتی ذاتی با میزان پایداری آنان به آیین رفتار حرفه‌ای مورد بررسی قرار می‌دهد تا ضمن بررسی وجود این رابطه، بتواند رهنمودی برای گزینش افرادی که پایداری بیشتری به آیین رفتار حرفه

مسئولیت‌پذیری و باوجدان بودن: وظیفه‌شناسی و مسئولیت‌پذیری (باوجدان بودن) توصیف‌کننده قدرت کنترل تکانه‌ها، به‌نجوی که جامعه مطلوب می‌داند و تسهیل‌کننده رفتار تکلیف‌محور و هدف‌محور است. این حیطه را به نام "تمایل به موفقیت" نامیده‌اند.

آیین رفتار حرفه‌ای حسابرسی

پژوهش‌های انجام شده نشان می‌دهد که وجود حداقل سه عامل در کنار هم موجب تشکیل، رشد و گسترش حرفه‌های مختلف در طول تاریخ تمدن بشری بوده و راز ماندگاری آنها است. این سه عامل عبارت‌اند از: شکل حرفه‌ای فراگیر، آیین رفتار حرفه‌ای و فلسفه، مبانی نظری، اصول و استانداردهای حرفه‌ای. تردیدی نیست که پایبندی و رعایت آیین رفتار حرفه‌ای آینده جامعه را رقم می‌زند؛ بنابراین آینده جامعه حسابداران رسمی، تابع میزان پایبندی و باور قلبی اعضا به این آیین رفتار حرفه‌ای است.

اصول بنیادی آیین رفتار حرفه‌ای

لازمه دستیابی به اهداف حرفه حسابداری توسط حسابداران رسمی، پایبندی به اصول بنیادی زیر است: درستکاری: حسابدار رسمی باید در انجام خدمات حرفه‌ای خود درستکار باشد.

بی‌طرفی: حسابدار رسمی باید بی‌طرف باشد و نباید اجازه دهد هر گونه پیش‌داوری، جانب‌داری، تضاد منافع یا نفوذ دیگران، بی‌طرفی او را در ارائه خدمات حرفه‌ای مخدوش کند.

صلاحیت و مراقبت حرفه‌ای: حسابدار رسمی باید خدمات حرفه‌ای را با دقت، شایستگی و پشتکار انجام دهد. وی همواره موظف است میزان دانش و مهارت حرفه‌ای خود را در سطحی نگاه دارد که بتوان اطمینان حاصل کرد خدمات وی به‌گونه‌ای قابل قبول و مبتنی بر آخرین تحولات در حرفه و قوانین و مقررات ارائه می‌شود.

رازداری: حسابدار رسمی باید به محرمانه بودن اطلاعاتی که در جریان ارائه خدمات حرفه‌ای خود به دست می‌آورد توجه کند و نباید چنین اطلاعاتی را بدون مجوز صریح صاحب‌کار یا کارفرما، استفاده و یا افشا کند، مگر آنکه از نظر قانونی یا حرفه‌ای حق و یا مسئولیت افشای آن را داشته باشد.

رفتار حرفه‌ای: حسابدار رسمی باید به‌گونه‌ای عمل کند که با حسن شهرت حرفه‌ای او سازگار باشد و از انجام اعمالی بپرهیزد که ممکن است اعتبار حرفه را خدشه‌دار کند.

اصول و ضوابط حرفه‌ای: حسابدار رسمی باید خدمات تخصصی حرفه‌ای را مطابق اصول و ضوابط حرفه‌ای انجام دهد و همچنین درخواست‌های صاحب‌کار یا کارفرمای خود را به‌گونه‌ای بامهارت و دقت انجام دهد که با الزامات درستکاری، بی‌طرفی و در مورد حسابداران رسمی شاغل با استقلال وی نیز سازگار باشد.

تحقیقات رفتاری در حسابرسی، شامل بررسی نظریه‌ها و روش‌های علوم رفتاری است که به بررسی رابطه بین اطلاعات حسابداری و رفتار حسابرسان می‌پردازد. به دلیل این که اظهارنظر بر پایه آیین رفتار حرفه‌ای بخش مهمی از فرایند حسابرسی است، در بیست سال گذشته تعداد مطالعات رفتاری در حسابرسی افزایش یافته است.

محققان زیادی تلاش کرده‌اند که به بررسی ارتباط بین اطلاعات رفتارهای انسانی و جنبه‌های مختلف تئوری و نظریه‌های تصمیم‌گیری رفتاری بپردازند. با این حال تصمیم‌گیری رفتاری به دلیل عظمت و

پیچیدگی مسائل مربوط به رفتار انسان، به طور کامل قابل توضیح نیست. از جمله کارهای انجام شده در حوزه حسابداری رفتاری می‌توان به مطالعات دیویدسون و هارت که در مطالعات خود به بررسی ویژگی شخصیتی انعطاف‌پذیری حسابرسان پرداخته‌اند اشاره کرد. ایشان توانایی و پایداری صفات و خصوصیات حسابرسان را با عموم مردم مقایسه کرده‌اند و به این نتیجه رسیده‌اند که حسابرسان نمره متوسط به بالایی در ویژگی‌های شخصیتی مرتبط با انعطاف‌پذیری کسب کرده‌اند. تعهد حسابرس به یکپارچگی و صداقت، استقلال حسابرس و بی‌طرفی حرفه‌ای او، تعهد حسابرس به رفتار حرفه‌ای در حرفه حسابرسی، تعهد حسابرس به رازداری و عملکرد حرفه‌ای حسابرس بر کیفیت حسابرسی اثر مثبت دارد.

سخن آخر

ویژگی تیپ شخصیتی "روان‌نجوری" از بین احکام آیین رفتار حرفه‌ای حسابرسان تنها با "استقلال و بی‌طرفی" و "رازداری" ارتباط دارد و این یعنی با افزایش ویژگی روان‌نجوری احتمال پایبندی به آیین رفتار حرفه‌ای حسابرسی کاهش می‌یابد و بالعکس. چون روان‌نجوری را تمایل به تجربه اضطراب، تنش، خودخوری، خصومت و تکانشوری، کمرویی، تفکر غیرمنطقی، افسردگی و عزت‌نفس پایین تعریف کرده‌اند؛ لذا باتوجه به این خصوصیات، حسابرسان دارای ویژگی روان‌نجوری، به علت عزت‌نفس پایین و تفکر غیرمنطقی، از اراده و توانایی کمتری جهت حفظ اسرار کاری صاحب‌کاران خود، یعنی "رازداری" برخوردار هستند. همچنین به واسطه ویژگی کمرویی قادر به حفظ استقلال خود، چه از نوع ظاهری و یا باطنی، در مقابل صاحب‌کاران خود نمی‌باشند. ویژگی تیپ شخصیتی "برون‌گرایی" تنها با "عملکرد حرفه‌ای" ارتباط دارد. این به این معناست که حسابرسان با ویژگی برون‌گرایی بیشتر، دارای "عملکرد حرفه‌ای" بالاتری هستند و بالعکس. از آنجایی که افراد برون‌گرا را اشخاصی متمایل به مثبت بود، قاطع، مهربان و اجتماعی می‌شناسیم، می‌توان چنین استنباط کرد که حسابرسان برون‌گرا به دلیل قاطع بودن و جدی بودن، در راستای اعتلای سطح کیفی عملکرد خود از انگیزه بالایی برخوردارند.

ویژگی تیپ شخصیتی "انعطاف‌پذیری" تنها با "استقلال و بی‌طرفی" حسابرسان ارتباط دارد و این به این معنی است که حسابرسان با ویژگی انعطاف‌پذیری بالا دارای استقلال بیشتری هستند. از آنجایی که افراد انعطاف‌پذیر قادر به برقراری نوعی توازن میان پذیرش شرایط متنوع و در اغلب مواقع متضاد هستند، لذا با در نظر گرفتن این توانایی انتظار می‌رود که حسابرسان انعطاف‌پذیر قادر به کنترل شرایط و حفظ استقلال خود باشند. ویژگی تیپ شخصیتی "موافق بودن" با تمامی احکام آیین اخلاق حرفه‌ای به جز "رفتار حرفه‌ای" ارتباط دارد. به بیان دیگر هرچقدر حسابرسان توافق‌پذیرتر (موافق‌تر) باشند، از میزان پایبندی بیشتری به آیین رفتار حرفه‌ای برخوردار هستند. به‌طورکلی افراد توافق‌پذیر افرادی دارای منطق بالا و قانونمند هستند؛ لذا باتوجه به این ویژگی، انتظار می‌رود که حسابرسان توافق‌پذیر نسبت به پذیرش و رعایت کلیات آیین رفتار حرفه‌ای از آمادگی روحی بیشتری برخوردار باشند. تیپ شخصیتی "مسئولیت‌پذیر" تنها با "عملکرد حرفه‌ای" ارتباط دارد و این منطقی به نظر می‌آید که حسابرسان مسئولیت‌پذیر (باوجدان) با افزایش این صفت به‌گونه‌ای عمل کنند که با حسن شهرت حرفه‌ای ایشان سازگار باشد و از انجام اعمالی بپرهیزند که ممکن است اعتبار حرفه ایشان را خدشه‌دار کند.



مثث کارپمن در محیط کار

شود:

- قربانی: کارمندی که احساس می‌کند بار بیش از حدی بر دوش دارد و حمایت کافی دریافت نمی‌کند.
- نجات‌دهنده: مدیری که به جای واگذاری مسئولیت، خود کارها را انجام می‌دهد تا از اشتباهات جلوگیری کند.
- سرزنشگر: همکار یا مدیری که به جای ارائه بازخورد سازنده، دیگران را به خاطر اشتباهاتشان سرزنش می‌کند.
- این نقش‌ها می‌توانند باعث ایجاد تنش، کاهش انگیزه و بهره‌وری شوند.
- مثال‌هایی از مثث کارپمن در محل کار**
- مثال ۱: پروژه‌ای با تأخیر
- قربانی: کارمند احساس می‌کند که مسئولیت‌های زیادی دارد و نمی‌تواند به‌موقع پروژه را تحویل دهد.
- نجات‌دهنده: مدیر پروژه تصمیم می‌گیرد خودش بخش‌هایی از کار را انجام دهد تا پروژه به‌موقع تحویل شود.

در محیط‌های کاری، تعاملات انسانی نقش کلیدی در موفقیت یا شکست سازمان‌ها دارند. گاهی اوقات، بدون آنکه متوجه شویم، وارد الگوهای رفتاری می‌شویم که به جای حل مسائل، آن‌ها را پیچیده‌تر می‌کنند. یکی از این الگوهای رفتاری، مثث کارپمن است که می‌تواند به روابط کاری آسیب بزند و بهره‌وری را کاهش دهد.

مثث کارپمن که توسط دکتر استفن کارپمن در سال ۱۹۶۸ معرفی شد، مدلی است که سه نقش اصلی در تعاملات ناسالم را توصیف می‌کند:

- قربانی (Victim): فردی که احساس می‌کند تحت ظلم قرار گرفته و ناتوان از تغییر وضعیت است.
- نجات‌دهنده (Rescuer): کسی که بدون درخواست دیگران، سعی در حل مشکلات آن‌ها دارد.
- سرزنشگر (Persecutor): فردی که دیگران را مقصر می‌داند و با انتقاد یا کنترل‌گری رفتار می‌کند.

در محیط‌های کاری، مثث کارپمن می‌تواند به شکل‌های مختلفی ظاهر

□ سرزنشگر: مدیر ارشد، تیم را به خاطر تأخیر سرزنش می‌کند و تهدید به اقدامات انضباطی می‌کند.

- مثال ۲: اختلاف بین دو همکار

□ قربانی: یکی از همکاران احساس می‌کند که دیگری رفتار نامناسبی با او دارد.

□ نجات‌دهنده: مدیر تیم سعی می‌کند با مداخله مستقیم، مشکل را حل کند بدون آنکه به ریشه‌های آن بپردازد.

□ سرزنشگر: همکار دیگر، فرد اول را به حساسیت بیش از حد متهم می‌کند.

دلایل مختلفی می‌تواند باعث شود که افراد وارد این مثلث شوند:

- الگوهای رفتاری از کودکی: برخی افراد یاد گرفته‌اند که برای دریافت توجه، باید نقش قربانی یا نجات‌دهنده را بازی کنند.

- فرهنگ سازمانی: سازمان‌هایی که فرهنگ سرزنش یا کنترل‌گری دارند، زمینه‌ساز ورود به این مثلث هستند.

- عدم آگاهی: بسیاری از افراد بدون آنکه متوجه باشند، وارد این نقش‌ها می‌شوند.

پیامدهای منفی مثلث کارپمن در محیط کار

- کاهش بهره‌وری: تمرکز بر نقش‌ها به جای حل مسائل واقعی.
- فرسودگی شغلی: نجات‌دهندگان ممکن است احساس خستگی و بی‌انگیزگی کنند.
- تنش‌های بین فردی: سرزنشگران می‌توانند باعث ایجاد جو منفی در تیم شوند.
- کاهش اعتماد: قربانیان ممکن است احساس کنند که حمایت نمی‌شوند.

چگونه از مثلث کارپمن خارج شویم؟

۱. آگاهی از نقش‌ها

اولین قدم، شناختن نقش‌هایی است که ممکن است در آن‌ها قرار گرفته باشیم. با خود صادق باشید و بررسی کنید که آیا در تعاملات کاری، تمایل به ایفای نقش خاصی دارید یا خیر.

۲. تقویت مهارت‌های ارتباطی

- گوش دادن فعال: به جای قضاوت، سعی کنید واقعاً به صحبت‌های

دیگران گوش دهید.

- بیان احساسات به صورت سازنده: به جای سرزنش، احساسات و نیازهای خود را به صورت واضح بیان کنید.

۳. مسئولیت‌پذیری

- قربانی: به جای احساس ناتوانی، به دنبال راه‌حل‌ها باشید و مسئولیت تغییر را بپذیرید.

- نجات‌دهنده: به دیگران اجازه دهید که خودشان مشکلاتشان را حل کنند و فقط در صورت درخواست کمک، مداخله کنید.

- سرزنشگر: به جای انتقاد، بازخورد سازنده ارائه دهید و به رشد دیگران کمک کنید.

۴. ایجاد فرهنگ سازمانی سالم

- تشویق به بازخورد سازنده: محیطی ایجاد کنید که در آن افراد بتوانند به راحتی بازخورد دهند و دریافت کنند.

- تقدیر از تلاش‌ها: به جای تمرکز بر اشتباهات، تلاش‌ها و پیشرفت‌ها را مورد توجه قرار دهید.

- آموزش و توسعه فردی: به کارکنان فرصت دهید تا مهارت‌های ارتباطی و خودآگاهی خود را تقویت کنند.

جایگزینی مثلث کارپمن با مثلث توانمندساز

دیوید امرالد، با الهام از کارپمن، مدل «مثلث توانمندساز» را معرفی کرد که نقش‌های منفی را به نقش‌های مثبت تبدیل می‌کند:

- قربانی به خالق (Creator): فردی که به جای تمرکز بر مشکلات، به دنبال راه‌حل‌ها است.

- نجات‌دهنده به مربی (Coach): کسی که با پرسش‌های مناسب، دیگران را به تفکر و یافتن راه‌حل تشویق می‌کند.

- سرزنشگر به چالشگر (Challenger): فردی که با احترام، دیگران را به رشد و بهبود دعوت می‌کند.

مثلث کارپمن الگویی است که می‌تواند به صورت ناخودآگاه در تعاملات کاری ظاهر شود و به روابط و بهره‌وری آسیب بزند. با آگاهی از این الگو، تقویت مهارت‌های ارتباطی و ایجاد فرهنگ سازمانی سالم، می‌توان از این مثلث خارج شد و محیط کاری مثبت‌تری ایجاد کرد.

منبع: گاهنامه مدیر





مراقبت از مشتری

۱. مقدمه

به سمت انقراض پیش خواهند رفت یا با حمایت دولت به بقای محدود خود ادامه خواهند داد.

این دیدگاه که مدیریت ریسک و مدیریت پورتفوی محصول، محورهای اصلی فعالیت‌های بانکی هستند، و دید بانک نیز این باشد که آنچه انجام می‌دهند همین دو مورد است، دیدگاهی ناقص است. نگاه مشتری به کسب‌وکار، نگاه صحیح است. این مصرف‌کننده است که تصمیم

می‌گیرد با یک بانک کار کند یا نکند. عامل تعیین‌کننده، عرضه محصولات معدود بانکی به مشتری نیست. عوامل کلیدی، تطبیق محصولات بانکی با نیازهای مشتری و خلق تجربه مثبت و پیوسته برای اوست.

پس، کسب‌وکار بانکداری خرد چیست؟ کسب‌وکار آن‌ها خرده‌فروشی است. کسب‌وکاری انسان‌محور است. مانند بسیاری از کسب‌وکارهای خرده‌فروشی، فلسفه وجودی یک بانک خرده‌فروش، ارائه خدمات حرفه‌ای و اخلاقی به مشتری است.

بانکداری خرد صرفاً درباره مدیریت ترازنامه نیست. البته آن هم بسیار مهم است. اما، بانکداری خرد درباره خلق یک فرهنگ مراقبت از مشتری است و این مهم‌تر است. این بخش نشان می‌دهد که چگونه یک بانک خرده‌فروش می‌تواند یک فرهنگ مراقبت از مشتری را خلق کند. نخست، ما مفهوم آشنای کیفیت خدمات مشتری را با مراقبت از مشتری مقایسه می‌کنیم به طوری که هر یک را در جای مناسب خود قرار دهیم. همان‌طوری که در بانکداری خرد (۱) تشریح شد، موضوع کیفیت خدمات مشتری تأمین نیازهای مشتری در کنار خلق تجربه مثبت برای

یکی از مهم‌ترین چالش‌هایی که مدیران ارشد بانک‌ها (به‌ویژه بانک‌های خرده‌فروش) با آن روبه‌رو هستند، پاسخ به یک پرسش ساده و روشن است- ما در چه کسب‌وکاری فعالیت می‌کنیم؟ این پرسش بیش از حد ساده به نظر می‌رسد، اما پاسخ به آن پیامدهای ضمنی قابل ملاحظه‌ای برای رهبری بانک دارد. اگر مدیریت یک دفتر خدمات پستی تصور کند که چون در کسب‌وکار تحویل فیزیکی محموله‌های پستی فعالیت می‌کند پس، اینترنت رقیبشان نخواهد بود، این نتیجه‌گیری، تهدید پست‌های الکترونیکی (ایمیل‌ها) و پیام‌رسانی فوری را در برابر تحویل بسته‌های پستی به صورت سنتی نادیده می‌گیرد. اما چنانچه دفتر خدمات پستی به درستی به این نتیجه برسد که در یک کسب‌وکار ارتباطاتی فعالیت می‌کند، پس با رقابت بسیار بزرگی مواجه است؛ اگر مصرف‌کننده بتواند برای آنچه دفتر خدمات پستی ارائه می‌کند جانشینی بیابد، پس ارسال مراسلات پستی از راه جایگزین‌های عنوان شده باید به عنوان رقیب در نظر گرفته شود. سرانجام این مصرف‌کننده است که باید تصمیم بگیرد. بنابراین، کسب‌وکار بانکداری خرد چیست؟ البته، موضوع فعالیت بانکداری خرد واسطه‌گری میان پس‌اندازها و وام‌ها و مدیریت ریسک از راه راهبردهای مدیریت دارایی و بدهی (ALM- Asset and Liabilities Management) است. ولی اگر بانکداران خرده‌فروش کسب‌وکار خود را این‌طور تصور کنند، پس طولی نخواهد کشید که آن‌ها نیز مسیر دفاتر خدمات پستی ملی را طی خواهند کرد- که به نظر می‌رسد

اوست. دلایل قانع کننده‌ای برای یک نهاد مالی وجود دارد که نخست تلاش کند تا یک تجربه باکیفیت برای مشتری خلق کند. در واقع، زیری (Zairi: ۲۰۰۰) عنوان می‌کند که مشتریان راضی تجارب مثبت خود را احتمالاً با پنج یا شش نفر در میان می‌گذارند در حالی که مشتریان ناراضی ممکن است ده نفر را از تجربه خود مطلع سازند. شخص ممکن است به این نتیجه برسد که اخبار بد سریع‌تر از اخبار خوب منتشر می‌شود. مضافاً اینکه تعالی خدمات مشتری انگیزه‌ای برای فروش متقاطع (فروش اضافی) است. مطالعه دیگری دریافته است که «مشتریانی که تصمیم می‌گیرند برای دریافت محصولات اضافی کماکان با بانک فعلی خود باقی بمانند، بیشتر به این دلیل بوده که تجارب و تصورات مثبت گذشته‌شان به آن‌ها ثابت کرده که بانک فعلی‌شان بیشتر بر مشتریان تأکید دارد تا بر سود.» (Burger: ۲۰۱۱)

کیفیت خدمات مشتری بر یک الگو با چهار جزء کلیدی استوار است که عبارت‌اند از:

۱- اطلاعاتی که «از جریان بازخورد بین بانک و مشتری استخراج شده‌اند». قبلاً در بانکداری خرد (۱) ارزش داده‌ها را از بازخورد مشتری در قضیه آمازون مورد بحث قرار دادیم. اطلاعات پس از جمع‌آوری از طریق روش‌های مناسب واکاوی داده‌ها و برگرداندن آن‌ها به یک بیش درباره مشتری.

۲- محصولات بانکی مشتری‌گرا صرفاً برای تأمین نیازهای مشتریانی توسعه می‌یابند که در مرحله اطلاعات از بیش‌های ارائه شده استخراج شده‌اند. این جزء از الگوی «کیفیت خدمات مشتری» با فشار محصول و فروش اشتباهی همخوانی ندارد.

۳- ارائه خدمات بانکی باید بی‌واسطه، بدون در نظر گرفتن کانال بانکی باشد که مشتری انتخاب می‌کند. این هدف مدیریت چندکانالی است.

۴- تجربه کار با بانک باید از دید مشتری همواره عالی و خاطره‌انگیز باشد. تأکید بر این نکته مهم است که تجارب مشتریان با بانک می‌تواند در فضای مجازی با سرعت نور منتشر شود.

برای نشان دادن اقدامات اخیر بانکی در زمینه خدمات مشتری، چند نمونه ارائه می‌شود:

- بانک یونیکردیت (UniCredit Bank) از یک برنامه معمولی برای پایش رضایت مشتری در سراسر شبکه‌اش برخوردار است که آن را قادر می‌سازد تا رضایت مشتری را به صورت ماهیانه در ایتالیا، آلمان و اتریش رصد کند. در حالی که در شعب اروپای مرکزی و شرقی آن (CEE) رضایت مشتری دو بار در سال اندازه‌گیری می‌شود. در سال ۲۰۱۰، این بانک ۳۲۵,۰۰۰ مصاحبه در ایتالیا، ۴۸,۰۰۰ مصاحبه در آلمان، بیش از ۳۳,۰۰۰ مصاحبه در اتریش و بیش از ۲۱,۰۰۰ مصاحبه در سراسر کشورهای CEE برگزار کرد. در آلمان، بانک یونیکردیت یک پلتفرم «جمع‌سپاری» (برون‌سپاری برای به دست آوردن ایده‌های جدید) ساخته است که حدوداً ۳۰۰۰ کارمند برای پست گذاشتن ایده‌ها و دیدگاه‌ها درباره خدمات مشتری مورد استفاده قرار گرفته است.

- در سال ۲۰۱۰، بانک استاندارد چارتر (Standard Chartered)، منشور مشتری را در کلیه سطوح بانکداری مصرف‌کننده خود منتشر کرد. بانک در تمام بازارهای جلسه‌های عمومی برگزار کرد و چندصد «فعال» برای برگزاری کارگاه‌های آموزشی مربوط به منشور مشتری آموزش

دیدند که تقریباً ۳۹,۰۰۰ کارمند بانکداری مصرف‌کننده (که حدوداً ۹۹ درصد کلیه کارکنان بانکداری مصرف‌کننده بود) در این کارگاه‌ها شرکت کردند. اقدامات جدید به کاهش تکرار شکایات در نیمه دوم سال ۲۰۱۰ کمک کرد. معیار شکایات بانکی (شکایت در هر هزار حساب) به ۴۳ درصد در فصل چهارم سال ۲۰۱۰ کاهش یافت - در مقایسه با میانگین سال ۲۰۰۹. تعداد شکایات که ظرف ۴۸ ساعت حل و فصل شد ۱۴ درصد کاهش یافت.

- گزارشی در سال ۲۰۱۲ در فینکسترا (Finextra) به افتتاح یک شعبه بانک برادسکا (Banko Bradeska) با فناوری بالا (hi-tech) و آینده‌نگر اشاره می‌کند که در سائوپولوی برزیل افتتاح شد. این نشریه خبری گزارش می‌دهد که شعبه مذکور دارای ویژگی‌های زیر است:

۱. راهنماهای روبات، خدمات مشاوره‌ای مالی شخصی از آواتارهای دیجیتال و مشاوران روی صفحه نمایش رایانه، رابط‌های بیومتریک و صفحات نمایش لمسی نصب شده روی دیوار و میز که با حرکات دست کنترل می‌شوند. مشتریانی که به شعبه نکست (Next) براندسکا نزدیک می‌شوند - با مشارکت مؤسسه طراحی پرتغالی به نام وایدیریم (YDreem) - با لینک ۲۳۷، الهام گرفته از یک روبات R۲DT مواجه می‌شوند که با لبخند به بازدیدکنندگان خوشامد می‌گوید و آن‌ها را به کشف محیط داخلی دعوت می‌کند.

۲. نقاط لاگین بیومتریک نقش محوری در طراحی این شعبه ایفا می‌کند که برای ارائه دسترسی راحت به مشاوره‌های مالی شخصی سازی شده است. براندسکا نخست تشخیص هویت بیومتریک مبتنی بر کف دست را در سال ۲۰۰۶ معرفی کرد و از آن زمان تا به حال ۱۰ میلیون پروفایل‌های کاربران را جمع کرده است. به محض اینکه مشتری آن را لمس می‌کند، می‌تواند کلیه خدمات بانکی خود را از خودپردازها، بدون کارت دریافت کند و این خدمات با اطلاعات شخصی در تعداد زیادی رابط دیجیتالی که کنترل شده لمسی هستند ارائه می‌شوند.

۳. بر مبنای هر پروفایل مالی فردی، خدمت «چرخه عمر» علایق شخصی، موقعیت مالی و الگوهای مصرف را نشان می‌دهد. این اپلیکیشن ممکن است زمان ایده‌آل را برای خریدهای خانه نشان دهد یا یک برنامه مستمری بازنشستگی شخصی را پیش‌بینی کند. این اطلاعات سپس به ایمیل مشتری ارسال می‌شود یا در موعد مقرر در جلسه حضوری در خصوص جزئیات آن‌ها با مأمور بانک در شعبه صحبت می‌شود.

۴. یک اتاق خدمات مشتریان تک‌به‌تک که با یک پارتیشن شیشه‌ای از فضای عمومی شعبه جدا شده است و به طور خودکار باز و بسته می‌شود تا حریم خصوصی مشتریان حفظ شود و این امکان را به مشتری داده تا با آواتار دیجیتال تعامل برقرار کند یا در صورت درخواست می‌تواند با یک کارشناس سرمایه‌گذاری ویدیوکنفرانس کند.

۵. برای کسانی که از کار بیش از حد با رایانه خسته شده‌اند، «سالن استراحت مسا» (Mesa Lounge) وجود دارد که یک میز با یک صفحه نمایش لمسی است که مشتریان می‌توانند یک بطری آب معدنی سفارش دهند و نشریات روز را مطالعه کنند یا درباره آخرین رویدادهای فرهنگی در شهر با خبر شوند.

این‌ها نمونه‌اند و تلاش‌های لازم برای تأکید بر خلق یک تجربه مثبت مشتری را نشان می‌دهند. با وجود این، آنچه ضرورت دارد برخورداری

از یک رویکرد جامع بلندمدت است که مبتنی بر یک تعهد سازمانی به مراقبت از مشتری باشد. جک ولس (Jack Wlech)، مدیرعامل سابق شرکت جنرال الکتریک یکبار گفته بود که یک شرکت باید سرنوشت خود را خودش کنترل کند در غیر این صورت، شخص دیگری این کار را برای او انجام خواهد داد. در بانکداری خرد، این عبارت به «از مشتریان خود مراقبت کنید در غیر این صورت دیگری این کار را انجام خواهد داد»، برگردانده می‌شود.

ما با اشاره به زنجیره ارزش خدمت (Value Chain Service) نکته پایانی خود را در رابطه با مقایسه کیفیت خدمات مشتری با مراقبت از مشتری مطرح می‌کنیم. در حالی که کیفیت خدمات مشتری مهم است، این تنها یکی از ابعاد مهم است. عوامل دیگری وجود دارند که باید بر آنها تأکید کرد شامل: رضایت مشتری، وفاداری مشتری، بهره‌وری مشتری، خلق ارزش خدمت/ مشتری و نقش کارکنان فروش.

در واقع، جیمز ال هسکت، دبلیو ارل ساسر، جونیور و لئونارد شلزینگر (James L. Heskett, W. Earl Sasser, Jr. and Leonard Schlesinger: ۱۹۹۷) در کتابشان تحت عنوان «زنجیره سود خدمت: چگونه شرکت‌های پیش‌تاز، سود و رشد را به وفاداری، رضایت و ارزش پیوند می‌زنند»، نشان می‌دهند که سازمان‌هایی که ارتباط بین فشارسنج‌های کارکنان کلیدی را با رضایت مشتریان درک می‌کنند، نه تنها در تعالی خدمت بلکه در سود و رشد، نسبت به صنایع مربوطشان مستمراً عملکرد بهتری از خود نشان می‌دهند.

محکم‌ترین ارتباطات در زنجیره ارزش آن‌هایی هستند که بین ۱. سود و وفاداری مشتری؛ ۲. وفاداری کارکنان و وفاداری مشتری؛ و ۳. رضایت کارکنان و رضایت مشتری برقرار می‌شود. با وجود این، زمینه‌های دیگری وجود دارد که این ارتباطات را در بر گرفته‌اند. مثلاً، در دستیابی به وفاداری مشتری، یک سازمان نخست لازم است رضایت کارکنان خود را به دست آورد و برای خلق وفاداری مشتری، لازم است مشتریان ارزش خدمت را ادراک کنند و ابتدا راضی باشند. زمانی که هسکت، ساسر و شلزینگر (Heskett, Sasser and Schlesinger) از اصطلاح «ارزش خدمت (مشتری)» استفاده کردند، منظور آن‌ها این بود که:

- مشتریان به دنبال نتیجه هستند.
- مشتریان دسترسی آسان می‌خواهند.
- مشتریان به دنبال ارزش (و انتخاب سازمان) هستند که نتیجه‌ای حاصل کند (شامل دسترسی) که بیشترین میزان فایده مثبت ادراک شده را در مقابل هزینه در برداشته باشد.

۲. مراقبت از مشتری

در عین حال که کیفیت خدمات مشتری برای مراقبت از مشتری لازم است، اما کافی نیست. کیفیت خدمات مشتری (همان‌طور که نمونه‌های بالا نشان دادند) نخستین گام ضروری برای ایجاد حس مثبت برای مشتری است. این صرفاً نقطه شروع است. آنچه لازم است یک فرهنگ بانکی است که مشتری در مرکز کلیه تصمیم‌گیری‌ها قرار داشته باشد.

مراقبت از مشتری به‌بهترین نحو با تمرکز بر کلمه «مراقبت» تعریف می‌شود. مراقبت نشان‌دهنده ارتباط عاطفی بین بانک و مشتری است. این پیوند عاطفی در تعریف پیشنهادی آلفرد اواسو (Alferd Owasu) از کاماسی پلی تکنیک (Kamasi Polytechnic) در مطالعه‌اش از اکوبانک (Ecobank)

کشور غنا گنجانده شده است. در آنجا پیشنهاد شده که مراقبت از مشتری «در برگیرنده تعهد سازمانی کامل به مشتریان برای اطمینان دادن به اینکه سازمان انتظارات مشتری را برآورده و حتی از آن نیز فراتر می‌رود، همان‌طور که در مثل (مشتریان واقعاً همه چیزند) نشان داده شد».

این تعریف، نقش رهبری را در بانک خرده‌فروش در خلق فرهنگ مراقبت از مشتری پررنگ‌تر می‌کند. یک مثال در رابطه با بانک منطقه‌ای ایالات متحده به نام بانک امپکوا (Umpqua Bank) که مقر آن در پرتلند، ایالت اورگان است، ارائه شد. بنر بزرگی بر سر در کلیه شعب این بانک نصب شده است که می‌گوید: «به بزرگ‌ترین بانک دنیا خوش آمدید». در واقع، هر یک از کارکنان، از رئیس تا کارکنان پیشخوان و پشت بانه با این عبارت «به بزرگ‌ترین بانک دنیا خوش آمدید»، به تلفن‌ها پاسخ می‌دهند. این بانک مرتباً جایزه بهترین خدمات مشتری را دریافت می‌کند و فرآیند فکری آنان ساده است: «اگر ما واژه‌هایی را بیان می‌کنیم و به وضوح پیام خود را ترویج می‌دهیم، به تکتک ما بستگی دارد که هر روز خود را در این سطح انتظارات حفظ کنیم».

سر پیتر الود (Sir Peter Ellwood)، مدیرعامل و رئیس هیأت‌مدیره لویڈز بانک (Lloyds Bank) داستانی را نقل می‌کند از اینکه وی مشتریانی را که حساب‌های جاری دارند و معمولاً نرخ بهره صفر دارند ترغیب می‌کند که مبالغ پس‌اندازهای اضافی خود را به حساب‌هایی منتقل کنند که نرخ بهره مثبت دارند. بدیهی است که این امر برای بانک هزینه در بردارد. اما این اقدام توسط مدیریت ارشد به نفع مشتریان بود هرچند که در کوتاه‌مدت به زیان بانک بود. الود تأیید کرد که اقدام وی به افزایش فوق‌العاده‌ای در سپرده‌ها منجر شد، به این دلیل که مشتریان پیوند عاطفی با بانک برقرار کردند.

این مثال‌ها مضمونی را در این کتاب نشان می‌دهد: مراقبت از مشتری یک تعهد سازمانی و یک هدف راهبردی است. یک فرهنگ مشتری‌محور است. طرز تفکری است که در کل بانک نفوذ می‌کند. در حالی که ارائه خدمات یکنواخت با کیفیت بالا توسط بانک به احتمال زیاد برای مشتری قابلیت پیش‌بینی ایجاد خواهد کرد، اما این فقط نقطه شروع است. ارتباط دلسوزانه که مشتری را خوشنود سازد نیازمند رفتار منصفانه و احترام متقابل نیز هست - همه جنبه‌های یک ارتباط قابل اعتماد. این ارتباط با اشتیاق و علاقه شدید برای بانک به اوج خود می‌رسد که مشتری را به یک هوادار تبدیل می‌کند.

بقیه این بخش اقداماتی را نشان می‌دهد که مدیریت ارشد در یک بانک خرده‌فروش باید انجام دهد تا یک فرهنگ مراقبت مشتری را بسازد. این بخش به شرح زیر سازماندهی شده است: فصل یک، گزاره (پیشنهاد) ارزش مشتری بانک را مورد بررسی قرار می‌دهد، در حالی که فصل دوم نقش مشارکت کارکنان را در یک فرهنگ مراقبت از مشتری تجزیه و تحلیل می‌کند. فصل سوم چگونگی ایجاد و حفظ اعتماد در تعاملات مشتری و بانک را مورد بحث قرار می‌دهد و فصل چهارم درباره روش‌هایی برای پیاده‌سازی یک فرهنگ مراقبت مشتری در بانک‌های خرده‌فروش بحث می‌کند. فصل پنجم به مراقبت از مشتری در عصر دیجیتال می‌پردازد.

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، مقدمه بخش پنجم



اهمیت خدمات نظافت و پاکیزگی در محیط‌های سازمانی

گروه تولید محتوای آفتاب تجارت سامان

زمینه‌ساز خلاقیت و نوآوری می‌شود.

- حفظ سلامت جسمی و روانی:
جمع‌آوری اصولی پسماند، ضدعفونی سطوح مشترک و پاکیزگی فضاهای عمومی، احتمال شیوع بیماری‌ها را کاهش می‌دهد.
 - تقویت فرهنگ سازمانی:
رعایت نظافت، ارزش‌های حرفه‌ای سازمان را تقویت می‌کند و الگویی مثبت برای رفتار کارکنان به وجود می‌آورد.
 - بهبود تجربه مراجعان و مهمانان:
اولین برداشت از هر سازمان، در نگاه به محیط آن شکل می‌گیرد؛ فضای تمیز، اعتبار و اعتماد را افزایش می‌دهد.
 - پیشگیری از استهلاک تجهیزات و کاهش هزینه‌های نگهداری:
نگهداری صحیح و نظافت منظم، عمر مفید تجهیزات اداری را افزایش داده و نیاز به تعمیرات را کاهش می‌دهد.
 - نمایش مسئولیت اجتماعی سازمان:
رعایت استانداردهای بهداشتی و زیست‌محیطی، نشان‌دهنده تعهد سازمان به سلامت جامعه و محیط‌زیست است.
- «آفتاب تجارت سامان؛ همراه شما در ساختن محیط‌های کاری سالم، پویا و الهام‌بخش»

پاکیزگی و نظم، از پایه‌های فرهنگ سازمانی حرفه‌ای محسوب می‌شوند. در بسیاری از سازمان‌های موفق، نگاه به نظافت محیط کار فراتر از یک ضرورت بهداشتی است و نشانه‌ای از احترام به نیروی انسانی و هویت سازمانی تلقی می‌شود. فضایی که به صورت منظم و اصولی نظافت می‌شود، بازتابی از مسئولیت‌پذیری و توجه به کیفیت زندگی کاری است. چنین محیطی نه فقط سلامت جسمی کارکنان را تضمین می‌کند، بلکه بر کیفیت روابط کاری، رضایت شغلی و حتی تصویر سازمان در ذهن مراجعه‌کنندگان تأثیرگذار است. در سال‌های اخیر، اهمیت خدمات نظافت حرفه‌ای در محیط‌های اداری و سازمانی بیشتر از گذشته مورد توجه قرار گرفته است. زیرا با گسترش فضاهای اشتراکی، افزایش تردد و ضرورت رعایت استانداردهای سلامت، نقش این خدمات در ارتقای بهره‌وری و حتی مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها، برجسته‌تر شده است. انتخاب شرکت‌های خدماتی متخصص و استفاده از شیوه‌های نوین نظافت، نه تنها از بروز بیماری‌ها و فرسودگی تجهیزات پیشگیری می‌کند، بلکه باعث صرفه‌جویی در هزینه‌های آبی و ارتقای تصویر برند سازمان می‌شود.

چرا خدمات نظافت در سازمان‌ها اهمیت کلیدی دارد؟

- افزایش انگیزه و تمرکز کارکنان:
محیط تمیز و منظم، آرامش روانی و انگیزه کاری را بالا می‌برد و



راهبردهای جامع در مدیریت تعارضات و بهبود ارتباطات در شعب بانکی

مقدمه: شعب بانک محیط‌هایی با سطح بالایی از تعامل هستند. به همین دلیل، ریسک بروز تعارض میان کارکنان با میان کارکنان و مشتری بالا است. رئیس شعبه نه تنها باید امور مالی و اجرایی را مدیریت کند، بلکه نقش «رهبر فرهنگی»، «میانجی حرفه‌ای» و «مربی ارتباطی» را نیز ایفا نماید. این مستند، راهنمایی جامع برای رفع تعارضات و بهبود ارتباطات در محیط بانک است.

بخش اول: دسته‌بندی تعارضات رایج در شعب بانکی ۱. تعارض بین کارکنان

مثال واقعی:

دو متصدی باجه به دلیل تکرار اشتباه یکی از آن‌ها در ورود اطلاعات حساب، وارد مشاجره لفظی شدند. یکی احساس می‌کرد بار اشتباهات همکار را به دوش می‌کشد.

تحلیل:

منشأ: تقسیم کار نامتعادل و نبود بازخورد به موقع
پیامد: تنش تیمی، افت کیفیت خدمات

راهکار رئیس شعبه:

بررسی شرح وظایف و توازن بار کاری
جلسه سه نفره با تمرکز بر رفتار آینده، نه سرزنش گذشته
تعیین شاخص مشترک برای دقت عملکرد با پیگیری هفتگی

۲. تعارض بین رئیس شعبه و کارمند

مثال واقعی:

رئیس شعبه در یک جلسه عمومی از اشتباه کارمند در نحوه برخورد با مشتری انتقاد کرد. کارمند احساس تحقیر و بی‌عدالتی کرد و برای چند

روز مشارکت فعال نداشت.

تحلیل:

منشأ: بازخورد نامناسب (در جمع و بدون آمادگی ذهنی)

پیامد: کاهش انگیزه، بی‌اعتمادی

راهکار کاربردی:

جبران با گفت‌وگوی خصوصی و محترمانه (بازسازی اعتماد)

آموزش روش بازخورد ۳ مرحله‌ای:

۱. توصیف رفتار

۲. بیان تأثیر رفتار

۳. درخواست اصلاح

ایجاد رویه برای بازخورد فقط در جلسات فردی

۳. تعارض با مشتریان

مثال واقعی:

مشتری ناراضی از مسدود شدن کارت بانکی‌اش بدون اطلاع، در سالن فریاد می‌زند و با یکی از کارکنان درگیر می‌شود.

تحلیل:

منشأ: ضعف در اطلاع‌رسانی قبل از مسدودسازی

پیامد: اختلال در فضای کاری و آسیب به برند بانک

اقدام رئیس شعبه:

حضور سریع در محل و خنثی‌سازی بحران با گوش دادن فعال

ارائه توضیح فنی همراه با عذرخواهی مؤدبانه

بررسی فرایند اطلاع‌رسانی و پیشنهاد اصلاح سیستمی (مثلاً ارسال پیام

هشدار قبل از مسدودسازی)

بخش دوم: ابزارهای کاربردی مدیریت تعارض

۱. مدل توماس-کلیمان

پنج سبک پاسخ به تعارض:

رقابتی

اجتنابی

تطبیقی

مصالحه‌ای

همکاری‌محور (پیشنهادی‌ترین سبک)

استفاده عملی در شعبه:

در تعارضات جدی بین دو کارمند، رئیس شعبه باید به سمت سبک

همکاری‌محور هدایت کند تا نیازهای هر دو طرف بررسی و راه‌حلی

مشترک طراحی شود.

۲. تکنیک "IFR" در مدیریت تعارض

I (Issue): تعریف مسئله

F (Feeling): بیان احساسات مرتبط

R (Request): ارائه درخواست مشخص برای بهبود

مثال:

کارمند به رئیس می‌گوید:

متوجه شدم که برای آن دوره آموزشی انتخاب نشدم (مسئله).

احساس نادیده گرفته شدن داشتم (احساس). قدرتان خواهم بود اگر در

فرصت‌های مشابه در آینده نیز در نظر گرفته شوم (درخواست). رئیس می‌تواند آموزش این مدل را در جلسات داخلی مطرح کند.

بخش سوم: تقویت ارتباطات مؤثر در شعبه

۱. ارتباط مدیر با کارکنان

راهبرد:

داشتن جلسات فردی منظم (۱۰ دقیقه‌ای ماهانه)

استفاده از جمله‌های انگیزشی شخصی شده

الگو بودن در ادب، گوش دادن و رعایت انصاف

۲. ارتباط بین کارکنان

راهکارها:

تعیین قوانین ارتباطی (مثلاً ممنوعیت بحث پرتنش در سالن مشتریان)

کارگاه‌های داخلی با موضوع هوش هیجانی

تعیین میانجی داخلی در هر واحد برای مدیریت اختلاف‌های جزئی

۳. ارتباط با مشتریان

توصیه‌ها:

آموزش الگوی سلام، لبخند، گوش دادن، پاسخ، خداحافظی

نظارت روزانه بر رفتار با مشتری از طریق بازخورد حضوری یا صندوق

پیشنهادهای

قدردانی از کارکنانی که بهترین امتیاز تعامل با مشتری را می‌گیرند

بخش چهارم: تحلیل هیجانی تعارض

۱. هوش هیجانی در مدیریت تعارض

چهار بُعد اصلی:

۱. شناخت احساسات خود

۲. مدیریت احساسات

۳. درک احساسات دیگران

۴. مدیریت روابط

ابزار کاربردی:

رئیس شعبه می‌تواند برای کارکنان دفتر «یادداشت احساسات روزانه»

پیشنهاد کند تا به افزایش خودآگاهی هیجانی کمک کند.

بخش پنجم: پیاده‌سازی ساختاری و سیستماتیک مدیریت تعارض

۱. تدوین فرآیند مدیریت تعارض در شعبه

گام ۱: شناسایی مسئله

گام ۲: ثبت مستندات

گام ۳: مداخله میانجی یا مدیر

گام ۴: طرح راه‌حل مشترک

گام ۵: پیگیری اجرای راه‌حل

۲. پایش دوره‌ای سلامت ارتباطات

ابزارها:

نظرسنجی فصلی کارکنان درباره جو سازمانی

گزارش‌های کیفی از جلسات داخلی

پایش عملکرد رضایت مشتری

بخش پنجم: فرهنگ‌سازی سازمانی برای کاهش تعارض

۱. برگزاری جلسات تیم‌سازی

مثلاً مسابقات دوستانه، جلسات فکری، بازی‌های حل مسئله

۲. تقدیر از رفتارهای ارتباطی مثبت

بانک، مؤسسه اعتباری و صندوق



محمدعلی براتی
معاون اداره مطالعات اقتصادی

مقدمه

نخستین بانکدار بدون تردید با نخستین پول خلق شده است. مادامی که پولی برای مبادله وجود داشته باشد، کسی یا کسانی هم هستند که پول خود را به کسی یا کسانی قرض بدهند. اما این شکل بدوی، آهسته آهسته پیچیده تر شد. چنان که در شهرهای بابل مؤسسه‌هایی فعالیت می کردند که در مراودات خود با بازرگانان، نوعی سند بانکی به صورت برات را متداول کرده بودند. این عمل بعدها توسط بازرگانان سوری از ایرانیان اقتباس شد و به مغرب زمین راه یافت. همچنین در متون تاریخی تأکید شده است که کاربرد چک از ابداعات صرافان ایرانی در اوایل قرون وسطی است به گونه‌ای که این کلمه از زبان پهلوی به زبان‌های اروپایی راه یافته است.

سرآغازها

نخستین مؤسسه شبیه بانک‌های امروز در حدود هفتصد سال پیش در ونیز تأسیس شد. یک قرن طول کشید که اتاق وام‌ها (CHAMBER OF LOANS) - دفتری که دولت ونیز برای مدیریت وام‌های خود تأسیس کرد - مبدل به یک بانک در شمالی امروزین شود. بانک‌های آمستردام و هامبورگ و بانک انگلستان (Bank of England) (گشایش در سال ۱۶۹۴ م/ ۱۰۷۳ ش) پس از آن آمدند. در واقع، ابداع اسکناس امروزی هم به همان دوران (۱۶۵۶) باز می گردد اما دو قرن طول کشید تا کشورهای اروپایی از این ابداع در مراودات اقتصادی خود استفاده کنند. بنابراین علی رغم قدمت هزاران ساله پول، بانکداری بسیار به سختی و از خلال قرن‌ها توانسته است توسعه یابد و به شکل‌های امروزی تبدیل گردد.

بانکداری مدرن در ایران نیز برای نخستین بار به وسیله شرکت بانکداری شرقی در سال ۱۸۸۸ م (۱۲۶۷ ش) وارد شد. یک سال بعد بانک شاهنشاهی ایران توسط روتیز در لندن تأسیس شد و حق انحصاری چاپ اسکناس در ایران را برای شصت سال در دست گرفت. به رغم تلاش‌هایی که مشروطه خواهان طی انقلاب مشروطه نمودند، اما بانک ملی ایران تا سال ۱۹۲۸ (۱۳۰۷) نتوانست گشایش یابد. این بانک دو سال پس از تأسیس، توانست حق انتشار اسکناس را از بانک شاهنشاهی بگیرد و اینگونه نخستین بانک ایرانی پا بر عرصه وجود نهاد.

نهادهای مالی

بنگاه‌های غیر مالی همان شکل‌های متداولی از کسب و کارها هستند که در اذهان همگان وجود دارد، نظیر کارخانه‌ها، شرکت‌های خدماتی، معاملات مسکن که سرمایه، نیروی کار و نهاده‌هایی را به خدمت می گیرند تا کالاها و خدماتی را تولید و عرضه کنند. این بنگاه‌ها از این رو غیر مالی گفته می شوند که درآمد آنها از فروش محصولاتی جز پول یا مانند آن به دست می آید.

مؤسسات مالی از واسطه‌گری پول و مانند آن کسب سود می کنند. ساده ترین و سنتی ترین خدمت آنها جذب سپرده‌ها (پول در قالب بدهی بانک به مردم) و تخصیص وام‌ها (پول در قالب بدهی مردم به بانک) به دست می آید. اما بانک‌ها با گذشت زمان محصولاتی ابداع کرده‌اند که مانند پول هستند، به عنوان مثال چک‌ها. امروزه به این محصولات، ابزارهای مالی گفته می شود و تنوع و گسترش شگفت انگیزی یافته‌اند. مؤسسات و نهادهای مالی امروز از تنوع بسیار زیادی برخوردارند، از انواع بانک‌ها، بیمه‌ها، صندوق‌های سرمایه گذاری تا سازمان تأمین اجتماعی و صندوق بازنشستگی

را در برمی گیرند. اما آنها را می توان بر پایه ماهیت ابزارهایی که ارائه می دهند، به سه دسته تقسیم نمود:

(الف) بانک‌ها و مؤسسات اعتباری که هدفشان تأمین سود بدون ریسک است.
(ب) نهادهای مالی قراردادی که هدف آنها پوشش ریسک‌های غیر مالی مانند حوادث، بیماری‌ها و عمر است و شامل شرکت‌های بیمه، صندوق‌های بازنشستگی و سازمان‌های تأمین اجتماعی می شود.
(ج) نهادهای مالی پایه اوراق بهادار که هدفشان ارائه سود در ازای ریسک است و شامل بورس‌ها، کارگزاری‌ها، صندوق‌های سرمایه گذاری‌ها و بسیاری شرکت‌های وابسته به آنهاست.

در حال حاضر، بانک مرکزی ایران ۳۱ بانک و مؤسسه اعتباری را به رسمیت می شناسد که در هفت طبقه قرار می دهد:

سه بانک دولتی تجاری (سپه، ملی، پست بانک)،
۵ بانک دولتی تخصصی و توسعه‌ای (توسعه تعاون، توسعه صادرات، صنعت و معدن، مسکن و کشاورزی)،

دو بانک خارجی (بانک تجارتی ایران و اروپا و تعاون اسلامی برای سرمایه گذاری)،
یک بانک مشترک ایرانی و خارجی (ایران-وزن و ثل)،
یک مؤسسه اعتباری غیر بانکی غیر دولتی (ملل) و

۱۷ بانک غیر دولتی تجاری (آینده، اقتصاد نوین، ایران زمین، پارسیان، پاسارگاد، تجارت، خاورمیانه، دی، رفاه کارگران، سامان، سرمایه، سینا، شهر، صادرات، کارآفرین، گردشگری و ملت). تعدادی از این ۱۷ بانک، پیش از این دولتی بودند اما از سال ۱۳۸۸ با فروش بخشی از سهام خود به جمع بانک‌های غیر دولتی پیوستند اما همچنان دارای مدیریت دولتی هستند.

۲ بانک قرض الحسنه (بانک قرض الحسنه رسالت و بانک قرض الحسنه مهر ایران) صندوق‌های قرض الحسنه که با ابتکار افراد و بخش خصوصی و با حفظ ارزش‌های ملی و اسلامی و با هدف اعطای وام‌های کوچک به افراد نیازمند گسترش یافته بودند، قدمتی طولانی دارند. نخستین مؤسسه از این دست، در سال ۱۳۱۷ به ثبت رسیده است. در دوران پس از انقلاب بسیاری از اینها با دریافت مجوز از سازمان اقتصاد اسلامی و خارج از نظارت بانک مرکزی فعالیت می کردند. این امر مشکلاتی را پدید آورده بود که منجر به این شد که شورای پول و اعتبار در سال ۱۳۷۳ مقررات مربوط به صدور مجوز و نحوه فعالیت آنها را به تصویب برساند و از آن پس تأسیس صندوق منوط به مجوز بانک مرکزی شد.

صندوق‌های قرض الحسنه و مؤسسات اعتباری غیر بانکی نیز مانند بانک‌ها در فعالیت‌های واسطه‌ای در ایران مشغول به فعالیت هستند، اما محدودیت‌هایی در خصوص فعالیت‌های بانکی مانند اتصال به شبکه شتاب بانکی دارند، اما در خصوص مقررات ریسک و سپرده قانونی بانک‌ها تحت نظارت سخت گیرانه تری قرار دارند. همان گونه که پیاداست توسعه نیافتگی مالی در ایران منجر به این شده است که وزن بانک‌ها در اقتصاد ملی و نهادهای مالی بسیار سنگین تر از سایر نهادهای مالی باشد. از این رو، این گزارش بیشتر بر آنها متمرکز شده است.

اهمیت و نقش بانک‌ها

همچنان بسیاری از ایرانیان به واسطه باورهای مذهبی یا ایدئولوژی‌های چپ و عدالت خواه، نسبت به عملکرد بانک‌ها بدبین هستند و همین موجب می شود که کمتر به نقش بی بدیل آنها در اقتصاد توجه گردد. چنانچه بانک‌ها نبودند مقادیر بسیار زیادی از پس اندازهای کوچک مردم که در مجموع سهم بالایی از نقدینگی اقتصاد را تشکیل می دهند، از چرخه اقتصادی خارج می شد و لذا سطح تولیدات و درآمد اقتصادی نیز به مقدار قابل توجهی تنزل می کرد.

اما بانک‌ها علاوه بر این نقش بدیهی خود، یعنی تجمیع پس اندازهای خرد و کاهش هزینه‌های جستجو و معاملاتی که برای سرمایه گذاری لازم است، دو نقش بسیار مهم اما پنهان را نیز ایفا می کنند:

(الف) کاهش ریسک: نه صرفاً با تحمیل ریسک به وام گیرندگان، بلکه نخست با تشکیل پرتفولیوی وام‌ها و سپس گردآوری و تحلیل داده‌های مشتریان و کسب و کارها

به تخصیص بهینه سرمایه‌گذاری‌ها در اقتصاد کمک می‌رسانند.

(ب) تبدیل بدهی‌های کوتاه‌مدت به دارایی‌های بلندمدت: عمده پس‌اندازهای اقتصادی دوره زمانی کوتاهی دارند. از هنگامی که افراد حقوقشان را دریافت می‌کنند تا زمانی که آن حقوق را خرج کنند. اما وام‌ها عمدتاً برای بازه‌های طولانی‌تری است زمانی که افراد و بنگاه‌ها در ماه‌ها و سال‌های آینده بخشی از درآمد خود را به بانک‌ها برای بازپرداخت دیون خود می‌دهند. طبق گزیده آمارهای پولی بانک مرکزی برای بهمن ۱۴۰۳، حجم کل سپرده‌های مشتریان بانک‌ها ۹۸ میلیون میلیارد ریال بوده است که ۵۷ میلیون میلیارد آن، یعنی ۵۸ درصد، کوتاه‌مدت و بدون سررسید بوده‌اند. این سپرده‌ها عمدتاً برای مخارج جاری افراد استفاده می‌شوند.

خلق پول

بانک‌ها خالقان حقیقی پول نیستند؛ اما قدرت آن را دارند که آن را تکثیر کنند، به این عمل هم خلق پول گفته می‌شود. قدرت خلق پول نیز با ضریبی به نام ضریب فزاینده پولی اندازه‌گیری می‌شود. این ضریب بیان می‌کند که به‌ازای یک سکه یا اسکناس در جریان چندبرابر آن به‌عنوان سپرده یا نقد در اختیار مردم است که می‌توانند با آنها مخارج خود را انجام دهند. به‌عنوان مثال طبق آمارهای بانک مرکزی در بهمن ۱۴۰۳ که حجم کل سپرده‌های مردم در سیستم بانکی برابر با ۹۸ میلیون میلیارد ریال بوده است، حجم اسکناس و مسکوک در دست اشخاص ۱۵ میلیون میلیارد ریال بوده است. به عبارت دیگر به ازای هر ریال سکه و اسکناس در دست مردم ۶۴ ریال در حساب آنها نزد بانک‌ها بوده است. اگر تنها حساب‌های کوتاه‌مدت را در نظر بگیریم این مقدار به ۳۷ ریال می‌رسد. چه چیزی موجب می‌شود که پول مردم ۶۴ یا ۳۷ برابر گردد؟

این عملیات در تمامی کتاب‌های درسی اقتصاد تشریح شده و بسیار ساده است. فرض کنید ۱۰۰ ریال دست فرد الف باشد و او آن را در بانک سپرده بگذارد. بانک طبق قوانین بانک مرکزی مجبور است ۱۵ ریال را به بانک مرکزی به عنوان سپرده قانونی بدهد، اما ۸۵ ریال باقیمانده را به فرد ب وام خواهد داد. بنابراین الان ۱۸۵ ریال دست مردم است، ۱۰۰ ریال سپرده فرد الف و ۸۵ ریال نقد دست فرد ب. حال فرد ب مجدداً پول خود را در بانک می‌گذارد و بانک ۱۳ ریال را به بانک مرکزی داده و ۷۲ ریال باقیمانده را به شخص ج وام می‌دهد. بنابراین اکنون ۲۵۷ ریال در دست مردم خواهد بود. اگر این عملیات ادامه یابد نهایتاً به ۶۶۷ ریال در دست مردم خواهیم رسید. یعنی هر ۱۰۰ ریال ۶٫۷ برابر شده است. می‌توان نشان داد که این مقدار از تقسیم یک بر ۱۵٪ (نرخ سپرده قانونی بانک مرکزی) به دست می‌آید. اما حتماً این سؤال، ذهن شما را به خود مشغول می‌کند که ضریب ۶۴ برابر بالا چگونه توجیه می‌شود؟ از اینجا که بانک مرکزی بانک‌ها را موظف به ذخیره ۱۵ درصد سپرده‌هایشان در این بانک نموده است و در بهمن ۱۴۰۳ جمع کل این ذخایر ۱۰٫۸ میلیون میلیارد ریال شده است، اما ۹٫۷ میلیون میلیارد (یعنی ۸۹ درصد) آن را به بانک‌ها وام داده است. یعنی مجدداً به چرخه اقتصادی بازگردانده است. لذا در ظاهر نرخ سپرده قانونی ۱۵ درصد است اما در عمل ۱٫۶۲ درصد است که عکس آن می‌شود ۶۱٫۷ که چیزی در حدود همان ضریبی است که قبلاً محاسبه کرده بودیم.

آیا خلق پول بد است؟

ریشه بد بودن خلق پول به آثار تورمی آن باز می‌گردد. هرچه نقدینگی بیشتر از رشد اقتصادی رشد کند، به طور طبیعی با افزایش تورم همراه خواهد بود، به این رابطه در اقتصاد رابطه مقداری پول گفته می‌شود. البته انتقادهایی بر این رابطه وارد شده است؛ اما همچنان بیشتر اقتصاددانان ریشه تورم را رشد پول می‌دانند نه به دلیل آنکه بر طبق نظریات، پول اثر مستقیم‌تری بر سطح قیمت‌ها دارد، بلکه به این دلیل که از نظر تجربی رشد پول تغییرات تورم را بیش از سایر عوامل توضیح می‌دهد؛ بنابراین، هسته مرکزی سیاست‌های پولی، خلق ابزارهایی برای جلوگیری از رشد پول به‌واسطه بانک‌ها است.

بانکداری در ایران

پیش از انقلاب اسلامی ۲۸ بانک خصوصی در ایران حضور داشتند که ۱۵ تا

آنها کاملاً ایرانی بودند و در بقیه بانک‌ها خارجی‌ها نیز سهمی داشتند. در خرداد ۱۳۵۸ شورای انقلاب به دلایل متعدد تصمیم به ملی کردن بانک‌ها گرفت. در واقع، وقوع انقلاب و بی‌ثباتی‌های سیاسی علاوه بر اینکه سپرده‌گذاران را برای بستن حساب‌ها روانه بانک‌ها کرده بود، وصول بخش زیادی از وام‌های کلان بانک‌ها را با مشکل روبه‌رو ساخته بود، این امر، تهدیدی برای ادامه حیات بانک‌ها محسوب می‌شد. اما آنچه شورای انقلاب را به این نتیجه رساند که بانک‌ها را دولتی نماید ارزش‌های اسلامی و حذف ربا در معاملات بانکی بود. هرچند راه حلی برای حذف بهره وجود نداشت، اما عمومی کردن این بهره می‌توانست ماهیت ربوی آن را تلطیف نماید.

تا اینکه قانون عملیات بانکداری بدون ربا (بهره) در شهریور ۱۳۶۲ به تصویب رسید و سود جایگزین بهره شد به این ترتیب که در سپرده‌های سرمایه‌گذاری بانک به عنوان وکیل، حق الوکاله دریافت می‌کند و در عقود مشارکتی و مضاربه نیز بانک شریک وام‌گیرنده بوده و به میزان سهم‌الشرکه سود دریافت می‌کند. از سال ۱۳۶۳ بانک‌ها از نرخ سود علی‌الحساب را جایگزین نرخ بهره نمودند اما از همان فرمول‌های نرخ بهره برای محاسبه سود سپرده‌ها استفاده می‌کردند. تا اینکه دستورالعمل نحوه محاسبه و تقسیم سود مشاع (ریالی) در اردیبهشت ۱۳۹۴ ابلاغ گردید. طبق این دستورالعمل روش‌های محاسبه سود علی‌الحساب بدون تغییر باقی ماندند، اما فرمولی برای محاسبه سود قطعی ارائه شد که طی آن بانک‌ها سهم سپرده‌گذاران از درآمدهای مشاع را به عنوان سود قطعی محاسبه نموده و طبق قاعده‌ای به سپرده‌گذاران پرداخت می‌نمایند. چنانچه سود قطعی از سود علی‌الحساب کمتر می‌شد، در واقع بانک‌ها از سهم خود مقدار مابه‌التفاوت را به سپرده‌گذاران هبه می‌کنند.

به عبارت دیگر، قوانین و مقررات اسلامی نتوانستند جایگزینی عملیاتی برای بانکداری ربوی ارائه دهند و در نهایت روش‌هایی صوری برای توجیه فرمول‌هایی یافتند که پیش از آن در بانکداری ربوی رایج بود. آثار این قوانین و مقررات فراتر از آن چیزی هستند که در آغاز تصور می‌شدند. یکی از مهم‌ترین دلایل عدم شفافیت در قراردادهای و عملیات بانکی امروز بدون تردید اجرای مقررات اسلامی در دستگاه نظام بانکداری غربی است؛ اما ما نه می‌توانیم مقررات غیراسلامی را به رسمیت بشناسیم نه می‌توانیم دستگاه اجرایی سازگار با مقررات اسلامی جایگزین نماییم، لذا همچنان با پیامدهای ناگوار این ناسازگاری آن دست به گریبانیم.

منابع:

- بهمن‌پور، حمید و سعید مشیری، ۱۴۰۲، اقتصاد پول و بانکداری، نشر نی، تهران.
- چارلز عیسوی، ۱۳۶۹، تاریخ اقتصادی ایران: عصر قاجار، ۱۲۱۵-۱۳۳۲، ق. ۱، ترجمه یعقوب آژند، نشر گستره، تهران.
- وب سایت بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران
- بانک مرکزی ایران، قانون عملیات بانکی بدون ربا (بهره)، ۱۳۶۲/۰۶/۱۰.
- بانک مرکزی ایران، دستورالعمل نحوه محاسبه و تقسیم سود مشاع (ریالی)، ۱۳۹۴/۲/۲۹.
- گفتگوی با طهماست مظاهری با عنوان «دلایل شفاف نبودن صورت‌های مالی بانک‌ها»

<https://malionline.ir/fa/doc/news> ۵۸۷/دلایل-شفاف-نبودن-صورت-های-مالی-بانک-ها

● Richard Hildreth, 2001, The History of Banks: To Which Is Added, a Demonstration of the Advantages and Necessity of Free Competition In the Business of Banking, Batoche Books Limite, Canada, p. 5-6.

● david romer, 2012, Advanced macroeconomics, 4th ed, McGraw-Hill, p.515.



مسابقه کوچک نویسندگی

مریم بیدی، شعبه پیروزی، معاون شعبه
گل سرخی افتاده در جوی آب، کنار ته‌سیگاری خاموش؛ انگار دو شاهد خاموش از لحظه‌ای کوتاه اما پرشور. شاید گفت‌وگویی عاشقانه، شاید سکوتی سنگین، شاید خداحافظی ای بی‌کلام. گل برای دوست داشته شدن آمده بود، سیگار برای فراموش کردن. یکی آغاز، دیگری پایان. حالا هر دو رها شده‌اند، بی‌آنکه کسی به بازمانده‌شان فکر کند. آب آن‌ها را خواهد برد، اما رد آن لحظه، در دل تصویر مانده. گاهی عشق همین‌قدر زودگذر است؛ شعله‌ای که با یک پک روشن می‌شود و با یک قطره خاموش. همین سکوت، از هزار حرف عاشقانه سنگین‌تر است.

نیما رسولی، شعبه شهرک اکباتان، رئیس شعبه
جهان حساب و کتاب خودش را دارد و ما هنوز باور نکردیم از محاسباتی که بر مدار فریب و منفعت می‌چرخد انتظار هیچ "سود خالصی" نمی‌توان داشت. در این آشفته‌بازار پُرهیاهو به هوس سرخ‌ها و شیرین‌ها هر روز و هر لحظه تکه‌ای از شرافتمان قطره‌ای از صداقتمان و ذره‌ای از روشنی‌هایمان را به حراج می‌گذاریم و غافل از فردای پژمردگی به یغما می‌رویم. کاش سهراب سر از خاک برآورد و باز در گوشمان تکرار کند: کار ما نیست شناسایی راز گل سرخ کار ما شاید این است که در اندوه گل سرخ شناور باشیم...

بنفشه ندیمی، مدیریت سرمایه انسانی، کارشناس ارشد توسعه سرمایه انسانی
بعد از چنارهای خیابان ولیعصر، حالا نوبت بستن جوب‌های یوسف‌آباد

به‌خاطر تب‌وتاب برگزاری سی و ششمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران، صحبت از کتاب و داستان و نویسندگی خیلی داغ بود و به همین مناسبت همکاران رو دعوت کردیم تا برای لحظاتی از کارهای روزمره فارغ بشوند و قلم خودشان رو محکی بزنند.

از همکاران عزیز خواسته شد درباره عکسی که اینجا می‌بینید یک یادداشت حداکثر ۱۰۰ کلمه‌ای بنویسند. در این مسابقه کوچک، شور انگیز و ادبی، ۶۳ نفر از همکاران عزیز سامانی به رقابت پرداختند و نفرات برتر به این ترتیب شناخته شدند:

نفر اول: مریم بیدی، برنده جایزه نقدی ۳ میلیون تومانی
نفر دوم: نیما رسولی، برنده جایزه نقدی ۲ میلیون تومانی
نفر سوم: بنفشه ندیمی، برنده جایزه نقدی ۱ میلیون تومانی

البته خیلی از متن‌های ارسالی قشنگ بودند؛ ولی به‌خاطر محدودیت نمی‌شد از همه تقدیر کرد و ضمن پوزش از همه همکاران به‌خاطر محدودیت‌ها به نویسنده ۳ اثر برتر، جوایز نقدی تقدیم شد و ۱۰ اثر برتر هم در همین صفحه تقدیم شما شد.

راستی همان‌طور که پیش‌تر اعلام شده بود نیمی از امتیاز نهایی هر نوشته رو تعداد لایک‌های دریافت شده هر متن و نیم دیگر آن را نمره داوران تشکیل داد و به‌منظور رعایت انصاف و حرفه‌ای‌گری در قضاوت هم سه نفر از همکاران شاغل در مدیریت‌های مختلف که در حوزه‌های ادبیات و ادبیات نمایشی سر رشته دارند امر داوری را بر عهده داشتند که از این عزیزان نیز سپاسگزاریم.

یه گل شکست خورده! ولی دیگه نیروی فضولی از عشق قوی تر بود، دندون روی جگر گذاشت و با دست خالی رفت تو مزون... که ببینه اون حاج آقا با تاج گل آن چنانی کیه!

فاطمه حلمی شالقونی، اداره پایاپای، کارشناس پایاپای

عنوان داستان: شاهد خاموش

من یه تیکه سنگ خاموشم. اسمم جدول. سال هاست اینجام. زیر آفتاب، زیر بارون، تو سرمای زمستون و گرمای تابستون. امروز، گل سرخی رو دیدم که از دست کسی رها شد و افتاد درست روبه روی من... بیچاره! انقدر دلش شکسته بود که بوی تلخی می داد. انگار قصه ای نصفه تو دلش داشت. قصه ای که نگفته موند، یا شاید، شنیده نشد. من همه چی رو دیدم. اون پسر رو که با اضطراب گل رو داد. اون دختر رو که با سکوت رد شد و این گل رو... که حالا داره نفس های آخرش رو می کشه رو لبه همین خیابون. من امروز شدم شاهد یه لحظه ای که هیچ کس جز من ندید. شاهد عشقی که شروع نشد و ناگفته موند... گاهی فکر می کنم شاید ما سنگ ها، بیشتر از خیلی آدم ها، رازها تو دل مون داریم...

حمیدرضا فکری، مدیریت تطبیق و مبارزه با پولشویی، کارشناس رسیدگی

اسناد

امروز روز ملاقات با پدرم بود، از روزی که مریض شده بود فکرم همه جا بود یک عالمه کابوس، یک عالمه فکرهای بد، دلم داشت می سوخت و کاری از دستم بر نمی اومد. سوار ماشین شدم رفتم بیمارستان، سر راه یه شاخه گل مورد علاقم رو براش خریدم وقتی رسیدم دم در بیمارستان دیدم داداشم ایستاده لب جدول داره سیگار میکشه اونم تو خیال خودش بود خیلی مضطرب بود تا منو دید زد زیر گریه اومد بغلم، گفتم چی شده گفت: بابا. دنیا خراب شد رو سرم گل از دستم افتاد تو جوی آب، همونجا نشستم پاهام توان ایستادن نداشتم، صدایی نمی شنیدم، دنیا دور سرم می چرخید، بدنم به لرزه افتاده بود، پدرم...

بهروز تیرانداز، شعبه بازار کفاش ها، بانکدار عملیات - مرکز خدمات

گل سرخی که کنار جدول افتاده، شبیه حرفی ست که گفته نشد، احساسی که ناتمام ماند. نه آن قدر بی ارزش که دور انداخته شود، نه آن قدر مهم که نگه داشته شود. گم شده ای میان زندگی روزمره و بی تفاوتی عابران. زیبایی اش زیر گردوغبار نشسته، اما هنوز دل دارد، هنوز قصه می گوید... برای کسی که دل شنیدن دارد.

سید علی مدنی کزازی، مدیریت بانکداری ویژه و اختصاصی، کارشناس

زرزو خدمات سامان

داشتم به دستایی نگاه می کردم که آقای گل فروش وقتی گل ها رو به دستش می داد با ذوقی کارت کشید و پول گل رو داد؛ با تمام وجود گل ها رو سمت عشق جاودانه اش حمل می کرد؛ به مسیر پایین اتوبان امام علی رسید؛ بهش قول داده بود هر پنجشنبه با رز سرخ بهش صبح به خیر بگه؛ ولی امان از اون روز پنجشنبه؛ نتونسته بود کنارش باشه؛ توی مسیر چون دیرش شده بود با سرعتی زیاد به سمتش رفته بود و موتورش... و اشک مونده بود و آه؛ پسر دیگه نبود و دختر از این به بعد هر پنجشنبه از همون گل فروش گل براش می خرید و می رفت سمت امام علی جنوب؛ ولی انتهای اون... بهشت زهرا... (داستان واقعی است).

حسین خواجوی، مدیریت بانکداری بین الملل، معاون اداره عملیات ارزی

امروز هم جرئت نکردم جلو برم. باز هم فقط نگاهش کردم تا کاملاً دور شد.

بود. این هم طرح جدید شهرداری بود؛ احیای آب و سیستم جدید فاضلاب و حالا تمام جوب ها یکی یکی تبدیل می شوند به پهنای عرض خیابان... دیگر آن صدای پله های آب از جوب ها را نخواهم شنید و دیگر کودکانی که اینجا متولد می شوند، نمی دانند اینجا زمانی جوی آبی پلکانی بود که بعد از هر باران، صدای دلنوازش روح آدم را نوازش می کرد. شاخه گلی از گل فروشی سر کوچه ۱۷ می خرم. می گویم رویانی زیبا بزند و حالا با طبیعت هم دردی می کنم برای فردا... حالا حیواناتی که از این جوی آب می نوشیدند، باید مسافت بیشتری را طی کنند تا قطره ای آب پیدا کنند. تنها کاری که از دستم برمی آید، سوگواری تک نفره است، با یک گل بر سر آخرین جوب بسته شده... (داستان واقعی)

معصومه دادخواه، مدیریت پیگیری مطالبات، کارشناس مرکز تماس وصول مطالبات

ساعت چهار بعد از ظهر، یکشنبه، دوم دی ماه ۱۴۰۳ دلشوره عجیبی تمام وجود آنرا گرفته بود. ذهنش آشفته، نگاهش مات، دلش بی قرار... که ناگهان صدای زنگ تلفن سکوت خانه را شکست. نام کیارش روی صفحه افتاده بود. پسر عزیزتر از جاننش. سریع گوشی را برداشت: - جانم پسر! - سلام آنا جونم، روزت مبارک... - عزیز دلم، آنا فدای صدات بشه که همیشه بهم زندگی می دی. صدایش مثل همیشه مهربان بود، پر از عشق، اما در پس آن گرمای همیشگی، اندوهی پنهان بود که آنا، با دل مادرانه اش آن را حس کرد. - امروز هستی پیام پیشت؟ - آره عزیزم، بیا، دردت به جونم... - پس می بینمت، خدا حافظ و این... آخرین مکالمه مادر و پسری بود که همه دنیایشان در صدای هم خلاصه می شد. مدتی بود که کیارش تیرهای عمیقی در سینه اش حس می کرد، اما مثل همیشه، مردانه سکوت کرده بود. امروز در محل کار، درد به او هجوم آورد، اما باز هم اهمیت نداد. از اداره بیرون زد، سوار ماشین شد و در هیاهوی شلوغ خیابان ها، راهی شد. بیش از یک ساعت در راه بود تا به مغازه گل فروشی زعم رسید. صاحب مغازه، ساسان، از رفیق های قدیمی اش بود. وارد مغازه شد، با ساسان چشم در چشم شدند و لیخندی کوتاه ردوبدل شد. اما شلوغی مغازه مجال گفت و گوی بیشتر نداد. کیارش بی درنگ به سمت گل ها رفت، دستی روی رزها کشید، یکی از آن ها را برداشت و آرام گفت: - داداش، آنا عاشق رز بود... اونم همین رنگ. کارت بانکی اش را از جیب درآورد. با نگاهی پر از خاطره، به کارت اشاره کرد: - حتی رنگ این کارت بلو رو، قرمز انتخاب کردم... به عشقش. کارت را کشید، خدا حافظی کوتاهی کرد و از مغازه بیرون زد. هنوز چند قدمی دور نشده بود که آن درد لعنتی، بی رحمانه برگشت. سینه اش سوخت، تعادلش را از دست داد. قامت مردانه اش لرزید و در سکوت سنگین عصر، ناگهان روی زمین افتاد. گل رز از دستش رها شد... افتاد توی جوی آب... و آرام آرام با جریان رفت

فاطمه قاسمی، مدیریت بانکداری بین الملل، کارشناس ارشد رفع تعهدات ارزی

پربوش بعد چند سال زنگ زد: «داریوش! مزون زدم، فردا افتتاحیه است! پاشو بیا.» داریوش، از سال اول دانشگاه عاشق پری بود؛ از اون عشقایی که تا اسمش می اومد، قلبش تاب تاپ می زد و کل وجودش می لرزید. فرداش، آوانگارد شده، یه رز قرمز با روبان قرمز خرید و رفت سمت پاساژ. هنوز نرسیده، دید یکی با تاج گل آن چنانی وارد شد. گل از دستش افتاد، روبان وا شد، مغزش یه لحظه سفید شد، مثل برگه امتحان پایان ترم! یه پوک عمیق زد، ته سیگار بهمن رو انداخت کنار گل. نگاهی انداخت به صحنه و زیر لب گفت: «گل از دستم افتاد، سیگارم رو هم انداختم کنارش، الان اگه یکی از دور ببینه فکر می کنه با عشقم دعوا شده، اون رفته، من موندم و ته سیگار و



علی صباغی، مدرس
زبان آکادمی سامان

کارنیکو کردن از پرکردن است:

مطالعه پر و پیمون در بازه زمانی بسیار کوتاه (binge reading)

کامل، جملات شرطی، مجهول، و...). تکرار ناخودآگاه این الگوها باعث تقویت حس زبانی یا language intuition می‌شود. نکته حائز اهمیت دیگری که خروجی استفاده از تکنیک being است همانا بهبود درک مطلب و fluency ذهنی و به اصطلاح سازگاری و اخت شدن بیشتر با زبان موردنظر است که اعتماد به نفس فوق العاده‌ای به فرد می‌دهد و حس قرار داشتن در محیط natural English را برایش شبیه‌سازی می‌کند. مطالعه متون طولانی کمک می‌کند مغز در درک سریع و پیوسته مطالب رشد کند. این نوع fluent reading باعث افزایش سرعت پردازش زبان در مغز می‌شود، و در مکالمه یا نوشتن هم تأثیر مثبت می‌گذارد. به علاوه، از منظر نگرش و انگیزش هم فرد متفاوت از وضعیت binge reading /listening/watching می‌شود؛ چون با افزایش انگیزه و ایجاد ارتباط عاطفی با زبان نوعی پیوند قوی‌تر با مقوله زبان پیدا می‌کند و پیشرفت را به شکل ملموس‌تری درک می‌کند. مثلاً وقتی وارد یک داستان جذاب می‌شود و آن را بی‌وقفه و ساعت‌ها می‌خواند ارتباط بهتری پیدا می‌کند و یا یک موضوعی که علاقه‌مندی بیشتری به آن دارد مغز با آن ارتباط عاطفی برقرار می‌کند که نتیجه تماس ده‌ها ساعته با آن در یک بازه فشرده زمانی است. این نوع «درگیری عاطفی» باعث می‌شود زبان برای فراگیر امری زنده‌تر و معنادارتر شود، و نه فقط یک تکلیف اجباری و ناخوشایند. یکی از مهم‌ترین نتایج مثبت متد مطالعه متراکم یا همان binge reading کاهش نیاز به ترجمه است. در واقع با binge reading، ذهن یاد می‌گیرد بدون ترجمه هر کلمه فکر نکند. یعنی معنای واژه‌ها و عبارات را از بافتار یا زمینه (context) بیرون بکشد و نه از فرهنگ لغت. این کار به شدت بر روی روان‌خوانی (reading fluency) و تقویت درک مطلب با سرعت بالا کمک می‌کند.

خیلی از ما این تجربه را داشته‌ایم که مثلاً نزدیک به ده‌ها اپیزود از یک سریال خارجی را در یک بازه زمانی بسیار کوتاه مثلاً یک تا دو هفته - مشخصاً در تعطیلات نوروز یا تابستانی - بی‌وقفه دیدیم و کماکان هم چنین کاری می‌کنیم تا به نوعی لذتی مضاعف و بدون مکث از یک سریال و داستان آن ببریم چرا که عموماً انسان - و به ویژه انسان مدرن - اسیر پدیده‌ای به نام سرعت و "شتاب نتیجه‌گیری" است. این تماشای پر حجم و با شدت را در اصطلاح انگلیسی binge watching می‌گویند. با وام گرفتن این مفهوم می‌توانیم کارکردی مفید را در مسیر یادگیری زبان بشناسیم به نام binge reading یا binge listening و binge watching که در واقع به خواندن و گوش دادن و دیدن پیوسته و پر حجم منابع نوشتاری و صوتی و دیداری در یک بازه زمانی کوتاه‌مدت اشاره دارد.

نش binge reading یا همان مطالعه پر حجم

و فشرده در بازه کوتاه زمانی در یادگیری زبان

نخستین تأثیر همانا افزایش دایره واژگان در بستر واقعی زبان یا همان بافت زمینه natural English خواهد بود. در واقع وقتی در مدت زمان کوتاه، با حجم زیادی از متن روبرو می‌شوید، مغز شما الگوهای زبانی، واژگان و اصطلاحات را پشت‌سرهم می‌بیند. این تکرار فشرده باعث می‌شود که لغات خیلی سریع‌تر جا بیفتند، چون در زمینه (context) طبیعی استفاده می‌شوند. این در معرض گرفتن پیوسته در مسیر کاشت اطلاعات یاد گرفته شده در حافظه بلندمدت بسیار مؤثر است. در عین حال درک ساختارهای گرامری در عمل آسان‌تر می‌شود و به جای یادگرفتن قواعد به صورت تئوری، در حین binge reading بارها و بارها با ساختارهای مختلف مواجه می‌شوید (مثلاً: زمان گذشته

۴۰ درصد کاهش بارش وزنگ خطر تاب آوری



| محسن موسوی عضو انجمن آب و خاک پایدار ایران |

تهران (که ظرفیت اکولوژیک آن بیش از ۴ میلیون نفر نیست، اما اکنون حدود ۱۲ میلیون نفر جمعیت دارد)، مشهد، اصفهان و قم، تاب آوری کشور را به شدت کاهش داده است.

اگر جمعیت کمتر بود و منابع آبی به درستی مدیریت می شد، می توانستیم در سال های کم بارش از ذخایر سدها استفاده کنیم، اما خالی شدن مخازن سدها در همین یکی، دو سال اخیر، تاب آوری ما را به حداقل رسانده و کشور را با بحران جدی آب مواجه کرده است. هر مزگان نیز که معمولاً تحت تاثیر رژیم های بارشی اقیانوسی (مانسون) قرار دارد، پس از بارش های خوب ۳ سال پیش، امسال و در گذشته با کمبود بارش روبه رو بوده و ذخایر آب زیرزمینی آن به دلیل بهره برداری بی رویه کشاورزی به شدت آسیب دیده و کاملاً خالی شده است.

مشکل اصلی این است که ۲ وزارتخانه کلیدی، یعنی وزارت نیرو و به عنوان تامین کننده آب و وزارت جهاد کشاورزی در جایگاه مصرف کننده اصلی آب، با یکدیگر هماهنگی ندارند، در حالی که وزارت نیرو در پی تامین آب است، وزارت جهاد کشاورزی بدون توجه به محدودیت ها، به مصرف بی رویه ادامه می دهد. این ناهماهنگی باعث می شود که تامین کننده، درد مصرف کننده و مصرف کننده، مشکلات تامین کننده را درک نکند.

اگر این دو نهاد در قالب یک وزارتخانه واحد مانند «وزارت آب» ادغام می شدند، مدیریت یکپارچه تری انجام می گرفت.

اگرچه در برنامه های توسعه مانند برنامه هفتم، بر کاهش ۱۵ میلیارد مترمکعبی مصرف آب تاکید شده، اما وزارت جهاد کشاورزی تاکنون هیچ آیین نامه اجرایی برای کاهش مصرف، به ویژه در بخش کشاورزی، ارائه نداده است.

محصولاتی مانند پیاز و هندوانه همچنان در فضای باز و با مصرف بالای آب کشت می شوند، در حالی که باید به سمت کشت گلخانه ای سوق یابند. همچنین، برنج نیز خلاف توصیه ها مبنی بر کشت تنها در ۳ استان شمالی، در سایر نقاط کشور با استفاده از آب فراوان کشت می شود. متأسفانه کمبود منابع مالی، بهانه ای برای عدم اجرای این تغییرات می شود. علاوه بر این، صدا و سیما نیز در اطلاع رسانی و هشداردهی درباره وضعیت بحرانی آب و لزوم صرفه جویی، کم کاری می کند. این مشکلات ساختاری و عدم هماهنگی، در کنار نبود برنامه ریزی صحیح و بی توجهی به ظرفیت های اکولوژیک هر منطقه، کشور را در تامین آب دچار چالش های جدی کرده است.

آمارها از کاهش خیره کننده ۴۰ درصدی بارش ها در سال آبی جاری حکایت دارد؛ وضعیتی که با خشکسالی چهارساله متوالی و رشد بی رویه جمعیت در کلانشهرها، کشور را به لبه پرتگاه کم آبی رسانده است.

در حالی که هر مزگان بیشترین افت بارش را تجربه می کند و تهران درگیر چالش افزایش جمعیت فراتر از ظرفیت اکولوژیک خود است، ناهماهنگی های ساختاری میان وزارت نیرو و جهاد کشاورزی، عدم تمکین دستگاه ها از قانون مدیریت پسماند و فقدان ضمانت اجرایی قوانین، بحران را تشدید کرده و به اذعان کارشناسان، ابزارهای بازدارنده برای مقابله با این معضل حیاتی کارآیی خود را از دست داده اند.

ایران در سال آبی جاری با کاهش چشمگیر بارش ها روبه رو بوده که وزنگ خطر بحران آب را در سراسر کشور به صدا درآورده است.

آمارها نشان می دهد که از ابتدای مهر تاکنون، کشور تنها ۱۳۱.۵ میلیمتر بارش دریافت کرده که این رقم ۴۰.۴ درصد کمتر از میانگین بلندمدت ۲۲۰.۷ میلیمتری است. روند کاهشی بارش ها در بازه های زمانی کوتاه تر نیز وخامت اوضاع را تایید می کند؛ به طوری که در ۷ روز منتهی به ۱۲ خرداد، شاهد ۹۰.۲ درصد کاهش و از ابتدای ماه جاری، ۷۸.۵ درصد کاهش بارش بوده ایم. این وضعیت بحرانی تمامی استان ها را تحت تاثیر قرار داده است، با این حال استان هر مزگان با ۷۵.۷ درصد کاهش و استان تهران با ۴۸.۸ درصد کاهش بارش نسبت به نرمال، در شرایط دشوارتری قرار دارند.

ایران، کشوری با اقلیم خشک و نیمه خشک، همواره با نوسانات بارش، شامل سال های خشکسالی و ترسالی روبه رو بوده است. اکنون نیز حدود ۴ سال پیاپی است که کشور با خشکسالی دست و پنجه نرم می کند. این کمبود بارش، مشکلات متعددی را در تامین آب ایجاد کرده که ریشه در عدم تاب آوری و ضعف در برنامه ریزی و ساماندهی ما دارد. ما باید ساختارها را طوری تنظیم کنیم که در مقابل کمبود بارش، مقاوم باشیم و در سال های پربارش نیز، از خود غرور نشان ندهیم.

پیامدهای این کاهش بارش ها، امسال کاملاً ملموس است؛ تهران حدود ۵۰ درصد کاهش بارش داشته و ذخایر آبی کشور به شدت کاهش یافته است. این وضعیت، با افزایش بی رویه جمعیت در شهرهای بزرگی مانند

بیمه سامان، پیشرو در آموزش کاربرد هوش مصنوعی به کارکنان و نمایندگان

شرکت بیمه سامان با هدف آموزش و آشنایی هرچه بهتر نمایندگان، کارکنان و مدیران این شرکت با شیوه استفاده و کاربرد ابزارهای هوش مصنوعی، تهیه و تولید محتوای اختصاصی در این خصوص را در دستورکار قرار داد. به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، استفاده از ابزار هوش مصنوعی بدون شک می‌تواند در مسیر بهبود فرایندهای مختلف ارتباط با مشتری، تجزیه و تحلیل داده‌ها، پیش‌بینی نیازهای مشتریان و افزایش بهره‌وری نقش آفرین باشد. بر اساس این گزارش، ابزارهای مبتنی هوش مصنوعی می‌توانند در ارزیابی و پرداخت خسارت و نیز توسعه محصولات جدید به کمک بیمه‌گران بیایند. با این نگاه، آشنایی کارمندان و نمایندگان فروش شرکت‌های بیمه‌ای با کارکردهای هوش مصنوعی از اهمیت بالایی برخوردار است. آموزش استفاده از هوش مصنوعی به کارکنان این امکان را می‌دهد که بهترین محصول و خدمات را به مشتریان پیشنهاد داده و از طریق رویکردهای هوشمندانه‌تر در ارتباط با مشتریان، فرصت‌های فروش را بهبود بخشند. این گزارش حاکی است: شرکت‌های بیمه در سراسر دنیا، آموزش‌های مختلفی را در استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی به کارکنان و نمایندگان خود در دستور کار قرار داده‌اند که از این منظر و با تصمیم هیئت عامل شرکت بیمه سامان، تهیه و تولید محتوا، آموزش و نحوه استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی به همراه معرفی درگاه‌های کاربردی برای کارمندان، نمایندگان و شرکت‌های تابعه اجرایی شد. این آموزش به صورت ماهیانه و توسط مدیر فرایندها و بهبود روش‌ها و مدیر توسعه سرمایه‌های انسانی شرکت بیمه سامان، پیگیری و اجرایی شده و این روند همچنان ادامه دارد.

استقبال گسترده مشتریان از اپلیکیشن بیمه سامان



با گذشت حدود یک ماه از معرفی، تعداد نصب اپلیکیشن شرکت بیمه سامان از ۷۵ هزار بار گذشت. به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، اپلیکیشن این شرکت که علاوه بر خرید انواع بیمه‌نامه، امکان دریافت خسارت و هزینه‌های درمان و سایر

خدمات بیمه‌ای را نیز در اختیار کاربران قرار می‌دهد، مورد استقبال مردم قرار گرفته است. این اپلیکیشن زمینه دریافت خدمات بیمه‌ای، بدون مراجعه حضوری و در تمام ساعات شبانه‌روز را فراهم کرده است. همچنین امکان مشاهده بیمه‌نامه‌های کاربران در این اپلیکیشن وجود دارد. اپلیکیشن شرکت بیمه سامان در کافه‌بازار، مایکت، سیب‌اپ و نسخه وب، در دسترس مشتریان است و به صورت مستمر با ویژگی‌های جذاب برای مشتریان به‌روزرسانی می‌شود.

موفقیت در بازار رقابتی بدون تلاش هماهنگ و دانش‌افزایی مستمر امکان‌پذیر نیست

نخستین همایش منطقه‌ای آموزشی و انگیزشی شرکت بیمه سامان ویژه شعب منطقه یک، با هدف ارتقای دانش حرفه‌ای، ایجاد هم‌افزایی و افزایش تعامل میان اعضای شبکه فروش در شهر ساری برگزار شد. به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، معاون امور اجرایی شرکت بیمه سامان در جریان این همایش با تأکید بر اهمیت هم‌افزایی میان بخش‌های مختلف سازمان، گفت: در مسیر تحقق اهداف سال ۱۴۰۴، افزایش اختیارات شعب استانی، چابک‌سازی فرایندها و برخورداری از سعه‌صدر و تعهد در ارائه خدمات به مشتریان از الزامات اصلی است.

عبدالرسول عطایی، در عین حال، ضمن گفت‌وگو با نمایندگان شبکه فروش، بر نقش کلیدی آن‌ها در موفقیت سازمان تأکید کرد و افزود که موفقیت در بازار رقابتی امروز، بدون تلاش هماهنگ، دانش‌افزایی مستمر و انگیزه بالا در میان نیروهای فروش، امکان‌پذیر نیست.

نوید نظارتی، مدیر منطقه یک شرکت بیمه سامان نیز در این گردهمایی با قدردانی از عملکرد شعب و نمایندگان در سال گذشته، تصریح کرد: شبکه فروش، خط مقدم صنعت بیمه است، بنابراین دستیابی به اهداف امسال با برنامه‌ریزی آموزشی منسجم و توانمندسازی آنها کاملاً قابل تحقق است.

در این گردهمایی یک‌روزه که با شعار یک تیم برای یک هدف و با رویکرد تحول در نگرش، تعالی در عملکرد و با حضور معاون امور اجرایی شرکت، مدیران ستادی، مدیر منطقه یک و نمایندگان شعب کرج، قزوین، رشت، ساری، قم، اراک، گرگان و بابل، صورت گرفت، برنامه‌های متنوعی با محوریت آموزش تخصصی، جلسات انگیزشی، شناخت متقابل همکاران و ارتقای ارتباطات درون‌سازمانی برگزار شد. در پایان این همایش، از نمایندگان برتر فروش بیمه‌های زندگی در استان مازندران تقدیر به عمل آمد و رئیس شعبه برتر و کارشناس فروش برتر منطقه یک به طور ویژه مورد تجلیل قرار گرفتند.



برگزاری گردهمایی شبکه فروش شرکت بیمه سامان در شیراز

گردهمایی شبکه فروش شرکت بیمه سامان با حضور قائم مقام مدیرعامل، معاونین و جمعی از مدیران ارشد شرکت در شیراز برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، در این گردهمایی با اعلام این که همه فعالیت های حوزه فروش در این شرکت از مسیر شبکه فروش می گذرد، تأکید شد که استفاده از ابزارهایی مانند اپلیکیشن شرکت بیمه سامان و یا به کارگیری فناوری هوش مصنوعی در معرفی و فروش بیمه نامه نیز همین فرایند را طی خواهد کرد. همچنین با تأکید بر لزوم آموزش مستمر شبکه فروش و ارائه تازه ترین دستاوردها و تکنیک های حوزه مشاوره مدیریت ریسک و ثروت، بیان شد که شبکه فروش نباید فناوری را رقیب خود بداند، بلکه باید از آن به عنوان دستگیری برای توسعه فروش و افزایش سرعت و دقت خدمت رسانی به مشتریان بهره بگیرد.

تأکید بر لزوم تلاش برای افزایش رضایت مشتریان، ورود به بازارهای جدید، ارائه محصول متناسب با نیاز متقاضیان، جلوگیری از ایجاد بروکراسی های زائد در فرایند صدور بیمه نامه و پرداخت سریع تر خسارت و افزایش سهم از بازار، از دیگر موارد مطرح شده در این گردهمایی بود.

در این جلسه که شیما آراء قائم مقام مدیرعامل، مهدی فلاح معاون فنی بیمه های اشخاص، عبدالرسول عطایی معاون امور اجرایی، علی احسان بنی ریاح معاون فنی بیمه های اموال، بهزاد گلخو جانشین معاون فنی، غزاله فخارزاده مدیر بیمه های زندگی، کامران کیانی مدیر فروش و مرجان سلطانی زاده رئیس شعبه شیراز شرکت بیمه سامان در آن حضور داشتند، ضمن طرح دیدگاه های اعضای شبکه فروش، به سؤالات آنها پاسخ داده شد و در پایان این همایش از نمایندگان برتر قدردانی شد.



بازدید مدیرعامل بیمه سامان از هفدهمین نمایشگاه بین المللی صنعت مالی

هفدهمین نمایشگاه بین المللی صنعت مالی ایران (بورس، بانک و بیمه)، به عنوان بزرگ ترین و با سابقه ترین رویداد حوزه مالی، سرمایه گذاری و فناوری های مالی کشور، از ۱۸ خردادماه در محل دائمی نمایشگاه های بین المللی تهران آغاز به کار کرد.

به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، مدیرعامل شرکت بیمه سامان در بازدید از این نمایشگاه با اشاره به تنوع اقشار مخاطب این شرکت گفت: باتوجه به اینکه مخاطبان شرکت بیمه سامان از اقشار مختلف جامعه هستند، یکی از استراتژی های اصلی و وظایف این شرکت این است که بتواند کانال های مطلوب برای دسترسی هر کدام از این اقشار را ایجاد کند.

احمدرضا ضرابیه با تأکید بر اهمیت نقش هوش مصنوعی در کسب و کارها افزود: با تحقیق و بهره گیری از زیرساخت های مبتنی بر هوش مصنوعی در شرکت بیمه سامان تلاش می کنیم تا ارزیابی ریسک، ارائه خدمات به مردم و سهولت فرایندهای خسارت را در راستای تحول دیجیتال انجام دهیم.

وی در ادامه اصلی ترین وظیفه شرکت های بیمه را ارائه خدمات خسارت عنوان کرد و اظهار داشت: فرایندهای ارزیابی و پرداخت خسارت در صنعت بیمه باید دچار تحولات اساسی شود و با بهره گیری از علم داده و بهره گیری از اکچوئری، تجربه بیمه گذاران از دریافت خسارت را به صورت اساسی متحول کرد.

هفدهمین نمایشگاه بین المللی صنعت مالی ایران (بورس، بانک و بیمه) با حضور گسترده نهادهای مالی داخلی و خارجی، فرصتی ارزشمند برای معرفی دستاوردها، تبادل تجربیات و ارتقای دانش فعالان این حوزه فراهم کرده است.

شرکت بیمه سامان نیز همچون دوره های گذشته، حضوری پررنگ در این رویداد داشت و میزبان کارشناسان، فعالان و علاقه مندان صنعت بیمه بود.



مراسم تقدیر از شعب برتر در حوزه فروش و جذب مشتریان استراتژیک بانک سامان

در راستای ارج نهادن به تلاش‌ها و دستاوردهای ارزشمند همکاران در شبکه شعب، روز چهارشنبه هفتم خرداد ۱۴۰۴ مراسمی با حضور مدیرعامل بانک سامان، مدیران ارشد بانک، مدیران ستادی، سرپرستان نواحی و نمایندگان شعب منتخب در محل آمفی تئاتر برج سامان برگزار شد. در این مراسم، از شعبی که در سال گذشته عملکردی درخشان در حوزه فروش و جذب مشتریان استراتژیک داشته‌اند، با اهدای لوح سپاس ویژه، تقدیر به عمل آمد. این موفقیت‌ها، نشان‌دهنده تعهد، دانش و روحیه حرفه‌ای تیم‌های فروش بانک سامان در سراسر کشور است.



شاخص	عنوان برترین	شعبه برتر سال ۱۴۰۳
۱	بیشترین رشد مجموع منابع از محل مشتریان جدید گروه هدف	بزرگراه فتح
۲	بیشترین رشد در تعداد مشتریان ویژه برتر	بازار کفاش‌ها
۳	بیشترین رشد در تعداد شرکت‌های خرد و متوسط فعال	نیشابور
۴	در تعداد بازاریابی مشتری هدف اعتباری	اراک
۵	"نسبت منابع ارزان به مصارف" در مشتریان تسهیلاتی	برج سامان
۶	نسبت تسهیلات صنفی	امین حضور
۷	عملکرد ضمانت‌نامه	بلوار کشاورز
۸	عملکرد LC داخلی	میدان آرژانتین
۹	بازاریابی مشتریان صادراتی	سیتی ستر
۱۰	کمترین درصد تعهدات ارزی منقضی شده	مدرس مشهد
۱۱	تعداد عملیات ارزی	جام جم
۱۲	انطباق با ضوابط مدیریت تطبیق و مبارزه با پول‌شویی	سعادت‌آباد





معرفی برگزیدگان مسابقه «سبزترین میز کار»

در راستای ارتقای فرهنگ سازمانی و با هدف تشویق همکاران به نگهداری از گیاهان و زیباسازی فضای کاری، مسابقه «سبزترین میز کار» با مشارکت همکاران گرامی برگزار شد. این رویداد با استقبال چشمگیر و ارسال آثار متنوع و الهامبخش از سوی همکاران همراه بود.

پس از بررسی آثار ارسالی توسط کارشناسان فضای سبز، سه نفر به عنوان برگزیدگان اصلی و دو نفر به عنوان برگزیدگان افتخاری معرفی شدند. ضمن تقدیر از مشارکت ارزشمند تمامی همکاران گرامی، اسامی و تصاویر برگزیدگان به شرح زیر تقدیم می گردد:

برگزیدگان اصلی مسابقه



خانم زهرا پروینی قریق
بانک سامان - مدیریت حقوقی
ترکیب زیبای گیاهان با ملزومات اداری و توجه ویژه به هماهنگی و نظم، جلوه ای خاص به فضای کار ایشان بخشیده است.

خانم سپیده رهبری فر
شرکت نرم افزاری تندر نور
خلاقیت در چیدمان و انتخاب گیاهان، محیطی آرامش بخش و متفاوت را به نمایش گذاشته است.





خانم فاطمه توسل
بیمه سامان - ساختمان یوسف آباد
استفاده از گلدان‌های متنوع و انتخاب گیاهان
مقاوم، فضای کاری دلپذیر و سرسبزی را ایجاد
نموده است.



برگزیدگان افتخاری



خانم سارا رمضی
بانک سامان - شعبه شهرک اکباتان
توجه ویژه به زیبایی‌شناسی و نقش گیاهان در
ارتقای فضای کاری در اثر ایشان مشهود است.



آقای ارسلان ملکی
بانک سامان - مدیریت پشتیبانی فروش،
مستقر در انبار مرکزی بانک سامان
استفاده خلاقانه از گیاهان و هماهنگی با
دکوراسیون محیط کار از ویژگی‌های بارز این
اثر است.



گل‌فروشی آفتاب سامان؛ به زودی در کنار شما

به اطلاع همکاران و مخاطبان گرامی می‌رسانیم که گل‌فروشی آفتاب سامان در شرف راه‌اندازی است و به زودی فعالیت خود را به صورت حضوری و آنلاین آغاز خواهد کرد. منتظر اطلاع‌رسانی‌های بعدی و تجربه‌ای نو در تهیه گل و گیاه باشید.

جشنواره ورزشی بانوان



سوم: فریبا حسینی زاده خسروشاهی
رشته فوتبال دستی:
اول: نگار اسماعیل زاده - معصومه دادخواه
دوم: زینب پرویزی - مرضیه جعفری
سوم: زینب ایرانی پور - پریسا آذر افروزان
رشته بدمیتون:

اول: رامک انصافی - مریم جلیلی
دوم: منی صبور - فاطمه عباسی

سومین دوره جشنواره ورزشی بانوان بانک سامان در روزهای اول و دوم خردادماه در محل دانشگاه صنعتی شریف بین ۱۲۰ نفر از همکاران خانم بانک سامان در چهار رشته دارت، بدمیتون، داژبال و فوتبال دستی برگزار شد و پس از رقابت‌هایی دوستانه و صمیمی، برندگان هر رشته به قرار زیر معرفی شدند:

رشته دارت:

اول: مژگان هاشمی
دوم: سعیده موسائی

سوم: زهرا مختاری نوری -
معصومه دادخواه

رشته داژبال:

اول: مریم پورعباسی - مریم مرصاد -
فاطمه احمدی - سپیده جوادی - ساجده
شیرخانی - مهشاد رضائی
دوم: معصومه زارعی - الهام فروغی - سعیده
حیدری علی کمر - یگانه محرابی - پریسا اخوان ارمکی
- فاطمه السادات حسینی دهج
سوم: شهلا اوجاقی - مریم مولائی - الهه قموشی رامندی -
رامک انصافی - مریم جلیلی - فاطمه عباسی
گفتنی است در این دوره از مسابقات، برای فرزندان همکاران نیز
برنامه‌های جذابی تدارک دیده شده بود تا مادران عزیز سامانی با خیال
راحت بر رقابت ورزشی تمرکز داشته باشند.



مراسم اختتامیه سومین جشنواره ورزشی بانوان بانک سامان





کوله گرد

شما تو این صفحه هستین تا با تجربیات سفرهای من بیشتر آشنا بشین؛ شاید دوست داشته باشین شما هم یه تیکه از این کیک بزرگ ماجراجویی رو بچشید.

دشت دریاسر

تو این شماره از کوله گرد می‌خوام یه جای با حال رو که حتی یه روزه هم میشه رفت رو بهتون معرفی کنم؛ یه دشت زیبا به اسم دشت دریاسر. دشت زیبای دریاسر در جنوب شهر تنکابن (شهرسوار) واقع شده، در منطقه دو هزار.

چه جوری خودمون رو برسونیم به دریاسر؟

وقتی رسیدی به شهر تنکابن، مسیر جاده ۲۰۰۰ را ادامه بدید. جاده‌ای زیبا و رؤیایی با انبوه درختان سبز و سربلک کشیده که هر از گاهی هم آغوشی درختان دو طرف جاده طاق‌نصرت‌هایی را در امتداد جاده تشکیل دادند. مسیر جاده دوهزار را پی بگیرید تا به دوراهی امامزاده قاسم برسید. در سمت چپ جاده، مسیری به سمت دره می‌ره که انتهای آن به روستا اسل محله می‌رسه (باید حواسمون جمع باشه که اسل رو با اسل اشتباه نکنیم؛ اسل در گویش محلی به معنای آبخشور حیوانات می‌باشد).

بعد از رسیدن به روستا و پارک کردن ماشین، حدود یک تا یک و نیم ساعت باید کوهپیمایی کنید و بعد از عبور از تپه‌ها و چشمه‌های بین راه به دشت دریاسر می‌رسید. دشت دریاسر با دلنشینی شاعرانه‌ای، دامن سبز خودش رو به نشونه استقبال برای میهمانان روی زمین پهن کرده. این دشت در بهار و به‌خصوص در اردیبهشت‌ماه پر از گل‌های زردرنگ بابونه می‌شه که چشم هر بیننده‌ای را به خودش خیره می‌کنه. از جالب‌ترین ویژگی‌های این دشت، اینه که در کف اون ده‌ها چشمه وجود داره و آب از میان سبزه‌ها به بیرون می‌جوشه؛ طوری که در فصل بهار به‌سختی میشه جای خشکی را در دشت پیدا کرد و زیباتر از این‌ها، اینکه رودخانه‌ای پر آب که از ارتفاعات سیالان سرچشمه گرفته از وسط این دشت وسیع در جریان. کوه‌های بلندی که دشت دریاسر را احاطه کرده‌اند و موقعیت مناسبی را برای علاقه‌مندان به کوهنوردی فراهم کرده. قله سیالان هم یکی از کوه‌های معروفه که در کنار اون یخچال‌های طبیعی وجود دارند. همچنین، به دلیل کم‌بودن آلودگی‌های نوری، تماشای آسمان شب یکی از جذاب‌ترین تفریح‌های سفر به این دشت زیبا محسوب می‌شه؛ چون می‌تونید در آسمان دریاسر به‌راحتی ستاره‌ها را ببینید و شاهد شهاب باران باشید. زمین‌های مسطح دشت دریاسر بهترین جا برای پیک نیک یا حتی کمپینگ فراهم کرده.

وسایلی که برای رفتن به دشت لازم دارید:

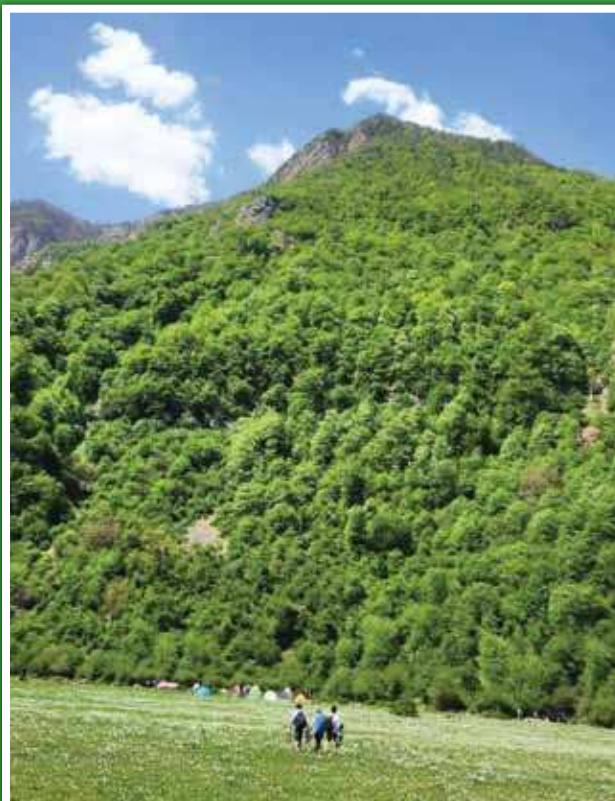
کفش پیمایش و یا کوهنوردی؛
کوله یک روزه؛
خوراکی و آب به مقدار لزوم؛
کلاه آفتابگیر.

نکته آخر:

یادمون نره، طبیعت سرمایه بزرگ و ارزشمند ماست. اجازه ندیم سرمایه ما به راحتی از بین بره. زباله‌های خودمون رو با خودمون برگردونیم و چیزی تو طبیعت باقی نذاریم.

الهه هدیه‌لو
کارشناس مدیریت
روابط عمومی و صدای مشتریان







صنایع دستی با تار و پود شهر ایرانی به مناسبت ۲۰ خرداد، روز صنایع دستی

فرهنگ و هویت هر قوم دست یابیم. بانک سامان با رویکردی ویژه در راستای حمایت از هنرمندان فعال در حوزه صنایع دستی و حفظ تاریخ غنی کشور، اقدام به خرید و اهدای صنایع دستی متنوع به مشتریان خود کرده است. صنایع دستی که تاکنون مورد حمایت بانک سامان قرار گرفته اند عبارت اند از:

- صنایع دستی مسی
- سفال کلپورگان

از دیرباز، صنایع دستی به عنوان یک زبان مشترک در دنیا شناخته شده است که بدون نیاز به حروف الفبا، تاریخ و فرهنگ هر قوم را بیان می کند. این هنرها، یادگارهایی از دوران های مختلف هستند و می توانند به ما کمک کنند تا قدمت و چگونگی شکل گیری اقوام را بهتر درک کنیم. صنایع دستی کشف شده، یکی از مهم ترین شاخص ها برای نشان دادن تاریخ و فرهنگ هر قوم به شمار می روند. با بررسی دقیق هنر و طراحی های به کار رفته در این صنایع، می توانیم به شناخت عمیق تری از





- دارایی بافی
- ترمه
- گلیم

صنایع دستی مسی

مهارت‌های فنی و هنری ایرانیان است، بلکه بخشی از فرهنگ و تاریخ غنی کشور را نیز به تصویر می‌کشد. محصولات مسی به دلیل طراحی‌های زیبا و کیفیت بالا، همچنان در میان مردم و هنردوستان محبوبیت دارند. مناطق معروف تولید این صنایع شامل اصفهان، زنجان و تبریز هستند. از مهم‌ترین محصولات مسی می‌توان به ظروف آشپزخانه (مانند جام میوه‌خوری، قهوه‌خوری، چای‌خوری، قابلمه، ماهیتابه و کتری) و تزیینات دکوری (مانند گلدان‌ها، بشقاب‌ها و جعبه‌های تزیینی) اشاره کرد.

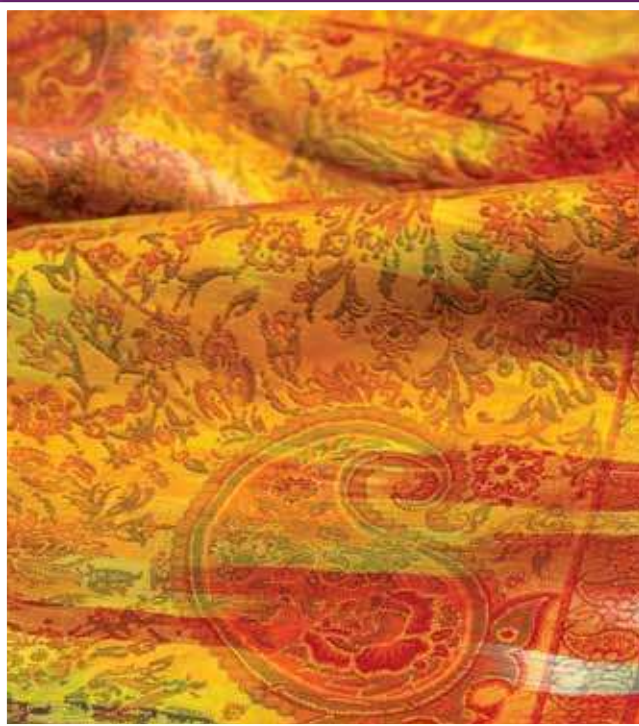
صنایع دستی مسی یکی از قدیمی‌ترین و زیباترین هنرهای دستی در ایران است که قدمت آن به هزاران سال پیش بازمی‌گردد. این هنر نه تنها نماد





سفال کلپورگان

کلپورگان، روستایی در شهرستان سراوان واقع در جنوب استان سیستان و بلوچستان، به عنوان تنها «موزه زنده سفال جهان» شناخته می‌شود. زنان هنرمند بلوچ در این روستا هزاران سال است که سفالینه‌های کلپورگان را با طرح‌های هندسی و بدون استفاده از چرخ سفالگری و لعاب می‌سازند. این سفالینه‌ها به صورت دست‌ساز و با استفاده از وسایل ابتدایی تولید می‌شوند. شیوه ساخت این سفالینه‌ها از هزاران سال پیش به همین شکل باقی‌مانده و کاملاً بکر است. رنگ آمیزی تزیینات روی ظروف با استفاده از سنگی به نام «تیتوک» انجام می‌شود که به صورت دستی و با ابزارهای ساده صورت می‌گیرد.



دارایی بافی

دارایی بافی نوعی بافت سنتی است که با استفاده از نخ‌های ابریشمی و رنگ‌های طبیعی تولید می‌شود. این شیوه بافت، با ویژگی‌های منحصر به فردی در طرح و رنگ، به شکلی خاص جلوه‌گر می‌شود. نقوش این پارچه در مرحله پیچون‌بندی با رنگرزی موضعی انجام می‌شود و این ویژگی، دارایی بافی را از سایر منسوجات متمایز می‌کند.

ترمه

امروزه یزد را با خانه‌های گلی و بادگیرهای زیبا و بافت سنتی‌اش می‌شناسند، اما در گذشته یزد به پارچه‌های رنگین و فاخرش و به ویژه ترمه‌هایش شهرت داشت. ترمه پارچه‌ای ظریف و گرانبها است که در دنیا آن را به عنوان نمادی از هنر و فرهنگ ایران می‌شناسند. برای بافت ترمه از الیاف بسیار لطیفی استفاده می‌شود. این الیاف از ابریشم و پشم سفید و مرغوب به دست می‌آید. بر روی این اثر هنری، طرح‌های متنوعی از جمله گل شاه عباسی، بته جقه، بته خرقه‌ای، بته کشمیری، بته ترمه‌ای و... دیده می‌شود. اما معروف‌ترین نقش ترمه می‌توان به بته جقه اشاره نمود، بعد از آن شاخ گوزنی و گل شاه عباسی می‌باشد. طرح بته جقه از منظر مردم ایران باستان، نماد درخت سرو است که این سرو ایرانی به معنای آزادی می‌باشد. از دیگر نمادها می‌توان به گل شاه عباسی اشاره کرد. مردمان ایران باستان از این طرح به عنوان نمادی از خورشید و تازگی یاد کرده‌اند.

گلیم

گلیم، دست‌بافتی زیبا است که دستان هنرمند بانوان عشایر و روستائین آن را می‌آفرینند. و از آن روی که سراسر ذهنی و بی هیچ نقشه‌ای و با سلیقه بافته خلق می‌شود احساسات گونه‌گون هر بافته از شادی و غم، ترس و امید، خشکسالی و ترسالی در رج به رج آن جاری است. گلیم به عنوان عایق بسیار خوبی در برابر گرما و سرما، در زندگی عشایر کاربردهای متنوعی دارد. نقش‌های گلیم عمدتاً هندسی هستند و هر کدام معنای خاصی را منتقل می‌کنند.





گفتگو با همکاران شعبه مدرسی مشهد

راز موفقیت شعبه مدرسی مشهد در مسیر تحول بانکداری نوین

گفتگو: جعفر تکبیری

در همایش «تقدیر از برترین‌های فروش» در برج سامان، لوح سپاس مدیرعامل محترم بانک سامان به پاس تحقق شاخص «کمترین درصد رفع تعهدات ارزی منقضی شده» به این شعبه اهدا شد.

شعبه مدرس مشهد دومین شعبه افتتاح‌شده بانک سامان در این شهر مقدس است که در سال ۱۳۸۴ فعالیت خود را آغاز کرده و اکنون به‌عنوان یک شعبه کارا در طبقه‌بندی SME و منتخب ارزی در سطح کشور شناخته می‌شود. این شعبه در مرکز شهر مشهد و در نزدیکی حرم مطهر رضوی واقع شده و پیرامون آن اصناف متعددی مانند تجهیزات پزشکی، برق و الکترونیک، کالاهای صوتی تصویری، لوازم اداری، پوشاک، کتاب‌فروشی‌ها، موبایل‌فروشان و صرافی‌ها فعالیت دارند. همچنین مرکز خدمات مصلی نیز زیر نظر این شعبه اداره می‌شود.

این شعبه در تمامی حوزه‌های اعتباری، ارزی، ریالی، الکترونیک و بیمه، به طیف متنوعی از مشتریان شامل شرکت‌های کوچک و متوسط، اصناف، صادرکنندگان، واردکنندگان و اشخاص حقیقی خدمات ارائه می‌دهد. در حال حاضر، ۱۵ نیروی متخصص و حرفه‌ای در قالب تیم‌های فروش تخصصی، فروش عمومی، عملیات، مرکز خدمات و مدیریت در این شعبه فعالیت می‌کنند.

ترکیب مشتریان این شعبه شامل ۴۶٬۲۹۲ نفر است که از این میان ۴۵٬۱۳۷ مشتری حقیقی، ۴۲۴ مشتری حقوقی، ۵۶۰ مشتری ممتاز، ۱۶۴ مشتری ویژه، ۵ مشتری خاص و ۲ مشتری کلان هستند.

خانم زارعی درباره شیوه مدیریت و برنامه‌ریزی در شعبه اعلام کرد که راهبرد هدایت تیم در سه محور کلیدی شامل برنامه‌ریزی دقیق برای تحقق صددرصدی اهداف، تقسیم‌بندی و ابلاغ اهداف فردی به اعضای تیم، و پایش مستمر عملکرد در بازه‌های هفتگی انجام می‌گیرد. برگزاری جلسات منظم هم‌اندیشی، مرور بخشنامه‌ها و اصلاح مسیرهای اجرایی نیز از جمله اقدامات کلیدی در بهبود عملکرد شعبه محسوب می‌شود.

وی در خصوص روابط با همکاران، سه اصل «دوستی، حمایت و احترام» را پایه‌گذار فضای مثبت و سازنده در محیط کاری دانست و تأکید کرد که با همراهی تیم حرفه‌ای، محیطی آرام و متمرکز بر عملکرد در شعبه شکل گرفته است.

در حوزه مشتری‌مداری، تمامی مشتریان حقیقی و حقوقی در قالب پورتفوی مشخص به اعضای تیم فروش و عملیات تقسیم شده‌اند تا از طریق رصد مداوم و ارتباط مستقیم با مشتری، خدماتی مبتنی بر سه اصل «راحتی، سرعت و اعتماد» ارائه شود. مشتریان جدید نیز در بدو ورود تحت نظارت مستقیم مدیر یا معاون شعبه قرار گرفته و سپس در پورتفوی همکاران قرار می‌گیرند.

در خصوص پروژه «سامان ۱۴۰۴»، رئیس شعبه مدرس، این طرح را استراتژی‌ای قدرتمند برای تجاری‌سازی شعبه‌ها و تبدیل آن‌ها به کانال‌های فروش مؤثر دانسته و اظهار داشت که با تعریف دقیق گروه‌های هدف، شفاف‌سازی مسیر، توانمندسازی نیروها، مشتری‌مداری و همکاری تیمی، تحقق اهداف این پروژه در دستور کار قرار دارد.

وی استقبال مشتریان از ابزارهای بانکداری الکترونیک را مثبت ارزیابی کرد و افزود: «با بهره‌گیری گسترده مشتریان از ابزارهایی چون موبایل، نت‌بانک و یوبانک، ضمن کاهش مراجعات حضوری و رضایت بیشتر مشتریان، امکان تمرکز همکاران بر مذاکرات و بازاریابی نیز فراهم شده که این امر سودآوری شعبه را به همراه داشته است.»



سارا زارعی - رئیس شعبه

در قلب مشهد، شعبه مدرس بانک سامان نه تنها یک مکان برای انجام امور بانکی، بلکه یک خانواده حرفه‌ای است که با همدلی و روحیه تیمی بالا، هر روز نوآوری را به خدمت مشتریان می‌آورد. از تجربه‌های سال‌ها خدمت تا تلاش برای ارائه بهترین خدمات ارزی و اعتباری، این شعبه نمونه‌ای زنده از تحقق شعار «با هم برنده‌ایم» و مسیر تحول بانکداری نوین است؛ جایی که کارکنانش با اشتیاق و تخصص، حس اعتماد و رضایت را در هر تماس و دیدار با مشتریان خلق می‌کنند.

خانم سارا زارعی، رئیس شعبه مدرس مشهد بانک سامان، با بیش از ۱۸ سال سابقه درخشان در این بانک، از جمله رؤسای پر تلاش و موفق شبکه بانک سامان به شمار می‌رود. وی متولد ۱۳۶۰، دارای مدرک کارشناسی زبان و ادبیات انگلیسی از دانشگاه فردوسی مشهد و مدرک MBA با گرایش مدیریت شرکتی کاربردی از دانشگاه گرونوبل فرانسه است؛ دوره‌ای که در سال ۲۰۲۳-۲۰۲۴ با همکاری آکادمی بانک سامان و این دانشگاه معتبر اروپایی برگزار شده است.

خانم زارعی فعالیت خود در بانک سامان را از سال ۱۳۸۵ در شعبه مشهد آغاز کرده و پس از طی مسیرهای مدیریتی مختلف، از سال ۱۴۰۱ به‌عنوان رئیس شعبه مدرس مشهد منصوب شده است. در سال ۱۴۰۳، این شعبه با تمرکز بر اهداف ابلاغی و تلاش تیم همدل خود، موفق به قرارگیری در جمع ۱۰ شعبه برتر بانک سامان شده و همچنین از سوی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران در «پانزدهمین گردهمایی رؤسای موفق شعب بانک‌های کشور» مورد تقدیر قرار گرفته است. در خردادماه ۱۴۰۴ نیز،

در زمینه فروش بیمه نیز، با مشارکت همه اعضای تیم فروش و پیگیری منسجم، شعبه همواره بالای صددرد اهداف خود را در این شاخص محقق کرده است.

در پایان، خانم زارعی ضمن ابراز قدردانی صمیمانه از تمامی همکاران خود در شعبه مدرس و مدیران ارشد بانک، به‌ویژه مدیرعامل محترم و خانواده گرامی ایشان، ابراز امیدواری کرد که باتکیه بر شعار «با شما هستیم» و ارزش‌های کلیدی سامان ۱۴۰۴، نظیر «با هم برنده‌ایم» و «حال خوب، کار خوب»، مسیر موفقیت‌های آتی برای بانک سامان هموارتر از پیش طی شود.

چالش‌ها و جذابیت‌های کار در شعبه مدرس

احمد وطن‌دوست، معاون شعبه مدرس مشهد بانک سامان، متولد سال ۱۳۶۰ در مشهد و دارای مدرک کارشناسی حسابداری از دانشگاه فردوسی مشهد است. او از سال ۱۳۸۴ همکاری خود را با بانک سامان آغاز کرده و در طول دو دهه خدمت در این بانک، مسیر حرفه‌ای قابل توجهی را طی کرده است. وطن‌دوست کار خود را به‌عنوان صندوقدار در شعبه مشهد آغاز کرده و سپس از سال ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۱ در واحد پیگیری و وصول مطالبات فعالیت داشته است. در سال ۱۳۹۱ به‌عنوان مسئول اعتبارات به شعبه هاشمیه منتقل و در سال ۱۳۹۴ با همان سمت به شعبه مشهد بازگشته است. از سال ۱۴۰۱ نیز به‌عنوان معاون شعبه مدرس مشهد مشغول به فعالیت است.

وی همچنین در دوران دانشجویی در شرکت حسابرسی «رهیافت مشهد» فعالیت می‌کرده و تجربه‌ای ارزشمند در زمینه استقلال کاری و فضای حرفه‌ای کسب کرده است. او به یاد دارد که در روز نخست استخدام در بانک سامان، با جمله‌ای از رئیس وقت شعبه مشهد مواجه شد که «بانک مثل پادگان نظامی می‌ماند و سلسله‌مراتب دارد» و این موضوع فضای کاری متفاوتی نسبت به حسابرسی برایش رقم زد. اما با گذر زمان و رشد و پیشرفت همکاری‌اش در بانک، فضای کاری نیز به سمت صمیمیت و همراهی تغییر کرد و امروز پس از ۲۰ سال، به گفته خودش، در بهترین شرایط کاری قرار دارد.

وطن‌دوست معتقد است تحقق اهداف ۱۷‌گانه شعبه، نیازمند تلاش مستمر و برنامه‌ریزی دقیق است و هر شاخص، داستان خاص خود را دارد. بااین حال، فضای صمیمی حاکم بر شعبه، یکی از بزرگ‌ترین نقاط قوت آن است. همچنین وی از اینکه تلاش‌های تیم شعبه در سطوح میانی و ارشد بانک مورد توجه و قدردانی قرار می‌گیرد، ابراز خرسندی می‌کند. وی همواره تلاش داشته تا فضایی شاد و انگیزشی برای همکاران فراهم کند و از آن‌ها در مسیر پیشبرد امور پشتیبانی نماید. رابطه حرفه‌ای و سازنده‌ای با همکاران، به‌ویژه تیم فروش تخصصی که مستقیماً با او در ارتباط هستند، موجب شکل‌گیری یک تعامل مؤثر در شعبه شده است. او همچنین از همکاری و مدیریت سرکار خانم زارعی، رئیس شعبه مدرس، قدردانی کرده و کسب افتخارات متعدد شعبه در سال ۱۴۰۳ را نتیجه مدیریت کارآمد ایشان می‌داند.

باتوجه به اینکه شعبه مدرس در زمره شعب SME بانک سامان طبقه‌بندی شده است، تمرکز این شعبه بر جذب مشتریان حقوقی جدید، فعال‌سازی مشتریان حقوقی قبلی، و بازاریابی اصناف جدید در حوزه مشتریان حقیقی قرار دارد. استفاده از بسته‌های تسهیلاتی ویژه اصناف و دارندگان کارت‌خوان از دیگر رویکردهای شعبه است. همچنین افزایش سهم بانک

در فعالیت‌های ارزی از اهداف کلیدی این شعبه بوده که در سال ۱۴۰۳ با موفقیت و از طریق فروش متقاطع و بازاریابی مویرگی دنبال شده است. وطن‌دوست نقش معاون شعبه را به‌عنوان پل ارتباطی بین مشتریان و تیم اجرایی شعبه بسیار حیاتی می‌داند. او بر اهمیت تعامل با مشتریان برای انجام خدمات موردی و نیز حفظ وفاداری آن‌ها تأکید دارد. در همین راستا، تلاش کرده تا ارتباطی آسان و مؤثر با مشتریان داشته باشد؛ به‌گونه‌ای که مشتریان بتوانند در هر ساعت از شبانه‌روز از طریق تلفن همراه با وی در ارتباط باشند و از مراجعه حضوری بی‌نیاز شوند.

احمد وطن‌دوست، بهترین خاطرات حرفه‌ای خود را کسب عناوین برتر در کنار همکاری‌اش در شعبه مدرس طی سال ۱۴۰۳ عنوان می‌کند. وی در پایان ضمن تشکر از جناب آقای تونزنده‌جانی، سرپرست منطقه، بابت تلاش‌ها، حمایت‌ها و راهبری مؤثر ایشان، ابراز امیدواری کرد که با ادامه این روند، بتوانند در مسیر تحقق اهداف کلان بانک سامان، موفق‌تر از همیشه گام بردارند.

بانک سامان دانشگاهی برای رشد و یادگیری است

آرزو طاهرپور، بانکدار فروش تخصصی شعبه مدرس مشهد بانک سامان، از سال ۱۳۹۰ به جمع کارکنان بانک سامان پیوسته است. او فارغ‌التحصیل کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی بین‌الملل از دانشگاه فردوسی مشهد است و بیش از یک دهه تجربه ارزشمند در این بانک را در کارنامه خود دارد.

او بانک سامان را «دانشگاهی بزرگ» می‌داند؛ جایی که بسیاری از دانش تخصصی خود، به‌ویژه در حوزه ارزی، را در آن آموخته است. به گفته وی، پروژه «سامان ۱۴۰۴» و اجرای هم‌زمان فعالیت‌های ارزی و اعتباری، باوجود چالش‌های ابتدایی، به‌مرور باعث افزایش تسلط وی در هر دو حوزه شده و امکان تعامل بهتر با مشتریان و فروش متقاطع مؤثرتر محصولات بانکی را فراهم آورده است.

طاهرپور معتقد است شعبه مدرس در سال‌های اخیر رشد قابل توجهی در تمامی شاخص‌ها داشته است. او این موفقیت را حاصل راهبری هوشمندانه سرکار خانم زارعی، رئیس محترم شعبه و نیز تلاش، همدلی و روحیه همکاری در میان کارکنان می‌داند. به باور او، شعار «با هم برنده‌ایم» در این شعبه تنها یک جمله نیست، بلکه به واقعیت تبدیل شده است.

یکی از ویژگی‌هایی که برای طاهرپور جذابیت زیادی دارد، رویکرد نوآورانه بانک سامان در زمینه‌های مختلف بانکداری است. او از حضور فعال خود در برنامه «پلنت» به‌عنوان یکی از تجربه‌های ارزشمندش یاد می‌کند. طاهرپور دو سال پیاپی در جمع ایده‌پردازان این برنامه قرار گرفته و موفق شده تا مرحله نیمه‌نهایی نیز پیش رود.

وی معتقد است پلنت نه تنها بستری برای ارائه و پرورش ایده‌های جدید است، بلکه فرصتی بی‌نظیر برای تعامل مستقیم با مدیران ارشد بانک فراهم می‌آورد. این ارتباط نزدیک با مدیران، برای او تجربه‌ای الهام‌بخش و انگیزشی بوده است.

آرزو طاهرپور، نمونه‌ای از کارکنان پرتلاش، نوآور و متعهد بانک سامان است که توانسته با بهره‌گیری از فرصت‌های یادگیری، فضای مشارکتی و رویکرد نوآورانه بانک، نقش مؤثری در پیشبرد اهداف سازمانی ایفا کند. حضور او در شعبه مدرس، در کنار دیگر همکاران، سهم مهمی در موفقیت‌های این شعبه طی سال‌های اخیر داشته است.



سمیرا حسینی - معاون شعبه

شعبه و همکاران بخش فروش تخصصی می‌گوید: «اگر همراهی و حمایت آن‌ها نبود، امکان اتمام این مسیر برایم فراهم نمی‌شد.» به گفته لطفعلی‌پور، ماهیت کار در بخش فروش تخصصی ایجاب می‌کند که ارتباطی حرفه‌ای، مؤثر و درعین‌حال صمیمی با مشتریان ارزی و اعتباری برقرار باشد. او این تعامل سازنده را یکی از عوامل موفقیت در مسیر ارائه خدمات بانکی می‌داند.

کسب افتخارات متعدد شعبه مدرس در سال گذشته، از جمله خاطرات شیرین لطفعلی‌پور در بانک سامان است. وی این موفقیت‌ها را حاصل کار تیمی، همدلی و هم‌راستایی کامل با اهداف کلان بانک عنوان می‌کند.

شعبه مدرس خانواده دوم من است

علیرضا صفرزاده، متولد ۱۳۶۴ و دارای مدرک کارشناسی‌ارشد مدیریت بازرگانی بین‌الملل، از سال ۱۳۹۱ به خانواده بانک سامان پیوسته است. او هم‌اکنون در بخش فروش تخصصی و میز فروش شعبه مدرس مشهود فعالیت می‌کند و معتقد است که بانک سامان جایگاه خاصی در میان مردم دارد که این افتخار حضور را برایش ارزشمند و انگیزه‌بخش کرده است. صفرزاده با اشاره به سابقه کاری خود در یکی از مؤسسات مالی و اعتباری، می‌گوید ورود به بانک سامان تحولی مثبت در مسیر حرفه‌اش بوده است. «در بدو ورود، شور و اشتیاق زیادی برای این تغییر داشتم و خوشبختانه آن انگیزه هنوز هم با من است. این تغییر برای من نه تنها یک جهش شغلی، بلکه فرصتی برای رشد فردی و حرفه‌ای بود.» او از یکی از جنبه‌های جذاب کار خود در بانک سامان می‌گوید: «برقراری ارتباط مداوم با مدیران شرکت‌ها، مسئولیتی فراتر از انجام امور بانکی به من داده است. بسیاری از مشتریان انتظار دارند در نقش مشاور در کنارشان باشم و این موضوع باعث شده تجربه‌های ارزشمندی در تعامل با کسب‌وکارها داشته باشم.»

صفرزاده فضای کاری در شعبه مدرس را صمیمی، حرفه‌ای و همدلانه توصیف می‌کند و معتقد است که تیم حاضر در این شعبه، یکی از نقاط قوت



احمد وطن دوست - معاون شعبه

افتخار می‌کنم که عضوی از تیم حرفه‌ای شعبه مدرس هستم

زینب لطفعلی‌پور، کارشناس ارشد مدیریت اجرایی از دانشگاه فردوسی مشهد و دارای مدرک MBA از دانشگاه گرونوبل فرانسه، از سال ۱۳۹۲ به خانواده بانک سامان پیوسته و اکنون در بخش فروش تخصصی شعبه مدرس مشهود فعالیت می‌کند.

وی پیش از پیوستن به بانک سامان، سابقه فعالیت در بانک پاسارگاد را داشته و به گفته خود، روزهای ابتدایی ورود به محیط جدید برایش آسان نبوده است. اما با گذشت زمان و به لطف فضای حرفه‌ای و صمیمی حاکم در بانک، به سرعت با مجموعه سازگار شده و اکنون از حضور در بانک سامان ابراز رضایت و خرسندی دارد.

لطفعلی‌پور از حجم بالای فعالیت در بخش فروش تخصصی شعبه مدرس یاد می‌کند و آن را ناشی از عملکرد شاخص این شعبه می‌داند. به گفته او، شعبه مدرس موفق شده رتبه نخست رفع تعهدات ارزی را در بین شعب بانک کسب کند و همواره جزو شعب برتر از نظر شاخص‌های عملکردی بوده است. وی این موفقیت‌ها را نتیجه تلاش بی‌وقفه و تعهد بالای همکاران شعبه عنوان می‌کند.

یکی از ویژگی‌های بارز شعبه مدرس، از نگاه لطفعلی‌پور، فضای آرام، دوستانه و بدون تنش میان همکاران است. او تأکید می‌کند که مدیران و مسئولان شعبه، همواره در تلاش بوده‌اند تا محیطی حمایتی و سالم برای کارکنان ایجاد کنند. وی می‌گوید این همدلی و فضای مثبت نقش مهمی در دستیابی به اهداف استراتژیک بانک ایفا کرده است.

لطفعلی‌پور همچنین از نقش آموزش در بانک سامان تقدیر می‌کند. او باور دارد که بانک سامان برخلاف بسیاری از نهادها، همواره به توانمندسازی کارکنان اهمیت داده و فرصت‌های مناسبی برای رشد علمی و حرفه‌ای فراهم کرده است. در همین راستا، وی در سال گذشته هم‌زمان با اشتغال در دوره‌های MBA دانشگاه گرونوبل شرکت کرده و برای حضور در کلاس‌ها، آخر هر هفته به تهران سفر کرده است. او با قدردانی از مسئولان



زینب لطفعلی پور



ذبیح اله قیصری یونسی



آرزو طاهرپور



امیر حسین پورغلام



سمانه قدمیاری



سیدحسین رضایی



سیدعلی میلانی



علیرضا صفرزاده

یکی از شلوغ‌ترین شعب مشهد بود و این شرایط فرصتی عالی برای کسب تجربه و یادگیری سریع فراهم کرد. وی معتقد است این سال‌ها تجربه در شعب مختلف، به او دید وسیع و مهارت‌های متنوعی بخشیده است.

وی درباره شعبه مدرس بیان می‌کند: «این شعبه به دلیل نزدیکی به بازار مشهد و مجتمع‌های قضایی، طیف خاصی از مشتریان و فعالیت‌ها را دارد که کار را چالش‌برانگیز و درعین حال جذاب می‌کند.»

امیرحسین پورغلام تأکید دارد که موفقیت شعبه مدرس مرهون هماهنگی و روحیه تیمی قوی بین پرسنل و مدیریت مؤثر رئیس و معاونین شعبه است: «تقسیم وظایف به بهترین شکل انجام می‌شود و این امر باعث شده کارها با بالاترین کیفیت و روحیه تیمی انجام پذیرد.

او با اشاره به اهداف کلان بانک سامان در حوزه تجاری‌سازی و سودآوری می‌گوید: «باتوجه به نوع مشتریان شعبه، این اهداف در حال تحقق حداکثری است. همچنین مسئولین شعبه با تعیین اهداف فردی برای هر پرسنل، مسیر دستیابی به موفقیت را تسهیل کرده‌اند.»

در پایان، پورغلام از تمامی ارکان بانک، به‌ویژه اداره حقوق و دستمزد، بابت افزایش حقوق و توجه به معیشت کارکنان قدردانی کرد و افزود: «امیدوارم این روند مثبت ادامه پیدا کند تا انگیزه کارکنان برای خدمت‌رسانی هرچه بهتر حفظ شود.»

تجربه ۱۸ ساله در شعبه مدرس؛ همراهی با تحول و خدمت صمیمانه

سید علی میلانی، ۴۵ ساله و فارغ‌التحصیل رشته مدیریت بازرگانی از دانشگاه آزاد، از ابتدای سال ۱۳۸۴ وارد بانک سامان شد و فعالیت حرفه‌ای خود را در دومین شعبه بانک سامان در مشهد، یعنی شعبه مدرس، آغاز کرد. وی بیش از ۱۸ سال به‌صورت مستمر در این شعبه

اصلی آن است. وی همچنین از نقش سرکار خانم زارعی، رئیس شعبه، یاد می‌کند و می‌افزاید: «دانش، پشتکار و انتقال مستمر تجربیات توسط رئیس شعبه باعث شده در یک سال اخیر، شعبه مدرس دو بار در میان ۱۰ شعبه برتر بانک قرار بگیرد که نشان از رهبری اثربخش و کار تیمی هماهنگ دارد.» مطابق با راهبردهای بانک در قالب برنامه «سامان ۱۴۰۴»، شعبه مدرس به‌عنوان یک شعبه SME، تمرکز خود را بر جذب و حفظ مشتریان حقوقی و صنفی گذاشته است. صفرزاده در این زمینه می‌گوید: «سعی کرده‌ایم با اتکا به ارتباط خوب با مشتریان فعلی، محصولات و خدمات بانک را به مشتریان بالقوه معرفی کنیم و از اثرگذاری روابط موجود برای توسعه شبکه مشتریان بهره ببریم.»

او نقش خود را در شعبه به‌عنوان پل ارتباطی با مدیران شرکت‌ها مهم و حساس می‌داند و می‌گوید: «همواره تلاش کرده‌ام ارتباطی حرفه‌ای، هدفمند و پایدار با مشتریان برقرار کنم، چرا که این ارتباط، ستون فقرات فروش تخصصی موفق است.»

در پایان، صفرزاده از حضور در کنار تیم شعبه مدرس به‌عنوان بهترین خاطره کاری‌اش یاد می‌کند و می‌افزاید: «صمیمیت، همکاری و روحیه تیمی در این شعبه آن‌قدر بالاست که می‌توانم با اطمینان بگویم اینجا خانواده دوم من است.»

شعبه مدرس با روحیه تیمی قوی، محیط کاری ایدئال است

امیرحسین پورغلام، ۳۷ ساله و دارای مدرک کارشناسی حسابداری، از سال ۱۳۹۳ به جمع خانواده بانک سامان پیوسته و در شعب مختلف مشهد خدمت کرده است. وی فعالیت حرفه‌ای خود را از شعبه هاشمیه آغاز کرد و هم‌اکنون در سمت بانکدار فروش در شعبه مدرس مشغول به کار است. پورغلام درباره روزهای ابتدایی استخدام خود می‌گوید: «شعبه هاشمیه



مرتضی الوانی



میلاد برومندنیا



مهدی برنجی



محمدامین امینی

میلانی درباره اهداف برنامه استراتژیک بانک سامان می‌گوید: «روش‌های تدوین شده توسط مدیران ارشد، نقشه راه ما برای رسیدن به اهداف استراتژیک است که یکی از مهم‌ترین آن‌ها توجه ویژه به مشتریان و بازارهای هدف بانک است. تکریم و رسیدگی به نیازهای این گروه باید در اولویت فعالیت‌های ما باشد.»

او تأکید می‌کند: «نحوه برخورد و تعامل ما با مشتریان باید به گونه‌ای باشد که حس خوبی از بانک سامان در آنان ایجاد شود. من همیشه سعی می‌کنم خود را جای مشتری بگذارم و نهایت تلاش را برای انتقال این حس خوب به مشتریان انجام دهم.»

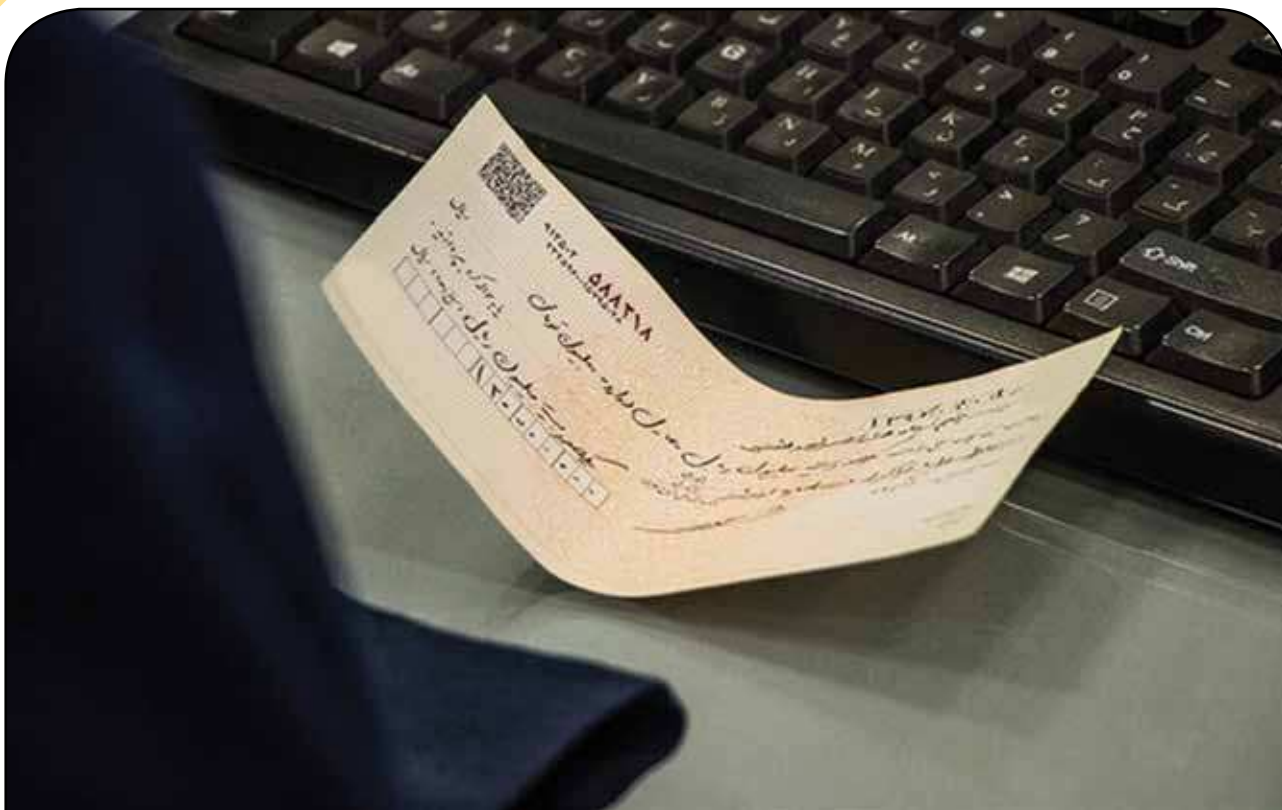
میلانی در پایان برای همه همکاران خدمت بانک سامان، به‌ویژه شعب مشهد، آرزوی موفقیت و سلامتی کرد و گفت: «امیدوارم با همکاری و تلاش مستمر، شاهد رشد و پیشرفت روزافزون بانک و مجموعه کارکنانش باشیم.»

خدمت کرد، سپس در سال ۱۴۰۲ به شعبه مرکزی مشهد منتقل شد و از سال ۱۴۰۳ مجدداً در شعبه مدرس مشغول به کار شده است.

میلانی درباره شروع کار خود در بانک سامان می‌گوید: «فعالیت در یکی از بانک‌های خصوصی نوظهور و نوآور به نام سامان برای من بسیار لذت‌بخش بود. بانک سامان در میان بانک‌های دولتی که اغلب به روش‌های سنتی کار می‌کردند، با تأکید بر مفهوم تغییر، مدل نوین بانکداری را معرفی کرد که این تمایز باعث ایجاد حس افتخار و انگیزه در من شد.»

وی با اشاره به بازگشت خود به شعبه مدرس می‌افزاید: «خدا را شاکرم که این بار در کنار همکاران خوب و حرفه‌ای شعبه مدرس، به‌ویژه ریاست محترم شعبه سرکار خانم زارعی و معاونین ارجمند سرکار خانم حسینی و آقای وطن‌دوست، فرصت خدمت دوباره را پیدا کردم. امیدوارم این تعامل سازنده و صمیمانه در شعبه تا همیشه پایدار بماند.»





دانستنی‌های بانکی

- بسته بودن حساب جاری؛
- مسدود بودن حساب جاری (حسب درخواست مقام قضائی)؛
- صدور دستور عدم پرداخت توسط مشتری (صادرکننده چک) یا ذی‌نفع یا قائم‌مقام قانونی آنها یا مرجع قضائی در چارچوب ماده ۱۴ قانون صدور چک.

در صورتی که بنا بر دلایل اعلام شده در بالا (بجز دستور عدم پرداخت در چارچوب ماده ۱۴ قانون صدور چک) چک برگشت شود، اطلاعات صاحب سپرده قرض الحسنه جاری و امضا کننده/امضاکنندگان چک به سامانه سما چک اعلام و برای ایشان سوء اثر ثبت می‌شود.

روش‌های رفع برگشت و رفع سوء اثر:

- روش‌های رفع برگشت و رفع سوء اثر از چک‌های برگشتی به شرح زیر می‌باشند:
- رفع علت برگشت چک و ارائه مجدد لاشه چک به بانک جهت وصول؛
- ارائه لاشه چک برگشتی توسط صادرکننده چک به بانک جهت ابطال؛
- ارائه رضایت‌نامه محضری از ذی‌نفع چک به شعبه افتتاح‌کننده؛
- واریز مبلغ چک به حساب جاری و مسدود نمودن آن به مدت ۱۲ ماه؛
- ارائه حکم قضایی مبنی بر رفع سوء اثر از سوابق چک برگشتی؛
- ارائه نامه از مرجع ثبتی ذیصلاح موضوع ماده ۱۸۳؛
- گذشت زمان ۳ سال از تاریخ برگشت چک، مشروط به عدم طرح دعوی حقوقی و کیفری.

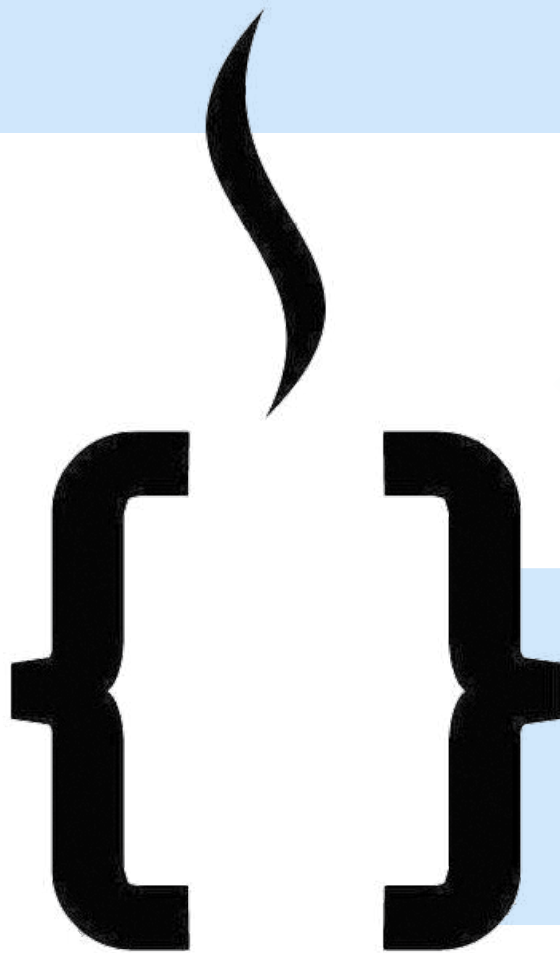
بخش دانستنی‌های بانکی، بخش جدیدی از نشریه سامان است که شامل پاسخ به پرسش‌های بانکی متداول و طرف‌داری است که پاسخگوی ابهامات مشتریان خواهد بود. در این صفحه، کارشناسان خبره و متخصص مدیریت بهبود و کیفیت بانک سامان، با اشراف بر آخرین قوانین و فرایندهای بانکی، به پرسش‌های پرتکرار بانکی پاسخ می‌دهند.

سوء اثر چک چیست و روش‌های رفع سوء اثر آن چگونه است؟

برگشت چک عبارت است از عدم وصول چک به یکی از دلایل زیر به‌نحوی که سابقه عدم وصول در حساب جاری صادرکننده چک ثبت شود:

- عدم کفایت موجودی حساب جاری بابت پوشش تمام یا قسمتی از وجه چک؛

- عدم موجودی در حساب جاری (موجودی حساب جاری در لحظه ارائه چک به بانک صفر باشد)؛
- عدم مطابقت امضای مندرج در چک (صادرکننده چک) با نمونه امضای موجود در سیستم نرم‌افزاری بانک (فرانگین)؛
- نقص در امضای مندرج در چک؛
- مخدوش بودن امضای مندرج روی چک؛
- مغایرت بین تاریخ عددی و حروفی چک؛
- مخدوش بودن مندرجات چک (در صورت قلم‌خوردگی در متن چک و عدم توضیح آن در ظهر چک توسط صادرکننده چک)؛
- مغایرت بین مبلغ عددی و حروفی چک؛



کافه تک

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

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

وقت صرف کرده‌اید؟ ChatGPT می‌تواند پیش‌نویس‌های اولیه را خیلی سریع تولید کند تا فقط شما نهایی‌اش کنید.

۲. افزایش بهره‌وری
با کمک این ابزار، کارهایی مانند خلاصه‌سازی اسناد، ترجمه متون، نوشتن محتوا یا حتی برنامه‌ریزی جلسات سریع‌تر و دقیق‌تر انجام می‌شوند.

۳. یادگیری سریع و مداوم
شما می‌توانید از ChatGPT برای آموزش مفاهیم جدید، مرور مطالب تخصصی یا آماده‌سازی برای ارائه‌ها استفاده کنید. در واقع مثل داشتن یک مشاور دیجیتال ۲۴ ساعته است.

۴. خلاقیت بیشتر
اگر درگیر حل مسئله‌ای هستید یا به دنبال ایده برای ارائه یا کمپین هستید، ChatGPT می‌تواند نقش یک شریک فکری خلاق را برایتان ایفا کند.

هوش مصنوعی، همکار جدید شما است!

در محیط کاری امروز، هوش مصنوعی دیگر فقط یک فناوری پیشرفته نیست، بلکه به عضوی از تیم شما تبدیل شده است. ابزارهایی مثل ChatGPT می‌توانند بسیاری از کارهای تکراری، تحلیلی یا خلاقانه را در کنار شما انجام دهند و کیفیت خروجی‌ها را ارتقا دهند. در واقع، داشتن یک «همکار دیجیتال» دیگر فقط یک شعار نیست!

چطور ChatGPT می‌تواند کارهای شما رو سبک‌تر کند؟

از پاسخ‌گویی به ایمیل‌ها گرفته تا تهیه گزارش‌های اداری، ChatGPT می‌تواند کارهای زمان‌بر شما را به شکل هوشمندانه ساده‌سازی کند. این

سلام به همراهان کافه تک

این ماه قصد داریم با معرفی بیشتر Chat GPT، ضرورت آشنایی کارمندان با این هوش مصنوعی را تشریح کنیم.

چرا آشنایی با ChatGPT برای هر کارمندی ضروری است؟

در دنیای کاری امروز، آشنایی با ابزارهایی مثل ChatGPT دیگر یک مزیت نیست، بلکه یک ضرورت است. هر کارمند در هر سطحی، می‌تواند با درک درست این فناوری، بهره‌وری، سرعت و کیفیت کار خود را ارتقا دهد. با هوش مصنوعی همگام شویم؛ نه برای جایگزین شدن، بلکه برای بهتر شدن. در چند سال اخیر، ظهور ابزارهای مبتنی بر هوش مصنوعی مانند ChatGPT نگاه ما به دنیای کار و بهره‌وری را دگرگون کرده است. شاید تا چند سال پیش، استفاده از هوش مصنوعی صرفاً در دایره متخصصان فناوری تعریف می‌شد، اما امروز، هر کارمندی در هر حوزه‌ای می‌تواند از قابلیت‌های این ابزارها برای ساده‌سازی وظایف روزمره خود استفاده کند.

ChatGPT دقیقاً چیست؟

ChatGPT یک مدل زبانی پیشرفته است که توانایی درک و تولید زبان طبیعی را دارد. یعنی می‌تواند به سؤالات شما پاسخ دهد، متن بنویسد، ترجمه کند، ایده‌پردازی کند و حتی برای ایمیل‌های کاری یا تدوین گزارش‌ها به شما کمک کند.

چرا برای کارمندان مهم است؟

۱. صرفه‌جویی در زمان
آیا تا به حال ساعت‌ها برای نوشتن یک ایمیل مهم یا تهیه گزارشی پیچیده

این ابزار نه تنها سرعت شما را بالا می‌برد، بلکه در بسیاری از مواقع مثل یک مشاور تخصصی عمل می‌کند.

ابزار نه تنها سرعت شما را بالا می‌برد، بلکه با پیشنهادهای خلاقانه‌اش شما را در مسیر تصمیم‌گیری هم همراهی می‌کند.

اگر با Word کار می‌کنی، باید با ChatGPT هم آشنا باشی

بسیاری از کارکنان از Word برای نگارش استفاده می‌کنند، اما نمی‌دانند که می‌توانند با کمک ChatGPT پیش‌نویس‌های بهتری داشته باشند. این ابزار به شما کمک می‌کند تا ساختار بهتری به نوشته‌ها بدهید، خطاها را کاهش دهید و زمان کمتری صرف تایپ کنید.

هوش مصنوعی برای همه؛ نه فقط برنامه‌نویس‌ها

یکی از اشتباهات رایج این است که فکر کنیم هوش مصنوعی فقط مخصوص حوزه فناوری است. در واقع، کارمندان اداری، مالی، بازاریابی و منابع انسانی هم می‌توانند از ابزارهایی مانند ChatGPT برای کارهای روزمره‌شان بهره‌مند شوند.

با ChatGPT، کارهای اداری رو مثل حرفه‌ای‌ها انجام بده

تهیه فرم، تنظیم گزارش، نگارش پیام‌های رسمی یا حتی تدوین دستور جلسه از جمله وظایفی است که می‌توان با کمک ChatGPT بسیار حرفه‌ای‌تر انجام داد. این ابزار به شما کمک می‌کند تا خروجی‌هایی قابل‌ارائه و دقیق داشته باشید.

چرا کارمندان آینده بدون ChatGPT عقب می‌مانند؟

چشم‌انداز آینده بازار کار وابسته به بهره‌گیری از ابزارهای هوشمند است. کارکنانی که از ChatGPT استفاده می‌کنند نه تنها سریع‌تر و دقیق‌تر عمل می‌کنند، بلکه مهارتی حیاتی برای آینده شغلی خود ایجاد کرده‌اند.

از تایپ تا تحلیل: چرا هر کارمندی باید ChatGPT رو بشناسد؟

چه کارمند منابع انسانی باشید، چه کارشناس مالی یا بازاریاب، با استفاده از ChatGPT می‌توانید وظایف خود را سریع‌تر انجام دهید. از تولید محتوای متنی تا تحلیل داده‌های خام، این ابزار به شما کمک می‌کند تا وقت کمتری صرف کارهای ابتدایی کنید و بیشتر روی تفکر و بهبود متمرکز شوید.

ابزاری برای کارمندان آینده‌نگر؛ با ChatGPT آشنا شو!

در دنیایی که به سرعت در حال تغییر است، کارکنانی موفق‌ترند که با ابزارهای نوین آشنا باشند. ChatGPT یکی از همین ابزارهاست؛ دانستن طرز استفاده از آن، مهارتی ضروری برای کسانی است که آینده‌نگری را در شغل خود جدی می‌گیرند.

کمتر تایپ کن، بیشتر فکر کن؛ قدرت هوش مصنوعی در خدمت شما وقتی بتوانید خلاصه‌سازی، ایده‌پردازی، نگارش و حتی ترجمه را به هوش مصنوعی بسپارید، وقت بیشتری برای تحلیل، تصمیم‌گیری و نوآوری خواهید داشت. این دقیقاً همان چیزی است که بهره‌وری واقعی را رقم می‌زند.

ChatGPT: یک مشاور دیجیتال در جیب شما

به دنبال ایده‌ای برای یک ارائه هستید؟ یا نمی‌دانید چگونه به یک ایمیل پاسخ دهید؟ ChatGPT همیشه آماده است تا در کنار شما فکر کند.



The AI Con
Emily M. Bender و Alex Hanna

- استقلال از منافع شرکتی
- نظارت اجتماعی و سیاست‌گذاری اخلاق‌محور
- حمایت از فناوری‌هایی که نیازهای مردم را تأمین می‌کنند، نه صرفاً سود سرمایه‌داران را

چکیده از کتاب

عنوان فارسی پیشنهادی: کلاهبرداری هوش مصنوعی: چگونه دروغ‌های غول‌های فناوری را افشا کنیم و آینده‌ای انسانی بسازیم این کتاب اثری افشاگرانه درباره اغراق‌ها، سوءاستفاده‌ها و سیاست‌زدگی در دنیای هوش مصنوعی است. نویسندگان با تکیه بر تجربه آکادمیک و صنعتی، نشان می‌دهند چگونه شرکت‌های بزرگ فناوری مثل - Goo le، Meta، OpenAI تصویری اغراق‌شده و غیرواقعی از توانایی‌های AI ترسیم می‌کنند تا قدرت، سرمایه و نفوذ سیاسی بیشتری به دست آورند.

مهم‌ترین پیام‌های کتاب:

- هوش مصنوعی آن‌قدرها هم باهوش نیست: اغلب سیستم‌های AI، به جای فهم واقعی، صرفاً الگوهای زبانی یا تصویری را از داده‌های انسانی تقلید می‌کنند.
- تبلیغات شرکت‌های بزرگ، گمراه‌کننده‌اند: آن‌ها هوش مصنوعی را یک فناوری جادویی جلوه می‌دهند، در حالی که محدودیت‌ها، خطاها و تبعیض‌های جدی در آن نهفته است.
- AI به جای کاهش نابرابری، ممکن است آن را تشدید کند: الگوریتم‌های بی‌نظارت می‌توانند به تبعیض نژادی، جنسیتی، طبقاتی و سیاسی دامن بزنند.
- برای آینده‌ای عادلانه، باید مردم‌محور عمل کرد: نویسندگان بر شفافیت، پاسخ‌گویی و توسعه هوش مصنوعی در خدمت نیازهای واقعی جوامع تأکید دارند.

درباره نویسندگان

۱. Emily M. Bender

- استاد زبان‌شناسی محاسباتی در دانشگاه واشنگتن.
- یکی از منتقدان پرآوازه AI hype
- نویسنده مقاله مشهور "Stochastic Parrots" که هشدار می‌دهد مدل‌های زبانی بزرگ مثل ChatGPT بدون درک واقعی فقط داده‌ها را بازتولید می‌کنند.

۲. Alex Hanna

- جامعه‌شناس و محقق حوزه فناوری عدالت‌محور.
- پیش‌تر در تیم Ethical AI شرکت گوگل فعالیت داشت، اما به دلیل اختلافات اخلاقی استعفا داد.
- اکنون در موسسه تحقیقاتی DAIR (Distributed AI Research) مشغول پژوهش‌های مستقل است.



منبع فارسی

<https://bookcofe.ir>



منبع انگلیسی

<https://www.goodreads.com/book/show/217432753-the-ai-con>



درباره کتاب

- سال انتشار: ۲۰۲۴
- ناشر: Verso Books
- تعداد صفحات: حدود ۲۴۰ صفحه
- ژانر: فناوری، نقد اجتماعی، هوش مصنوعی، مطالعات فرهنگی
- سبک نگارش: تحلیلی-انتقادی با زبان قابل فهم برای عموم

مخاطبان این کتاب چه کسانی هستند؟

- فعالان حوزه فناوری، علوم داده و هوش مصنوعی که به اخلاق و سیاست‌گذاری علاقه‌مندند.
- دانش‌جویان و اساتید جامعه‌شناسی فناوری، مطالعات رسانه، علوم سیاسی، فلسفه تکنولوژی.
- روزنامه‌نگاران و تحلیل‌گران رسانه و فناوری.
- افرادی که به آینده هوش مصنوعی شک دارند یا می‌خواهند دیدگاه دقیق‌تری نسبت به AI hype (تبلیغات غیرواقعی) پیدا کنند.
- علاقه‌مندان به عدالت اجتماعی و حقوق دیجیتال.
- این کتاب نقدی جدی و صریح بر وضعیت کنونی توسعه هوش مصنوعی است، مخصوصاً در نحوه‌ای که شرکت‌های فناوری بزرگ (Big Tech) از آن استفاده می‌کنند تا قدرت اقتصادی، سیاسی و فرهنگی خود را تثبیت کنند.

نکات کلیدی کتاب:

۱. افسانه‌سازی درباره‌ی هوش مصنوعی
نویسندگان معتقدند که شرکت‌هایی مثل OpenAI، Google، Meta و Amazon درباره قابلیت‌های هوش مصنوعی بیش از حد اغراق می‌کنند تا بودجه جذب کنند، مقررات را دور بزنند و اعتماد عمومی را جلب کنند. اصطلاح "AI Con" هم به همین افسانه‌سازی و فریب (Con) اشاره دارد.
۲. تمرکز بر «داده» به جای «هوش»
کتاب تأکید دارد که بسیاری از مدل‌های هوش مصنوعی صرفاً سیستم‌هایی هستند که از داده‌های انسانی تغذیه می‌شوند - نه اینکه واقعاً «هوشمند» باشند. در واقع، آن‌ها صرفاً الگوها را از داده‌ها استخراج می‌کنند، بدون درک یا آگاهی.
۳. تبعیض، استعمار دیجیتال و قدرت‌طلبی
نویسندگان نمونه‌هایی از نحوه استفاده از AI در راه‌هایی ارائه می‌دهند که موجب تبعیض نژادی، جنسیتی و طبقاتی می‌شود. این سیستم‌ها اغلب داده‌هایی را تکرار می‌کنند که قبلاً خودشان متأثر از ساختارهای نابرابر قدرت بوده‌اند.
۴. راهکارهایی برای آینده‌ای بهتر
کتاب بر لزوم دموکراتیزه کردن توسعه فناوری تأکید دارد: شفافیت در الگوریتم‌ها



اثر: سینا ایران‌نژاد

تنها خیال می ماند

فراوان به‌سوی جذابیت مرگ می‌دوند حتی جامدِ سخت درونِ زمان سست شده و پیوندهای خود را از دست می‌دهد. تنها یاد است که می‌ماند، در یادگارهای نیک و بد، و برای هر انسان، تنها خیال او و در طبیعت‌ها که حضورها و پیوندها و نیروها و میزان‌ها را در خود گرفته، تبادل می‌دهند، تنها خیال است که از جاذبه‌ی زمان گریخته، بر آن چیره می‌شود تا در خود اشتیاق مرگ و به‌سوی آن شدن نگیرد.

می‌رود تا عالم دیگر که در آن زمان نباشد و می‌نشیند آنجا تا آمدن حضور پس از اتصال به مرگ و گذر از مرگ، تا شاید به‌سوی خیال خویش بازگشت گیرد. بازگشتی به‌سوی خود، چه آن خود و خیال آمده از آن پوچ و حقیر و آزاردهنده باشد و چه انباشته و پیروز و آزرد. انسان موجودی است متخیل و تفاوتِ آدمی با دیگر گونه‌ها در داشتنِ عقل نیست.

تمام موجودات به‌قدر کافی و نیاز عقل دارند و تنها آدمی است که تخیل نیز دارد و تخیل بود که عقل آدمی را با تولید نیازهای جدید پروراند و تکامل داد؛ تخیل علت تکامل انسان بود و تخیل، تصور عمیق نیست؛ بلکه نیرویی از نیروهای طبیعت است، همانندِ گرانش که تأثیری واقعی بر هستی و نیستی می‌گذارد. ما چیزی نیستیم جز خیال‌هایمان و درحالی‌که با عقل، رفتار خود را به اجرا می‌گذاریم، پیش‌تر خیالِ آن اندیشه و رفتار را در هستی منتشر کرده‌ایم.

این خیالِ نامیرا که در حصارِ زمان و نابودی نیست، برای همیشه باقی می‌ماند، حتی اگر حیات جسم را از دست بدهیم. چنین ماهیت خیالی به تخیل دادن نیازمند اثبات آن در فیزیک است؛ اما اگر برای مدتی تخیل و رفتار آن و رابطه‌ای که با عقل دارد را بررسی کنیم، ماهیت حقیقی خود را افشا و نمایان خواهد کرد و آن‌گاه درمی‌یابیم چگونه بود که آدمی تکامل یافت و چگونه است که بر هستی و نیستی اثر می‌گذارد و خیالی است درون خیال‌ها و خیالی خواهد شد در خیال خود. تنها خیال است که می‌ماند، تنها خیال.

رضا ایران‌نژاد |
کارشناس آموزش آکادمی سامان



آغاز حیات، در پایان آن است. مرگ و نیروی آن نباشد حیات نمی‌تواند ایجاد شود. مرگ خود علت است و زندگانی و نشانه‌های آن همه معلول مرگ. نخست مرگ بود و سپس حیات آمد و مرگ که مادر حیات است، نکوهیده و هولناک نمی‌تواند باشد.

زمان نیز خطی نیست. آغاز و گذشت و پایان ندارد. هنوز در همان میزان کودکی خود ایستاده‌ایم؛ بی‌هیچ اختلاف و با همان چشم‌ها و دست‌ها. آیا هر انسان تنها میزان کودکی خود را ادامه می‌رساند؟

اگر چنین است آن میزان اختصاصی و غلیظ نمی‌تواند از سر تصادف و توسط طبیعت در هر نوزاد میراث شود و یا از مادر به کودک برسد و نیز نمی‌تواند در سال‌های نخست و ابتدایی حیات نوزاد و در تأثیر از محیط و انسان‌های حاضر در آن ریخت گیرد، چرا که این تأثیر هر اندازه توانا باشد باز هم قدرت ایجاد آن میزان اصیل را ندارد. پس این میزان شخصی در عدالت کامل از سمت چه کسی می‌تواند در کودک باطن شود؟ تنها از خود همان کودک. نسخه سال دیده کودک و خود او است که به کودک می‌گوید در کدام میزان بمان و کودک است که ادامه سال دیده خود می‌ماند و زمان از سمت کودک تا مرگ او یا به‌عکس آن به شکل خط نمی‌گذرد.

خط و دایره نمی‌تواند شکل صحیح بودن را ترسیم کند و درون این سرنوشت و سرگذشت آن چیست که باقی می‌ماند؟ همه چیز در اشتیاقی



پرسش و پاسخ

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

سوال این ماه:

به نظر شما چه مهارتهایی است که باید بیشتر در تیم یا سازمان تقویت کنیم؟

● مجید عسگری، مدیریت پیگیری مطالبات، کارشناس ارشد مرکز تماس وصول مطالبات

بسته به نوع وظایف و جایگاه افراد، مهارت‌ها متغیر خواهد بود. اما اصلی ترین مورد داشتن روحیه کار تیمی است. اینکه افراد بپذیرند که وارد یک تیم شده و رفتار و عملکرد آنها بر روی یکدیگر تأثیرگذار خواهد بود. به نظر بنده سازمان باید به صورت مداوم آموزش هایی از جنس روان شناسی و رفتاری برای پرسنل داشته باشد. این آموزش ها تأثیر مستقیم بر رشد عملکرد اصلی افراد در سازمانی خواهد داشت و باعث درک بهتر و رشد بیشتر همکاران می گردد.

● زهرا پروینی قریق، مدیریت حقوقی، کارشناس پاسخگویی به مراجع قانونی

به نظر من مهارت هایی که حتماً افراد یک تیم یا سازمان باید داشته باشند موارد زیر است: روحیه کار تیمی و مسئولیت پذیری انتقاد پذیری مشورت نمودن و درک متقابل مدیریت زمان مدیریت استرس و در نهایت فردی که مسلط به قوانین، مقررات، سامانه ها و ابزارهای دیجیتال باشد و بتواند بدون جانب داری و عادلانه رهبری تیم را برعهده بگیرد.

● بهزاد شریفی، شعبه مرزداران، بانکدار عملیات

در مرحله اول هنر مهارت فروش و بازاریابی بانکی شناسایی نیاز مشتری و پیشنهاد خدمات مناسب (Cross-sell) و در مراحل بعد تسلط بر سامانه ها و ابزارهای دیجیتال و کار با سیستم ها و راهنمایی مشتری برای خدمات غیر حضوری

● لیلا زمریدیان، کارشناس مرکز تماس وصول مطالبات، مدیریت پیگیری مطالبات

تفکر تحلیلی و حل مسئله در دنیای پیچیده امروز، توانایی تحلیل داده ها و یافتن راه حل های خلاقانه برای چالش های روزمره، یک مهارت حیاتی برای همه است؛ چه در حوزه خدمات مشتریان، چه در طراحی محصولات یا

بهبودسازی فرایندها. ۲. ارتباط مؤثر و شنیدن فعال گاهی تنها راه رشد سازمان، درست شنیدن همدیگه ست. مهارت در بیان شفاف، شنیدن بدون قضاوت و ارتباط بین بخشی، پایه هر تیم موفقه. ۳. تسلط بر ابزارهای دیجیتال از نرم افزارهای بانکداری گرفته تا ابزارهای همکاری آنلاین و تحلیل داده؛ تقویت مهارت دیجیتال هم باعث بهره وری بالاتر می شه، هم آماده مون می کند برای آینده فناوری محور بانکداری. ۴. تفکر مشتری محور (Customer Centricity) در هر جایگاهی که هستیم، دیدن مسائل از نگاه مشتری و تلاش برای ساده سازی تجربه او، یک ارزش بنیادی برای بانک و برای خودمونه. ۵. کار تیمی و مسئولیت پذیری هیچ موفقیتی بدون هم افزایی ممکن نیست. تقویت روحیه همکاری، تقسیم مسئولیت، و احترام به نقش های مختلف توی یک تیم، سازمان روبه جلو می برد. در نهایت، بادمون نره که مهارت ها مثل عضله هستند؛ با تمرین رشد می کنند. در آخر اینم خودم به نظر AI اضافه کنم که یاد بگیریم در محیط کار کودک درونمون را به بلوغ برسونیم قهر کردن با همکار و فرار از مذاکره دوطرفه اصلاً حرفه ای نیست و اگر هنوز این رفتارها را داریم باید تصمیم بگیریم خودمون را ارتقا بدیم و به بلوغ فکری برسیم تمام موارد بالا را در خصوص تجزیه تحلیل و... توسط هوش مصنوعی قابل اجرا ست. حواس مون به ظلم هایی باشه که در حق کسی به ناحق انجام می دیم.

● حامد دورقی نژاد، بانکدار فروش، شعبه اروند

مهارت های زیادی وجود دارند که برای پیشبرد اهداف سازمان نیاز است آن ها را تقویت کنیم و بشناسیم؛ اما بنده قصد دارم پیرامون یک مهارت مهم بنویسم مهارت ارتباطی: یکی از مهارت مورد نیاز در محل کار؛ ارتباط است. ارتباط، اساس تعامل است که در هر محل کار، تیم و گروه تشکیل می شود که واسطه گسترش ایده ها، نوآوری ها و نظرات است. ارتباطات به شما کمک می کند تا کارمندان و مشتریان وفادار خود را پرورش دهید، مشتریان را مجبور کنید که هر از چند گاهی به سمت شما بازگردند، شما تأمین کنندگان و سرمایه گذاران جدید و مطمئن و وفادار پیدا کنید. بخش بزرگی از مهارت ارتباطات «گوش دادن» است. حداقل به اندازه صحبت خود گوش دهید. پیش تر در مورد گوش دادن مؤثر نیز مطالب مفیدی عنوان شد.

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

از مهم‌ترین مهارت‌هایی که در یک سازمان باید مورد توجه قرار گیرد، روحیه کار تیمی و شفاف عمل کردن است. در سازمان‌های پویا و زنده، ما شاهد آن هستیم که تک‌تک اعضای آن به صورت فعال در پیشبرد اهداف مشارکت می‌نمایند که این امر تنها با شنیدن فعال امکان‌پذیر هست. انعطاف‌پذیری و نقد و اصلاح رویه‌های داخلی کمک شایانی به دستیابی به اهداف می‌نمایند.

● علی توسن، شعبه بازار کفاش‌ها، بانکدار فروش

تقویت مهارت در تیم یا سازمانی مثل بانک می‌تونه مستقیماً روی بهره‌وری، نوآوری و رضایت کارمندان تأثیر بگذاره، اما به‌طور کلی مهارت ارتباط با مشتری (یعنی فن بیان، توانایی جلب اعتماد مشتری، دقت و تمرکز بالا، مدیریت شکایات با آرامش و احترام) دقت و تمرکز بالا (کاهش خطای مالی و سیستمی، بررسی اطلاعات مشتریان) توانایی کار تیمی بین همکاران مهارت حل مسئله و مدیریت زمان در سازمان حیاتی هستند.

● **داریوش جهانگیرمقدم، شعبه حافظ اصفهان، بانکدار فروش تخصصی**
واقعیت این است که بین اعضای همه تیم‌ها، همیشه فاصله‌ای میان سطح دغدغه‌ها، عمق نگاه و شیوه مواجهه با مسائل وجود دارد. در چنین شرایطی که نه همه اعضای تیم، مشابه یکدیگرند و نه همه تجربه‌ها، یکسان پیش می‌رود، اهمیت برخورداری از فضای همدلی واقعی که همان مهارت «گوش دادن عمیق و بدون قضاوت» است، نه فقط یک مهارت که لازمه و ضرورت زندگی حرفه‌ای است؛ تیم زمانی قدرتمند می‌شود که تمامی اعضایش احساس کنند، فارغ از نقش و جایگاه خود، واقعاً فهمیده می‌شوند و هرکس می‌تواند خودش باشد و بی‌واهمه از قضاوت دیگر اعضا، ایده‌ها و ایدئال‌هایش را مطرح کند. در چنین محیطی است که می‌توان شنیده و دیده شد و حتی در اوج خستگی، یک نگاه یا جمله ساده، دلگرم‌کننده‌ترین عامل ادامه مسیر باشد. اگر قرار است چیزی بسازیم که ماندگار بماند، باید قبل از هر چیزی، دل‌هایمان را به هم نزدیک‌تر کنیم.

● محمد شاهماری‌نمین، مدیریت حراست، مسئول دفتر

مهارت‌هایی مثل کار تیمی، انتقادپذیری، مشورت و مدیریت بحران اگر تقویت بشن به بهتر شدن فضای کارمون کمک میکنه.

● لیلا رضائی، شعبه ملاصدرا، بانکدار فروش

باید آموزش‌های مناسب در مورد هوش مصنوعی داشته باشیم و نیاز مبرمی به مهارت‌های تیمی طراحی تفکر نوآوری و خلاقیت و توانایی حل مسئله در تمام سطوح داشته باشیم تا بتوانیم تمام امور را به بهترین نحو در کمترین زمان و به‌درستی انجام دهیم که همه این امور با آموزش درست قطعاً امکان‌پذیر است.

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

بسته به محل خدمت (شعبه یا ستاد) و همچنین نوع مدیریت و مسئولیت فرد، درجه اهمیت مهارت‌ها فرق می‌کنه؛ اما به طور کلی، به نظر من این مهارت‌ها چیزیه که هر بانک موفق باید تو تیم‌هاش تقویت کنه — چه در شعبه، چه در ستاد: مهارت‌های مورد نیاز در شعبه: ۱. ارتباط با مشتری خوش‌برخورد بودن، شنیدن فعال، حل اختلاف برخورد درست با مشتری ناراضی ۲. آشنایی کامل با محصولات بانکی تسلط روی انواع محصولات، وام‌ها، سپرده‌ها، خدمات ارزی و... ۳. دقت در انجام امور اجرایی ۴. روحیه کار تیمی مهارت‌های مورد نیاز در ستاد: ۱. تفکر تحلیلی و سیستمی (شامل تحلیل داده، دید کلان نسبت به عملیات بانکی، تصمیم‌گیری استراتژیک) ۲. مهارت‌های نرم‌افزاری و تحلیلی

۳. تسلط بر قوانین و مقررات ۴. نوآوری و توسعه‌محوری ۵- تعامل سازنده با شعب، سایر واحدهای ستادی، مدیران و بیرون سازمان

● علیرضا مقدسی، شعبه بازار، بانکدار فروش تخصصی

مهارت‌هایی که باید در تیم تقویت شوند البته به نوع محل عملیات (شعبه یا ستاد) متفاوت می‌باشد. ولی به‌طور کلی موارد زیر را میشه نام برد. سواد دیجیتال و مهارت‌های فناوری در عصر جدید مهارت‌های ارتباطی و خدمات مشتری کار تیمی و مسئولیت‌پذیری تفکر تحلیلی و حل مسئله مهارت‌های انطباق با تغییر و یادگیری مسئله دانش بانکی و مقررات.

● مهدی فیروزی، شعبه بازار تبریز، بانکدار عملیات

برای مدیریت بهتر کار تیمی باید مهارت‌های مختلف مانند ارتباطات، حل مسئله، مهارت‌های بین‌فردی، مدیریت زمان و... را یاد بگیرید. این مهارت‌ها کمک می‌کنند تمام افراد مسئولیت‌های خود را به‌خوبی انجام دهند و به اهداف تیم برسند.

● عادل برزگری، شعبه اروند، بانکدار عملیات

مهارت‌های لازم برای تیم یا سازمان چندین مورد که من به چندتا شون اشاره می‌کنم. ۱- معاشرت، قدرت معاشرت بالا یک توانایی حیاتی در کار تیمی است. ۲- احساس مسئولیت در پویایی کار تیمی، فهم متقابل همکاران از وظیفه‌ای که برعهده آن‌هاست و تلاش تمام‌وکمال دو طرف برای تکمیل و به سرانجام رساندن کار در زمان مشخص‌شده، در حد اعلا کیفیت از اهمیت بالایی برخوردار است. ۳- گوش شنوا همچون معاشرت، گوش شنوا می‌تواند به ایجاد صداقت و فهم متقابل در کار تیمی منجر شود. گوش شنوا به معنی تمرکز مشتاقانه بر افراد در زمان به‌اشتراک‌گذاری ایده‌ها، افکار یا احساسات آن‌هاست. ۴- هوشیاری در کار تیمی، تقویت هرروزه توانمندی‌هایتان برای آگاهی از پویایی‌های گروه بسیار مفید است.

● محمدعلی رزمی‌آرا، مدیریت بهبود و کیفیت، کارشناس ارشد روش‌های اعتباری و ارزی

به نظرم مهارت‌های درک متقابل نقد سازنده تفکر خلاقانه خیلی در کار تیمی و سازمانی مؤثر هست.

● رؤیا قهری صارمی، شعبه شهرک اکباتان، معاون شعبه

به نظر من تو فضای بانکی امروز، چندتا مهارت هست که واقعاً باید بیشتر روش تمرکز کنیم: ۱- تفکر تحلیلی و تصمیم‌گیری دقیق
ما هرروز با اطلاعات زیادی سروکار داریم، از تحلیل اعتبار مشتری تا ارزیابی ریسک. یادگرفتن اینکه چطور این داده‌ها رو بخونیم و بر اساسش تصمیم بگیریم، یه مهارت حیاتی شده. ۲- مهارت ارتباطی و تعامل با مشتری- تجربه نشون داده حتی پیچیده‌ترین خدمات بانکی هم اگر خوب توضیح داده نشه یا ارتباط انسانی درستی برقرار نشه، به نتیجه نمیرسه. پس همدلی، شنیدن فعال و گفتگوی مؤثر خیلی مهمه. ۳- یادگیری مستمر و انطباق با تکنولوژی - بانکداری دیجیتال، هوش مصنوعی، تغییر مقررات و... همه اینها دارن سریع پیش میرن. کسی که بتونه خودش رو به‌روز نگه داره و از تغییر ترسه، تو این فضا می‌تونه بدرخشه. در نهایت سازمانی موفق‌تره که آداماش فقط دنبال حفظ وضع موجود نباشن، بلکه خودشون موتور تغییر باشند.

● سارا رمضی، شعبه شهرک اکباتان، بانکدار فروش

اگه بخوایم تیم قوی‌تری داشته باشیم، بهتره روی مهارت‌های ارتباط مؤثر، روحیه همکاری و حل مسئله تمرکز کنیم؛ اینا کمک می‌کنن همدل‌تر و مؤثرتر پیش بریم.

تجارت پایدار با هوش مصنوعی

| علی جوانمردی کارشناس فناوری اطلاعات |

را در فرآیندهای مختلف شناسایی کند که منجر به کاهش ضایعات و بهبود بهره‌وری عملیاتی می‌شود.

سیستم‌های کنترل خودکار: اتوماسیون مبتنی بر هوش مصنوعی می‌تواند استفاده از منابع را بهینه کند، ضایعات را به حداقل برساند و بهره‌وری عملیاتی را در صنایع مختلف بهبود بخشد.

اتوماسیون فرآیند: هوش مصنوعی می‌تواند وظایف تکراری را خودکار کند و گردش‌های کاری را بهینه کند، منابع انسانی برای ابتکارات استراتژیک‌تر و توسعه شیوه‌های پایدار آزاد کند.

هدایت نوآوری در محصولات و خدمات پایدار:

طراحی و توسعه محصول: هوش مصنوعی می‌تواند به بهینه‌سازی طراحی‌های محصول، شبیه‌سازی تأثیرات چرخه عمر و همسوسازی توسعه با اهداف پایداری کمک کند.

مشارکت شخصی‌سازی‌شده با مشتری: هوش مصنوعی می‌تواند پیام‌رسانی پایداری را شخصی‌سازی کند، مشوق‌های مشتریان وفادار را بهینه کند و تغییرات رفتاری را به سمت انتخاب‌های پایدارتر سوق دهد. نوآوری در فناوری سبز: هوش مصنوعی می‌تواند توسعه و استقرار فناوری‌های سبز، مانند انرژی تجدیدپذیر، تولید با بهره‌وری انرژی و وسایل نقلیه الکتریکی را تسریع کند.

افزایش گزارش‌دهی و شفافیت پایداری: هوش مصنوعی می‌تواند به کسب‌وکارها در جمع‌آوری، تحلیل و گزارش عملکرد زیست‌محیطی خود کمک کند و شفافیت و پاسخگویی را تضمین کند.

مشارکت اجتماعی: هوش مصنوعی می‌تواند به کسب‌وکارها کمک کند تا با بازارهای هدف خود تعامل داشته باشند و از ابتکارات پایداری حمایت کنند.

با استفاده از هوش مصنوعی، کسب‌وکارها نه تنها می‌توانند عملکرد زیست‌محیطی خود را بهبود بخشند، بلکه می‌توانند فرصت‌های جدیدی را برای رشد پایدار باز کنند، مزیت رقابتی خود را افزایش دهند و به آینده‌ای پایدارتر کمک کنند.

هوش مصنوعی با بهینه‌سازی بهره‌وری منابع، کاهش ضایعات و ایجاد نوآوری در شیوه‌های پایدار، نقش مهمی در افزایش پایداری در بخش‌های مختلف تجاری ایفا می‌کند.

این فناوری، کسب‌وکارها را قادر می‌سازد تا تصمیمات مبتنی بر داده بگیرند، فرآیندها را خودکار کنند و پیام‌های پایداری را شخصی‌سازی کنند تا به پیشرفت‌های قابل اندازه‌گیری در عملکرد زیست‌محیطی دست یابند.

در ادامه به چند مورد از راه‌های کمک هوش مصنوعی به شیوه‌های تجاری پایدار را می‌خوانید:

بهینه‌سازی بهره‌وری منابع:

مدیریت انرژی: سیستم‌های مبتنی بر هوش مصنوعی با تنظیم سیستم‌های تهویه مطبوع، روشنایی و سایر فرآیندهای انرژی بر اساس داده‌های موجود، تجزیه و تحلیل‌های پیش‌بینی، مصرف انرژی در ساختمان‌های تجاری را بهینه می‌کنند.

مدیریت پسماند: هوش مصنوعی می‌تواند الگوهای تولید زباله را بررسی و در مورد نحوه عملکرد آنها پیش‌بینی کند، برنامه‌های جمع‌آوری را بهینه کند و فرآیندهای بازیافت و مرتب‌سازی و تفکیک را افزایش دهد و ضایعات و هزینه‌های مرتبط را به حداقل برساند.

صرفه‌جویی در مصرف آب: هوش مصنوعی می‌تواند به بهینه‌سازی مصرف آب در کشاورزی و سایر صنایع آب‌بر کمک کند و آبیاری کارآمد و سایر شیوه‌های مدیریت آب را ارتقا دهد.

بهینه‌سازی زنجیره تأمین: هوش مصنوعی می‌تواند گره‌های کربن‌محور در زنجیره‌های تأمین را شناسایی کند، اختلالات را مدل‌سازی کند و جایگزین‌های سبزتر برای تأمین یا لجستیک را پیشنهاد دهد.

کاهش ضایعات و بهبود عملیات:

تحلیل‌های پیش‌بینی‌کننده: هوش مصنوعی می‌تواند نیازهای تعمیر و نگهداری را پیش‌بینی کند، برنامه‌های تولید را بهینه کند و ناکارآمدی‌ها

محمدرضا نعمت‌زاده

بعضی با عنوان کارشناس بدون تجزیه و تحلیل لازم به وزارت نفت و پتروشیمی آمدند و گفتند که سرمایه‌گذاری در متانول، درست نیست. بهتر است در GTOI-GTPP سرمایه‌گذاری کنیم در حالی که برای چنین سرمایه‌گذاری باید از مسیر متانول گذشت. یعنی گاز باید تبدیل به متانول، متانول به اولفین و سپس به پلی‌اولفین تبدیل شود. مجوزهای متعددی برای GTPO و GTPP و GTX، صادر شد. حال آنکه یک GTPP و GIPO تا امروز تولید نشده است. از ۱۳۸۵ و زمان خروج من از این مسئولیت، چندین سال می‌گذرد اما نه از متانول و نه از اوره خبری نشده است. فقط چند اوره نیمه‌کاره، تکمیل شده چون تجهیزات را خریداری کرده و فاینانس گرفته بودیم؛ مثل واحد سوم پردیس در عسلویه، با واحد سوم در شیراز. ولی باقی پروژه‌ها مسکوت ماندند.

حالا مجبوریم گازمان را در خانه‌ها بسوزانیم و دیگر از آن ارزش افزوده خبری نیست. مدتی پیش، یکی از آقایان پیشنهاد کرد، از همین ظرفیت موجود متانول استفاده کرده و مدیران را مجبور به کار با آن کنیم، اما دیگر زمان اعتقادات کمونیستی گذشته است. سرمایه‌گذار باید با رغبت در این بازار کار کند. اگر متانول، راه‌اندازی و بر آن سرمایه‌گذاری شود، باید درباره باقی موارد نیز چنین اجازه‌ای داده شود. اگر چنین اتفاقی رخ

بدهد آیا سرمایه‌گذار چنین رغبتی دارد که مثلاً در پروژه‌ای یک و نیم میلیارد دلاری سرمایه‌گذاری کند؟ پیش‌تر پروژه‌های بیش از یک و نیم میلیارد دلار هزینه‌بر بود، اما آیا با شرایط امروز چنین سرمایه‌گذاری در بخش دولتی و خصوصی ممکن است؟ بنابراین آن راه امروز مسدود شده است، چون گام نخست برداشته نمی‌شود و با زور و دستور حکومتی نیز نمی‌توان به آن رسید. شرکتی وابسته به بانک پاسارگاد، دو پروژه در دست داشت که خواستند پس از بازنشستگی‌ام در به نتیجه رساندن آنها کمک‌شان کنم. چند سالی است مدیریت این پروژه‌ها را پذیرفته‌ام در حالی که در شرایط تحریم حداکثری هیچ عاقلی چنین مسئولیتی را نمی‌پذیرد. اما من عاشق توسعه‌ام. در ابتدا با متانول موافقت نمی‌شد و درخواست شد درباره هر سه مورد، متانول، اولفین و پلی‌اولفین با هم کار شود. اما این امر از لحاظ زمانی ممکن نبود. با موافقت نسبی، گام نخست این دو پروژه در تعیین پیمانکار و مهندس و شروع کار برداشته شده است و چنانچه بتوان برای آن از فاینانس بهره برد. در واحد دوم یعنی واحد MTO باید رفت سراغ اروپایی‌ها که علی‌رغم مذاکره با UOP، به خاطر تحریم‌های آمریکایی‌ها مقدور نشد. در سفر به چین، کارفرما راضی به خرید تکنولوژی چینی نبود اما راه دیگری وجود نداشت.

با امضای قرارداد دریافت لیسانس و مهندسی پایه از چین برای نخستین بار در تاریخ چین، ضرورت دریافت اکسپورت‌لاینس با مجوز صادرات تکنولوژی در قرارداد گنجانده شد. در حالی بود که ایران با چین هیچ چالشی نداشته است. بیش از شش ماه است این ماجرا به درازا انجامیده است. آخرین مکاتبه نیز هفته پیش انجام شد. اول همه‌گیری کرونا را بهانه کردند، اما با اصرار من، اعلام کردند درخواست صدور مجوز صادرات برای تایید به پکن فرستاده شده که تا کنون نیز موافقت نشده است.

برابر فهرست مورد تایید شرکت ملی صنایع پتروشیمی (NPC)، حدود ۱۶ مورد موافقت اصولی GTX صادر شده که حتی تاکنون به نتیجه نرسیده

است. یک مورد هم تمام نکردند. در یک مورد، غربی‌ها تا نیمه راه رفته بودند که پس از برجام، متوقف شد. بنابراین ۱۵ سال به کشور ظلم کردیم و به جای اینکه اجازه دهیم واحد متانول تأسیس شود و فعالیت کند تا قدم‌های بعدی برای احداث MTO و با MTP برداشته شود، این امکان از ایران دریغ شد. UOP انگلیس که زیر نظر UOP امریکاست، اما شاید اگر آن زمان اقدام می‌کردیم، می‌توانستیم از دانش فنی انگلیسی‌ها استفاده کنیم.

پیش از روی کار آمدن دونالد ترامپ در امریکا، قادر بودیم UOP انگلیس را راضی کنیم تا با ایران قرارداد امضا کند. اما وقتی یک سال و نیم پیش در این باره با آنها صحبت کردیم، امتناع کردند. درباره چینی‌ها هم اشتباه فکر می‌کردیم، چون حالا در دریافت مجوزات صادرات با مشکل مواجه شده‌اند. نزدیک به ۱۵ واحد با لیسانس چینی در چین در حال کار و فعالیت است و مورد تأیید هستند، اما خارج از کشور چین، چنین امکانی نداشته‌اند. لذا، این شرکت هم راغب به چنین فعالیتی خارج از مرزهای چین و به شکل بین‌المللی است. اگر اجازه می‌دادیم به موقع واحد متانول احداث شود و شروع به فعالیت کند حالا با چنین مشکلاتی روبه‌رو نبودیم. آن چشم‌انداز که در نظر گرفته بودیم، قابل تحقق بود. ممکن بود در مسیر با مشکلات و سختی‌هایی همراه می‌شد، اما با ۸ سال

وقفه‌ای که در دولت‌های نهم، دهم و یازدهم رخ داد، پس از برجام، توسعه صنعت پتروشیمی جدی گرفته نشد. هر چند امروز نیز ناامید نیستیم. اگر چه خواباندن فاز سه پتروشیمی در چابهار، اشتباه بزرگی بود. وزارت نفت مدت‌ها از رسیدن خط لوله گاز به چابهار جلوگیری کرد، هر چند مجوز تخصیص ۲۰ میلیون مترمکعب در شبانه‌روز را در زمان دولت احمدی‌نژاد گرفته بودیم. در آن دوره، ۴۰ میلیون مترمکعب درخواست کردیم که بعدها با استخراج ۱۰ میلیون مترمکعب دیگر هم موافقت شد. شرایط اما به گونه‌ای رقم خورد که هم در داخل، هم در عرصه بین‌المللی و هم شکل مدیریت، سرمایه‌گذارها را فراری دادیم. طرح تبدیل گاز به اولفین، باید در شهرک پتروشیمی «نگین مکران» احداث شود. اما فاز نخست آن متانول است. احداث این فاز هم اکنون آغاز شده است. نفوذ همسایه‌های جنوبی در مجموع تصمیم‌گیری‌های داخلی، بی‌تاثیر نیست، از سویی به‌عنوان مدیری که ۵۰ سال در این حوزه فعالیت کرده، احساس می‌کنم غربی‌ها در منع ۱۷ ساله‌مان در سرمایه‌گذاری اوره و آمونیاک و متانول، بی‌تاثیر نبوده‌اند. چون گاز در کشور ما از نعمت‌های الهی و موجود است.

پس از جریان حمله اسرائیلی‌ها به فلسطین تهییج شده بودیم که برویم و از این کشور دفاع کنیم. اما حضرت امام فرمودند: «راه قدس از کربلا می‌گذرد». یعنی اولویت با صدام است. امام، متخصص نظامی نبود، اما این شم در او زنده بود که اگر شما می‌خواهید به قدس بروید، صدام مشکل‌ساز خواهد شد. بنابراین اول باید این جنگ را به سرانجام رساند. با دریافت به این گفته امام باید گفت که راه GTX از متانول می‌گذرد. هر کس این راه را نپیماید، به اشتباه خواهد افتاد. امیدوارم دوستان فعال در حوزه نفت و پتروشیمی، روزی سر عقل بیایند و این سیاست غلط جلوگیری تبدیل گاز طبیعی به فرآورده‌هایی چون آمونیاک، متانول و صنایع پایین‌دست را که سال‌هاست جلوگیری از آن به ضرر کشور تمام شده است، را اصلاح کرده و در این راه اجازه سرمایه‌گذاری دهند.

فلسفه اقتصاد پایدار



پریسا حاجی محمدی دکتری کسب و کار حرفه‌ای DBA |

اقتصاد پایدار چیست؟ در تئوری، اقتصاد برای حمایت از جامعه و افزایش رفاه مردم از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. سیستمی در جامعه تعبیه شده است که در آن منابع محدود (زمین، نیروی کار و سرمایه) به طور عادلانه و پایدار مدیریت می‌شوند.

اقتصاد به معنای واقعی کلمه به معنای «مدیریت خانه» است و از کلمات یونانی *oikos* به معنای «خانه» و *nomos* به معنای «قانون» گرفته شده است. اقتصاد، یک علم اجتماعی است که عواملی را که تولید، توزیع و مصرف کالاها و خدمات را تعیین می‌کنند، بررسی می‌کند. هدف نهایی اقتصاد، بهبود شرایط زندگی مردم در زندگی روزمره‌شان است. اقتصاد را نمی‌توان از جامعه جدا کرد، بلکه بخش جدایی‌ناپذیر آن است، اما این واقعیت که اقتصاد تنها بخشی از یک جامعه است، تا حد زیادی فراموش شده است. اقتصاد و تفکر اقتصادی نباید جامعه را هدایت کند، بلکه باید از جامعه در اهدافش و تسریع در رسیدن به آن اهداف حمایت کند.

در مقابل، جامعه انسانی باید از محیطی که بخشی از آن است، حمایت کند. گاهی در مسیر زندگی می‌بینیم که اقتصاد به درستی به سرمایه‌های طبیعی بها نداده است. سرمایه‌های طبیعی، همان منابع طبیعی هستند که انسان‌ها برای تأمین نیازهای اساسی خود به آنها نیاز دارند. نعمت‌هایی مانند آب شیرین، خاک، شب‌ل‌ها، جنگل‌ها، هوا و غیره منابع طبیعی در اختیار ما هستند... از آغاز انقلاب صنعتی، اقتصادهای انسانی در همه جا سرمایه طبیعی را مانند درآمد خرج کرده‌اند. بشریت، به‌ویژه بخش صنعتی ثروتمند بشریت، با از بین بردن منابعی که هرگز قابل جایگزینی نیستند، آسیب جبران‌ناپذیری به محیط‌زیست وارد کرده است.

اقتصاد پایدار چیست؟

یک اقتصاد ایده‌آل و پایدار، اقتصادی است که بیشترین میزان رفاه عمومی را با کمترین میزان استفاده از منابع و آسیب‌های زیست‌محیطی فراهم کند. از نظر اقتصادی، برای اینکه یک اقتصاد واقعاً پایدار باشد، تقاضای کلی برای منابع طبیعی (که به عنوان ردپای اکولوژیکی نیز شناخته می‌شود) باید کمتر از عرضه تجدیدپذیر منابع طبیعت (که به عنوان ظرفیت زیستی نیز شناخته می‌شود) باشد.

در قدیم اغلب مردم به این باور بودند که رفاه آنها توسط عوامل اقتصادی هدایت می‌شود که تا حد زیادی درست نیست. اقتصاد تنها یکی از ارکان جامعه است. هدف اساسی از مطرح کردن اقتصاد پایدار، سازماندهی منابعی مانند نیروی کار و مواد اولیه به منظور تولید کالاها و خدماتی است که رفاه ایجاد می‌کنند.

عرضه و تقاضای یکی از ارکان تعیین‌کننده پایداری در اقتصاد است. اقتصادهای صنعتی مدرن بیش از حد تولید می‌کنند. میانگین سطح رضایت از زندگی در ۵۰ سال گذشته در این اقتصادها افزایش نیافته است و با این حال میزان تولید بیش از دو برابر شده است. اگر هدف اقتصاد فراهم کردن رفاه باشد و تولید بیشتر، رفاه بیشتری ایجاد نکند، پس تمام منابع بکاربرده شده کاملاً هدر رفته است.

رشد اقتصادی برای شکل‌گیری یک اقتصاد پایدار حائز اهمیت است اما همه چیز نیست! انگیزه مداوم برای رشد اقتصادی تنها تا حد مشخصی به رشد جمعیت و افزایش سطح زندگی مرتبط است. در بیشتر کشورهای توسعه‌یافته، اقتصاد بیش از اندازه بزرگ است تا سطح بالایی از زندگی و رفاه را برای همه فراهم کند. هنگامی که یک اقتصاد به اندازه خاصی (که با تولید ناخالص داخلی سرانه اندازه‌گیری می‌شود) رسید، هرگونه رشد بیشتر نه تنها غیرضروری است، بلکه مضر نیز هست.

سرمایه و سود نیز یکی از عوامل تأثیرگذار است. یک اقتصاد سرمایه‌داری یک سیستم بازار است که در آن کالاها برای ایجاد سود، تولید و فروخته می‌شوند. سودهای به‌دست آمده معمولاً در سرمایه، به شکل کالاهای تولیدی، و چیزهایی مانند کارخانه‌ها، ماشین‌آلات، ابزارها و سایر منابع تولیدی سرمایه‌گذاری می‌شوند. براحتمی می‌توان دید که این سرمایه‌گذاری مجدد توسط تداوم حاصله از سود دوره قبلی منجر به رشد تولید می‌شود. این رشد در حال افزایش است زیرا رشدی علاوه بر رشد قبلی وجود دارد. همچنین به راحتی می‌توان استنباط کرد که ثروت در یک اقتصاد سرمایه‌داری همیشه به سمت نابرابری بیشتر گرایش دارد زیرا اصل این است که سرمایه، سرمایه می‌آفریند.

نکته حیاتی جهان کنونی ایجاد پایداری در اقتصاد است و با توجه به این واقعیت که اقتصادهای توسعه‌یافته همچنان در حال رشد هستند، همچنان به محیط‌زیست آسیب می‌رسانند و همچنان رفاه مردم را افزایش نمی‌دهند، چه باید کرد؟

رمزگشایی از موج جهانی هوش مصنوعی مولد!

علی جوانمردی تحلیل گر اقتصادی

علاقه تجاری به ابزارهای هوش مصنوعی مولد Genrative Artificial Intelligence به اوج خود رسیده است و آخرین پیش‌بینی این روند نوظهور را تقویت می‌کند. پیش‌بینی می‌شود که در امسال، ۶۴۴ میلیارد دلار در سراسر جهان صرف GenAI شود که افزایش چشمگیر ۷۶.۴ درصدی نسبت به سال قبل را نشان می‌دهد.

موج جدید این استقبال، تأثیر GenAI را در صنایع مختلف نمایان می‌کند. علاوه بر اینکه نیاز به بررسی دقیق‌تر پویایی ظرفیت حضور در آینده را دارد. بازار هوش مصنوعی مولد در حال توسعه است. این رشد توسط ارائه‌دهندگان مدل بنیادی GenAI که میلیاردها دلار برای افزایش اندازه، عملکرد و قابلیت اطمینان مدل‌های خود سرمایه‌گذاری می‌کنند، روزبه‌روز تقویت می‌شود.

زیرساخت نیز بخش قابل توجهی و مهمی از این هزینه‌ها را تشکیل می‌دهد که حدود ۸۰ درصد آن به سروها، تلفن‌های هوشمند و رایانه‌های شخصی مجهز به قابلیت‌های هوش مصنوعی اختصاص یافته است. نیاز حیاتی به قدرت محاسباتی برای پشتیبانی از حجم کار طاقت‌فرسای GenAI برجسته است. با این حال، به دلیل نرخ بالای شکست در کارهای اولیه اثبات مفهوم POC و نارضایتی از نتایج فعلی کسب و کار، انتظارات از قابلیت‌های GenAI کاهش یافته است.

در حالی که ظرفیت کاری GenAI بسیار زیاد است، مسیر تحقق ارزش ملموس آن ساده نیست. بسیاری از سازمان‌ها با پیچیدگی‌های پیاده‌سازی GenAI، کیفیت داده‌ها و ادغام با سیستم‌های فناوری اطلاعات موجود دست و پنجه نرم می‌کنند. با وجود این چالش‌ها، GenAI به وضوح و با سرعت و تمرکز به جلو حرکت می‌کند.

مدیران ارشد فناوری اطلاعات سازمانی به جای دنبال کردن پروژه‌های توسعه جدید و بلندپروازانه داخلی، راه‌حل‌های تجاری GenAI آماده را انتخاب می‌کنند. این روند نشان‌دهنده ترجیح رو به رشد برای اجرای پروژه‌های GenAI قابل پیش‌بینی و ارزش قابل اثبات آن برای کسب و کارها است.

علاوه بر این، فروشندگان فناوری اطلاعات در حال ادغام ویژگی‌های GenAI در ارائه نرم‌افزارهای موجود خود هستند و این فناوری را در دسترس‌تر و آسان‌تر

برای طیف وسیع‌تری از برنامه‌ها به کار می‌گیرند.

چندین روند در حال شکل دادن به بازار GenAI در سال ۲۰۲۵ و پس از آن هستند.

بخش قابل توجهی از هزینه‌های GenAI در سال ۲۰۲۵ توسط گسترش دستگاه‌های مجهز به هوش مصنوعی هدایت خواهد شد. پیش‌بینی می‌شود که قابلیت‌های هوش مصنوعی تا سال ۲۰۲۸ به ویژگی‌های استاندارد تقریباً در کل بازار دستگاه‌های مصرفی تبدیل خواهد شد. قابلیت‌های پیشرفته در تلفن‌های هوشمند و رایانه‌های شخصی و یک پایگاه نصب‌شده عظیم برای برنامه‌های GenAI ایجاد خواهد شد. به عنوان مثال، ما در حال حاضر شاهد ادغام هوش مصنوعی در دوربین‌های گوشی‌های هوشمند برای پردازش تصویر پیشرفته و در سیستم‌های عامل هستیم. در حالی که پلتفرم‌های GenAI همچنان در حال تکامل هستند، و تأکید رو به رشدی بر توسعه مدل‌های تخصصی هوش مصنوعی متناسب با نیازهای خاص هر صنعت وجود دارد. می‌توانیم انتظار داشته باشیم که شاهد راه‌حل‌های بیشتری برای بخش‌هایی مانند مراقبت‌های بهداشتی (کشف دارو، برنامه‌های درمانی شخصی‌سازی‌شده)، امور مالی (تشخیص تقلب، تجزیه و تحلیل ریسک)، تولید (طراحی مولد، نگهداری و پشتیبانی) و رسانه (ایجاد محتوا و ویرایش ویدیو) باشیم. عامل‌های هوش مصنوعی، که قادر به اجرای خودکار وظایف هستند، فراتر از رابط‌های مکالمه‌ای ساده حرکت می‌کنند. این عامل‌ها، که توسط مدل‌های چندوجهی بزرگی پشتیبانی می‌شوند می‌توانند اشکال مختلف داده‌ها (متن، تصاویر و صدا) را درک کنند و با حداقل دخالت انسان حتی در لجستیک برای بهینه‌سازی مسیرهای تحویل و مدیریت موجودی توسعه داده شوند. هوش مصنوعی با گردش در کسب و کارها بهره‌وری و خلاقیت را افزایش می‌دهد. این روند، اهمیت نظارت انسانی در استقرار GenAI را به رسمیت می‌شناسد. با فراگیرتر شدن GenAI، مسائل مربوط به حریم خصوصی داده‌ها و استفاده مسئولانه از اطلاعات، اهمیت بیشتری پیدا می‌کنند. لذا شاهد افزایش تلاش‌ها برای توسعه چارچوب‌های اخلاقی هوش مصنوعی، پیاده‌سازی سیستم‌های تشخیص روشن برای اطمینان از استقرار قابل اعتماد فناوری‌های GenAI خواهیم بود.





اهمیت راهبرد کیفیت در رونق تولید

| شهرام شیرکوند - پژوهشگر صنعت |

تولیدکنندگان و صاحبان کسب و کارها همواره در پی بهبود کیفیت در تولید، خدمات فروش و خدمات پس از فروش خود هستند. در تولید و تجارت، کیفیت به مفهوم برتری محصولات یا خدمات است. کیفیت و بهبود مستمر آن، موضوع مهم و حیاتی در هر سازمان و بنگاه تولیدی است. برخی کیفیت را تنها انطباق با ضوابط از پیش تعیین شده می‌دانند و گاهی کیفیت مترادف با استاندارد تلقی می‌شود، در حالی که کیفیت، مفهومی وسیع‌تر دارد و به معنی پاسخگویی به درخواست‌های منطقی و حق‌مدارانه مشتریان است. از این حیث تولید محصول باکیفیت، مشتریان را به خرید ترغیب و تشویق می‌کند، البته دوام و مرغوبیت کالا، برخورد مطلوب در فروش، حمل و تحویل مناسب و خدمات پس از فروش گسترده، موجب توسعه فروش خواهد شد.

امروزه صنعت به‌عنوان مهم‌ترین بخش کسب و کار و تجارت در کانون توجه مصرف‌کنندگان قرار دارد و کیفیت ارائه محصول، عنصری ضروری در بازارهای رقابتی فعلی شده، از این رو تولید با کیفیت رقابتی، رویکردی برای جهش تولید، افزایش فروش و تقویت برند کالاهای باکیفیت داخلی است.

شرط جهش تولید، افزایش کیفیت و بهره‌وری در تولید است و ارتقای کیفیت از ویژگی‌های تولید باکیفیت است، به‌نحوی که کیفی‌تر شدن محصولات، قدرت رقابت‌پذیری در بازار، میزان فروش و توان صادرات را افزایش می‌دهد.

برای تحقق جهش تولید نباید تنها به افزایش تولید محصول در کارخانه‌ها و سیستم‌های تولیدی متکی باشیم، زیرا در این صورت فقط رونق تولید رخ خواهد داد و ممکن است دستیابی به تولید محصولات بادوام و باکیفیت کند شود؛ بنابراین در شرایط فعلی باید به ظرفیت‌های داخلی

کشور توجه بیشتری داشته باشیم و به‌طورهمزمان برای مقاوم‌سازی اقتصاد و افزایش تولید برنامه‌ریزی شود تا به‌سمت ارتقای تولید داخلی و باکیفیت حرکت کنیم. استفاده از دانش روز برای ایجاد کالاها و خدمات یکی از الزامات اساسی در جهش تولید است.

در این راستا و در بحث جهش تولید کالاهای با کیفیت رقابتی باید ۲ موضوع کیفیت و نرخ همواره مدنظر تولیدکنندگان قرار گیرد. برای توسعه تولید و تقویت برند کالاهای داخلی، توجه به کیفیت کالا و نرخ مناسب بسیار حائز اهمیت است. در واقع تولید کالاهایی با کیفیت و نرخ رقابتی، منجر به تولیدات باکیفیت، اشتغالزایی، ایجاد ارزش افزوده، افزایش درآمدهای کشور و تامین رضایت مصرف‌کنندگان کالاهای داخلی می‌شود.

در حال حاضر شرکت‌های تولیدی و سازمان‌ها باید برای افزایش اعتبار و تقویت برند و ارتقای جایگاه اجتماعی، خود را به‌درستی به جامعه معرفی کنند و این امر جز در سایه تولید و ارائه کالای مرغوب و خدمات رضایت‌بخش میسر نخواهد شد. نکته اساسی این است که وقتی در فرهنگ یک جامعه؛ جایگاه، نقش و کارکرد مشتری به‌درستی تعریف و تبیین شده و خدمت به مشتری به‌عنوان یک ارزش مطرح باشد، سازمان‌ها در جایگاه اصلی خود قرار می‌گیرند، به‌نحوی که هر سازمان، خدمات باکیفیت و باارزش به مشتری ارائه می‌دهد، در نتیجه رضایت و وفاداری مشتری را فراهم می‌کند.

از آنجا که کیفیت کالاهای تولیدی عامل تحقق جهش تولید، توسعه صنعت کشور و بقا و دوام بنگاه‌های تولیدی و اقتصادی است و رقابت‌پذیری را در بازار جهانی تضمین می‌کند، مهم‌ترین دلیلی که باعث حضورنیافتن بسیاری از شرکت‌های صنعتی و کشورها در بازار جهانی شده و رقابت آنها را در این بازارها غیرممکن کرده، فقدان ویژگی‌های



تولیدکنندگان برای حمایت مالی دولت ضروری به نظر می‌رسد. حمایت از تولیدات داخلی کشور برای بررسی مسئله نقدینگی و صنعت، علل توقف و رکود واحدهای تولیدی، بحران در صنعت ملی، بررسی نقش سیاست در تقویت تولید ملی، اختصاص تسهیلات مربوط به خوداشتغالی و توجه دادن مسئولان به رفع مشکلات کارگران و واحدهای تولیدی به عنوان مهم‌ترین ذی‌نفعان که از مهم‌ترین زیرساخت‌های ارتقای کیفیت و نیل به کیفیت‌مداری و در نهایت مشتری‌مداری هستند، ضروری است. بنا بر آنچه گفته شد، در بحث تولید داخلی موضوع استراتژیک کیفیت و تعیین نرخ منطقی محصول یا خدمت همواره باید موردتوجه قرار گیرد. در شرایط فعلی برای جهش تولید و رونق کسب‌وکار داخلی، کیفیت دارای نقش استراتژیک است که باید موردتوجه تولیدکنندگان داخلی قرار گیرد. استفاده از فناوری‌های نوین، احساس مسئولیت و وجدان کاری از پیش شرط‌های مهم تولید باکیفیت محصولات داخلی است و به اعتقاد کارشناسان حوزه اقتصاد و بازار، کیفیت محصول در کنار قیمت‌گذاری مناسب، ضامن توسعه فروش و افزایش سهم بازارهای منطقه‌ای و جهانی است که اگر به‌صورت جدی موردتوجه تولیدکنندگان کشور قرار گیرد، رشد تولید باکیفیت و رقابتی محقق می‌شود. با این اقدام و در راستای تحول اقتصادی در شرکت‌های تولیدی، بازگشت سرمایه، سود فروش، سهم بازار، کاهش هزینه‌ها و نرخ سهام از رشد قابل توجهی برخوردار خواهند شد.

به این لحاظ برای رونق تولید و تقویت برند، باید با بهره‌گیری از ظرفیت نخبگان جوان، توسعه تحقیق و پژوهش، ایجاد نوآوری و تمرکز بر تولیدات نوآورانه و باکیفیت، بر ظرفیت‌ها و توان داخلی و افزایش بهره‌وری در تمامی بخش‌های تولیدی کشور و توجه به ارتقای کیفیت و کمیت تولیدات صادرات‌محور، شرایط و فضای مناسبی برای ارائه محصول تولیدی به بازارهای داخلی و خارجی مهیا شود.

کیفی در محصولات تولیدی‌شان بوده است. همچنین با گسترش تجارت جهانی، تغییرات سریع در الگوی مصرف و تقاضا، توسعه در فناوری اطلاعات و نیز افزایش در تعداد و کیفیت رقابتی محلی و بین‌المللی در ۲ دهه اخیر مفهوم رقابت‌پذیری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار شده است. تولید هر کشور نقش مهمی در رشد، رفاه، وضعیت اقتصادی و آسایش مردم ایفا می‌کند. بسیاری از کشورها با تلاش زیاد صنعت خود را به سطحی از رشد و شکوفایی رسانده‌اند که بتوانند محصولات خود را به سایر کشورها صادر کرده و درصد بالایی از اشتغال، درآمد و ارزش افزوده کشورشان را به آن اختصاص دهند، زیرا رشد تولید علاوه بر ایجاد اشتغال و آسایش سبب تولید محصولات باکیفیت‌تر و مناسب‌تر می‌شود. از سوی دیگر، اگر کشوری دارای سازمان‌ها و صنایع تولیدی قدرتمندی باشد که توان حضوری موفق در بازارهای بین‌المللی را داشته باشند، قدرت اقتصادی آن کشور نیز افزایش خواهد یافت. بهبود کیفیت محصولات و ارائه خدمات رضایت‌بخش موضوع مهم و حیاتی در هر سازمان و بنگاه است.

در حال حاضر تولید و صنعت به‌عنوان مهم‌ترین بخش کسب‌وکار و تجارت در کانون توجه مصرف‌کنندگان قرار گرفته و کیفیت محصول، عنصری ضروری در بازارهای رقابتی فعلی شده است؛ به‌ویژه در اروپا در هیچ مقطعی از زمان توجه به کیفیت، تا این حد حائز اهمیت نبوده است. بدیهی است، کیفیت تولیدات صنعتی و موضوع رقابتی بودن تولیدات به عوامل متعددی بستگی دارد که از مهم‌ترین آنها، بسته شدن حلقه و چرخه تحقیق، تولید و بازار است. بخشی از این جریان برعهده تولیدکنندگان و صنعتگران است و بخش مهم دیگر، وجود سیاست‌های حمایتی و بسترسازی برای رشد صنعت و تولید مبتنی بر دانش توسط دولت و مدیران است.

در هر حال، توجه به کیفیت تولیدات و ارائه توانمندی واقعی

ارتباطات موثر قلب تپنده کسب و کار

ایمان اخباراتی دکترای مدیریت و مدرس دانشگاه

همه ما برای مدیریت زندگی به پول نیاز داریم، گاهی حتی عاشق آن می شویم. اما اشکالی ندارد اگر امروز صادقانه درباره نقش پول در کسب و کار صحبت کنیم. در حقیقت باید به مقوله ثروت نگاه سازنده داشت. اگر به دنبال پول هستید، اولاً کار اشتباهی نمی کنید. اما اگر پول به سمت شما نمی آید، شاید به این دلیل است که به آن احترام نمی گذارید یا آن را به درستی نمی شناسید.

تجربه به من نشان داده که عمق بخشی به دانش، رمز ماندگاری در کسب و کار است. متأسفانه کمتر از ۱۰ درصد افراد حاضرند به جزئیات ورود کنند، در حالی که موفقیت در اقیانوس تجارت، نیازمند شناخت لایه های پنهان است. دنیای کسب و کار را می توان به «اقیانوسی با عمق نامحدود» تشبیه کرد. در این فضا باید به جای سطحی نگری، مهارت های تخصصی خود را تقویت کنید. در این مسیر، انتخاب راه و تلاش برای تخصص گرایی، تفاوت میان شکست و پیروزی است.

به علاوه اینکه برای موفقیت در این مسیر، باید بر اهمیت کار تیمی و استفاده از ظرفیت های جمعی برای دستیابی به موفقیت های علمی و اقتصادی توجه ویژه کنید. باید با تشکیل تیمی منسجم بتوانید از ظرفیت های علمی یکدیگر استفاده کنید.

«ارتباطات» و «همگرایی تیم ها» در موفقیت کسب و کارها دارای نقش حیاتی است. تنها نکته کلیدی این است که همه اعضای تیم باید همگن و هم مسیر باشند. برخی افراد، اگرچه انسان های ارزشمندی هستند، اما لزوماً همسو با اهداف ما حرکت نمی کنند. گاهی مجبوریم آنها را از «کشتی» پیاده کنیم، بدون آنکه ارتباط انسانی ما قطع شود.

ارتباطات یکی از مهم ترین مولفه های کسب و کار است. ارتباطات فقط علم برقراری دیالوگ نیست! از نظر من، ارتباطات یعنی خوب شنیدن، خوب دیدن، خوب توجه کردن و پرداختن به جزئیاتی که دیگران از آن غافل می شوند. این مهارت، همان چیزی است که آن را «بیزینس اسپایدرمن» می نامم؛ هنر تنیدن تارهایی از تعاملات استراتژیک که کسب و کار شما را به اوج می رساند.

ارتباطات موثر، صیقل دادن توجه ها و تبدیل آنها به فرصت است. وقتی پارتنرتان حرف می زند، باید بتوانید فراتر از کلماتش را بشنوید و نیازهای ناگفته اش را ببینید. این هنر، نیازمند تمرین مداوم و خروج از منطقه امن ذهنی است. اما باید نگاهی نو به مقوله ارتباطات داشت و «ارتباط با خود» به عنوان نخستین و حیاتی ترین نوع ارتباط مطرح است. یعنی قبل از هر چیز، باید ظرفیت های خود را بشناسید. مثل یک وزنه بردار که می داند چقدر می تواند وزنه بزند، شما هم باید بدانید، چقدر تحمل دارید. رویاپردازی بدون شناخت واقعیت، راه به جایی نمی برد. سرمایه گذاری روی خودتان را جدی بگیرید و تردید نکنید!

ارتباط موثر با دیگران نیز دارای اصولی است که برای برقراری این ارتباط موثر باید این اصول را بشناسید و رعایت کنید. ارتباطات واقعی، تعارفی نیست! باید در پروتکل رفتاری تان صداقت، تخصص و تعهد را جای دهید. اگر در حوزه ای شاخص نباشید، به درد طرف مقابل نمی خورید. دروغ خط قرمز مطلق است و زرنگی واقعی این است که اول امتیاز بدهید، نه اینکه امتیاز بگیرید.

براساس پژوهش ها، بیش از ۷۰ درصد موفقیت کسب و کارها به کیفیت

شبکه ارتباطی شان وابسته است. یک ایده عالی بدون ارتباطات خوب می میرد و می سوزد، اما یک ایده معمولی با شبکه سازی قوی می تواند به پرواز درآید و امپراتوری بسازد. سرمایه واقعی شما مدرک، زیبایی یا حتی پول نیست؛ مزیت رقابتی واقعی، توانایی شما در برقراری ارتباط با آدم های تندخو، معمولی، مهربان و حتی غیرقابل پیش بینی است. هنر شما این است که از هر تیپ شخصیتی، فرصت خلق کنید. اگر فقط با آدم های مهربان و همفکران راحتید، شکست می خورید! هنر واقعی این است که در کمال احترام، با هر سلیقه ای تعامل کنید.

علاوه بر موارد یادشده، موفقیت در کسب و کار نیز دارای چند اصل کلیدی است. یکی از این اصول، استقبال از پیشرفت فردی است که می تواند منجر به رشد جمعی شود. بنابراین هرگونه حسادت در فضای کسب و کار ممنوع است. اگر دوست تان رشد کند، شما باید خوشحال تر شوید! ارتقای دیگران، سرمایه گذاری روی شبکه ارتباطی خودتان است. هرچه اطرافیان تان بالاتر بروند، شما هم بالاتر خواهید رفت.

اصل بعدی «شبکه سازی هدفمند» و «انطباق با تحولات جهانی» است که می تواند نقش حیاتی در موفقیت کسب و کارها داشته باشد. شاید بد نباشد که به طراحی هوشمندانه ایرباس A380 اشاره کنیم. گران ترین هواپیمای دنیا در طبقه دوم خود یک لانچ ویژه دارد؛ جایی که مسافران فرست کلاس و بیزینس کلاس، نه فقط برای استراحت، بلکه برای «معاشرت سازنده» دور هم جمع می شوند. این طراحی نشان می دهد چرا ارتباطات در سطوح بالا، یک سرمایه گذاری استراتژیک است. وی آی پی بودن فقط به امکانات فیزیکی نیست، به توانایی خلق فرصت از دل تعاملات است.

لزوم شناخت جغرافیای اقتصادی نیز از دیگر این اصول ضروری و کاربردی است. «ارتباط با مکان ها» شما را به شناخت جغرافیایی می رساند. یعنی سوار متروی شهرهای مختلف شوید، به جای مهاجرت، مسافرت کنید و نیازهای واقعی مردم را بفهمید. ببینید که یک بطری آب در سوپرمارکت، هتل هفت ستاره و صحرا قیمت های متفاوتی دارد. نکته دیگر توجه به «تحولات فناوری» است که نمی توان نادیده گرفت. ۸۰ درصد برندهای برتر امروز، تکنولوژی محور هستند. پدربرگم با چرتکه موفق بود، پدرم با ماشین حساب، من با کامپیوتر و فرزندم با هوش مصنوعی کار خواهند کرد. اگر ارتباط تان را با علم و فناوری روز قطع کنید، محکوم به حذف از بازاریرد.

در هر ۴ انقلاب صنعتی - از ماشین بخار تا هوش مصنوعی - کسب و کارهای بسیاری نابود شدند، اما تنها چیزی که هرگز ضعیف نشد، ارتباطات بود. در هر دوره، شکل ارتباطات پیچیده تر و قدرتمندتر شد. این یعنی شبکه سازی، خون در رگ های بیزینس است.

و در نهایت اینکه، نباید نگاه کوتاه مدت به کسب و کارتان داشته باشید. رفتارهای سوداگرانه در بیزینس جواب نمی دهد. موفقیت مثل پرتقالی است که باید در سبد ارتباطات تان برسد. این سبد را با ترکیبی از روابط انسانی، دانش فنی و شناخت مکان ها پر کنید. صبر، ستون فقرات این فرآیند است. ارتباطات، بیمه عمر کسب و کار شماست. اگر امروز احساس می کنید در جایگاه مالی مطلوب نیستید، اشکال از شبکه ارتباطی تان است. خداوند درهای رزق را از جایی باز می کند که انتظارش را ندارید، اما شرطش این است که شما نخستین قدم را بردارید.

جایگاه بهره‌وری در برنامه‌های توسعه‌ای

اسمیه رفیعی - نماینده مجلس شورای اسلامی

بیش از ۵۰ سال از عضویت ایران در سازمان آسیایی بهره‌وری می‌گذرد، در آن زمان حتی سازمان یا تشکیلاتی به این منظور در کشور وجود نداشته است. معنای عمیق این مطلب این است که بیش از ۵۰ سال پیش، اهمیت بهره‌وری در این کشور فهم و درک شده است.

آن زمانی که کره جنوبی، مالزی، سنگاپور، تایوان، پاکستان و بسیاری دیگر از کشورهایی که امروز عضو این سازمان بین‌المللی آسیایی هستند و دست بر قضا شرایط بسیار بهتری هم نسبت به ما دارند، هنوز نه برنامه‌ای برای توسعه داشتند و نه شاید عضویتی در APO! در راستای

انجام بخشی به اقدامات کشور در حوزه بهره‌وری و

استمرار حرکت ملی بهره‌وری بیش از ۲۰ سال قبل سازمان ملی بهره‌وری ایران تشکیل شده است. روند فعالیت‌ها و اقدامات انجام گرفته در ۲۵ سال گذشته در حوزه بهره‌وری، مبین این واقعیت ناخوشایند است که ما امروز وضعیت قابل قبولی نسبت به اهداف و برنامه‌هایی که از زمان برنامه دوم توسعه تاکنون درباره بهره‌وری در اقتصاد و نظام اداری کشور داشته‌ایم، نداریم و کارنامه کشور در استفاده از این ابزار مهم و کلیدی در فرآیند توسعه ضعیف ارزیابی می‌شود.

در گزارش دوره ۲۰۱۹-۲۰۲۰ سازمان آسیایی بهره‌وری، ایران در میان ۲۷ کشور مورد بررسی، جزو ۵ کشور با پایین‌ترین سهم بهره‌وری در رشد اقتصادی است و با ۷ درصد سهم بهره‌وری کل عوامل تولید در رشد اقتصادی پس از کشورهای نپال، ویتنام و بنگلادش پایین‌ترین جایگاه را در میان کشورهای عضو APO در این شاخص دارد.

این واقعیت زمانی بسیار تلخ‌تر و گزنده‌تر می‌نماید که در شرایط تحریم که درآمدهای نفتی کشور هم با چالش روبه‌رو می‌شود و تامین نهاده‌های بیشتر از جنس سرمایه و تجهیزات با مشکل مواجه می‌شود، نقش بهره‌وری و کارکردی که می‌تواند برای حفظ ثبات اقتصادی کشور ایفا کند، بیش از پیش خودنمایی می‌کند. اما واقعیت این است که حرکت ملی بهره‌وری در کشور، یک حرکت مستمر و منسجم نبوده که امروز بتوانیم شاهد ثمرات و نتایج آن باشیم. امروز که براساس شرایط ویژه اقتصادی کشور و مسائل عدیده مبتلا به نظام اداری و مدیریتی در انتهای هر بحث آسیب‌شناسانه به راهکارهایی از قبیل بهبود روش‌ها و فرآیندها، اصلاح قوانین و مقررات، کاهش تصدی‌گری دولت و جلوگیری از توسعه نظام رانتی، بهبود فضای کسب‌وکار، اصلاح سیستم آموزش نیروی انسانی، راهکارهای تسهیم منافع موفقیت با کارکنان، کاهش ضایعات، پسماند و... می‌رسیم، هر بار به گذشته برمی‌گردیم و با مدیران ۲ دهه قبل به گفت‌وگو می‌نشینیم، این جمله را بارها از ایشان می‌شنویم که: این تصمیم گرفته شده بود! این اقدام انجام گرفته بود! این کار شروع شده بود! و هر بار این سوال برای ما پیش می‌آید که چرا اقدامات زیربنایی و مدیریتی در کشور ما به نتیجه نمی‌رسد یا با آمد و رفت مدیران از اولویت و اهمیت آنها کاسته می‌شود و حتی در مقطعی از دستور نیز خارج می‌شود؟! به نحوی که شاهد درجا زدن یا عقب‌رفت نسبت به وضع موجود هستیم.

کنکاش برای پاسخ به این پرسش مهم، ما را به تحلیل و واکاوی علل



عدم توفیق برنامه‌های توسعه در کشور می‌رساند؛ تدوین برنامه خوب یک گام مهم است، اما اجرای خوب آن برنامه، گامی بسیار مهم‌تر و دشوارتر خواهد بود.

بنابراین برای اجرای درست برنامه‌های توسعه ۲ عامل کلیدی ایفای نقش می‌کنند.

۱- تخصیص بهینه منابع

۲- طراحی و استقرار نظام ارزیابی و نظارت.

عامل اول شامل تامین منابع مالی، زمان‌بندی درست و نیروی انسانی کارآزموده برای فعالیت در سطوح کارشناسی و مدیریتی در طول اجرای برنامه است و عامل دوم که بسیار مهم‌تر و موثرتر عمل می‌کند، ایجاد سازکار ارزیابی و نظارت هنگام اجرا توسط طراح برنامه و اخذ گزارش‌های بازخورد برای اصلاحات مورد نیاز است.

متأسفانه در فرآیند اجرای برنامه‌های توسعه هر ۲ عامل کلیدی مذکور که می‌توانستند به عنوان عوامل کلیدی موفقیت (CSF) برنامه‌ها تعریف شوند و مورد توجه قرار گیرند، مغفول مانده‌اند.

درباره اهداف بهره‌وری هم، همین اتفاق را در طول برنامه‌های توسعه شاهد هستیم. در برنامه‌های دوم و سوم، حکم کلی برای ارتقای بهره‌وری گنجانده شده، اما هدف‌گذاری کمی، تخصیص منابع و ضرورت‌های اولیه مدرن و در برنامه‌های عملیاتی از دستگاه‌ها خواسته نشده، در برنامه چهارم توسعه علاوه بر حکم، هدف‌گذاری تحقق ۳۰ درصد رشد اقتصادی از محل بهره‌وری گنجانده شد، اما سازکار تقسیم کار و مدل حاکمیت بهره‌وری ارائه نشد، برنامه پنجم توسعه ماده ۷۹ به صورت تکاملی این نقص را برطرف کرد، اما باز هم سازکار تخصیص منابع مورد نیاز و حاکمیت بهره‌وری از منظر نظارت و ارزیابی کامل نیست.

اما در برنامه ششم این فرآیند تکوینی به مرحله بهتری رسیده، چراکه علاوه بر حکم و هدف‌گذاری، مدل حاکمیت بهره‌وری نیز تا حدی مشخص شده و نقش‌گذاری‌ها انجام گرفته است، اما همچنان تکلیف منابع مورد نیاز برای اجرای این ماده قانونی مشخص نیست که می‌بایست در لوائح بودجه سالانه مورد توجه سازمان برنامه و بودجه کشور قرار گیرد.

باتوجه به موارد یادشده، وظیفه اصلی سازمان ملی بهره‌وری ایران در تکمیل این پیش‌نیازها و تقویت عوامل کلیدی موفقیت در تحقق اهداف برنامه‌های توسعه‌ای در ایفای نقش عاملیت ارزیابی و نظارت به وضوح قابل توجه و اهمیت است.

به عبارت دیگر، سازمان ملی بهره‌وری ایران می‌بایست ضمن طراحی مسیر و ارائه مشاوره‌های تخصصی به دستگاه‌های اجرایی در راستای انجام تکالیف قانونی مندرج برنامه‌های توسعه‌ای، خود چشم‌ناظر و ارزیاب کیفی اقدامات دستگاه‌ها در مراحل تعریف کار و اجرا بوده و نقش تنظیم‌گری هنگام پایش را برعهده بگیرد.

بدیهی است، تقویت نقش و جایگاه سازمان ملی بهره‌وری ایران به عنوان نهاد تنظیم‌گری و ناظر بهره‌وری کشور یک گام مهم و اساسی در شکل‌گیری حاکمیت بهره‌وری خواهد بود و چنانچه عزم و توجه ملی در کلیه سطوح مدیریتی؛ چه در دولت و چه در بخش‌های اقتصادی پدید آید، زنجیره ارزش‌افزایی از طریق بهره‌وری تکمیل خواهد شد و شاهد رشد پایدار اقتصاد کشور با محوریت بهره‌وری خواهیم بود.

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه / بایچه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمابر	نام مسئول شعب / بایچه ها
۱	آفریقا	۸۰۱	تهران، بزرگراه آفریقا، نرسیده به چهارراه جهان کودک، پلاک ۳۱	۸۸۷۴۴۵۷-۶۱	۸۸۷۳۷۷۳	نیما گیلانی
۲	مرکزی	۸۰۲	تهران، خیابان انقلاب، بین چهارراه کالج و چهارراه ولیعصر، پلاک ۸۰۳	۶۶۹۵۸۹۳۳-۶۶۹۵۹۰۵۰	۶۶۹۷۱۰۶۱	شاهرخ نیری
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	تیمور طاهری
۵	پاسداران	۸۰۵	تهران، خیابان پاسداران، مقابل بوستان ششم، جنب برج سفید، پلاک ۲۵۰	۲۲۵۹۵۶۵۸	۲۲۵۹۷۵۴۰	مهدی عبدلی ویشه
۶	بازار	۸۰۶	تهران، بازار بزرگ، خیابان ۱۵ خرداد غربی، بین چهارراه گلوبندک و خیابان ابوسعید، پلاک ۶۸۱	۵۵۵۷۵۷۳۸-۹	۵۵۵۷۶۴۹۵	امین ییگلری
۷	صادقیه	۸۰۷	تهران، ضلع جنوب شرقی فلکه اول صادقیه، پلاک ۹۱۸	۴۴۲۵۴۵۱۸-۲۰	۴۴۲۵۴۵۱۷	شادمان غفوری
۸	اقدسیه	۸۰۸	تهران، خیابان اقدسیه (موجوده داتش)، نبش کوچه نسیم، پلاک ۶۳	۲۲۸۳۳۰۵۶-۲۲۸۳۳۲۴۹	۲۲۸۳۳۲۴۵	حیدررسانی فر
۹	میرداماد	۸۰۹	تهران، خیابان میرداماد، نرسیده به میدان مادر، پلاک ۱۴۸	۲۲۹۲۴۴۵۱-۴	۲۲۹۲۴۴۶۳	امیر گیلانی فر
۱۰	دکتر فاطمی	۸۱۰	تهران، خیابان دکتر فاطمی، روبه روی خیابان کاج، نبش کوچه ششم (شیخلر)، 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، باین تر از میدان چهار باغ، نبش خیابان لاله غربی، ساختمان سمرقند، پلاک ۴۷	۴۴۴۹۵۲۰۱-۱۲	۴۴۴۹۵۲۸	حمزه قنیتان
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	۸۸۲۰۵۴۵۵-۹	۸۸۲۰۵۴۴۸	حمید نودست
۱۵	ایران زمین	۸۱۵	تهران، شهرک غرب، خیابان ایران زمین، مجتمع ایران زمین، پلاک ۱۳ و ۱۴	۸۸۵۷۶۶۰۵-۱۰	۸۸۵۷۱۲۱۵	فرشته قانع
۱۶	ارنک ایرانیان	۸۱۶	تهران، بلوار فرحزادی، نبش اردغوان غربی، مجتمع ارنک ایرانیان، پلاک ۱	۲۲۳۵۹۲۷۵-۷۸	۲۲۳۵۳۵۱۶	آزاده روشن
۱۷	یافت آباد	۸۱۷	تهران، بزرگراه آیت اله سعیدی، یافت آباد شرقی، بازار میل ایران، پلاک ۲۰۲ و ۲۰۵	۶۶۲۱۱۰۱۴-۱۷	۶۶۲۳۷۱۱۰	-
۱۸	شهر ری	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	۲۶۷۰۵۳۲۷	بهنام پویانفر
۲۰	آفریقای شمالی	۸۲۰	تهران، خیابان نفوس ماندلا (آفریقا)، بالاتر از خیابان اسفندیار، نبش شمالی خیابان شهید سعیدی، پلاک ۱۵۸	۲۶۲۱۹۶۵۸-۲۶۲۱۹۹۰۸	۲۶۲۱۹۷۱۳	نسرین خوش صحبت
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	-
۲۳	ولنجک	۸۲۳	تهران، خیابان ولنجک، خیابان چهاردهم، پلاک ۷	۲۲۴۴۱۳۲۷-۳۱	۲۲۱۷۲۵۹۰	امیرعلی جدیدی
۲۴	خیابان آذربایجان	۸۲۴	تهران، خیابان آزادی، نبش خیابان آذربایجان، پلاک ۱۰۴۶	۶۶۰۶۷۸۸۲-۶۶۰۶۷۸۸۴-۶	۶۶۰۶۷۸۸۰	محمود لک
۲۵	شهرک اکباتان	۸۲۵	شهرک اکباتان، فاز یک، خیابان نفیسی، روپروی مخابرات، پلاک ۵۹	۴۰۴۴۹۶۹۰۳-۴۰۴۴۹۶۹۲۵	۴۴۹۶۹۵۴۳	نیما رسولی
۲۶	میدان آرژانتین	۸۲۶	تهران، میدان آرژانتین، اول خیابان یهیی، پلاک ۲۱	۸۸۵۱۶۶۴۰-۸۸۵۱۷۴۱۸	۸۸۵۱۷۳۸۱	علیرضا رشیدی
۲۷	خیابان ملت اکباتان	۸۲۷	تهران، خیابان سعدی جنوبی، خیابان اکباتان، پلاک ۹۳	۳۳۹۹۸۰۰۵-۷ و ۱۲	۳۳۹۹۸۰۰۹	حسام حاجی حیدری
۲۸	قیطریه	۸۲۸	تهران، بلوار ۳۵ متری قیطریه، روپروی پارک قیطریه، پلاک ۸۵	۲۲۲۳۴۴۳۷-۸	۲۲۲۳۴۴۵۸	احسان کیانی
۲۹	ملاصدرا	۸۲۹	تهران، خیابان ملاصدرا، بعد از خیابان شیراز، پلاک ۱۳۲	۸۸۶۳۵۵۱۷-۸۸۶۳۴۴۸	۸۸۶۳۶۷۳۱	فاطمه حیاتی
۳۰	خیابان سید جمال الدین اسد آبادی	۸۳۰	تهران، خیابان سید جمال الدین اسد آبادی، نبش شمالی خیابان ۴۹، پلاک ۴۳۳	۸۸۶۱۷۹۳۵-۸۸۶۱۰۲۹۶	۸۸۶۲۸۳۲۷	بهنام عسگری علویچه
۳۱	میدان قزوین	۸۳۱	تهران، خیابان کارگر جنوبی، ضلع شمال شرقی میدان قزوین، پلاک ۱۸	۵۵۴۸۱۱۲۲-۴-۸	۵۵۴۸۱۱۷۹	مسلم مرتضوی فر
۳۲	خیابان دکتر بهشتی	۸۳۲	تهران، خیابان شهید دکتر بهشتی، بعد از چهارراه سه رودی، پلاک ۱۳۸	۸۸۵۱۲۶۰۳-۸	۸۸۷۴۶۶۹۹	سید محمد میرحسینی نیری
۳۳	خیابان کارگر شمالی	۸۳۳	تهران، خیابان کارگر شمالی، بالاتر از خیابان دکتر فاطمی، پلاک ۱۶۱۵	۸۸۹۹۱۳۴۵-۸	۸۸۹۹۱۳۵۰	علی سیروس
۳۴	فلکه سوم تهرانپارس	۸۳۴	تهران، خیابان آیت اله خوشوقت، بالاتر از فلکه سوم تهرانپارس، نبش خیابان ۲۱۴ شرقی، پلاک ۱۳۰	۷۷۳۷۰۱۸۶	۷۷۳۷۰۴۴۱	ارسلا نی آزار
۳۵	خیابان ولیعصر - پارک ساعی	۸۳۵	تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از خیابان شهید دکتر بهشتی، نبش کوچه کمره گز، پلاک ۲۱۳۳	۸۸۵۶۹۶۵۰-۸۸۷۰۹۴۸۱-۲	۸۸۵۶۹۶۶	رضا جلالی
۳۶	فلکه اول تهرانپارس	۸۳۶	تهران، فلکه اول تهرانپارس، ابتدای خیابان آیت اله خوشوقت، نبش خیابان ۱۴۸ غربی، پلاک ۳۲	۷۷۷۲۳۲۵۰-۵۴	۷۷۷۲۳۲۵۵	سلیمان بیات
۳۷	بازار کفاشها	۸۳۷	تهران، بازار بزرگ تهران، سیزه میدان، بازار کفاشها، نبش بازار خاها، پلاک ۶۴	۵۵۱۵۱۸۰۲-۴-۵	۵۵۸۰۸۵۰۹	وحید میرزاحانی
۳۸	الهییه	۸۳۸	تهران، خیابان ولیعصر، خیابان شهید فیاضی، بعد از خیابان کوهیار، پلاک ۶۹	۲۶۲۰۰۹۶۲-۶۳	-	مژگان طرفه نژاد
۳۹	منیریه	۸۳۹	تهران، خیابان ولیعصر، میدان منیریه، خیابان منیریه، نبش نبش پست ناظمی، پلاک ۵۳	۶۶۴۹۱۰۷۵-۸۷-۸۵	۶۶۴۹۱۰۷۳	رامتین سلیمانی
۴۰	شهرک راه آهن	۸۴۰	تهران، اتوبان همت غرب، شهرک گلستان، بلوار امیر کبیر، نرسیده به چهارراه کله، 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	بلوار فردوس	۸۴۵	تهران، بزرگراه شهید ستاری، بلوار فردوس شرقی، پلاک ۴۳۴	۴۴۰۰۰۳۸۵-۶	۴۴۰۰۰۶۸۳۶	راحله خیر خواه

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه / بانه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمابر	نام مسئول شعب / بانه ها
۴۴	فروودگاه امام خمینی	۸۴۶	تهران، کیلومتر ۱۳۰ نوبان تهران - قم، فرودگاه بین المللی امام خمینی، سالن ورودی	۵۵۷۸۴۰۸-۹	۵۵۷۸۴۱۰	مصطفی کریمی
۴۵	میدان تجریش	۸۴۷	تهران، میدان تجریش، خیابان شهرداری، پلاک ۸۱	۳۶۸۵۸۷۰۶-۳۶۸۵۸۷۰۳	۳۶۸۵۸۳۱۶	رضا جلیل زاده
۴۶	نازی آباد	۸۴۸	تهران، نازی آباد، خیابان مدائن، پلاک ۱۱۶ و ۱۱۸	۵۵۳۳۱۰۰۴-۷	۵۵۳۵۶۰۵۱	محمد رضا البرزی
۴۷	سرو	۸۴۹	تهران، سعادت آباد، بلوار سرو غربی، نبش شمال شرقی میدان سرو، پلاک ۷۷	۲۲۰۹۴۳۵۶	-	حسن رنجبر قلیچی
۴۸	امین حضور	۸۵۳	تهران، میدان بهارستان، خیابان مصطفی خمینی، خیابان امیرکبیر شرقی، نبش کوچه جاویدی، پلاک ۱۴۰	۳۳۴۴۳۷۱۱-۳۳۴۴۳۷۰۴	۳۳۱۳۸۳۱۴	روح اله سیاوشی
۴۹	مولوی	۸۵۴	تهران، خیابان مولوی شرقی، نبش کوچه شهید علی اکبر قاسمی، پلاک ۵۱۸	۵۵۱۵۷۳۷۶-۵۵۱۵۶۱۰۹	۵۵۱۵۴۷۲۹	علی اکبر عینی
۵۰	خیابان لوازانی	۸۵۵	تهران، کاترانیه، خیابان لوازانی غربی، نبش دوراهی آریا، پلاک ۳	۲۲۸۱۶۶۹۲-۳-۵	۲۲۸۱۶۶۸۹	حمید زرهونه
۵۱	تهرانسر	۸۵۶	تهران، تهرانسر، بلوار اصلی، نبش خیابان ۱۴	۴۴۵۸۷۵۹۶-۴۴۵۸۷۵۸۶	۴۴۵۱۷۶۶۲	مجید صادقی دستک
۵۲	آصف	۸۵۸	تهران، زعفرانیه، بلوار بهزادی، نبش غربی خیابان ماکونی، پلاک ۱۹	۳۶۸۰۲۳۲۷-۳۶۸۰۲۳۳۰	۳۶۸۰۲۹۰۱	علیرضا رحیمی خو
۵۳	میدان حسین آباد	۸۵۹	تهران، چهارراه پاسداران، میدان حسن آباد، ساختمان مهدی، پلاک ۱۲۰	۲۲۹۶۰۰۱۳-۲۲۹۵۹۹۷۹	۲۲۹۵۹۹۰۹	محمود احسنی
۵۴	مقدس اردبیلی	۸۶۱	تهران، خیابان مقدس اردبیلی، نبش خیابان فرخ، پلاک ۱	۳۶۸۰۲۴۵۳-۳۶۸۰۲۴۰۹	۳۶۸۰۲۴۶۱	میرحسین آقاجانی
۵۵	خیابان ولیعصر - زرتشت	۸۶۲	تهران، بالاتر از میدان ولیعصر، ترسیده به خیابان زرتشت، نبش کوچه ناصر، پلاک ۱۷۷۷	۸۸۸۰۵۷۳۳-۸۸۸۰۶۱۷۸	۸۸۸۰۷۵۹۲	مونا رضایی
۵۶	خیابان دزاشیب - سه راه عمار	۸۶۳	تهران، میدان قدس، انتهای خیابان شهید کبیری (دزاشیب)، سه راه عمار، پلاک ۱۵۸	۲۲۷۵۳۹۱۴-۱۸	۲۲۷۵۳۹۱۳	-
۵۷	خیابان جمهوری	۸۶۵	تهران، خیابان جمهوری، بین خیابان ولی عصر و شیخ هادی، پلاک ۸۵۲	۶۶۹۷۶۳۹۴-۶۶۹۷۶۳۹۲	۶۶۴۵۹۳۸	عباس دانش بقا
۵۸	یهی - قائم مقام	۸۶۶	خیابان شهید یهیی، بعد از بزرگراه مدرس، پلاک ۲۷۵	۸۸۵۳۶۲۸۹-۸۶۱۲۲۱۶۰	-	رضا محمدقاسمی
۵۹	دهکده المپیک	۸۶۷	-	-	-	فاطمه حاجی بابانی
۶۰	قلهک	۸۶۸	خیابان دکتر شریعتی، بالاتر از دوراهی قلهک، پلاک ۱۴۲۵	۲۲۶۰۱۵۳۷-۲۲۶۰۳۶۱۳	۲۲۶۰۹۷۰۳	هومن رسولی
۶۱	ستارخان	۸۶۹	تهران، محله توحید، خیابان کوثر سوم، خیابان ستارخان، پلاک ۸۰	۶۶۴۳۵۳۳۹-۶۶۹۲۸۱۶۲	۶۶۵۷۴۶۷۵	بهوش قاسمی
۶۲	پونک	۸۷۰	تهران، بزرگراه اشرفی اصفهانی، بالاتر از میدان پونک، نبش کوچه ۱۹، پلاک ۱	۴۴۴۶۲۵۱۰	۴۴۴۶۲۸۱۵	مهدی طلایی
۶۳	مژده	۸۷۱	تهران، خیابان نیاوران، خیابان شهید مقدسی (مژده)، خیابان میری، پلاک ۴	۲۲۷۱۶۳۵۱-۲۲۷۱۶۳۵۱	۲۲۷۱۶۲۹۳	احمد عهدی
۶۴	لاله زار	۸۷۲	تهران، خیابان لاله زار نو، ترسیده به خیابان منوچهری، پلاک ۴۶۱	۳۶۸۷۰۴۵۸-۳۶۸۷۰۳۱۷	۲۲۵۳۰۱۴۶	داریوش خداداد
۶۵	میدان هفت تیر	۸۷۳	میدان هفت تیر، بالاتر از مسجد الجواد، پلاک ۲۷۵	۸۸۸۱۵۸۹۰-۸۸۸۱۵۳۶۰	۸۸۸۴۶۱۹۰	امیر ضیاء
۶۶	نیاوران	۸۷۴	تهران، نیاوران، خیابان شهید باهنر، روبروی پارک باهنر، پلاک ۱۴۸	۲۶۱۱۷۱۹۲-۹۳	۲۶۱۱۷۱۹۵	واله سعیدی
۶۷	بلوار ۲۴ متری سعادت آباد	۸۷۵	تهران، سعادت آباد، میدان فرهنگ، بلوار ۲۴ متری، نبش کوچه چهارم غربی، پلاک ۱۸	۲۲۳۷۸۵۵۶-۷	۲۲۳۷۸۵۰۵	بتاتیس بابانی
۶۸	خیابان آقابزرگی - الهیه	۸۷۶	تهران، الهیه، انتهای خیابان شهید آقابزرگی، نبش خیابان حسن اکبری، پلاک ۸۸	۲۲۶۹۶۴۵۱-۲	۲۲۶۹۶۴۵۳	مهدی سلطانی
۶۹	بزرگراه فتح	۸۷۷	تهران، بزرگراه فتح، جاده قدیم کرج، بعد از نبش پاستوریزه، مجتمع تجاری تهران، پلاک ۲۳۸	۶۶۸۱۵۹۶۹-۶۶۸۱۵۹۶۸	۶۶۸۱۶۰۰۸	عباس آهنگری کیوی
۷۰	شهر قدس	۸۷۸	شهر قدس، بلوار ۴۵ متری انقلاب، روبروی پارک آزادگان، پلاک ۳۶۸	۴۶۸۳۲۲۳۸-۴۶۸۳۲۲۳۸	۴۶۸۳۲۲۴۱	جبار رضایی دره نیجه
۷۱	دروس	۸۷۹	تهران، خیابان شریعتی، منطقه دروس، بلوار شهزاد، خیابان شیدایی، کوچه اسپند، پلاک ۴	۲۶۶۴۰۳۲۰-۲۶۶۴۰۳۲۴	۲۶۶۴۰۳۰۸	کژال آیت النبی
۷۲	بلوار مرزداران	۸۸۱	تهران، شهرک ژاندارمری، بلوار مرزداران، بین اینار و دانش، پلاک ۱۳۶	۴۴۲۱۱۰۴۰-۴۴۲۱۲۶۲۹	۴۴۲۱۱۸۴۱	منصوره رضایان مقدم
۷۳	بلوار کشاورز	۸۸۲	تهران، بلوار کشاورز، بین خیابان وصال شیرازی و نادری، پلاک ۱۷۸	۸۸۹۸۳۱۵۴-۶	۸۸۹۸۳۱۵۷	روح اله صفری
۷۴	بلوار دریا	۸۸۳	تهران، خیابان سعادت آباد، بلوار دریا، نبش خیابان رامشه، پلاک ۵۰	۸۸۵۷۸۱۷۱-۸۸۰۷۱۲۰۲	۸۸۳۶۶۶۹	-
۷۵	گیشا	۸۸۴	تهران، کوی نصر (گیشا)، نبش خیابان نوزدهم، پلاک ۲۶۲	۸۸۴۵۵۷۸۴-۵	۸۸۴۵۵۷۸۷	محمدرضا پیشگاه هادیان
۷۶	جهاننهر کرج	۹۰۱	کرج، میدان سپاه، اول بلوار جمهوری، نبش نیلوفر، پلاک ۱	۰۲۶-۳۴۴۶۶۱۱۵-۱۷۲۰	۳۴۴۸۱۴۴۵-۰۲۶	مهدی تک دهقان
۷۷	میدان توحید کرج	۹۰۲	کرج، خیابان شاه عباسی، بین میدان توحید و میدان قدس، برج سامان، طبقه همکف	۰۲۶-۳۲۲۰۶۴۷۱-۴	۰۲۶-۳۲۲۵۴۸۲۲	مرتضی باغستانی
۷۸	شهریار	۹۰۴	شهریار، خیابان ولیعصر، ضلع شرقی میدان امام خمینی (نبش خیابان محسنی)	۶۵۳۶۹۰۲۱-۲۳-۲۶	۶۵۳۶۹۶۲۲	جواد علی بخشی
۷۹	مهرشهر کرج	۹۰۵	کرج، مهرشهر، بلوار شهرداری، فاز دو، نبش خیابان ۲۰۸، پلاک ۵۴۳	۰۲۶-۳۳۴۱۷۹۰۷	۰۲۶-۳۳۴۱۷۹۰۸	غلامعلی کریمی ایبازنی
۸۰	قم	۹۰۰۱	قم، بلوار امین، نبش کوچه ۴۱	۰۲۵-۳۳۹۴۰۶۰۲	۰۲۵-۳۳۹۱۶۶۱۶	اکبر مردانی
۸۱	فلکه جهاد - قم	۹۰۰۲	قم، فلکه جهاد، خیابان ۱۹ دی، پلاک ۵۵۵ و ۵۵۷	۰۲۵-۳۳۷۰۸۸۴۰-۲	۰۲۵-۳۳۷۰۵۹۴۹	حامد سرخوش
۸۲	شیراز	۹۱۰۱	شیراز، خیابان زند، حدفاصل خیابان های فلسطين و هفت تیر (۲۰ متری سینما سندی)، ساختمان پاسارگاد، پلاک ۳۹۶	۰۷۱-۳۳۳۱۹۵۳۲-۵-۶-۷	۰۷۱-۳۳۳۱۹۵۱۳	روح الله پورمالک

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه/پایه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمایر	نام مسئول شعب/پایه‌ها
۸۳	قصردشت	۹۱۰۳	شیراز، خیابان قصردشت، سه‌راه خلد برین، پلاک ۷۵	۰۷۱-۳۶۲۷۹۱۸۰ ۰۷۱-۳۶۲۷۹۲۲۶	۰۷۱-۳۶۲۷۹۲۱۶	عبدالکریم ستوده
۸۴	معالی آباد شیراز	۹۱۰۴	شیراز، معالی آباد، بلوار شریعتی، نبش کوچه ۳۷	۰۷۱-۳۶۳۴۱۳۹۷	۰۷۱-۳۶۳۴۱۴۰۶	مهدی ملاشعید
۸۵	پاسداران شیراز	۹۱۰۵	شیراز، بلوار پاسداران، حد فاصل خیابان میث و تقاطع شهید مطهری، ساختمان سامان	۰۷۱-۳۸۳۳۸۱۱-۳	۰۷۱-۳۸۳۳۷۰۸۰	اصغر یاری
۸۶	بندرعباس	۹۱۲۱	بندرعباس، بلوار امام خمینی، سه‌راه دلتا، برج بلبلو، طبقه همکف	۰۷۶-۳۲۲۳۵۳۰۲-۳	۰۷۶-۳۲۲۳۵۳۰۳۰	-
۸۷	زاهدان	۹۱۳۱	زاهدان-خیابان امیرالمومنین مابین امیرالمومنین ۲۷ و ۲۹	۰۵۴-۳۳۳۸۲۷۹	-	حمیده شه بخش
۸۸	یوشهر	۹۱۴۱	یوشهر، میدان امام خمینی، ابتدای خیابان فرودگاه، پلاک ۳۷	۰۷۷-۳۳۵۶۲۳۱۹-۲۴	۰۷۷-۳۳۵۶۲۳۲۵	مجید گزی
۸۹	قزوین	۹۲۰۱	قزوین، خیابان خیام شمالی، پلاک ۵۶۰	۰۲۸-۳۳۳۵۷۳۰۵-۶	۰۲۸-۳۳۳۵۸۰۹۵	محمد جهانگیری پاشاکی
۹۰	همدان	۹۲۲۱	همدان، خیابان جهان‌نما، روپروی خیابان آزاد همدانی، نبش کوچه سوداگر، پلاک ۱۵۳	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۹۰-۲	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۸۹	امیر فولادی
۹۱	کرمانشاه	۹۲۴۱	کرمانشاه، میدان فردوسی، جنب بیمارستان معتضدی، پلاک ۱۲	۰۸۳-۳۷۷۵۹۵۹۱-۶۱	۰۸۳-۳۷۷۵۹۹۷۱	مهرداد مرادی
۹۲	ایلام	۹۲۶۱	ایلام، خیابان طالقانی، روپروی فرمانداری، پلاک ۳۵۱	۰۸۴-۳۳۳۳۱۷۳	۰۸۴-۳۳۳۳۱۵۲	سجاد کلهر کاظمی
۹۳	سنندج	۹۲۷۱	سنندج، چهارراه فلسطین، بلوار سید قطب، پلاک ۳	۰۸۷-۳۳۲۴۵۴۳۲-۳	۰۸۷-۳۳۲۴۵۴۲۶	حسین عبدیان
۹۴	خرم آباد	۹۲۸۱	خرم آباد، خیابان علوی، نرسیده به میدان امام، پلاک ۴۲۲	۰۶۶-۳۳۳۳۵۵۹۰-۲	۰۶۶-۳۳۳۳۵۵۹۱	یژن ابراهیمیان
۹۵	مشهد	۹۳۰۱	مشهد، بلوار احمد آباد، ۳۰ متری اول احمد آباد (خیابان رضا)، نبش کوچه رضای دوم	۰۵۱-۳۸۴۴۳۰۳	۰۵۱-۳۸۴۴۳۹۱۴	محمد ممقانی
۹۶	مدرس مشهد	۹۳۰۲	مشهد، بلوار مدرس، نبش مدرس ۵، پلاک ۳۷	۰۵۱-۳۳۲۸۳۸۰۰-۵	۰۵۱-۳۳۲۴۱۰۴۶	سارا زارعی
۹۷	سجاد مشهد	۹۳۰۳	مشهد، بلوار سجاد، نبش سجاد ۸ (خیابان لاله جنوبی)	۰۵۱-۳۷۶۸۲۰۸-۹	۰۵۱-۳۷۶۷۴۰۴۶	الله سازگار
۹۸	قرنی (مشهد)	۹۳۰۴	مشهد، بلوار قرنی، مابین چهارراه ابوطالب و قرنی، پلاک ۲۸	۰۵۱-۳۷۱۲۵۸۰۲-۸	۰۵۱-۳۷۱۲۵۸۰۹	مجید امیری دولتی
۹۹	بلوارهاشمیه (مشهد)	۹۳۰۵	بلوار شهید صامی، حدفاصل بلوار کوثر و هاشمیه، بین شهید صامی ۲۴ و ۲۶، پلاک ۱۵۸	۰۵۱-۳۸۸۴۳۳۶۷ ۰۵۱-۳۸۸۴۵۸۱۱	-	امیر رضا زنده‌داران
۱۰۰	نیشابور	۹۳۱۶	نیشابور، خیابان امام خمینی(ره)، بین امام خمینی ۲۲ و ۲۴، پلاک ۱۳۸۸	۰۵۱-۳۳۴۹۴۱۳۰۱۵	۰۵۱-۳۳۴۹۴۱۶	علی ابراهیمیان
۱۰۱	بجنورد	۹۳۲۱	بجنورد، تقاطع بلوار امام خمینی(ره) و میرزا رضا کرمانی	۰۵۸-۳۳۲۴۴۳۲۰	۰۵۸-۳۳۲۴۷۳۴۸	یاسر محمودخانی
۱۰۲	گلکسار رشت	۹۴۰۱	رشت، ابتدای بلوار گلکسار، ضلع شرقی میدان باستانی شاعر	۰۱۳-۳۳۱۱۴۷۱۰۱۲	۰۱۳-۳۳۱۱۴۷۱۳	مسعود تقی زاده
۱۰۳	ساری	۹۴۰۲	ساری، خیابان فرهنگ، بعد از سه‌راه قارن، به طرف میدان شهدا	۰۱۱-۳۳۳۵۹۷۲۰۵	۰۱۱-۳۳۳۵۹۷۱۱	ابوذر اساسه
۱۰۴	بابل	۹۴۲۱	بابل، میدان ولایت، ابتدای خیابان مدرس، روپروی شهرداری	۰۱۱-۳۲۱۹۷۱۴۰-۴۱	۰۱۱-۳۲۱۹۷۱۴۸	سید عبدالحمید طاهری
۱۰۵	آمل	۹۴۳۱	آمل، خیابان امام خمینی(ره)، حد فاصل آفتاب ۱۸ و ۲۰	۰۱۱-۴۴۲۹۶۴۲۱-۲۷	۰۱۱-۴۴۲۹۶۴۳۵	سید هاشم روح الهی
۱۰۶	گرگان	۹۴۴۱	گرگان، خیابان ولیعصر (عج)، بین عدالت ۸ و ۱۰	۰۱۷-۳۳۳۶۹۰۰۳-۵	۰۱۷-۳۳۳۶۹۰۱۶	سمیه نظریان
۱۰۷	سمنان	۹۴۵۱	سمنان، میدان شاهپور، ابتدای بلوار قدس جنب بانک صادرات	۰۲۳-۳۳۳۶۳۱۸-۱۹-۲۲	-	حمید صوفی آبادی
۱۰۸	کرمان	۹۵۰۱	کرمان، خیابان سپهبد قرنی، نرسیده به میدان سپهبد قرنی، نبش کوچه قرنی ۸	۰۳۴-۳۳۳۳۳۸۶-۷	۰۳۴-۳۳۳۳۷۹۶۰	حسین شیعیه سیمکی
۱۰۹	میدان کوثر (کرمان)	۹۵۰۲	کرمان، میدان کوثر، ابتدای بلوار آزادگان	۰۳۴-۳۴۴۷۶۶۱	۰۳۴-۳۴۴۷۶۶۴۲	ملیحه تبریزیان
۱۱۰	رفسنجان	۹۵۱۱	رفسنجان، ابتدای خیابان مطهری، بعد از پل فجر، ساختمان محمد عسگری	۰۳۴-۳۴۳۲۱۰۳-۵	۰۳۴-۳۴۳۲۱۰۲	-
۱۱۱	زاینده رود	۹۵۲۱	اصفهان، خیابان توحید میانی، نبش کوچه شهید تقی آبادی، پلاک ۵	۰۳۱-۳۶۲۸۲۵۷۴	۰۳۱-۳۶۲۸۶۴۰۹	احسان جمشیدیان
۱۱۲	چهارباغ بالا	۹۵۲۲	اصفهان، میدان آزادی، خیابان چهارباغ بالا، نبش کوچه بهار آزادی، پلاک ۱۶۹	۰۳۱-۳۱۳۳۷۴۴۲-۳	۰۳۱-۳۶۲۸۶۰۷۹	مجید سیف الدینی
۱۱۳	هشت بهشت اصفهان	۹۵۲۳	اصفهان، خیابان زرگهر، خیابان هشت بهشت شرقی، پلاک ۵۴۶	۰۲۱-۳۳۳۸۷۸۰۰-۸۱ ۰۲۱-۳۳۳۸۸۱	-	سمیرا سبزه زار
۱۱۴	خانه اصفهان	۹۵۲۴	اصفهان، شهرک خانه اصفهان، خیابان گلستانه، پلاک ۶۰	۰۲۱-۳۴۳۷۲۲۷۱	۰۲۱-۳۴۴۱۳۸۸	علیرضا مستاجران
۱۱۵	سیتی سنتر اصفهان	۹۵۲۵	اصفهان، بزرگراه شهید وحید دستجردی، مقابل ورودی جنوبی شهرن، مجتمع سیتی سنتر اصفهان، طبقه همکف	۰۳۱-۳۶۵۱۶۸۴۱-۲	۰۳۱-۳۶۵۱۶۸۴۳	روزبه سلیمی
۱۱۶	یزد	۹۵۴۱	یزد، خیابان امام خمینی(ره)، نبش کوچه شهید صدوقی، پلاک ۲۷۴	۰۳۵-۳۶۲۲۱۶۹۱-۲	۰۳۵-۳۶۲۲۹۵۲۵	محمدحسین مداح‌زاده
۱۱۷	بلوار جمهوری اسلامی یزد	۹۵۴۲	یزد، بلوار جمهوری اسلامی نبش کوچه محمود آباد، رو به روی برج آسمان	۰۳۵۳۳۰۲۱۴۰-۴۹	-	محمد رضا زارع
۱۱۸	اراک	۹۵۶۱	اراک، خیابان شهید رجایی، پلاک ۸۸۲۷	۰۸۶-۳۳۲۱۴۴۰۴-۵	۰۸۶-۳۳۲۲۵۹۵۷	محمد فرح بخش
۱۱۹	تبریز	۹۶۰۱	تبریز، خیابان امام، بالاتر از چهارراه شهید بهشتی، نبش کوی فرهنگ، پلاک ۵۲۱	۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۰۰-۲۰	۰۴۱-۳۳۳۷۵۱۶۰	ابراهیم پایداره
۱۲۰	ولیعصر تبریز	۹۶۰۲	تبریز، خیابان ولیعصر(عج)، حدفاصل فلکه بازار و ایرادک، پلاک ۱۶	۰۴۱-۳۳۳۲۲۴۰۹	۰۴۱-۳۳۳۰۱۱۵۵	محمدعلی رضائی اقدم
۱۲۱	۱۷ شهریور تبریز	۹۶۰۳	تبریز، خیابان ۱۷ شهریور جدید، بلوار شهید قاضی طباطبائی، پلاک ۸۳	۰۴۱۳۵۵۶۰۹۴۱ ۰۴۱۳۵۵۷۳۱۷۲	۰۴۱-۳۵۵۷۳۱۷۳	اروج میرزائی
۱۲۲	استاد شهریار تبریز	۹۶۰۴	تبریز، ابتدای جاده اتل گلی، نبش کوی الهی‌پرست، پلاک ۳	۰۴۱-۳۳۲۹۳۳۶۲	۰۴۱-۳۳۲۹۳۳۶۰	علیرضا محمودی
۱۲۳	بازار تبریز	۹۶۰۵	تبریز، خیابان جمهوری اسلامی، ابتدای خیابان دارانی (شهید مدنی)، پلاک ۱۴۲۷	۰۴۱-۳۵۲۴۴۰۴۹	۰۴۱-۳۵۲۴۴۶۲۳	احمد رنجبری
۱۲۴	ارومیه	۹۶۲۱	ارومیه، خیابان کاشانی، روپروی مرکز بهداشت، پلاک ۱۵۶	۰۴۴-۳۳۲۴۴۳۱۱	۰۴۴-۳۳۲۴۴۰۳۹۲	شهاب امامی
۱۲۵	خیابان سرداران ارومیه	۹۶۲۲	ارومیه، خیابان سرداران، جنب کوچه شهید صفوی (کوچه تلفنخانه سابق)، پلاک ۱۶۹	۰۴۴-۳۳۲۵۰۵۳۳-۲۴	۰۴۴-۳۳۲۷۸۴۶	مسعود نامی فر
۱۲۶	اردبیل	۹۶۴۱	اردبیل، خیابان شیخ صفی، پلاک ۱۶۰	۰۴۵-۳۳۲۵۲۶۰۱-۵	۰۴۵-۳۳۲۵۲۰۰۱	ناصر هوشیاری
۱۲۷	زنجان	۹۶۸۱	زنجان، میدان آزادی، ابتدای خیابان امام، ساختمان ممتاز	۰۲۴-۳۳۳۲۰۶۵۴-۵	۰۲۴-۳۳۳۲۷۷۳۳	حمید رضا ففوری
۱۲۸	اهواز	۹۷۰۱	اهواز، خیابان شهید چمران (کیانپارس)، حد فاصل خیابانهای ۳ و ۴ شرقی، پلاک ۳۰۵	۰۶۱-۳۳۹۲۰۵۴۴،۶	۰۶۱-۳۳۹۲۰۷۴۵	حسنت سپندار
۱۲۹	کیش	۹۸۰۱	کیش، خیابان فردوسی، مرکز تجاری کیش، طبقه همکف	۰۷۶-۴۴۴۵۴۹۰۰-۹۵	۰۷۶-۴۴۴۵۴۲۵۹	محمد سلگی
۱۳۰	قشم	۹۸۲۱	قشم، بلوار ولیعصر (امام قلی خان)، روپروی مجتمع تجاری خلیج فارس، ساختمان گل‌دیس	۰۷۶-۳۵۲۴۶۶۴۰-۴۱	۰۷۶-۳۵۲۴۶۶۴۰۳۵۰	عباس اطهری
۱۳۱	اروند	۹۸۵۱	آبادان، بلوار شهید منتظری (شاپور سابق)، نبش خیابان امیر کبیر (امیری)	۰۶۱-۵۳۲۲۶۷۴۰-۵	۰۶۱-۵۳۲۲۶۷۳۱	حمید گنجیزیان

شعب بانک سامان پاسخگوی همیشگی شما

ساعت کاری شعب		
شعبهٔ فرودگاه امام خمینی (ره) و واحد CIP		۲۴ ساعته
شعب	شنبه تا چهارشنبه	پنج شنبه
شعبه کیش	۰۸:۰۰ تا ۱۴:۳۰	۰۸:۰۰ تا ۱۲:۳۰
اروند	۰۷:۰۰ تا ۱۳:۰۰	۰۷:۰۰ تا ۱۲:۱۵
شعبه اهواز	۰۷:۰۰ تا ۱۳:۰۰	۰۷:۰۰ تا ۱۲:۱۵
شعبه قشم	۰۸:۰۰ تا ۱۳:۳۰	۰۸:۰۰ تا ۱۲:۰۰
سایر شعب	۰۷:۰۰ تا ۱۳:۰۰	۰۷:۰۰ تا ۱۲:۱۵

سرپرستی‌ها

ردیف	عنوان سرپرستی	نام سرپرست	نشانی	شماره تلفن
۱	سرپرستی ناحیه ۱	اله میرزایی	تهران، میدان تجریش، خیابان شهرداری، پلاک ۸۱، طبقه سوم	۲۶۸۵۹۲۰۶-۲۶۸۵۹۱۱۵-۲۶۸۵۹۱۱۸
۲	سرپرستی ناحیه ۲	متین اقبال زاده		
۳	سرپرستی ناحیه ۳	بابک برومند	بزرگراه رسالت، خیابان آیت، ضلع جنوب غربی میدان نبوت، پلاک ۵۶۰، طبقه فوقانی شعبه میدان نبوت - کد پستی: ۱۶۴۸۸۷۳۱۱	۷۷۹۱۵۰۹-۷۷۹۱۵۰۹-۷۷۹۱۵۰۹
۴	سرپرستی ناحیه ۴	بهاره علیاری		۷۷۹۱۷۳۱
۵	سرپرستی ناحیه ۵	حسین یوسفی پور		۷۷۹۱۰۱۱۲
۶	سرپرستی ناحیه ۶	مهدی عامری	خیابان سید جمال الدین اسدآبادی، نیش کوچه چهل و نهم، پلاک ۴۳۳، نیم طبقه شعبه سیدجمال الدین اسدآبادی - کد پستی: ۱۴۳۴۹۳۵۷۳	۸۸۶۱۶۴۸۵-۸۸۶۲۹۰۶۷-۸۸۰۴۲۳۱۴
۷	سرپرستی ناحیه ۷	مریم طرفی نژاد		۸۸۰۳۳۱۴۳-۸۸۰۶۲۸۸۳
۸	سرپرستی ناحیه ۸	مجتبی قنبرزاده	بزرگراه همت غرب، شهرک گلستان، بلوار امیر کبیر، نرسیده به چهارراه گلها، پلاک ۵۳، طبقه فوقانی شعبه شهرک راه آهن - کد پستی: ۱۴۹۴۷۱۴۴۴۱	۴۴۷۳۹۱۱۱-۴۴۷۶۸۷۸۹
۹	سرپرستی ناحیه ۹	مهدی احمدی		۴۴۷۳۷۹۸۰-۴۴۷۶۸۷۴۷
۱۰	سرپرستی ناحیه ۱۰	علی حمیدیا	برج سامان، طبقه ۱۵، مدیریت جذب و فروش	
۱۱	سرپرستی شعب استان‌های شمال	محمود ملکی	ساری خیابان فرهنگ بعد از سه راه قارن به طرف میدان شهدا	۰۱۱-۳۳۲۵۹۷۸۱-۳۳۲۵۹۷۸۶-۳۳۲۵۹۷۸۴
۱۲	سرپرستی شعب استان‌های شمال غرب	غلامرضا نیکمهد	تبریز خیابان امام بالاتر از چهارراه شهید بهشتی نیش کوی فرهنگ پلاک ۵۲۱	۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۴۰-۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۳۸
۱۳	سرپرستی شعب استان‌های شرق و شمال شرق	مهدی تونزنده جانی	مشهد، بلوار سجاد، نیش سجاد ۸، ط اول	۱۱۲-۱۱۴-داخلی ۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۴۴۰۵
۱۴	سرپرستی شعب استانهای مرکز	مجاهدی	اصفهان خیابان توحید میانی نیش کوچه شهید تقی آبادی پلاک ۵	۰۳۱۳-۶۲۸۲۱۱۲-۰۳۱۳-۶۲۸۲۱۱۰
۱۵	سرپرستی ناحیه ۱۵	مهدی باقی	برج سامان، طبقه ۱۵، مدیریت جذب و فروش	
۱۶	سرپرستی شعب استان‌های جنوب و جنوب غرب	مهرداد نظری	شیراز-بلوار پاسداران (زرهی)، حدفاصل خیابان بعثت و تقاطع مطهری، ساختمان سامان، طبقه اول کد پستی: ۷۱۸۵۷۷۳۳۹۵	۰۷۱-۳۸۴۴۶۶۷۲-۰۷۱-۳۸۴۴۶۶۷۰-۷۲
۱۷	سرپرستی شعب استان‌های جنوب شرق	احمد شریعتمداری	کرمان، خیابان سپهبد قزق، نرسیده به میدان سپهبد قزق، نیش 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-نیش 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 بین - طبقه ۸	۰۴۱-۳۳۳۱۶۲۲۰
دفتر بانکداری اختصاصی مشهد	حمید طوسی	۸۶۴۲	مشهد- بلوار سجاد- نیش سجاد هشتم- ساختمان بانک سامان- طبقه هفتم	۰۵۱-۳۷۶۸۱۷۱۶
دفتر بانکداری اختصاصی قم	امیر محمد هاشمی	۸۶۴۳	قم- بلوار امین-نیش کوچه ۴۱ ساختمان بانک سامان- طبقه دوم	۰۲۵-۳۲۴۰۰۴۴۱
دفتر بانکداری اختصاصی اصفهان	صابر ملبوس باف	۸۶۴۴	اصفهان-خ توحید جنوبی- بعد از چهار راه پلیس - ساختمان ژبوار- طبقه پنج - واحد ۵۰۱	۰۳۱-۳۱۳۲۲۴۴۷

دفاتر بانکداری شرکتی بانک سامان

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

با موبایلت چک کن!

مشاهده مراحل درخواست دسته چک

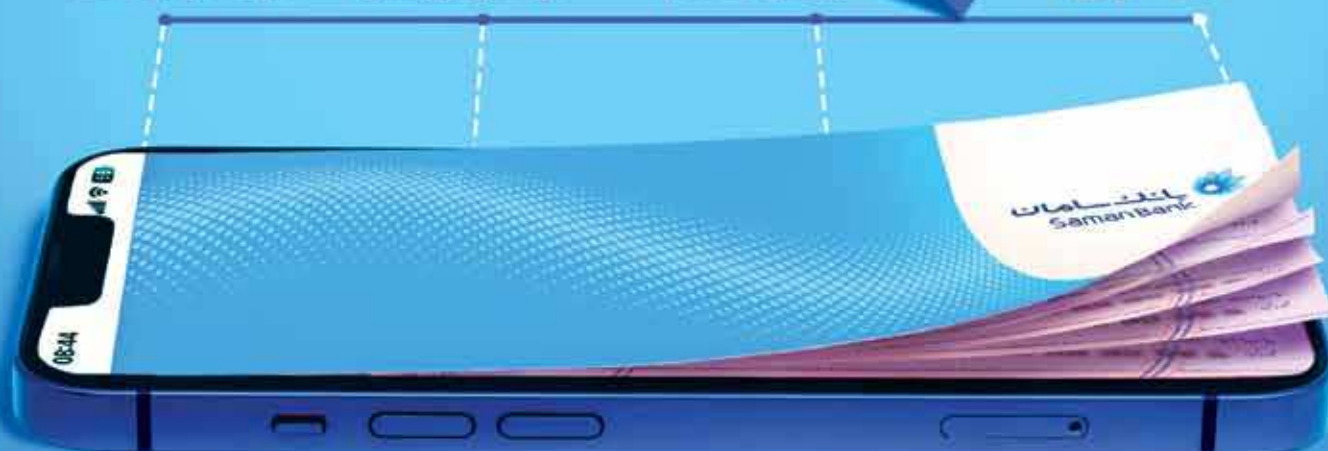


ثبت درخواست

در حال بررسی

در حال اقدام

آماده تحویل



جایزه‌های گل یا پوچ (تابستان)

۳ کد هدیه ۱۰ میلیون تومنی، ۳ کد ۵ میلیون تومنی
و کدهای هدیه ۵۰ هزار تومنی
خرید از دیجی کالا

کدهای اشتراک ۶ ماهه فیلمو
کدهای ۳۰۰ هزار تومنی اسنپ فروشگاه
و ۱۰ عدد مودم سامانتل





دعوت کن هدیه بگیر!

هر معرفی ۵۰ هزار تومان
اعتبار خرید در اپلیکیشن بیمه سامان



نصب اپلیکیشن