

سال نوزدهم، شماره ۲۰۰
بهمن ۱۴۰۲

بانک سامان
Saman Bank

شماره ۲۰۰ مجله سامان منتشر شد.



سپ کارت، ترکیب همیشه برنده

ارائه سبد کالا و بن‌های سازمانی به روشی نوین



برای پرداختن به زندگی...

www.sep.ir

۰۲۱-۸۴۰۸۰



پرداخت الکترونیک سامان گیتس



گروه مالی سامان

پوداخت الکترونیک سامان کیش

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



بیمه سامان

تهران، خیابان سیدجمال الدین اسدآبادی، پلاک ۴۳۳
تلفن: ۰۲۱-۸۹۴۳ نمابر: ۰۲۱-۸۸۷۰۰۲۰۴
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

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



اعتبارسنجی حافظ سامان ایرانیان

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



خدماتی آفتاب تجارت سامان

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



تأمین سرمایه کاردان

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



کیش سل پارس

تهران، سعادت آباد، ضلع شمال شرقی چهارراه سرو، جنب بانک سامان، پلاک ۷۷
تلفن: ۰۲۱-۸۷۶۴۰۰ 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





شماره ۲۰۰ مجله سامان منتشر شد.

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

همیشه منتظر آثار شما هستیم

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

نشانی اداره مرکزی و مدیریت روابط عمومی

و صدای مشتریان بانک سامان:

تهران، خیابان شریعتی، نبش 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.....مجله سامان، رسانه همه سامانی ها.
- ۷.....جشن انتشار شماره ۲۰۰ نشریه سامان.
- ۱۰.....یادداشت سردبیر.....
- ۱۲.....آفتاب تجارت سامان در راه رشد و پیشرفت.
- ۱۸.....به دنبال ارائه ارزش پیشنهادی برای مشتریان بانک هستیم.
- ۲۱.....معرفی کتاب.....
- ۲۲.....چت بات ها و دستیاران مجازی.....
- ۲۴.....اصل حد بی کفایتی پیترو.....
- ۲۵.....گفتگو با همکاران شعبه کیش.....
- ۳۱.....بانک سامان در جمع ۵۰ شرکت برتر ایران.....
- ۳۲.....چند تمرین مؤثر در تقویت لیسینگ زبان انگلیسی.....
- ۳۶.....کافه تک.....
- ۳۸.....۱۰ مزیت کوچینگ در محیط کار.....
- ۴۰.....داستان اقتصاد ایران: الگوی عباسی.....
- ۴۲.....نقش راهبران در عملکرد شعب بانک سامان.....
- ۴۴.....چقدر خود شیفته‌اید؟.....
- ۴۷.....حضور فعال شرکت بیمه سامان در هفدهمین نمایشگاه گردشگری تهران.....
- ۴۷.....غرفه بیمه سامان پذیرای پرتعداد کارجویان در نمایشگاه کار.....
-بازدید نماینده مردم یزد در مجلس شورای اسلامی، شهردار و رئیس شورای اسلامی شهر یزد از «مجمع فرهنگی ورزشی یزدباف».....
- ۴۸.....حضور پررنگ خانواده سامان در عرصه‌های ورزشی.....
- ۴۹.....استقبال از خدمات بانک سامان در نمایشگاه ساخت داخل در صنعت نفت.....
- ۵۰.....سامان بانک پیشرو در برند کارفرمایی.....
- ۵۲.....انتشار جدیدترین گزارش صنایع غذایی بانک سامان.....
- ۵۵.....موبایل برترین موبایل بانک ایران شد.....
- ۵۶.....گردهمایی مشترک گروه مالی بانک سامان و اعضای برتر اتحادیه صنف الکترونیک و سیستم‌های مخابراتی.....
- ۵۸.....دومین رویداد جایزه بزرگ نقاشی معاصر ایران، نفرات برتر خود را شناخت.....
- ۵۸.....رفتار حرفه ای.....
- ۵۹.....تبدیل امتیاز به وجه نقد با کارت سامانیوم.....
- ۵۹.....بانک سامان، پیش گام در حمایت از شرکت‌های دانش بنیان.....
- ۶۰.....سال ۲۰۲۴ برای صنعت پول نقد چه مفهومی دارد؟.....
- ۶۱.....گذار به اقتصاد دیجیتال.....



مجله سامان رساله همه سامانی‌ها

و علمی را در آن منتشر نماییم و همچنین اخبار گروه مالی سامان را به بهترین شکل به اطلاع همکاران و مشتریان برسانیم. هنگامی که به مسیری که در این هجده سال طی کرده‌ایم نگاه می‌کنم، بیش‌ازپیش این مهم برای من مشخص می‌گردد که نهال نوپای نشریه سامان به درخت تنومند امروز تبدیل نمی‌شود مگر به تلاش و کوشش تک‌تک همکاران عزیزمان در تحریریه و سایر بخش‌های مجله و همچنین تمامی همکارانی که به‌صورت مستمر و یا موردی با ارسال مقاله‌های خود، انجام مصاحبه‌ها، ارسال عکس و... با نشریه همکاری داشته و علی‌رغم همه مشکلات موجود همواره در مسیر تحقق اهداف نشریه سامان کوشیده‌اند. این شماره از نشریه بهانه‌ای است برای گرامیداشت زحمات همه آن عزیزان، ورق‌زدن خاطرات گذشته و مشخص کردن اهداف و چشم‌اندازهای آینده. اکنون ما در آستانه انتشار دویستمین شماره نشریه سامان قرار داریم؛ نشریه‌ای که سنگ بنای خود را بر اساس ارتقای کیفیت مدیریت ارتباطات و به‌اشتراک‌گذاری دانش و تجارب سازمانی در بانک سامان بنا نهاده و با وجود همه مشکلات موجود، پیوسته در مسیر تحقق آن کوشیده و امیدوارم تا بتواند بیش‌ازپیش رضایت مخاطبان عزیز را جلب نموده و پاسخگوی نیازهای آنان باشد.

وقتی که مقرر شد ویژه‌نامه دویستمین شماره نشریه سامان به چاپ برسد، به بیست سال پیش برگشتم. انتهای سال ۱۳۸۲، اولین شماره نشریه که در آن زمان به صورت پرینتی منتشر شد. در آن روزها بعد از وب سایت بانک نشریه سامان موثرترین کانال ارتباطی ما بین پرسنل شعب و ستاد و همچنین بانک سامان و مشتریان محسوب می‌گردید. در ابتدا تصمیم بر آن شد که با توجه به ماهیت کار و نیاز به جمع‌آوری اطلاعات به صورت فصلنامه منتشر شود.

فلسفه‌ای که برای ایجاد و تولید نشریه در نظر داشتم آگاهی پرسنل از آخرین اخبار و اطلاعات روز بانک و معرفی واحدهای ستادی و شعب مختلف سرتاسر کشور در قالب مصاحبه‌های اختصاصی بود. نشریه باعث شد ارتباطات سازمانی را تسهیل شده و فضای صمیمانه‌تری را میان خانواده جوان سامان ایجاد کند. در آن زمان هنوز شبکه‌های مجازی شکل نگرفته بود.

پس از حدود یک سال توانستیم مجوز رسمی انتشار نشریه را اخذ کنیم و از آن‌پس نشریه به‌صورت ماهنامه منتشر شد و به‌جرت می‌توان گفت که نشریه تا به امروز به‌صورت مداوم و بدون هیچ توقیفی منتشرشده است. همواره در انتشار نشریه سعی بر آن شد تا بتوان اطلاعات کاربردی



جشن انتشار شماره ۲۰۰ نشریه سامان

سخنران دیگر این مراسم، فرشته ضرابیه، مدیرمسئول نشریه سامان بود که سخنان خود را با یادآوری روزهای نخست تأسیس مجله آغاز کرد و گفت اسفندماه ۱۳۸۲ کار تهیه و تدوین اولین شماره نشریه شروع شد و نوروز سال ۱۳۸۳ اولین شماره را که به صورت پرتتی، در ۱۶ صفحه سیاه و سفید بود به دست همکاران رساندیم؛ مجله در آغاز به صورت فصلنامه بود و پس از آن از سال ۱۳۸۴، نشریه به صورت چاپی در آمد و ماهنامه شد. ضرابیه همچنین رسالت اصلی نشریه سامان را در آغاز اطلاع رسانی آخرین اتفاقات و اخبار بانک به همکاران عنوان کرد و گفت بعدها که نشریه جای خود را در بین همکاران باز کرد، اخبار شرکت های گروه مالی سامان را نیز به نشریه اضافه کردیم. ناصر بزرگمهر، سردبیر مجله سامان نیز به عنوان آخرین سخنران، پیش از اهدای هدایا به برخی از دست اندرکاران مجله سامان، سخنان خود را با جمله «به نام خدایی که هر چه بخواهد همان می شود» آغاز کرد؛ جمله ای آشنا که در آغاز تمامی سرمقاله های نشریه سامان به چشم می خورد. وی برای بیان اهمیت رسانه های مکتوب، اشاره ای داشت به سازمان صدا و سیما که با داشتن حدوداً ۵۰ شبکه تلویزیونی و فعالیت در شبکه های مجازی، همچنان رسانه مکتوب خود یعنی روزنامه جام جم را برای مخاطبان خاص خود، استوار و پابرجا نگاه داشته و تقویت کرده است. بزرگمهر نظم موجود در نشریه سامان و انتشار آن را در کل شبکه بانکی بی نظیر دانست. وی در بخش دیگری از سخنان خود در رابطه با محتوای نشریه عنوان کرد که تمام تلاش مجله سامان بر آن است تا در بیان مطالب، موازنه ای بین همکاران و مشتریان بانک برقرار باشد. بزرگمهر در پایان سخنان خود نیز از مدیرمسئول مجله بابت اعطای آزادی در فکر و اجرا در نشریه سامان تشکر و قدردانی کرد.

به مناسبت انتشار شماره ۲۰۰ نشریه سامان و قدردانی از دست اندرکاران این نشریه، مراسمی در محل آمفی تئاتر برج سامان برگزار شد. در این مراسم که با حضور محمد ضرابیه، بنیان گذار بانک سامان، برخی از اعضای هیئت مدیره، مدیرعامل و برخی از معاونین و مدیران ارشد بانک برگزار شد، ضمن اهدای هدایایی به دست اندرکاران این مجله، از تلاش های ایشان در راستای اعتلای نام سامان قدردانی شد. در آغاز این مراسم، فرنود حسینی، مدیر روابط عمومی و صدای مشتریان بانک سامان طی سخنانی کوتاه، ضمن خوشامدگویی به میهمانان مراسم، هدف از برگزاری این مراسم را تقدیر از کسانی عنوان کرد که طی بیست سال اخیر به روش های مختلف از نشریه سامان حمایت کردند. در ادامه مراسم، محمد ضرابیه، بنیان گذار بانک سامان نیز در بخش هایی از سخنان خود خطاب به حاضرین گفت: این موفقیت یعنی این استمرار و نظم در انتشار مجله سامان، نشان دهنده نظم در کل مجموعه سامان است. وی همچنین ضمن تقدیر از عملکرد دست اندرکاران نشریه برای انعکاس آخرین اخبار بانک سامان و گروه مالی سامان، عنوان کرد که همیشه مطالب این نشریه را پیگیری می کند. در ادامه مراسم، علیرضا معرفت، مدیرعامل بانک سامان نیز در خصوص انتشار دویستمین شماره از نشریه سامان بیان کرد: کار گروهی مستلزم برنامه ریزی و نظم است و همین عوامل توانسته این نشریه را استوار نگاه دارد. وی همچنین مهم ترین رسالت رسانه را تأثیرگذاری عنوان کرد و رسیدن نشریه سامان به بیستمین سال فعالیت و انتشار شماره ۲۰۰ مجله، نشان دهنده عمق تأثیرگذاری این نشریه است.







دویستمین شماره یک اتفاق است



ناصر بزرگمهر

nbozorgmehr@yahoo.com

به نام او که هر چه بخواید همان می شود

مشخص و در یک نشریه تجمیع و منتشر نماییم. شاید همین تصمیم، اجرای کار را کمی سخت کرد، اما در همه این مدت تلاش کرده ایم که ضمن پاسخ به سوال ازلی و ابدی (چه خبر؟) با یادداشت های کوتاه و مقالات مختلف و گوناگون در حوزه بانکی و پولی، در رشد دانش اقتصادی کارکنان و مشتریان موثر و مفید باشیم و حتی بتوانیم به عنوان یک منبع مناسب برای ارتقا شغلی همکاران باشیم.

۳/ بعد از انتخاب بازار هدف و تعیین مخاطب، موضوع تاثیر گذاری یک رسانه، مهمترین هدف دست اندرکاران یک رسانه است، اثر گذار بودن در مسایل اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، آموزشی و سایر حوزه های زندگی جمعی وظیفه اصلی رسانه بشمار می رود.

رسانه ها از جمله تشکلهایی هستند که بدون تاثیر گذاری مناسب بر مخاطب و افکار عمومی و در جایگاه حقوقی، بی معنا خواهند شد. یک رسانه، فرقی نمی کند که با چه محتوایی و برای چه مخاطبی و به چه شکل و فرمی منتشر شود، باید حرفی برای گفتن داشته باشد و بر یکایک مخاطبین خود تاثیر بگذارد.

همیشه تکرار کرده ام که رسانه، بدون مخاطب، مثل کلاس درس بدون دانش آموز است و معنا و مفهومی ندارد.

برای به دست آوردن مخاطب در رسانه، زمان و تلاش و نوآوری و دفاع از واقعیت ها الزامی و تعهد آور است، کاری که ما در همه دویست شماره انتشار تلاش کردیم که اینگونه باشیم.

رسانه مرتبط با یک سازمان خصوصی و یا یک وزارتخانه دولتی، وظیفه اطلاع رسانی داخلی و ایجاد ویرین زیبا برای نمایش عملکردهای واقعی و حتی غیرواقعی دارد، اما بدون شک، یک روابط عمومی آگاه و آشنا به علم

به دویستمین شماره مجله سامان رسیدیم، وقتی بیست سال قبل، برای انتشار نشریه سامان دعوت به همکاری شدم، خودم و یا مدیر مسئول و دیگر مسئولین باور نمی کردیم که مجله سامان به دویستمین شماره هم برسد و بتوانیم بیست سال دوام بیاوریم.

اما امروز من و همه دست اندرکاران مجله سامان و مدیران ارشد بانک سامان باور داریم که دویستمین سال انتشار نشریه را هم، آیندگان بدون حضور ما جشن خواهند گرفت و این راه که آغاز شده، ادامه خواهد یافت.

من در این یادداشت به چند نکته اشاره خواهم کرد:

۱/ بارها نوشته و گفته ام که انتشار روزنامه و یا هفته نامه و یا مجلات ماهنامه و فصلنامه، در سرزمین ما، قبل از اینکه دو یا سه شماره ای بشوند، جوانمرگ شده و از ادامه انتشار باز می مانند و برای اینکه یک ماهنامه مکتوب بتواند به عدد ۱۰ یا ۱۰۰ یا ۱۰۰۰ برسد، باید سالها ممارست و طاقت و حمایت و پایداری کند تا ۸۴ سال بگذرد و به عدد مثلاً ۱۰۰۰ برسد.

این عدد، یعنی تغییر نسل، تغییر تاریخ، تغییر زمانه، تغییر تکنولوژی و تغییر فرهنگ که معلوم نیست با خودش استمرار انتشار و یا نیاز به انتشار را همراه داشته باشد.

حالا اگر در این میان، یک نشریه داخلی سازمانی به عدد ۲۰۰ برسد، حتما باید شادمانی کرد.

۲/ نشریه سامان از همان ابتدا در جهت پاسخگویی به نیاز مخاطب بر دو محور حرکت کرد و بازار هدف مخاطبین خود را همزمان بر مشتریان بانک و کارکنان سازمان قرار داد و بر خلاف بسیاری از سازمان ها که معمولاً ۲ نشریه جداگانه درون سازمانی و برون سازمانی منتشر می کنند، ما تصمیم گرفتیم که نیازهای هر دو گروه را به شکل منطقی و در یک چارچوب

نشریه سامان از همان ابتدا، مخاطبین خود را همزمان مشتریان بانک و کارکنان سازمان قرار داد و این تصمیم، اجرای کار را کمی سخت کرد؛ اما در همه این مدت تلاش کردیم که با یادداشت های کوتاه و مقالات گوناگون در حوزه بانکی و پولی، در رشد دانش اقتصادی همکاران و مشتریان موثر باشیم.

هم منتشر شده است و لازم می دانم به یک نکته مدیریتی در رابطه با انتشار نشریه سامان اشاره کنم.

آزادی عمل در حوزه فکر و اجرا از مهمترین تصمیمات مدیریتی بشمار می رود، موضوعی که می تواند حوزه کاری شما را بزرگتر کند و این امکان را بوجود آورد که شما را ریسک پذیر کرده و صفحات بیشتری را در ذهن شما باز کرده و کارتان را گسترش دهد.

شهادت می دهم که یکی از ویژگی های مدیران ارشد بانک سامان، واگذاری صفر تا صد یک موضوع، به دیگری است.

من در طول بیست سال گذشته به یاد ندارم که با واژه های (این کار را بکن، آن کار را نکن، این مطلب را بگذار، آن مطلب را نگذار) آزار دیده باشم و همه این قصه، از برکت وجود مدیرانی آگاه، با دانش و شجاع بوده است که محدوده اختیارات همکاران خود را گسترش داده و به آنها اعتماد کرده اند و به تخصص و حرفه ای بودن احترام گذاشته اند.

۶/ انتشار دویستمین شماره مجله سامان را یک (اتفاق بزرگ) می دانم، اتفاق درونمایه ای دارد که امیدوارم در یادداشت نروزی در آن مورد بنویسم و توضیح دهم که هر انسانی و هر سازمانی نیاز به یک (اتفاق) در درون خودش دارد.

انتشار شماره ۲۰۰ مجله سامان را به عنوان یک اتفاق به همه مشتریان ارجمند، کارکنان بانک، مدیران ارزشمند و خصوصا آنها که خواننده همیشگی ما هستند و همکاران درون بانکی و بیرون بانکی خودم در مجله سامان که در این سالها با قلم و نگاهشان به پویایی انتشار مجله کمک کرده اند و خصوصا مدیر مسئول توانمند و مهربان نشریه سامان و مدیرعامل ارزشمند و تلاشگر و مدیر و کارکنان روابط عمومی بانک سامان، صمیمانه تبریک می گویم و از همه یاری شان سپاسگزارم و برای یکایک آنها بهترین ها را آرزو می کنم.

ارتباطات از تعریف و تمجید بیهوده جدا خودداری و رسانه خود را تبدیل به تبلیغ نامه نمی کند.

یک روابط عمومی با دانش و یک مدیرعامل عاقل، از نمایش بیهوده خود و سازمان متبوعش در بین افکار عمومی، دوری می کند و حتی از نقد و تحلیل و تفسیر سازمان خودش، توسط همکاران، روزنامه نگاران و اساتید ارزشمند استقبال می کند تا بدینوسیله سازمان مربوطه، پیشرفت و تعالی داشته باشد.

البته متأسفانه، بسیاری از مدیران از واژه نقد دوری می کنند و بیشتر دنبال تعریف و تمجید از خودشان هستند، درحالیکه در بسیاری از کشورهای توسعه یافته به منتقدین تحت عنوان (سوت زن) جایزه می دهند و تشویق و قدردانی می کنند، زیرا یک منتقد هوشمند، می تواند از یک حادثه بزرگ، یک فساد مالی و خطاهای دیگر جلوگیری کند.

آرزو می کنم که همیشه مدیرانی آگاه و با سواد داشته باشیم که آتش رسانه ها را زنده نگه دارند و از منتقدین خود حمایت کنند.

۴/ اهمیت داشتن یک تریبون برای هر وزارتخانه و نهاد و سازمان و بانک تا یک موسسه کوچک بر هیچکس پوشیده نیست، بسیاری از برندهای بزرگ دنیا به صورت آشکار و پنهان نسبت به داشتن رسانه مکتوب و رادیو و تلویزیون و این روزها دنیای مجازی تلاش می کنند تا بتوانند بازار هدف خود را پوشش بدهند. بدیهی است در این میان هرکدام از ابزار رسانه ای جایگاه و اهمیت ویژه خود را داشته و دارند، رابطه ای را که کتاب یا مجله و روزنامه با مخاطب خود برقرار می کند، رادیو و تلویزیون و موبایل نمی توانند انجام دهند. به همین دلیل همه سازمان های بزرگ تلاش می کنند که از ابزار گوناگون رسانه و با وسایل تبلیغاتی برای ارتباط با مخاطبین خود به نحو مناسب استفاده کنند.

۵/ من بیشترین مقاله و یادداشت را در حوزه مدیریت در سی چهل سال اخیر در مطبوعات کشور نوشته ام که بخشی از آنها در همین مجله سامان

گفت‌وگو با شهریار الماسی، مدیرعامل شرکت آفتاب تجارت سامان

آفتاب تجارت سامان در راه رشد و پیشرفت



شهریار الماسی هستم، ۵۳ ساله، دارای مدرک کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی (MBA) از دانشگاه تهران.

از ابتدا به کارهای فنی و اجرایی علاقه شدیدی داشتم و از سال ۷۸ مدیر تدارکات و فروش شرکت مهندسی پتروپدم که یکی از شرکت‌های برند در زمینه ساخت و تولید پمپ‌های رفت و برگشتی و سانتریفیوژ نفت و گاز است بودم و سال ۹۴ در شرکت خلیج فارس شیراز بعنوان

شرکت آفتاب تجارت سامان به عنوان یکی از شرکت‌های فعال گروه مالی سامان، در سال ۱۴۰۲ از حیث تعداد پرسنل نسبت به سال پیش از آن، رشدی تقریباً ۷۰ درصدی را تجربه کرد، از همین رو گفت‌وگویی مفصل با شهریار الماسی، مدیرعامل شرکت آفتاب تجارت سامان انجام دادیم تا از آخرین تحولات و خدمات این شرکت مطلع شویم.

● جناب آقای الماسی، لطفاً خودتان را معرفی کنید.

شرکت آفتاب تجارت سامان، الگوی
مهندسی پاکیزگی خود را با استفاده
از محصولات دکتر اشئل آلمان (مواد
شوینده صنعتی سازگار با محیط زیست)
و مبتنی بر استاندارد مدیریت صنعت
پاکیزگی (CIMS) پیاده‌سازی می‌کند.

تمامی شرکت‌های گروه مالی سامان، چندین بانک دیگر مثل بانک کارآفرین، بانک پارسیان، برخی سازمان‌های دولتی مثل وزارت امور خارجه، صنایع انرژی، سازمان انرژی هسته‌ای، شهرداری تهران، دانشگاه تهران و خط یک دو متروی تهران از جمله مشتریان شرکت آفتاب تجارت سامان هستند.

مدیر پروژه در زمینه دکل‌های نفتی و آبرسانی و سال ۸۶ در شرکت مهندسی پارس تهران به‌عنوان عضو هیئت مدیره در زمینه خرید، فروش و واردات دیزل، ژنراتور و الکترو موتور مشغول به فعالیت بودم و از سال ۱۴۰۱ در شرکت آفتاب تجارت سامان ابتدا به‌عنوان قائم مقام و در حال حاضر به‌عنوان مدیرعامل در خدمت شما هستم.

● **لطفاً شرکت آفتاب تجارت سامان را برای خوانندگان ما، بیشتر معرفی نمایید.**

شرکت آفتاب تجارت سامان، با هدف تأمین نیروی انسانی و ارائه خدمات فنی و پاکیزگی در خردادماه سال ۱۳۹۰ فعالیت خود را آغاز کرد و تا پایان سال ۱۴۰۱ تعداد نیروی انسانی فعال ۸۹۰ نفر بود که با تغییر استراتژی و حضور در مناقصات خط ۲ مترو تهران و دانشگاه تهران به بیش از ۱۵۰۰ نفر نیروی انسانی رسید و همچنین با ۱۰۰ نیروی متخصص در دفتر مرکزی و پروژه‌ها و استفاده از به‌روزترین تجهیزات مکانیزه نظافتی، بزرگ‌ترین شرکت فعال در حوزه خدمات به بانک‌های دولتی و خصوصی و سازمان‌ها است.

سهام‌داران آفتاب تجارت سامان، شرکت توسعه امید آتیه‌اندیش و شرکت تأمین آتیه کارکنان بانک سامان و کارگزاری بانک سامان است. به‌طورکلی بازار خدمات، بازار بسیار خوبی است و فضای کاری گسترده‌ای دارد؛ ولی اکثریت شرکت‌های خدماتی فعالیت خود را به‌صورت سنتی انجام می‌دهند درحالی‌که شرکت آفتاب تجارت سامان بیشترین استفاده را از دستگاه‌های مکانیزه صنعتی با محوریت سامانه‌های فناوری اطلاعات و با برنامه‌ریزی بر اساس الگوریتم‌های استاندارد تعریف شده می‌کند.

● **مهم‌ترین خدمات و محصولاتی که شرکت آفتاب تجارت سامان ارائه می‌دهد چه مواردی هستند.**

شرکت آفتاب تجارت سامان، الگوی مهندسی پاکیزگی خود را با استفاده از محصولات دکتر اشئل (مواد شوینده صنعتی سازگار با محیط‌زیست) مبتنی بر استاندارد مدیریت صنعت پاکیزگی (CIMS) در پروژه‌های خود پیاده‌سازی می‌کند و عمده خدمات ما به مشتریان در قالب دپارتمان‌ها تعریف شده است دپارتمان‌هایی مانند:

۱- مدیریت و راهبری مجتمع‌های چندمنظوره که فعالیت فروشگاه‌ها، مال‌ها، مجتمع‌های چندمنظوره و... که از چندین مازول یا دپارتمان

استفاده می‌شود؛ مانند برج سامان که جزء دسته دپارتمان مدیریت و راهبری است و خدمات مهندسی پاکیزگی، نگهداری تعمیرات، فضای سبز، کار در ارتفاع، حمل‌ونقل و خدمات عمومی به‌صورت یکجا با شرکت قرارداد دارد.

۲- دپارتمان مهندسی پاکیزگی که فعالیت آن بر ۴ بخش تقسیم می‌شود الف) کلین سرویس یا همان نظافت عمقی ب) نظافت و آراستگی خودپردازها و اتاقک خودپرداز ج) نظافت تابلو و نمای شعب و ساختمان‌های تجاری د) کلیه نظافت‌های تخصصی.

۳- دپارتمان نگهداری و تعمیرات (نت) که فعالیت تأسیسات (مکانیکال - الکتریکال) و (برودتی - حرارتی)، تعمیرات لوازم فنی و... را برعهده دارد

۴- دپارتمان فضای سبز که فعالیت آن طراحی و اجرا و نگهداری فضای سبز در داخل ساختمان و محوطه باز است.

۵- دپارتمان تخصصی کار در ارتفاع با فعالیت‌های خدمات نظافتی، نورپردازی نما، عایق‌بندی نما و... که فعالیت آن تخصصی و پرخطر و با ریسک بالا است و تمامی پرسنل این بخش دارای مدرک ایترتا هستند.

۶- دپارتمان حمل‌ونقل شهری، برون‌شهری و لجستیک جهت رفاه ایاب‌وذهاب مدیران در ساختمان‌های ستادی و شعب بانک سامان و سازمان‌های طرف قرارداد است.

۷- دپارتمان تأمین و توانمندسازی نیروی انسانی که فعالیت آن جذب و نگهداشت نیروی انسانی و آموزش آن‌ها در دوره‌های تخصصی بدو استخدام و ضمن خدمت، جهت انجام و ادامه کار در بانک‌ها و سازمان‌های بزرگ دولتی و خصوصی است.



۳- برنامه ریزی:

با استفاده از تکنولوژی روز و فناوری اطلاعات و استفاده از سامانه های وب اپلیکیشن طراحی شده برای تیم اجرایی و مشتریان تمامی وقایع قبل و بعد از اجرا، کارهای انجام شده و موقعیت مکانی (GPS) ثبت و تصویربرداری می شود و در سامانه بارگذاری می شود.

۴- محصولات شیمیایی:

همیشه باید در نظر داشت که نوآوری در مواد شیمیایی منجر به رویکردی سازگارتر با محیط زیست خواهد شد، هم از نظر کاهش استفاده از مواد شیمیایی و هم از نظر کاهش حجم آب؛ لذا باید از محصولات شیمیایی استفاده کنیم که سازگاری بیشتری با محیط زیست داشته باشد و انتخاب شرکت آفتاب تجارت سامان یکی از بهترین محصولات شیمیایی کشور آلمان به نام محصول شوینده صنعتی دکتر اشئل بود که توانستیم این محصول را در چرخه مواد شوینده صنعتی خود قرار دهیم.

● **دستاوردهای برجسته شرکت در سال گذشته و سال جاری را تشریح نمایید.**

در دی ماه سال ۱۴۰۱ تقریباً به مدت دو ماه در شرکت مشکلات را بررسی نمودم و متوجه شدم شرکت در سال های گذشته، سود نسبتاً معمولی و ثابتی داشته است و مشخص بود جهت توسعه و نوآوری جدید، استراتژی قدیمی دیگر جوابگو نیست و بایستی تحول اساسی در ساختار و زیرساخت ها انجام می گرفت و با مدیریت و استراتژی جدید در شش ماهه اول سال ۱۴۰۲ موفق شدیم سودی دو و نیم برابر کل سال

شرکت آفتاب تجارت سامان در سال ۱۴۰۲ با استراتژی جدید، دپارتمان های موجود را به روزرسانی کرد و چندین خدمت جدید جزء برنامه های آینده داریم که به زودی رونمایی می شود و در نهایت سعی خود را می کنیم تا کیفیت را متناسب با انتظار مشتری، شرایط استفاده و برندهای برتر بین المللی ارتقا دهیم که تا حد زیادی برنامه ریزی ها انجام شده و در بعضی زمینه ها هم پیشرو بوده ایم. ما سعی کرده ایم کیفیت کار همراه با پشتیبانی را در خدمات خود به مشتری ارائه نماییم. محقق شدن این هدف، موجب افتخار و شاخص شدن برند آفتاب تجارت سامان در میان رقبای شده است به طوری که در آینده خبرهای خوبی از نوآوری های آفتاب تجارت سامان خواهید شنید.

● **در صورت امکان، برخی از مشتریان خود را به خوانندگان نشریه سامان معرفی بفرمایید.**

بانک سامان، بیمه سامان و کلاً گروه مالی سامان، چندین بانک مثل بانک کارآفرین، بانک پارسیان، سازمان های دولتی مثل وزارت امور خارجه، صنایع انرژی، انرژی هسته ای، شهرداری، دانشگاه تهران، خط یک و خط دو مترو تهران که کل ایستگاه ها و پایانه های آن را شامل می شود و خیلی مشتریان دیگر جزء مشتریان ما هستند.

● **از مهم ترین مزیت های شرکت نسبت به شرکت های رقیب بگویید.**
در واقع آن چیزی که شرکت آفتاب تجارت سامان را از بین رقبای خود متمایز کرده است پیاده سازی اصول نوآورانه و پایدار در صنعت پاکیزگی کشور است. چرا که تیم اجرایی بر پایه الگوی مهندسی پاکیزگی فعالیت می کند. الگوی مهندسی پاکیزگی بر پایه چهار اصل است:

- ۱- نیروی انسانی
- ۲- تجهیزات و ملزومات
- ۳- برنامه ریزی
- ۴- محصولات شیمیایی

۱- نیروی انسانی:

یکی از برنامه های مهم حوزه خدمات پاکیزگی است که نیروی انسانی نقش بسزایی در آن دارد و وجود دستگاه های صنعتی به عنوان مکمل منابع انسانی، نقش قابل توجهی در ارتقای کیفیت این خدمات دارد.

۲- تجهیزات و ملزومات:

افزایش سرعت و کیفیت پاکیزگی، افزایش راندمان نیروی کاری و کاهش زمان پاکیزگی در کنار کاهش مصرف آب و مواد شوینده، از جمله مزایای استفاده از دستگاه های مکانیزه پاکیزگی در مقایسه با روش های پاکیزگی سنتی است که سودی همه جانبه را برای مشتریان به ارمغان می آورد. در واقع تمام دستگاه های مکانیزه صنعتی آفتاب تجارت سامان جزء به روزترین برندهای دنیا است که در صنعت خدمات استفاده می شود دستگاه هایی با نام اسکرابر خودرویی، اسکرابر دستی، واتر جت، نامشویی در ارتفاع، بخارشوی صنعتی، مبل شوی صنعتی، موکت شوی صنعتی، جاروبرقی صنعتی، ترولی های چندمنظوره و سایر تجهیزات که همه آنها فرایند نظافت و پاکیزگی را سرعت می بخشد.

در بخش ملزومات جالب است بدانید تی های نظافت ساده را که می بینید جزء بهترین برندها با نام تی تلسکوپ و از پارچه مخصوص میکروفایبر است که در ایران تولید نمی شود و نوع جنس خاص پارچه آن در اختیار شرکت سازنده است و آلودگی را به راحتی برمی دارد و رد آبی از خود بجای نمی گذارد.

۱۴۰۱ به ارمغان بیاوریم و با برنامه‌ریزی انجام شده و تمرکز بر مناقصات در حوزه خدمات با راهبرد عقد قرارداد خدمات حجمی توانستیم در ۳ مناقصه خدمات حجمی خط ۲ متروی تهران، خدمات حجمی پشتیبانی دانشگاه تهران و خدمات حجمی حمل و نقل سبک دانشگاه تهران برنده مناقصه شویم و تعداد کارکنان خود را از ۸۹۰ نفر به ۱۵۰۰ نفر افزایش دهیم و با تقویت در بخش فنی و اجرایی و کلیه خدمات دپارتمان‌ها، شروع جدیدی را آغاز نمودیم و در شش ماهه دوم با تمرکز و تکیه بر فناوری اطلاعات توانستیم پورتال و داشبورد مدیریتی داخلی را با همت تیم فناوری اطلاعات آفتاب تجارت سامان پیاده سازی کنیم و در برنامه سال آینده هوشمندسازی کلیه دپارتمان‌ها را در دستور کار قرار دادیم و جهت بالا بردن راندمان و انگیزه کارکنان شرکت، بخش خدمات رفاهی را راه‌اندازی کردیم و در وهله اول تیم فوتسال آفتاب تجارت را تشکیل دادیم و درصدد ایجاد امکانات رفاهی مانند استخر و سفرهای تفریحی سیاحتی جهت رفاه حال کارکنان و خانواده محترمشان خواهیم بود و در سال ۱۴۰۳ شرکت آفتاب تجارت سامان کاملاً متفاوتی را شاهد خواهید بود.

● پاکیزگی با دستگاه‌های مکانیزه صنعتی در مقایسه با روش‌های پاکیزگی سنتی چه تفاوتی دارد؟

افزایش سرعت و کیفیت پاکیزگی، افزایش راندمان نیروی کاری و کاهش زمان پاکیزگی در کنار کاهش مصرف آب و مواد شوینده، ازجمله مزایای استفاده از دستگاه‌های مکانیزه پاکیزگی در مقایسه با روش‌های پاکیزگی سنتی است که سودی همه جانبه را برای مشتریان به ارمغان می‌آورد.

شاید در نگاه اول بهره‌گیری از نیروی انسانی و روش‌های پاکیزگی سنتی، کم‌هزینه‌تر به نظر آید، اما بر اساس تحقیقات و آمار منتشرشده توسط انجمن بین‌المللی تأمین‌کنندگان تجهیزات پاکیزگی صنعتی (ISSA)، بیش از ۹۰ درصد از هزینه‌های شست‌وشوی سطوح، به هزینه‌های نیروی انسانی مربوط می‌شود که دستگاه‌های مکانیزه پاکیزگی، این هزینه‌ها را از میان برداشته و در کاهش هزینه‌های سازمانی نقش قابل توجهی دارند.

در حقیقت، پاکیزگی در صنعت ما، صرفاً تمیزکردن سطوح نیست. آلاینده‌های بسیار زیادی داریم که چه جامد، چه مایع و چه حالت گازی دارند و تمام آن‌ها را باید به نحوی جذب و جمع‌آوری کنیم که این شیوه را در مجموع، به نام پاکیزگی می‌شناسیم.

● از دیدگاه شما دستگاه‌های صنعتی چه مزایایی دارند؟

به نظر من، دستگاه‌های صنعتی از چند جنبه مزیت دارند؛ اول این که ما می‌توانیم سیکل تمیزکاری را سرعت دهیم. اگر در گذشته، فرض کنیم ما یک سالن ده‌هزار متری را هفته‌ای یک‌بار مجبور بودیم که تمیز کنیم؛ امروزه می‌توانیم روزانه با یک دستگاه صنعتی، این نظافت را انجام دهیم و سرعت عمل بیشتری داشته باشیم.

از بُعد دیگر، افرادی که به‌صورت دستی جارو می‌زدند؛ این آلاینده وارد چشم و ریه‌های آن‌ها می‌شد و خودشان هم به نحوی متأثر می‌شدند؛ ولی وقتی پاکیزگی با دستگاه صنعتی انجام شود؛ فرد کمتر فعالیت دارد، تنفس و عرق کمتری می‌کند و می‌تواند با ماسک و عینک کار کند و با

استفاده از دستگاه، پاکیزگی مربوطه را انجام دهد.

از طرف دیگر، کیفیت تمیزکاری دستگاه بالاتر است که با وجود دارابودن مکانیسم‌کننده‌ها، غبار بلند در محیط به وجود نمی‌آید و غبار موجود در داخل یک کیسه جمع‌آوری می‌شود و خیلی راحت می‌توان غبار را انتقال داده که یا دوباره بازیافت صورت بگیرد و یا به‌صورت زباله معدوم شود؛ بنابراین از جهت سرعت عمل و کیفیت کار و بهداشت فردی که این پاکیزگی دارد، دستگاه‌های صنعتی مفیدتر هستند.

به‌طورکلی تجهیزات صنعت پاکیزگی مانند اسکرابر خودرویی، اسکرابر دستی، بخارشوی، ترولی، جاروبرقی صنعتی، مبل شوی صنعتی، موکت‌شوی صنعتی، نماشوی، واترجت و سایر تجهیزات که شرکت آفتاب تجارت از آن استفاده می‌نماید جزو بهترین برندهای وارداتی اروپایی است به‌عنوان نمونه یک اسکرابر خودرویی معادل ۲ میلیارد تومان ارزش دارایی آن است و دستمال‌های میکروفایبری که ۱۰۰ درصد قابلیت شست‌وشو در ماشین لباسشویی را دارند و پس از اتمام شست‌وشو، پاکیزگی با آنها فوق‌العاده راحت است. دستمال میکروفایبر ضخیم با عملکرد جذب آب فوق‌العاده قوی، هنگام تمیزکردن لکه‌ای باقی نمی‌گذارد و به‌سرعت تمیز می‌کند، در حین استفاده بار الکترواستاتیکی آن، گردوغبار، آلودگی‌ها و موها را به‌راحتی جذب می‌کند.

● صنعتی‌شدن فرایندهای حوزه پاکیزگی مراکز خرید را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

حوزه پاکیزگی و بهداشت محیط مراکز خرید بخش مهمی از مسئولیت‌ها و وظایف اجرائی و مدیریتی است که با بهره‌گیری از عواملی همچون نیروهای خدماتی، تجهیزات پاکیزگی و ملزومات موردنیاز، سطح کیفی پاکیزگی را در مجموعه‌های خود مدیریت می‌کنند.

یکی از برنامه‌های مهم مرکز خرید و صنعت بهره‌برداری حوزه پاکیزگی و تشریفات است که نیروی انسانی نقش بسزایی در آن دارد و وجود دستگاه‌های صنعتی به‌عنوان مکمل منابع انسانی، نقش قابل توجهی در ارتقای کیفیت این خدمات دارد.

در سال‌های اخیر، تکنولوژی و صنعت به کمک مجتمع‌های چندمنظوره آمده و تجهیزات مدرن صنعتی جایگزین روش‌های طاقت‌فرسا و بعضاً غیراستاندارد سنتی شده تا در کوتاه‌ترین زمان ممکن و با صرف کمترین انرژی شاهد پاکیزگی مجتمع‌ها باشیم. صنعتی‌شدن فرایندهای حوزه نظافت مراکز خرید، موجب کاهش خطای انسانی می‌شود و خوشبختانه با وجود شرکت‌های معتبر گوناگون، شاهد به‌روز بودن تجهیزات این حوزه در کشور در مقایسه با سایر کشورهای پیشرفته هستیم.

● آینده صنعت نظافت را چه‌طور پیش‌بینی می‌کنید؟

امیدوارم در این صنعت در زمینه‌های زیر پیشرفت‌های چشمگیری را در صنعت پاکیزگی شاهد باشیم:

- حرفه‌ای شدن و در پی آن ارتقای چشم‌انداز شغلی
- پذیرش بیشتر فناوری پاکیزگی رباتیک
- قابل‌اعتمادتر و مقرون‌به‌صرفه‌تر شدن
- فناوری ارائه اطلاعات کلیدی مدیریت
- سیستم‌ها و شیوه‌های بدون مواد شیمیایی بیشتر
- افزایش تمرکز بر پایداری و مسئولیت‌پذیری



آفتاب تجارت سامان

(سهامی خاص)

خدمات آفتاب تجارت سامان

- مدیریت و راهبری مجتمع‌های چند منظوره
- مدیریت نگهداری و تعمیرات (نت)
- خدمات نظافت مکانیزه
- نظافت و آراستگی خودپردازهای بانکی
- خدمات شست و شوی تابلو و نما
- انجام عملیات گندزدایی، ضدعفونی و سمپاشی
- نگهداری، طراحی و اجرای فضای سبز
- مدیریت حمل و نقل درون شهری
- خدمات تخصصی کار در ارتفاع
- تأمین نیروی انسانی توانمند
- آموزش، توسعه و توانمندسازی کارکنان سازمان‌ها
- تحقیقات بازار، نظرسنجی و انجام طرح‌های پژوهشی

۰۲۱ - ۴۷۷۰۲۰۰۰

www.aftabts.com



آفتاب تجارت سامان

(سهامی خاص)



دپارتمان تخصصی

کار در ارتفاع

Rope Access



• خدمات شهری کار در ارتفاع

• خدمات صنعتی کار در ارتفاع

• مشاوره

• بازرسی

• آموزش



۰۲۱-۴۷۷۰۲۰۰۰

www.aftabts.com

تهران، خیابان خالد اسلامبولی (وزرا)،

کوچه شهید رفیعی (۲۰)، پلاک ۴

مدیر سرمایه‌گذاری بانک سامان:

به دنبال ارائه ارزش پیشنهادی برای مشتریان بانک هستیم

| جعفر تکبیری |
| عکس‌ها: نیلوفر فیاض |

دانشگاه آزاد تهران شمال در سال ۹۸ دفاع کردم و در حال حاضر درگیر مقاله آن هستم. همچنین علاقه‌ام به امور حوزه سرمایه‌گذاری و مالی است لذا به مسائل سرمایه‌گذاری و کتاب‌های این حوزه علاقه دارم.

• مسیر شغلی خودتان را تا رسیدن به جایگاه فعلی، تشریح کنید.
من مدتی در سازمان حسابرسی، حسابرس بودم و ۳ سال هم در وزارت بازرگانی به کار کارشناسی و تحلیل شرکت‌های زیر مجموعه وزارت بازرگانی می‌پرداختم و چندبار از طرف وزیر تقدیر شدم. زمانی که وزارت بازرگانی بودم در قسمت امور مجامع وزارت‌خانه کار می‌کردم و همزمان به ارائه مشاوره به برخی شرکتهای خصوصی هم می‌پرداختم و مدیر مالی یک شرکت خصوصی بودم. بعد از آن در سال ۱۳۸۵ وارد بانک سامان شدم.

در آغاز وارد مدیریت بهبود و کیفیت شدم، حدود یک سالی آنجا بودم بعد با تلاش سایر همکاران، در سال ۱۳۸۷ مدیریت سرمایه‌گذاری را تأسیس کردیم. از نوشتن شرح وظایف و حدود شغلی تا خیلی کارهای دیگر توسط تیم ما صورت گرفت. البته پشتیبانی و حمایت جناب آقای ضرابیه در این مسیر بی‌نظیر بود و اگر ایشان نبود قطعاً این اتفاقات نمی‌افتاد چون در آن سال‌ها اصلاً مدیریت سرمایه‌گذاری نداشتیم. به عنوان یکی از اولین کارها که در کل شبکه بانکی هم بی‌نظیر بود، راه اندازی صندوق‌های سرمایه‌گذاری برای بانک سامان بود. همچنین انتشار اولین صکوک بانکی در سال ۸۸ را هم می‌توان به عنوان اقدامات مدیریت سرمایه‌گذاری برشمرد. همچنین ایجاد و مدیریت پورتفوی سرمایه‌گذاری بورسی به نحوی که در قالب تحلیل و تصمیم‌گیری ساختاریافته بتواند سودسازی کند، امور شرکت‌های زیرمجموعه بانک و ... از جمله اقدامات مدیریت سرمایه‌گذاری بود. بعد از چندسال من برای مدتی به مدیریت مشتریان ویژه و اختصاصی رفتم و آنجا امور مدیریت ثروت را برای این مشتریان به عهده گرفتم تا اینکه حدود سال ۱۳۹۶ دوباره با تشخیص مدیریت ارشد به مدیریت سرمایه‌گذاری برگشتم و معاون مدیریت و سپس مدیرسرمایه‌گذاری شدم.

• لطفاً نمایی کلی از مدیریت سرمایه‌گذاری ارائه دهید.
تعداد کارشناسان این مدیریت ۵ نفر است و در خصوص وظایف محوله هم باید بگویم که امور سرمایه‌گذاری بانک، آنچه مربوط به بازار سرمایه و بانک می‌شود، بررسی نقدشوندگی سهام در پاسخ به استعلامات واحدهای اعتباری جهت توثیق سهام مربوطه، امور مجامع، تحلیل و بررسی شرکتهای تابعه بانک و صندوق‌های بانک، پذیرفته‌شدن سهام بانک سامان در فرابورس، نظارت مستمر بر صندوق‌های سرمایه‌گذاری،



این روزها تپ‌وتاب بازار سرمایه و اتفاقات حواشی آن باعث شده که نگاه‌ها و توجه‌ها به این حوزه بیش از هر زمان دیگری شود. به‌ویژه آنکه پس از ریزش شدید بازار سرمایه در سال ۱۳۹۹ نگاه‌ها به این بازار با تردید همراه بود. اما آنچه در بانک سامان اتفاق افتاد، فرایند مثبتی بود که باعث افزایش درآمد‌های ناشی از پورتفوی سرمایه‌گذاری بانک سامان بود. اتفاقی که ثمره تلاش همکارانمان در مدیریت سرمایه‌گذاری بانک سامان بود. از این رو، در این شماره از نشریه سامان گفتگویی با محمدرضا ملک‌محمدی، مدیر سرمایه‌گذاری بانک سامان انجام دادیم که در ادامه می‌خوانید.

• لطفاً خودتان را معرفی کنید.
محمدرضا ملک‌محمدی هستم، ۴۶ ساله و دکتری مدیریت مالی را از

در پروژه سامان ۱۴۰۴ قرار است برای مشتریان هدف بانک، ارزش پیشنهادی ارائه کنیم تا با تجربه بانکی خوبی که از ما می‌گیرند وفادارتر بشوند و ما را به دیگران معرفی کنند و از این طریق انتخاب اول آنها شویم.

● مهم‌ترین دستاوردهای این مدیریت در سال جاری و اخیر چه بوده است؟

معتقدم اگر درست کار کنیم همه کارهای ما می‌تواند دستاورد باشد، مثلاً در برنامه اخیر افزایش نرخ‌های گواهی سپرده به ۳۰٪، همه بانک‌ها و صندوق‌های سرمایه‌گذاری شبیه اتفاقی که در سال ۱۳۹۶ افتاد از بابت کاهش ارزش اوراق با درآمد ثابت خود متضرر شدند؛ اما بانک سامان محتمل زیان نشد. از جمله اقدامات دیگر، پذیرفته شدن بانک سامان در تابلوی اول بازار فرابورس ایران بوده است که در کوتاه‌ترین زمان ممکن با تلاش شبانه‌روزی همکاران این مدیریت صورت پذیرفت.

● به کدام‌یک از دستاوردهای خود در دوران تصدی این جایگاه، افتخار می‌کنید؟

به اینکه توانسته‌ایم رویکرد فکری سیستمی ایجاد کنیم و این طرز فکر را در مدیریت سرمایه‌گذاری و بانک ایجاد کنیم که مدیریت سرمایه‌گذاری می‌تواند در تصمیم‌سازی مسائل شرکت‌های زیر مجموعه و محصولات سرمایه‌گذاری تأثیرگذار باشد. به عنوان مثال مدیریت سرمایه‌گذاری در بین کل بانک‌ها و با کمترین تعداد نیرو توانسته اولین واحدی باشد که صندوق‌های سرمایه‌گذاری را توسعه می‌دهد. ما در اواخر دهه ۸۰ جلسات آموزشی مفصلی برای همکاران شعب داشتیم و همکاران ما در شعب همکاری خوبی داشتند به نحوی که سازمان بورس در جلسات از شعب سامان به عنوان کم خطا ترین یاد کردند، این حرکت تیمی و سیستمی جای افتخار دارد.

همچنین پذیرش سهام بانک سامان در بازار سرمایه در سال ۱۴۰۲، انتشار اولین صکوک بانکی برای سامان در سال ۱۳۸۸، تهیه پورتنوی اوراق با بالاترین بازده و کوتاه‌ترین دیرش در سال‌های اخیر با کمک و راهنمایی مدیریت ارشد را می‌توان از افتخارات این مدیریت دانست.

توسعه محصولات سرمایه‌گذاری، بهینه نمودن مدیریت اوراق و ریپوی اوراق و ارتباط با بانک مرکزی و تأمین مالی اوراق، تأمین مالی برای بانک از محل انتشار اوراق یا برای شرکتها از محل افزایش سرمایه یا انتشار اوراق بر عهده مدیریت سرمایه‌گذاری است.

تحلیل عملکرد شرکت‌های گروه، بررسی افزایش سرمایه‌های آنها و اصلاح و بهینه‌کردن نحوه تأمین مالی و موافقت یا مخالفت؛ بررسی برنامه‌های آنها، امور مجامع و مانیتورینگ برنامه‌های ایشان و کلا امورات شرکت‌های تابعه نیز با این مدیریت است.

همچنین مدیریت سرمایه‌گذاری در واقع پنجره بانک با بازار سرمایه است کلیه امورات بانک با بازار سرمایه به طور عمده از این مدیریت هماهنگ می‌شود، مسائل سازمان بورس، بورس‌های کالا و اوراق بهادار و فرابورس و...

● مهم‌ترین مصرف‌کننده خدمات مدیریت شما چه کسانی هستند؟
در واقع مهم‌ترین مصرف‌کننده خدمات این مدیریت خود بانک و مدیریت ارشد است. از طرف دیگر در بحث اوراق، مصرف‌کننده دیگر خدمات این مدیریت، مدیریت حسابداری و خزانه‌داری است که با ریپوی اوراق باعث ورود نقد و تأمین مالی می‌شویم یا با فروش به موقع اوراق و خرید به موقع اوراق و سرمایه‌گذاری به موقع در این حوزه کمک می‌کنیم. همچنین دیگر مصرف‌کننده خدمات این مدیریت، شعب و دفاتر بانکداری اختصاصی هستند از این حیث که فروشنده محصولات سرمایه‌گذاری هستند. همچنین در بحث تحلیل نقدشوندگی سهام، مصرف‌کننده دیگر خدمات این مدیریت واحدهای اعتباری بانک خواهند بود.

● در پروژه سامان ۱۴۰۴، چه اهدافی برای مدیریت شما در نظر گرفته شده است و تا به حال چه میزان از این اهداف را محقق ساخته‌اید؟

در پروژه سامان ۱۴۰۴ قرار است برای مشتریان هدف بانک، ارزش پیشنهادی ارائه کنیم تا با تجربه بانکی خوبی که از ما می‌گیرند وفادارتر بشوند و ما را به دیگران معرفی کنند و از این طریق انتخاب اول آنها شویم. در راهکار محصولات پیشنهادی به این گروه از مشتریان (تأمین مالی، مدیریت ثروت، مشاوره و ...) می‌توانیم ایفای نقش کنیم. نقش این مدیریت به عنوان توسعه دهنده محصولات سرمایه‌گذاری مهم است و هم اکنون در ارتباط با شرکت‌های نهاد مالی در گروه سامان این نقش را به انجام می‌رسانیم. توضیح بیشتر اینکه در حال پیاده‌سازی سامانه مدیریت ثروت با همکاری شرکت کاردان هستیم.

را نیز استانداردسازی کنیم. همچنین لازم است بگویم که امیدوارم بتوانیم در وهله نخست، ریسک‌های سرمایه‌گذاری را به‌خوبی شناسایی و کنترل نماییم و در وهله بعد مدیریت خوبی بر آنها داشته باشیم. البته بزرگ‌ترین محدودیت حوزه عملکردی این مدیریت این است که بانک مرکزی ممنوعیت‌های گسترده‌ای برای سرمایه‌گذاری بانک‌ها وضع نموده است. حتماً در مکتوبات و گفتارها زیاد شنیده‌اید که بانک‌ها نباید وارد شرکت‌داری بشوند، همین مسئله حکایت از دستورالعمل‌های متعددی دارد که هر نوع سرمایه‌گذاری بانک‌ها با جرایمی در سرمایه‌نظارتی و... مواجه است که این دست ما را بسته است؛ اما به‌هرحال هر آنچه می‌توانیم انجام دهیم را سعی می‌نماییم با بهترین کیفیت انجام دهیم و درعین حال محدودیت‌های مراجع نظارتی را هم رعایت کنیم. همچنین از دیگر برنامه‌های این مدیریت توسعه خدمات سرمایه‌گذاری (در چارچوب قوانین سازمان بورس) و توسعه محصولات در زمینه مدیریت ثروت است.

از جمله اقدامات این مدیریت در سال جاری، پذیرفته‌شدن بانک سامان در تابلوی اول بازار فرابورس ایران بود که در کوتاه‌ترین زمان ممکن صورت پذیرفت.

همچنین از افتخارات مدیریت سرمایه‌گذاری در طول ۵ سال اخیر این است که توانسته بسیاری از وظایف را استانداردسازی کرده و به واحد بهره‌بردار تحویل بدهد. مثلاً بررسی نقدشوندگی سهام از جمله کارهایی بود که قبلاً به‌صورت کیفی اظهارنظر می‌شد؛ اما ما توانستیم پس از بررسی و استخراج شاخص‌های مؤثر و کمی‌سازی و مصوب کردن آن، این بخش از وظایف مدیریت را به‌صورت ساختاریافته انجام بدهیم تا راه را بر اظهارنظرهای سلیقه‌ای ببندیم. همچنین پورتفوی اوراق بانک در اختیار این مدیریت است که سعی می‌شود از نظر بازده و نقدشوندگی در استاندارد قابل‌قبولی مدیریت شود.

• از مهم‌ترین برنامه‌های این مدیریت برای سال یا سال‌های آتی بفرمایید

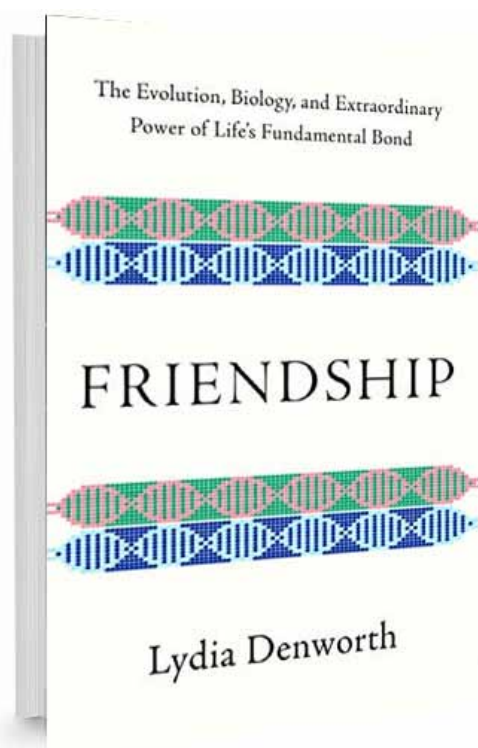
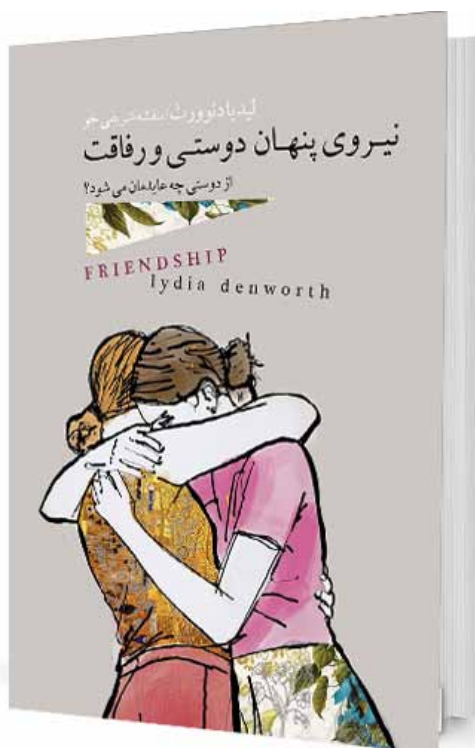
برنامه این مدیریت برای سال آینده ادامه و تکمیل پروژه مدیریت ثروت و ارائه محصولات سرمایه‌گذاری برای بانک و مشتریان و نظارت بیشتر بر شرکت‌های تابعه است و قصد داریم نظارت بر شرکت‌های تابعه



نیروی پنهان دوستی و رفاقت

Friendship:
By Lydia Denworth

اثر لیدیا دنوورث
مترجم: بنفشه شریفی‌خو



میشه از روابط دوستانه‌ای که درست کردیم غافل بشیم. لیدیا دنوورث با این کتاب هم ریشه‌های تکاملی دوستی رو نشونمون میده و هم بهمون میگه که حفظ و تقویت پیوندهای دوستانه به اندازه ورزش، و غذای سالم برای طول عمر و سلامتمون ضروریه.

درباره نویسنده

لیدیا دنوورث خبرنگار علمی آمریکایی است. در پنسیلوانیا به دنیا آمده و در دانشگاه پرینستون تاریخ خوانده. دنوورث به‌عنوان نویسنده با مجله‌های آتلانتیک، نیویورک تایمز، وال استریت ژورنال، نیوزویک، تایم و نشریات دیگر همکاری می‌کند.

چکیده‌ای از کتاب

دوستی یک نیاز ضروری بیولوژیکه. ما همون طور که به غذا نیاز داریم برای زنده موندن به دوست هم نیاز داریم. فقط هم مسئله این نیست که روح و روانمون به دوستی نیاز داره، رابطه دوستانه روی امواج مغزمون، سیستم قلبی و عروقی و سیستم ایمنی بدنمون اثر می‌ذاره. سؤال اینه که این دوستی چیه و چطوری تأثیر می‌ذاره روی عملکرد بدنمون. فرق دوستی با رابطه خویشاوندی و رابطه رمانتیک چیه؟ و در نقطه مقابل دوستی، تنهایی چطور ما رو به کشتن می‌ده.

درباره کتاب

کتاب نیروی پنهان دوستی و رفاقت یا از دوستی چه عایدان می‌شود؟ نوشته لیدیا دنوورث با ترجمه بنفشه شریفی‌خو در انتشارات بذرخرد به چاپ رسیده است. گروه متفاوتی از دانشمندان که به سلامتی، زیست‌شناسی و تکامل می‌پردازند به پدیده دوستی علاقه پیدا کرده و با دیدی جدید به آن می‌نگرند. حالا دیگر می‌دانیم که دوستی، بخش بسیار مهمی از رفتار اجتماعی است که مدت‌ها از چشم ما پنهان بوده است. این کتاب به مطالعه جنبه‌های پیدا و پنهان دوستی می‌پردازد؛ پدیده‌ای که در طول زندگی و بر اساس توانایی‌ها و دسترسی‌پذیری افراد و به عبارت دیگر بسته به اینکه تا چه اندازه خود را در معرض امکانات آن قرار می‌دهیم، تغییر شکل می‌دهد.

این کتاب مناسب چه افرادی است؟

دوستی آن‌قدر برای ما آشنا است که فکر می‌کنیم همه چیز رو درباره‌اش می‌دونیم، اما چیزهای زیادی هست که ازش غافلیم. مثلاً ارتباط دوستی با سلامتی، شادی و طول عمر. اینکه هرچقدر سنمون بالاتر میره دوست پیدا کردن برامون سخت‌تر میشه و نیازمون هم به دوست بیشتر میشه. مدرسه و دانشگاه محیطی رو فراهم می‌کنه که راحت‌تر بتونیم دوست پیدا کنیم و مشغله‌های زندگی شخصی و شغلی در سنین بالاتر باعث

چت بات ها و دستیاران مجازی



حسین استادی
مسئول مرکز خدمات
۱۷ شهرپور مشهد



شباهت هایی دارند، نیازهای متفاوتی را برطرف می کنند و به طور متفاوتی به کار می روند.

تفاوت بین چت بات ها و دستیاران مجازی آن است که یک دستیار مجازی در انجام تجارت کمک می کند و یک ربات چت پشتیبانی مشتری را ارائه می دهد. درحالی که هر دو رابط مکالمه هستند شناخت آن برای سازمان ها مهم است تا تفاوت های بین این دو را درک کنند و آنها بتوانند به طور عاقلانه از آنها در عملیات خود استفاده کنند.

تفاوت بین چت بات ها و دستیاران مجازی را می توان به شرح زیر بررسی کرد:

۱- آنها از فناوری های مختلف استفاده می کنند چت بات ها می توانند مبتنی بر قانون، قدرت یادگیری ماشین یا متنی باشند.

این بدان معنی است که آنها می توانند در سطوح مختلف پیچیدگی عمل کنند. آنها را می توان بر روی یک درخت تصمیم با تعامل از طریق دکمه ها و مجموعه ای از پاسخ های از پیش تعریف شده یا اسکریپت ساخت. ربات های گفتگوی مبتنی بر ML با درک ورودی ها و درخواست های مشتری با یادگیری مداوم در طول زمان عمل می کنند. چت بات های متنی یا هوش مصنوعی به الگوریتم های هوش مصنوعی (AI)، یادگیری ماشین (ML) و پردازش زبان طبیعی (NLP) برای یادگیری مداوم و حفظ زمینه برای شخصی سازی مکالمات متکی هستند. دستیارهای مجازی هوشمند برای درک بهتر دستورات زبان طبیعی و یادگیری از موقعیت ها به درک پیشرفته زبان طبیعی (NLU) و هوش هیجانی مصنوعی متکی هستند. آنها همچنین می توانند با موتورهای جستجو مانند گوگل و بینگ ادغام شوند و اطلاعات را از آنها جمع آوری کنند.

۲. آنها سطوح مختلفی از هوش را نشان می دهند بیشتر چت بات ها (مگر اینکه ماهیت متنی داشته باشند)، فقط می توانند به درخواست هایی بپردازند که در آنها برنامه ریزی شده اند.

امروزه، پیشرفت های دنیای هوش مصنوعی مکالمه ای، نه تنها به سازمان ها و کسب و کارها کمک می کند، بلکه بر زندگی شخصی ما نیز تأثیر می گذارد.

دو فناوری محبوب دنیای هوش مصنوعی، چت بات ها و دستیاران مجازی هستند که اغلب به اشتباه یکسان در نظر گرفته می شوند، درحالی که هر دو برنامه های کامپیوتری با هوش مصنوعی هستند و توانایی تعامل با کاربران انسانی خود را دارند، اما ساختارها، نقش ها و اهداف متفاوتی دارند.

چت بات چیست؟

چت بات ها برنامه های هوشمندی هستند که از طریق رسانه های نوشتاری یا شنیداری با کاربران در مکالمات انسان مانند، درگیر می شوند. برخی از عملکردهایی که توسط ربات های گفتگو انجام می شود شامل ارائه دستورالعمل ها به مشتریان برای تکمیل یک کار، جمع آوری و اشتراک گذاری اطلاعاتی مانند جزئیات محصول یا تماس مشتریان، تنظیم قرار ملاقات ها از یک تقویم و ادغام با پایگاه دانش یا پورتال سلف سرویس برای ارائه پشتیبانی در زمان واقعی به مشتریان است.

دستیار مجازی چیست؟

دستیار مجازی یک عامل شخصی مبتنی بر نرم افزار است که به ما در انجام کارهای ساده روزانه کمک می کند. عملکردهای آنها از بسیاری جهات شبیه به کاری است که یک دستیار انسانی شخصی می تواند انجام دهد به عنوان مثال رزروها را بررسی کند، آلارم تنظیم کند، تماس برقرار کند، پیام ها را تایپ کند، گردش کار را خودکار کند، قرار ملاقات ها را برنامه ریزی کند، یادآوری کند و راهنمایی بدهد. آنها کمک های شخصی و غیبیایی را به شیوه ای انسانی ارائه می دهند. دستیاران محبوب عبارتند از Amazon Alexa، Cortana، مایکروسافت، Apple Siri و Google Assistant.

درحالی که هر دو محصول هوش مصنوعی هستند و در پایه های خود

WhatsApp و Facebook Messenger و برنامه‌های تلفن همراه و ویجت‌های چت درون برنامه مستقر هستند. آنها دارای یک رابط کاربری مکالمه (CUI) هستند که ارتباط چت مانند را امکان پذیر می کند. دستیارهای مجازی در دستگاه‌هایی مانند Google Home و Amazon's Echo ادغام شده اند. آنها می توانند یک رابط مبتنی بر چت داشته باشند و همچنین می توانند با استفاده از دستورات صوتی بدون رابط کار کنند

۵. رابط آنها ممکن است متفاوت باشد چت بات ها دارای یک رابط کاربری مکالمه (CUI) هستند که ارتباطی شبیه به چت را امکان پذیر می کند، در حالی که دستیاران مجازی می توانند یک رابط مبتنی بر چت داشته باشند و همچنین می توانند با استفاده از دستورات صوتی بدون رابط کار کنند.

کدام یک را باید انتخاب کنید: چت بات یا دستیار مجازی؟

اکنون ما مزایای مختلف ارائه شده توسط ربات های گفتگو و دستیاران مجازی را می دانیم. گام بعدی این است که بدانید چه زمانی باید کدام راه حل را انتخاب کنید. اگر به دنبال بهبود تعامل با مشتری و عملیات پشتیبانی در کسب و کار خود هستید، باید به سمت یک ربات چت بروید که این قابلیت ها را ارائه می دهد اما اگر می خواهید بهره وری را بهبود ببخشید، به یک دستیار مجازی نیاز دارید که به شما در واگذاری و تکمیل وظایف کمک کند. درحالی که هر دو محصول هوش مصنوعی هستند و در پایه های خود شباهت هایی دارند، نیازهای متفاوتی را برطرف می کنند و به طور متفاوتی به کار می روند.

آنها می توانند گفتگوهای کوتاه و مستقیم داشته باشند. آنها مکالمه را به عناصر کوچک تر تقسیم می کنند و آن را به قالبی ساختاریافته و قابل هضم برای برنامه تبدیل می کنند و اجازه می دهند که یک متن ثابت پخش شود. دستیارهای مجازی برای درک معنایی ارتباطات انسانی و برقراری مکالمات طولانی برنامه ریزی شده اند اما نمی توانند به طور مداوم زمینه را بسنجند. آنها عامیانه، همدلی و احساسات انسانی را که از طریق زبان منتقل می شود، درک می کنند.

۳. کارکرد اصلی آنها بسیار متفاوت است.

چت بات ها عمدتاً راه حل های مبتنی بر شرکت هستند درحالی که دستیاران مجازی کاربرمحور هستند. چت بات ها به کسب و کارها کمک می کنند تا بهترین تجربه و تعامل ممکن را به مشتریان خود و همچنین تیم های فروش و بازاریابی خود ارائه دهند. به عنوان مثال، ربات چت H&M به عنوان یک طراح شخصی عمل می کند و لباس ها را بر اساس سبک شخصی مشتری توصیه می کند که منجر به تجربه کاربری شخصی شده می شود. عوامل یا دستیاران مجازی برای تسهیل عملیات تجاری یا گاهی اوقات شخصی وجود دارند. آنها مانند دستیاران شخصی عمل می کنند که توانایی انجام وظایف خاص و پیچیده را دارند. برخی از عملکردهای آنها شامل خواندن دستورالعمل ها یا دستورالعمل ها، ارائه به روزرسانی در مورد آب و هوا، و درگیر کردن کاربر نهایی در یک مکالمه معمولی یا سرگرم کننده است

۴. آنها در کانال های مختلف مستقر هستند ربات های چت در وبسایت ها، پورتال های پشتیبانی، برنامه های پیام رسانی مانند





اصل حد بی کفایتی پتر

اعلی محمد مصدق راد

نیست؛ بهترین بازیکن فوتبال، لزوماً بهترین مربی فوتبال نیست؛ بهترین خلبان، لزوماً بهترین راننده نیست؛ بهترین معلم مدرسه، لزوماً مدیر مدرسه خوبی نیست؛ بهترین جراح، بهترین مدیر بیمارستان نیست؛ بهترین معاون دانشکده، لزوماً معاون خوبی برای دانشگاه نیست، و بهترین استاد دانشگاه لزوماً بهترین رئیس دانشگاه نیست.

در نتیجه، در سازمان‌ها با مدیرانی روبه‌رو هستیم که شایستگی جایگاه شغلی خود را ندارند. آن‌ها در سطحی بالاتر از توانمندی‌های خود باقی مانده‌اند و در جا می‌زنند. یک مدیر بی کفایت در آخرین موقعیت قبلی خود شایسته بود.

مدیران برای پیشگیری از بروز این مشکل باید شرایط احراز شغل را ملاک انتخاب فرد قرار دهند و به موفقیت او در موقعیت شغلی قبلی فقط توجه نکنند. علاوه بر این، برگزاری دوره‌های آموزشی و توانمندسازی قبل و بعد از ارتقای شغلی منجر به بهبود شایستگی‌های شغلی کارمند برای انجام بهتر وظایف مربوطه می‌شود. آموزش سطح کفایت کارکنان را بهبود می‌بخشد.

مدیران نباید اجازه دهند که کارکنان به حد بی کفایتی برسند. مدیران از روش تنزل مقام هم می‌توانند استفاده کنند و کارمندی که ارتقا یافته، ولی عملکرد خوبی در شغل جدید ندارد را به موقعیت شغلی قبلی تنزل مقام دهند. کارکنان هم نباید موقعیت‌های شغلی بالاتر که شایستگی‌های لازم احراز آن را ندارند بپذیرند، اگرچه مدیران ارشد به آنها پیشنهاد دهند. آنها در صورت قبول ارتقای شغلی و شکست در آن موقعیت شغلی با چالش‌های زیادی مواجه خواهند شد و آینده شغلی خود را به خطر می‌اندازند و حتی ممکن است که اخراج شوند.

مدیران برای استفاده درست از اصل حد بی کفایتی پتر باید:

۱. شرح وظایف شغل را مشخص و شرایط احراز شاغل را تدوین کنند.
۲. کارمند را قبل از ارتقا به موقعیت شغلی بالاتر با استفاده از معیارهای عینی شرایط احراز شغل ارزیابی کنند تا مطمئن شوند که او از عهده کار جدید بر می‌آید.

۳. برنامه جانشین‌پروری داشته باشند و کارکنان را قبل از پیشنهاد پست جدید، آموزش دهند.

۴. اهدافی چالشی برای کارکنان در نظر بگیرند و عملکرد آنها را مستمر ارزیابی کنند و به آنها بازخوردهای لازم برای بهبود عملکرد بدهند.

منبع: گاهنامه مدیر

اصل حد بی کفایتی پتر The Peter Principle توسط لارنس پتر Laurence Peter معلم و جامعه‌شناس کانادایی در سال ۱۹۶۹ میلادی بیان شد. او بر اساس مطالعات خود به این نتیجه رسید که کارکنان تا حد بی کفایتی خود در سازمان پیشرفت می‌کنند.

کارکنان وقتی در یک پست شغلی موفق می‌شوند، فکر می‌کنند که شایسته ارتقا به پست بالاتر با حقوق و دستمزد بیشتر هستند. مدیران هم فکر می‌کنند که موفق بودن کارمند در پست قبلی، شاخص پیش‌بینی‌کننده خوبی برای عملکرد او در موقعیت شغلی جدید است؛ بنابراین، در سازمان برای ارتقای فرد به یک موقعیت جدید، به جای ارزشیابی شایستگی‌ها و توانمندی‌های او برای پست جدید، به توانمندی‌ها، شایستگی‌ها و دستاوردهای او در موقعیت قبلی توجه می‌شود. در حالی که، کارمند ممکن است در شغل جدید شایستگی‌های لازم را نداشته باشد و در آن موقعیت شغلی در جا بزند و باقی بماند.

به عبارتی، کارمند در این وضعیت ناشایستگی متوقف خواهد شد و ارتقا نمی‌یابد. کارمند با قبول این واقعیت که شایستگی‌های لازم را برای آن پست مدیریتی ندارد، برای جلوگیری از شکست احتمالی، محتاطانه‌تر عمل می‌کند و اهداف ملایم‌تری را انتخاب می‌کند و در نتیجه، پیشرفت چندانی نخواهد داشت. در حقیقت، با افزایش سن کارمند، او انگیزه کمتری برای انجام کارهای چالشی خواهد داشت.

از طرف دیگر، با دریافت نکردن آموزش‌های لازم، توانمندی‌ها و عملکرد او کاهش می‌یابد و در آن موقعیت شغلی امکان رشد و ترقی نخواهد داشت. پتر این اصل را یکی از دلایل ناکارآمدی سازمان‌های بوروکراتیک دولتی بیان کرده است.

اصل حد بی کفایتی در سازمان و مدیریت در استخدام و ارتقای کارکنان کاربرد دارد. کارکنان وقتی در انجام وظایف شغلی خود خوب کار می‌کنند، به دلیل نشان دادن شایستگی‌های خود، به شغل بالاتر ارتقا می‌یابند. در آنجا نیز اگر با انگیزه باشند و خوب کار کنند، بعد از مدتی به شغل بالاتر ارتقا می‌یابند. این روند تا جایی ادامه پیدا می‌کند که کارمند به حد بی کفایتی در شغل می‌رسد و همان جا باقی می‌ماند و دیگر ارتقا نمی‌یابد.

ارتقای کارکنان انگیزاننده شغلی خوبی است؛ ولی باید به درستی بکار گرفته شود. مدیران باید آگاه باشند که بهترین کارمند فروش، لزوماً بهترین مدیر فروش نیست؛ بهترین آشپز، لزوماً مدیر رستوران خوبی



گفتگو با همکاران شعبه کیش

کار زیر آفتاب تابان

گفتگو: جعفر تکبیری

عکس‌ها: نیلوفر فیاض

که در هدفگذاری شعبه کمتر به آن توجه شده است. کسبه و تجار به نحو مطلوب از سرمایه خود استفاده کرده و سود حاصل از کسب و کارشان به مراتب بیشتر از سود سپرده بانکی است. حتی تمایلی به رسوب ریال در حساب ها نداشته و در کوتاه ترین زمان ممکن، درآمد حاصل از فروش را به کالا تبدیل می کنند. در ایران به تورم موجود و افزایش سریع قیمت کالا و ارز، نگهداشت ریال در حساب بانکی به معنی عقب افتادن از بازار است.

پیمان خیاطی همچنین ادامه داد: حدود ۴۰۰۰ فعال اقتصادی خرد در کیش از سازمان منطقه آزاد، مجوز فعالیت دریافت می کنند. شعبه کیش در تقسیم بندی ها بایستی جزء شعب مصرفی طبقه بندی شود و انتظار جذب منابع ریالی بسیار بالا با بافت جمعیتی و نگرش مشتریان همخوانی ندارد. طبق بررسی بعمل آمده، از ۵۰ نفر مشتری که بیشترین حجم مبلغ سپرده بلندمدت در این شعبه را دارند، بیش از ۷۰ درصد ساکن کیش نیستند و کیش را به عنوان خانه دوم خود در نظر گرفته و کسب و کار اصلی شان در سرزمین اصلی است.

خیاطی همچنین گفت: یکی از دیدگاه های بانک سامان از بدو تأسیس بانک این بوده که به تعدد شعب بانک مانند حتی سایر بانک های خصوصی اعتقاد نداشته اند. از ابتدا اعتقاد بر این بوده که خدمات بانکی باکیفیت مطلوب را به گروه محدودی از مشتریان با هدف گذاری خاص ارائه دهیم. به همین علت است که در بسیاری از شهرستان های کوچک ولی با جمعیت بیشتر از کیش، شعبه ای نداریم. مثلاً در استان گیلان با شهرهای پرجمعیت، فقط دارای یک شعبه هستیم. یکی از مهم ترین دلایل افتتاح شعبه کیش از ابتدا این بوده که به علت حضور مسافر و گردشگر از کل کشور در کیش، اقشار مختلف مرد از سایر شهرهایی که شعبه نداریم یا حتی شعبه داریم؛ ولی به علت کم بودن شعب، احتمال دیده شدن بانک سامان کم است، با رویت بانک سامان در کیش با نام و برند سامان آشنا شوند. حتی جانمایی شعبه نیز در بازار مرکز تجاری و در یکی از پرترددترین درب های بازار به کسب این هدف کمک کرده و تقریباً همه گردشگران در هنگام حضور در بازار مرکز تجاری (مرکزی ترین مجموعه تجاری کیش و موقعیت مکانی بسیار مناسب بازار)، شعبه بانک سامان را رویت می کنند.

رئیس شعبه کیش به آمار و اعداد این شعبه نیز اشاره کرد و گفت: طبق آمار آذرماه در شناسنامه شعبه، در حال حاضر مجموعاً تعداد ۳۰/۷۷۸ مشتری داریم که شامل ۲۹/۸۸۳ مشتری حقیقی و ۸۹۵ مشتری حقوقی هستند. همچنین تعداد ۳۷۱ مشتری ممتاز، ۲۱۸ مشتری ویژه و ۱۸ مشتری خاص در این شعبه وجود دارد.

خیاطی همچنین عنوان کرد: در ابتدای سال و بعد از ابلاغ هدف گذاری شعب، شاخص های مرتبط با هر نقش را بین همکاران تا پایان سال تقسیم می نماییم. البته ممکن است در مقاطع زمانی مختلف و بنا به ضرورت، یک هدف خاص مثلاً جذب کارت خوان جدید، با هدف گذاری جدید و بالاتر همراه بوده و بین همکاران تقسیم شده و زمان بیشتری برای آن شاخص خاص صرف نماییم.

وی سپس ادامه داد: از نظر اینجانب مهم ترین دلیل وفاداری مشتری با بانک، نحوه برخورد و نوع ایجاد رابطه با مشتری در طول مدت همکاری ایشان با بانک یا هر مجموعه دیگر است. مشتری باید با تمام وجود حس کند که شعبه تمام توان خود را برای رفع نیازهای او گذاشته



پیمان خیاطی، رئیس شعبه

در این شماره از نشریه سامان به گفتگو با همکاران شعبه کیش پرداختیم تا با آخرین وضعیت این شعبه و عملکرد همکاران این شعبه آشنا شویم. پیمان خیاطی رئیس شعبه کیش بانک سامان، متولد فروردین ۱۳۵۴ و فارغ التحصیل مقطع کارشناسی رشته حسابداری در دانشگاه آزاد واحد رودهن است.

وی در سال ۱۳۸۲ و همزمان با تأسیس شعبه کیش، به بانک سامان پیوسته است. وی در خصوص نخستین روزهای کاری خود، گفت: در چندماه اولیه تأسیس شعبه کیش نیز افتخار همکاری و آموزش در کنار جناب آقای رضا حیدری را داشتم که بسیار زیاد در نحوه رفتار و نگرش من در برخورد با مشتری در یک بانک خصوصی تأثیر گذار بود و همواره ایشان را به عنوان یکی از بهترین همکاران و اساتید خودم در بانک سامان یاد می کنم.

رئیس شعبه کیش سپس ادامه داد: جزیره زیبای کیش حدود ۹۲ کیلومتر مربع وسعت دارد. در حال حاضر حدود ۴۰/۰۰۰ نفر جمعیت دارد که شناور است و هر سال تعدادی از جزیره خارج و نقرات جدید وارد می شوند. همچنین جمعیت به صورت فصلی متغیر بوده و مثلاً در تابستان کمتر از سایر فصول است. بافت جمعیتی کیش بیشتر شامل کسبه خرد است که به گردشگران خدمات می دهند. نکته بسیار مهم در هدفگذاری بانک نیز همین بافت جمعیتی و کسب و کار در کیش بوده



شیرین قربانی، معاون شعبه

حال حاضر در دو شاخص تسهیلات و مطالبات به بیش از ۱۰۰ درصد هدف دست پیدا کردیم و فقط در شاخص منابع دارای انحراف بوده و حدود ۵۰۰ میلیارد ریال انحراف داریم. این انحراف در منابع باعث شده که علی‌رغم پوشش هدف تقریباً حداکثری در سایر شاخص‌ها، همکاران عزیزمان در سال جاری کارانه و مزایای بسیار کمتری نسبت به بقیه شعب دریافت کرده‌اند و با در نظر گرفتن گرانی و هزینه‌های گزاف زندگی در کیش، موجبات آزرده‌گی و ناراحتی همکاران را به وجود آورده است. وی اضافه کرد: شرایط سخت اقتصادی در یکی دو سال اخیر باعث شده که مسافرت هوایی حتی مسافرت داخلی از اولویت‌های بیشتر خانواده‌ها خارج شده است. بافت جمعیتی و مشتریانی که بیشتر از کسبه هستند. کاهش ورود گردشگر بخصوص در سال ۱۴۰۲ باعث کاهش منابع و نقدینگی مشتریان شده و با وجود تلاش همکاران در جذب مشتری جدید و نگهداشت مشتریان قبلی، در تحقق هدف منابع با دشواری مواجه شدیم. لذا از مدیران ارشد محترم بانک تقاضا داریم که در صورت امکان در هدفگذاری شعبه کیش به عنوان شعبه مصرفی در شاخص منابع تجدید نظر نمایند. البته شعبه در طی ماه‌های گذشته برنامه ریزی و تلاش نموده که حتی با وجود مشکلات محیطی و بیرونی موجود، مشتریان جدیدی جذب نماییم و انحراف مبلغ منابع را کاهش داده و پوشش دهیم. در این اقدامات، از پروژه جدید شرکت پیمانکار

است و چنانچه خدماتی را نتواند دریافت کند، شاید به خاطر قوانین و محدودیت‌های کلی بانک باشد و ربطی به تلاش شعبه ندارد. در دفعات مختلف با برخورد مشتری مواجه بودم که با وجود عدم دریافت خدمات موردنیاز در یک مقطع خاص (مانند عدم دریافت تسهیلات)، با دیدن تلاش همکاران شعبه، با وجود ناراحتی از عدم دریافت خدمات، از شعبه ناراضی نبوده و شرایط را درک می‌کنند.

رئیس شعبه کیش همچنین گفت: من در کار و زندگی شخصی به برخی نکات به عنوان اساس و ستون‌های اصلی معتقد هستم. یکی از مهم‌ترین اصول این است که همواره در تصمیم‌گیری‌ها خود را جای مشتری یا هر طرف مقابل قرار دهیم. حتی اعتقاد دارم شعب بانک به عنوان طرف مقابل و مشتری مدیریت‌های ستادی باید این‌گونه باشند و مدیریت‌های ستادی همواره در تصمیم‌گیری‌ها، خود را در جایگاه همکاران شعب قرار دهند و سپس در مسائل مختلف مانند تسهیلات پرسنلی، نحوه و روش اختصاص پاداش و مزایا، هدف‌گذاری و... تصمیم‌گیری نمایند. اصولاً در تصمیم‌گیری‌ها و ایجاد رابطه با طرف مقابل (همکار، مشتری، خانواده و...)، اینکه خود را از نظر شخصیتی در جایگاه بالاتر ببینیم، تصمیمات صحیحی در بلندمدت گرفته نمی‌شود. همه انسان‌ها دارای شان و مقام یکسان هستند و فقط نوع کار ایشان با هم متفاوت است و این تفاوت فقط در مسئولیت ایشان تأثیرگذار است و نباید در نوع برقراری رابطه و برخورد و تصمیم‌گیری تأثیرگذار باشد.

خیاطی همچنین در خصوص اجرای پروژه سامان ۱۴۰۴ هم گفت: بسیار خوب است که در پروژه سامان ۱۴۰۴ تمرکز خدمات مان به مشتریان برتر باشد؛ لیکن شعبی مانند کیش که اکثریت مشتریان از کسبه و تجار هستند، ممکن است از نظر رسوب منابع در گروه مشتریان برتر قرار نگیرند ولی نامبرندگان برای گروه مالی سامان بخصوص شرکت پرداخت الکترونیک سامان بسیار سودآور بوده و بایستی در طراحی پروژه‌ها به سودآوری مشتری برای گروه مالی سامان توجه شود.

وی در خصوص فروش بیمه نیز عنوان کرد: نگرش مشتری در برخورد با محصولات بیمه این‌گونه است که بیشتر تمایل دارند که محصولات بیمه را از شرکتی دریافت کنند که آن شرکت بیمه، دارای دفتر و شعبه یا نمایندگی مستقیم و دارای مکان ثابت در آن شهر باشد. بسیاری از شرکت‌های بیمه در کیش دارای شعبه بوده و مشتریان به علت اطمینان و سهولت دسترسی بیشتر بخصوص در هنگام بروز خسارت، از نظر ذهنی تمایل دارند که به این شرکت‌ها مراجعه کنند. هنوز برایشان قابل‌هضم نیست که بانک، محصول بیمه بفروشد و تصور دارند که در هنگام بروز خسارت با مشکل مواجه می‌شوند؛ لذا فروش محصول بیمه در شعبی مانند کیش که بیمه سامان فاقد شعبه است، دشوارتر از سایر شهرها بود، ولی همواره در تلاشیم که در حد امکان و توانمان این محصولات را بخصوص به مشتریان وفادار که شناخت خوبی از بانک دارند، ارائه نماییم.

خیاطی در خصوص آخرین وضعیت منابع و مصارف شعبه کیش نیز گفت: بسیار باعث خوشحالی و افتخار است که بعد از گذشت ۲۰ سال از تأسیس این شعبه، عملکرد کلیه همکاران از روز اول و لطف و محبت مشتریان گرامی باعث شده که هدف شعبه در ۳ شاخص بااهمیت شامل جذب منابع در سال ۱۴۰۲ به مبلغ ۵۵۵۰ میلیارد ریال/تسهیلات به مبلغ ۳۲۸۰ میلیارد ریال/مانده مطالبات ۹ میلیارد ریال تعیین شده است. در



سارا مرادی



محبوبه شادمانی



مهدیه سفلائی



مجتبی طهرانی



غلامرضا رفیع زاده

صمیمی در شعبه میان همکاران و مشتریان، باعث خوشحالی من بود، به طوری که بانک را خانه اول خود می دانستم و با تمام وجود برای پیشرفت تلاش می کردم. البته این احساس را همچنان دارم، به طوری که اکثر مشتریان با ما احساس رفاقت دارند و به قدری به من اعتماد دارند که در خصوص بسیاری از مسائل با من مشاوره می کنند. قربانی سپس ادامه داد: چیزی که حس خوبی به من می دهد این است که همیشه با وجدان و تعصب و صداقت کامل رفتار می کنم و احساس مسئولیتی که نسبت به دیگران دارم را، راز موفقیت خود می دانم و همیشه سعی می کنم انرژی مثبت خود را به دیگران منتقل کنم. علاوه بر این، همیشه نحوه رفتارم با مسئول شعبه و همکارانم بسیار صمیمی بوده و زمانی که مشکلی بین همکاران ایجاد می شود با کمک یکدیگر حل و فصل می شود.

وی سپس گفت: من و آقای خیاطی (مسئول شعبه) حدود بیست سال همکار هستیم و تابه حال کوچک ترین دلخوری بین ما نبوده و همیشه با احترام رفتار کردیم و مشکلات شعبه را با هم حل کردیم. قربانی به اجرای استراتژی ۱۴۰۴ در بانک سامان هم اشاره کرد و گفت: در خصوص استراتژی سامان ۱۴۰۴، به نظر می رسد با توجه به تغییر شعب از ساختار عملیات محور به فروش محور طرح جالبی باشد و با پیشرفت خدمات الکترونیکی و انجام عملیات بانکی با موبایل، دیگر نیاز به حضور مشتریان در شعبه نباشد و بیشتر به سمت آموزش پرسنل برای بازاریابی مشتریان هدف پیشروی کنیم. به نظر من در صورتیکه این طرح درست و صحیح اجرا شود طرح موفق خواهد بود به شرط اینکه نیازها و پتانسیل شعب، با توجه به شرایط منطقه در نظر گرفته شود

بانک هم کمک گرفته و با ایجاد میز فروش، مذاکرات خوبی با اصناف (حقیقی و حقوقی) داشتیم و امیدواریم این مذاکرات در سال جاری نتیجه بخش و مفید باشد.

او اضافه کرد: نکته بسیار مهم دیگر، توجه شعبه به بهداشت اعتباری و تشخیص اولیه اعطای تسهیلات به مشتریان معتبر و خوش نام است. البته همیشه نمی توان به بازپرداخت مشتریان اطمینان داشت و همواره درصدی برای ایجاد مطالبات به علل مختلف مانند ورشکستگی، بدحسابی و... باید در نظر گرفت. با وجود احتمال وجود مشتری بدحساب، مانده مطالبات شعبه حدود ۸ میلیارد ریال می باشد. با در نظر گرفتن تعداد حدود ۸۷۰ پرونده تسهیلاتی و مانده تسهیلات به مبلغ ۳۸۰۰ میلیارد ریال، مانده حدود ۸ میلیارد ریال بسیار خوب و مناسب بوده و خیلی کمتر از حد استاندارد متعارف مطالبات می باشد.

جو صمیمی میان همکاران شعبه

شیرین قربانی معاون شعبه کیش است. وی متولد شهر آبادان است و از خردادماه ۱۳۸۲ در جزیره زیبای کیش مشغول به فعالیت است. وی به سال های نخست پیوستن خود به بانک سامان اشاره کرد و گفت: سال ۸۲ که وارد بانک سامان شعبه کیش شدم با اینکه اکثر اقوام و دوستانم در کیش زندگی می کردند، با این حال خیلی احساس دلتنگی می کردم به هر حال دوری از خانواده برای من سخت بود تا اینکه یک سال بعد ازدواج کردم و شرایط زندگی ام تغییر کرد و کم کم به زندگی در جزیره عادت کردم، زمانی که وارد مجموعه سامان شدم احساس بسیار خوبی داشتم و دوستان خوب و با تعصبی پیدا کردم. وی به روابط کاری میان همکاران هم اشاره کرد و گفت: جو بسیار

یعنی اهدافی که برای هر شعبه لحاظ می شود باید با توجه به شرایط آن منطقه، متفاوت باشد.

به دنبال وفادارسازی مشتریان

سارا مرادی یکی دیگر از همکاران شعبه کیش است. وی از سال ۸۶ در شعبه کیش مشغول به فعالیت شده و مدرک کارشناسی رشته زبان و ادبیات انگلیسی و کارشناسی ارشد را در رشته مدیریت مالی دارد و از همان ابتدا در بخش ارزی بانک سامان مشغول به فعالیت است.

وی در خصوص روزهای نخستین پیوستن خود به بانک سامان می گوید: روزهای شروع به کار در بانک و شعبه کیش بسیار پر چالش و پر کار بود. آن زمان شعبه ما به دلیل اینکه در منطقه آزاد قرار داشت از شرایط ویژه ارزی برخوردار بود و تعداد حوالجات گاهی روزانه به تعداد ۲۰ عدد هم می رسید که حجم بالایی بود و مستلزم دقت و انرژی بالایی بود. بعدها به دلیل تحریم ها حجم عملیات بسیار کاهش یافت.

مرادی در خصوص چالش های موجود در کار خود هم گفت: در خصوص چالش باید عرض کنم که همان ابتدای کار چالش های زیادی را در امور بانکی سپری کردم. به دلیل همان مشغله زیاد کاری و عدم وجود همکار و شرایط حاکم بر مناطق آزاد که با سرزمین اصلی کاملاً فرق داشت و مجبور بودم مدت زمان زیادی را صرف بالابردن آگاهی در این زمینه کنم. ولی همه اینها برایم لذت بخش و دلپذیر بود. چون هم انرژی بالایی داشتم و هم اینکه از کارم در بخش ارز بسیار لذت می بردم و سعی می کردم کارها را به نحو احسن انجام دهم.

او اضافه کرد: در شعبه کیش به این دلیل که اینجا یک جزیره کوچک با جمعیت محدود هست همه ما همکاران از خانواده هایمان دور هستیم؛ اما این باعث شده که ما مثل یک خانواده شدیم و خوشبختانه رئیس شعبه که از همکاران قدیمی هست رفتار بسیار صمیمانه با همه همکاران دارد. این همکار سپس ادامه داد: تلاش در جهت پیشبرد منافع بانک و استراتژی های بانک در برنامه سامان ۱۴۰۴ هدف همه ما بوده و هست و در این راستا همواره تلاش میکنیم با برنامه ریزی دقیق و همسو به اهداف بانک دسترسی پیدا کنیم.

مرادی سپس گفت: مشتری های شعبه کیش به همان دلیل که قبلاً عرض کردم (جمعیت کم و کوچکی جزیره) همگی آشنا و عضوی از ما هستند. با ارتباط صمیمی همیشه سعی کردم که مشتریان را به بانک وفادار کنم که فکر می کنم بسیار هم موفق بودم. در حال حاضر بعضی از این مشتریان دوستان بسیار خوب و صمیمی من شدند که بسیار ارزشمند هستند که همه اینها به واسطه کار در بانک محیا شده است.

وی در پایان گفت: شیرین ترین خاطره برای من همین پیدا کردن دوستان بسیار ارزشمند از بین مشتریان و همکاران هست. چه همکاران همین شعبه و چه همکاران شهرهای دیگر که واقعاً بی نظیر هستند. در خصوص خاطره می توانم به دوره هایی که از طرف بانک می رفتیم اشاره کنم در این دوره ها اوقات بسیار خوشی را با همکاران سپری می کردیم که فکر کردن به هر کدامشان لبخند بر لبم می آورد و فکر کنم اگر روزی از بانک بروم خیلی برای آن روزها دلتنگ خواهم شد.

همکارانی که مانند خانواده هستند

محمود اکبری یکی از همکاران شعبه کیش است که به گفته خودش ۲۰ سال در جزیره کیش زندگی می کند و از سال ۱۳۹۲ به بانک سامان پیوسته است. وی همکاران شعبه را همچون افراد خانواده خود معرفی می کند.

وی به نزدیکی روابط خود با همکاران اشاره می کند و می گوید: رئیس شعبه آقای خیاطی سال هاست چه به عنوان معاون شعبه در اوایل استخدام و چه به عنوان رئیس شعبه در سال های بعد همیشه یک شخص راهنما و یک دوست برای بنده و شعبه بوده که زحمت زیادی می کشند و همیشه ایشان به من در خصوص کار و چه از نظر مسائل شخصی کمک زیادی کردند.

این همکار شعبه کیش سپس گفت: در شعبه تقریباً بیشتر مشتریان کاسب های ثابت بازارهای کیش هستند و اولین گام من در بانک جهت ارتباط با مشتری رابطه دوستانه و ایجاد صمیمیت بوده و هست.

اکبری سپس ادامه داد: در خصوص استراتژی سامان ۱۴۰۴، به نظر می رسد با توجه به تغییر شعب از ساختار عملیات محور به فروش محور طرح جالبی باشد و با پیشرفت خدمات الکترونیکی و انجام عملیات بانکی با موبایل، دیگر نیاز به حضور مشتریان در شعبه نیست و بیشتر به سمت آموزش پرسنل برای بازاریابی مشتریان هدف پیشروی کنیم. به نظر من در صورتیکه این طرح درست و صحیح اجرا شود طرح موفق خواهد بود به شرط اینکه نیازها و پتانسیل شعب، با توجه به شرایط منطقه در نظر گرفته شود، یعنی اهدافی که برای هر شعبه لحاظ می شود باید با توجه به شرایط آن منطقه، متفاوت باشد.

وی در پایان گفت: در آخر کلام با توجه به شرایط اقتصادی و جوی کیش با توجه به هزینه های بالای زندگی تقاضا دارم مسئولین محترم توجه ویژه ای به شعبه کیش داشته باشند تا همکاران دغدغه ای از لحاظ مالی نداشته باشند.

شعبه ای که میزبان مشتریان مختلف است

مهدی گلزاری از دیگر همکاران شعبه کیش است که از سال ۱۳۹۰ به بانک سامان پیوسته است.

وی در خصوص عملکرد بانک سامان گفت: بانک سامان پیشرو در خدمات نوین و الکترونیک است و همراه سعی دارد به بهترین شکل به مشتریان خدمات دهد. شعبه کیش با توجه به موقعیت جغرافیایی مشتری هایی از سراسر ایران را میزبانی می کند و برخورد با قومیت ها و فرهنگ های مختلف با لهجه های دوست داشتنی بسیار جذاب است. وی سپس ادامه داد: رئیس شعبه جوان با معلومات بروز در زمینه بانکداری و کار با سیستم هستند و تعامل خوبی با پرسنل دارند. علاوه بر این، تعامل با مشتری ها بسیار خوب و سازنده است. همان طور که یکی از اصول اولیه و اساسی بانک سامان مشتری مداری است.

تلاش برای شناسایی نیاز مشتری

محبوبه شادمانی بانکدار فروش شعبه کیش است و او هم از سال ۱۳۹۰ به بانک سامان پیوسته است. وی به روزهای نخست پیوستن خود به بانک سامان اشاره کرد و گفت: در بدو استخدام من و پنج نفر از همکاران دیگر که تازه استخدام بودیم شور و شوق و تلاش زیادی داشتیم برای گرفتن مشتری و یادمانی که هر کس بیشترین تعداد سند رو در طول روز میزد احساس غرور و افتخار می کرد. و الان که حدود ۱۳ سال است که فعالیت دارم و تلاشم بیشتر در جهت جذب مشتری است و به کیفیت کار توجه دارم تا کمیت.

شادمانی با اشاره به اینکه آشنایی با مشتریان جدید و جذب مشتریان ویژه و سپرده گذاری آنها برایم بیشترین جذابیت رو دارد، گفت: بیشتر سعی می کنم رابطه صمیمانه ای با رئیس شعبه و همکاران داشته باشم تا کارکردن برای خودم و اطرافیانم لذت بخش تر باشد.

وی اضافه کرد: همواره سعی بر این داشته‌ام تا به بهترین نحو ممکن وظایف و امور محوله را انجام دهم و در راستای تحقق اهداف بانک کمال همکاری را با ریاست شعبه و سایر همکاران داشته باشم و با تمرکز بر جذب منابع ارزان قیمت و ارائه خدمات مالی به اصناف و شرکت‌ها و همچنین انجام امور محوله ارزی بتوانم سهمی را در پیشبرد اهداف درآمدی شعبه داشته باشم.

سفلائی در پایان گفت: همیشه سعی بر این داشته‌ام تا با ارائه مشاوره تخصصی در زمینه تسهیلات و پیداکردن راهکارهای مناسب جهت رضایتمندی مشتری و افزایش تعامل ایشان با شعبه اقدام نمایم. امید است بتوانم در راستای تحقق اهداف سازمانی نقش مفیدی را ایفا نمایم.

گذر زمان را متوجه نمی‌شویم

نام غلامرضا رفیع‌زاده دیگر همکار شعبه کیش است که از سال ۱۳۸۳ وارد این بانک شده است.

وی در خصوص روزهای نخست پیوستن خود به بانک سامان گفت: روزهای اول کار در بانک بسیار سخت بود و هنوز خیلی از کارها به صورت سنتی انجام می‌شد و ساعات حضور در شعبه بسیار طولانی بود و گاهی تا ۱۴ الی ۱۵ ساعت به طول می‌انجامید و حتی روزهای تعطیل هم جهت انجام کارهای عقب افتاده به شعبه می‌آمدیم ولی با این وجود برای بنده جذابیت خاصی داشت و با توجه به جو خوبی که بین همکاران بود خستگی احساس نمی‌شد.

وی سپس به چالش‌های خود در شعبه نیز اشاره کرد و گفت: شلوغی شعبه و اینکه باید هم‌زمان خواسته‌های چند نفر از مشتریان انجام گردد و اینکه خیلی از مواقع متوجه گذشت زمان نمی‌شویم و به یکباره متوجه می‌شوید که زمان اتمام کار در بانک هست. باین حال چون کار در شعبه کار گروهی است و بدون کار گروهی کارها انجام نخواهد گرفت و تاحد امکان سعی می‌شود که تعامل و همکاری صورت پذیرد وی سپس ابراز امیدواری کرد که با افزایش بهره‌وری کمک به رسیدن اهداف و استراتژی سامان ۱۴۰۴ نمایم.

او سپس گفت: من همواره تلاش در جهت جذب مشتریان خرد و کلان دارم و به دنبال مذاکره و جذب شرکت‌هایی که تراکنش و موجودی بالایی دارند، هستم. علاوه بر این در جهت برقراری ارتباط با مشتریان ویژه قدیمی که در حال حاضر فعالیتی در بانک سامان ندارند و هم تلاش می‌کنم.

شادمانی اضافه کرد: همیشه تلاش می‌کنم ابتدا نیاز مشتری رو متوجه شوم و از روش‌های گوناگون در جهت پاسخگویی بر بیایم، در بیشتر موارد مشتری توجه و پیگیری برایش در اولویت قرار داده و همیشه سعی می‌کنم این نیاز رو برطرف کنم

احساسی مثل روز اول رفتن به مدرسه

مهديه سفلائی نیز کاربر فروش تخصصی شعبه کیش است که از سال ۱۳۸۵ همکاری خود را در بانک سامان شعبه جزیره کیش آغاز کرده است. وی تجربه کار در شعبه سید جمال‌الدین اسدآبادی را نیز دارد و در سال ۱۳۹۵ به این شعبه رفته؛ اما مجدد در سال ۱۴۰۰ به کیش بازگشته است.

وی می‌گوید: استخدام در هر نهاد و سازمانی در ابتدا دشواری‌های خاص خود را دارد و شروع همکاری در جایی همچون بانک باتوجه به حساسیت‌های این حرفه به راحتی امکان‌پذیر نبود. کار در بانک رؤیای بچگی من بود و اولین تجربه شغلی من با بانک سامان شروع شد، با شنیدن خبر قبولی در آزمون ورودی بانک در پوست خود نمی‌گنجیدم، به‌خوبی به یاد دارم که حدود ۱۸ سال پیش در اولین روز کاری، احساسی همچون روز اول مدرسه داشتم و همه چیز در عین تازگی غیرقابل پیش‌بینی بود.

این کاربر فروش تخصصی سپس ادامه داد: حجم کار بالای شعبه علی‌الخصوص در زمینه تسهیلات، ضمانت‌نامه‌ها، بایگانی پرونده‌ها خصوصاً با اجرای طرح اوپنس فقط با همدلی و همکاری بانکداران فروش تخصصی قابل اجراست که این موضوع در شعبه به بهترین شکل ممکن صورت می‌پذیرد.





بانک سامان در جمع ۵۰ شرکت برتر ایران

صورت می‌پذیرد و رتبه ۴۸ در حالی توسط بانک سامان کسب شده که این بانک توانسته میزان درآمد خود در سال ۱۴۰۱ را به میزان چشمگیری افزایش دهد و نام خود را بالاتر از بسیاری از شرکت‌های نام‌آور حوزه اقتصادی قرار دهد. بانک سامان در سال گذشته نیز توانسته بود، در جایگاه چهارم و نهم این رتبه‌بندی قرار گیرد. لازم به ذکر است که در این رتبه‌بندی، بیش از ۵۰۰ شرکت مختلف بررسی و طبقه‌بندی شده است و این رتبه‌بندی دورنمایی از عملکرد و اقدامات شرکت‌ها در حوزه اقتصادی ارائه می‌دهد و نشان‌دهنده میزان اثرگذاری آنان در حوزه اقتصاد ملی است.

بانک سامان بر اساس آخرین رتبه‌بندی صورت گرفته توسط سازمان مدیریت صنعتی، جایگاه خود در جمع ۵۰ شرکت برتر ایران را تثبیت کرد و به عنوان چهارم و هشتمین شرکت برتر ایران انتخاب شد.

به گزارش سامان رسانه، سازمان مدیریت صنعتی رتبه‌بندی سال ۱۴۰۱ شرکت‌های برتر ایران را برای بیست و ششمین سال متوالی اعلام کرد که بر این اساس، هلدینگ بانک سامان بر اساس اطلاعات مالی سال ۱۴۰۱، با یک پله صعود نسبت به سال قبل، توانست به جایگاه چهارم و هشتمین شرکت برتر ایران تکیه بزند. گفتنی است این رتبه‌بندی بر اساس میزان فروش و درآمد شرکت‌ها



سامان جمشیدی

آموزش زبان با سامان

چند تمرین مؤثر در تقویت لیسنینگ زبان انگلیسی

۱. گوش کردن فعال را تمرین کنید.

شاید در زندگی روزمره برایتان پیش آمده باشد که مکالمه‌ای را شنیده‌اید؛ اما دقیق نمی‌توانید بگویید درباره چه موضوعی صحبت کرده است. این یعنی ذهنتان به اندازه کافی درگیر موضوع مکالمه نبوده است. گوش کردن فعال به این معناست که ذهن شش‌ونده با تمام توجه درگیر موضوع مورد بحث باشد. برای آن که مهارت لیسنینگ زبان انگلیسی‌تان بالا برود، باید حتماً روی تقویت مهارت گوش‌دادن فعال تمرکز کنید.

برای بالا بردن این مهارت می‌توانید: از آنچه می‌شنوید یادداشت بردارید، یا در مورد جزئیات آن سؤال بپرسید. با تمرین همین دو روش می‌توانید پیشرفت خوبی داشته باشید.

منظور از این نوع یادداشت‌برداری، نوشتن تمام صحبت‌های گوینده نیست. در این روش باید تعداد کمی از کلمه‌های مهم و کلیدی را یادداشت کنید.

۲. منابع لازم را در دسترس نگه دارید

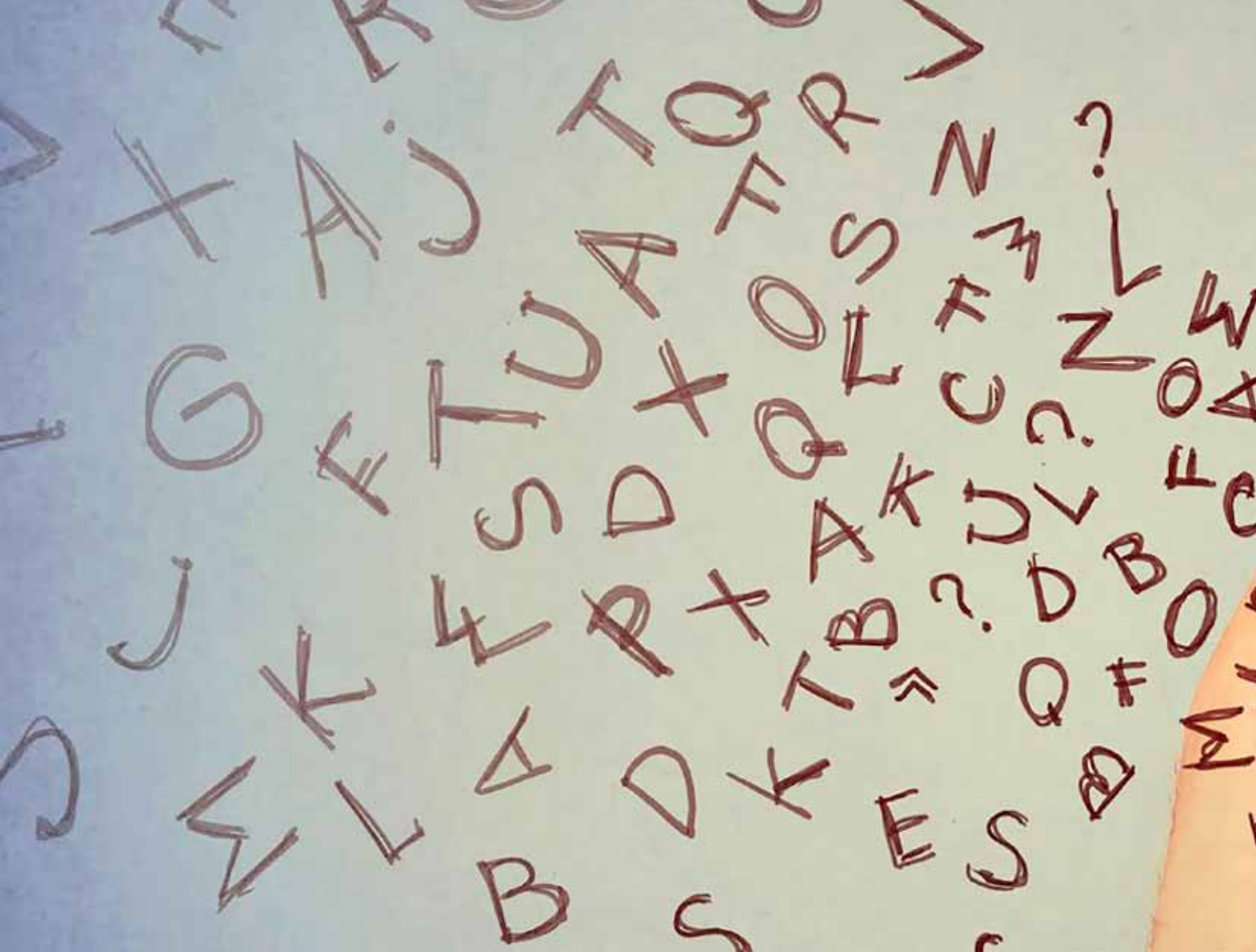
یکی دیگر از مواردی که لازم است در زمان شروع یادگیری لیسنینگ زبان انگلیسی به آن توجه کنید، انتخاب و تهیه منابع است. شما با چه چیزی بهتر ارتباط برقرار می‌کنید؟ فیلم را ترجیح می‌دهید یا کتاب صوتی

یا پادکست؟ شاید هم قصد داشته باشید اخبار را به زبان انگلیسی دنبال کنید.

البته استفاده از منابع متنوع در یادگیری لیسنینگ زبان انگلیسی مهم است، اما توصیه می‌شود در ابتدا این منابع را آماده کنید. برای انتخاب چیزی که می‌خواهید گوش کنید: موضوعات مورد علاقه، سطح مهارت شنیداری زبان انگلیسی‌تان و وسیله‌ای را که می‌توانید برای گوش کردن به کار ببرید در نظر بگیرید.

بهتر است همیشه تعدادی فایل صوتی یا یک اپلیکیشن برای شنیدن پادکست، داستان یا موسیقی به زبان انگلیسی روی گوشی موبایلتان موجود باشد. اگر همیشه چیزی برای گوش کردن داشته باشید می‌توانید از کوچک‌ترین فرصت‌ها برای بالا بردن مهارت لیسنینگ زبان انگلیسی خود بهره ببرید. مثل زمان‌هایی که در راه هستید یا وقتی جایی منتظرید. برای پخش کردن محتوای صوتی نیز بهتر است نرم‌افزار یا اپلیکیشن داشته باشید که به شما امکان تغییر سرعت صدا را بدهد. در این صورت می‌توانید بخش‌هایی که خوب متوجه نشده‌اید را با سرعت کمتری گوش کنید، شاید بتوانید واژه‌ها و عبارت‌های گفته شده را تشخیص بدهید.

اجازه بدهید چند مورد از منابع را با هم بررسی کنیم که می‌توانند تأثیر



چشمگیری بر بالابردن مهارت شنیداری زبان انگلیسی شما داشته باشند.

الف) پادکست انگلیسی

پادکست‌ها یکی از بهترین منابع برای تقویت لیسنینگ زبان انگلیسی هستند. برای این که بهترین بهره را از پادکست‌ها ببرید، در انتخاب آن‌ها به سطح زبان انگلیسی‌تان دقت کنید و از روش‌هایی که بالاتر گفتیم برای تمرین کمک بگیرید. علاوه بر آن می‌توانید تکنیک سایه (تکرار چیزی که می‌شنوید دقیقاً با همان لحن و آهنگ) را نیز به کار ببرید تا هم‌زمان روی تلفظ درست واژه‌ها نیز کار کنید و آن‌ها را بهتر به‌خاطر بسپارید. چند مورد از پادکست‌هایی که می‌توانید در برنامه روزانه‌تان قرار دهید، عبارت‌اند از:

British Council Learn English Podcasts (لهجه: بریتیش): این مجموعه نیز برای آموزش زبان انگلیسی تهیه شده است و سطح A2 و B1 (پیش متوسط و متوسط) را پوشش می‌دهد. برای این پادکست یک اپلیکیشن موبایل نیز موجود و برای هر قسمت از پادکست تمرین‌هایی طراحی شده است.

VOA Learn English Podcasts (لهجه: آمریکایی) - در این مجموعه نیز می‌توانید موضوعات متفاوتی از آموزش گرامر و واژگان زبان انگلیسی، تاریخ، سبک زندگی و حتی داستان پیدا کنید. پادکست‌های صدای آمریکا برای سطح مبتدی و متوسط مناسب است و اگر تازه تمرین لیسنینگ زبان انگلیسی را شروع کرده‌اید می‌تواند گزینه مناسبی برایتان باشد.

BBC Minute English 6 (لهجه: بریتیش): این پادکست برای زبان‌آموزان و توسط بی‌بی‌سی تهیه شده است، بنابراین کیفیت خیلی خوبی دارد. یکی از مزایای آن کوتاه‌بودن هر قسمت است که به شما این فرصت را می‌دهد تا در زمان‌های متفاوت از این پادکست برای تمرین لیسنینگ زبان انگلیسی استفاده کنید. این پادکست‌ها موضوعات متفاوت و جالبی دارند، متن آن‌ها در دسترس است و اگر جایی از آن را متوجه نشدید می‌توانید آن را چک کنید.

ENGLISH

تماشای سریال نیز یک برنامه بلندمدت برای تقویت مهارت شنیداری زبان انگلیسی پیش رویتان قرار می‌دهد؛ بنابراین یک سریال مناسب انتخاب کنید و هر روز بخشی از آن را ببینید. در یک مقاله چند سریال برای یادگیری و تقویت زبان انگلیسی را با جزئیات معرفی کرده‌ایم که می‌تواند در انتخاب سریال به شما کمک کند.

ت) کتاب‌های آموزشی

تعداد زیادی کتاب برای یادگیری زبان انگلیسی وجود دارد که می‌توانید از آن‌ها استفاده کنید. همراه با کتاب‌های آموزش مهارت شنیداری زبان انگلیسی تعدادی فایل صوتی ارائه می‌شود؛ اغلب شامل تمرین‌هایی است که شما باید با گوش کردن به فایل‌های صوتی به آن‌ها پاسخ دهید یا جاهای خالی داخل متن‌ها را پر کنید. چند مورد از این کتاب‌ها عبارت‌اند از:

Listen Here! Intermediate Listening Activities – برای

زبان‌آموزان پیش متوسط و متوسط – لهجه: بریتیش

Tactics for Listening – سه کتاب در ۳ سطح – لهجه: آمریکایی
English Pronunciation in Use – مبتدی تا پیشرفته (A1-C2)

Tree or Three – سطح مبتدی (A1-A2)

Ship or Sheep? – سطح متوسط (B1-B2)

listening extra – سطح مبتدی و فرا متوسط – لهجه بریتیش و امریکن

ث) یوتیوب و TED

پرسه‌زدن در یوتیوب و تماشای ویدئوهای زبان انگلیسی یک روش خیلی خوب برای تقویت مهارت شنیداری زبان انگلیسی‌تان است. یوتیوب را طوری طراحی کرده‌اند که وقتی وارد آن می‌شوید دلتان نخواهد بیرون بروید! بله، ممکن است شما را معتاد کند! اما شما هم از این ویژگی یوتیوب بهره کامل را ببرید.

واژه‌ای را که نمی‌دانستید بیابید.
This American Life (لهجه: آمریکایی) – اگر قصد دارید با سبک زندگی در آمریکا بیشتر آشنا شوید و سطح مهارت شنیداری زبان انگلیسی شما نیز متوسط یا بالاتر از آن است، این مجموعه می‌تواند گزینه خوبی برایتان باشد. در این پادکست داستان‌هایی از زندگی واقعی مردم آمریکا را می‌شنوید.

ب) کتاب صوتی

کتاب‌های صوتی انگلیسی فرصت خوبی را برای ما فراهم می‌کنند که با فرهنگ مردم انگلیسی‌زبان ارتباط برقرار کرده و هم‌زمان لیسنینگ زبان انگلیسی خود را نیز تقویت کنیم.

اگر می‌خواهید دایره لغات گسترده‌ای داشته باشید، کتاب‌های صوتی از بهترین گزینه‌هایی هستند که می‌توانید در برنامه یادگیری زبان انگلیسی‌تان بگنجانید. به‌ویژه هنگام مطالعه رمان‌های زبان انگلیسی با اصطلاحات مهم و گرامرهای پیچیده‌تر آشنا خواهید شد.

اگر سطح زبان انگلیسی شما مبتدی تا متوسط است، می‌توانید از کتاب‌های کودک شروع کنید. در این کتاب‌ها معمولاً جمله‌ها کوتاه‌ترند و از کلمات ساده‌تری استفاده شده است. پس از آن می‌توانید کم‌کم بروید سراغ رمان‌های نوجوانان و بعد هم رمان‌ها و داستان‌های بزرگسالان.

پ) فیلم، سریال و انیمیشن

فیلم‌های زبان انگلیسی بهترین گزینه برای آشنایی شما با اصطلاحات و تلفظ‌هایی است که مردم برای صحبت‌های روزمره از آن استفاده می‌کنند. با توجه به این که این روزها به فیلم‌هایی که در سراسر دنیا ساخته می‌شوند نیز دسترسی داریم، می‌توانید فیلم‌هایی با لهجه‌های متفاوت زبان انگلیسی ببینید. اگر دیدن فیلم برایتان سخت است، معمولاً انیمیشن‌های زبان انگلیسی ساده‌ترند. می‌توانید در گام‌های نخست از انیمیشن‌ها شروع کنید.



زبان انگلیسی خود را تقویت کنید.

(ج) اپلیکیشن‌ها

یکی از گزینه‌های دیگری که همیشه همراه شماست، اپلیکیشن‌های موبایل است. برخی از این اپلیکیشن‌های یادگیری زبان انگلیسی به طور خاص برای تقویت مهارت لیسنینگ طراحی شده‌اند و می‌توانند در زمان‌های متفاوت برای تمرین در دسترس شما باشند.

Listen English Daily Practice یک اپلیکیشن اندروید رایگان است که سطح مبتدی تا پیشرفته را پوشش می‌دهد. بیشتر محتوای موجود در این اپلیکیشن داستان‌های صوتی و موضوعات روزمره زبان انگلیسی هستند و بعد از هر درس تمرین و تست نیز گرفته است.

LearnEnglish Podcasts یکی از اپلیکیشن‌های **British Council** است که مهارت لیسنینگ انگلیسی شما در موضوعات روزمره را بالا می‌برد.

اگر زمان‌های کوتاهی را می‌توانید به شنیدن اختصاص دهید، اپلیکیشن **Minute English** می‌تواند گزینه خیلی خوبی برایتان باشد. به‌خصوص اگر در سطح مبتدی یا متوسط هستید می‌توانید بهره زیادی از این اپلیکیشن ببرید. متن همه مکالمات و محتواهای صوتی نیز در اپلیکیشن موجود است.



برای دیدن مطالب و ویدئوهای
مربوط به بهمن‌ماه، QR Code
روبرو را اسکن کنید.

موضوعی که به آن علاقه دارید را در یوتیوب جستجو کنید. بهتر است سطح زبانی که در ویدئو استفاده شده با سطح زبان انگلیسی شما همخوانی داشته باشد و ویدئو کوتاه باشد. برای این که بقیه مطالب صفحه حواستان را پرت نکند، ویدئو را به حالت تمام صفحه (Full Screen) بزرگ کنید. سپس ویدئو را با زیرنویس انگلیسی ببینید. فعال کردن زیرنویس در یوتیوب ساده است.

یکی از مزایای استفاده از یوتیوب این است که مجبور نیستید در آن به دنبال ویدئوهای موردعلاقه‌تان بگردید. خودش ویدئوهای مشابه را به شما پیشنهاد می‌دهد و بهتر است از این ویژگی استفاده کنید. اگر در این بین کانال‌هایی پیدا کردید که به موضوعشان علاقه‌مند بودید، در آن‌ها عضو شوید. (Subscribe)

علاوه بر این می‌توانید در یوتیوب تعداد زیادی کانال آموزش زبان انگلیسی نیز پیدا کنید. اغلب مراجع معتبر آموزش زبان انگلیسی مثل **British Council** و **BBC Learning English** نیز کانال یوتیوب دارند.

یک گزینه بسیار عالی دیگر برای تقویت لیسنینگ زبان انگلیسی وبسایت **TED** است. در این وبسایت می‌توانید سخنرانی‌هایی با موضوع موردعلاقه‌تان پیدا کنید و آن‌ها را با زیرنویس انگلیسی ببینید. **TED** نیز به شما ویدئوهای مشابه با آنچه تماشا کرده‌اید پیشنهاد می‌کند. می‌توانید زمینه‌های موردعلاقه‌تان را نیز مشخص کنید، تا ویدئوهای مرتبط با آن‌ها را بیشتر ببینید. علاوه بر این‌ها شما در وبسایت **TED** به همه متن زیرنویس ویدئو دسترسی دارید و این می‌تواند کمک خیلی زیادی بکند که هم‌زمان با گوش کردن متن را دنبال کنید و واژه‌های مهم و پرکاربردی که بلد نیستید را یاد بگیرید.

با استفاده از ویدئوهای هر دو وبسایت **YouTube** و **TED** می‌توانید با روش ۵ مرحله‌ای که پیش‌تر گفتیم، تمرین کنید و مهارت شنیداری

کافه تک

Café Tech

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

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

شده است. البته قابل ذکر است خروجی وبسایت این نرم افزار قابلیت استفاده از درگاه پرداخت را هنوز ندارد و برای طراحی گالری آنلاین هدف گذاری شده است.

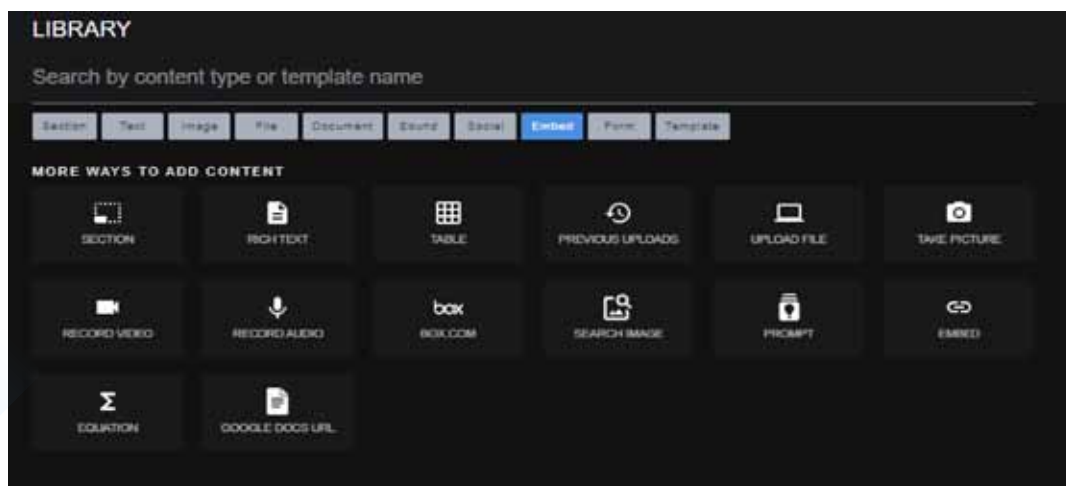
برخی از ماژول های طراحی:

اگر قبلاً از صفحه سازهای آماده در cms های آماده مثل وردپرس و جوملا استفاده کرده باشید این ماژول ها برایتان آشنا هستند. اگر هم قبلاً کار نکردید نیازی به نگرانی نیست؛ چون تمامی این ماژول ها آماده هستند و نیازی به دانش برنامه نویسی نیست و کافی است با انتخاب کردن اینها به صفحه سایتتان اضافه کنید.

سلام به همراهان کافه تک این ماه با معرفی یک وب اپلیکیشن برای طراحی سایت بدون داشتن مهارت برنامه نویسی همراه شما هستیم. برنامه **digication** یک وب اپلیکیشن روی مرورگر کروم است که برای برطرف کردن نیاز ساخت نمونه کار ایجاد شده است.

برنامه digication

این نرم افزار پلن های مختلفی دارد و امکانات ویژه آن پولی است؛ اما پلن پایه **digication** رایگان است. همچنین در سایت رسمی این نرم افزار تمام ماژول های مورد استفاده برای طراحی وبسایت نیز معرفی



وارد شوید ممکن است برای ویرایش و طراحی به مشکل برخورد کنید.

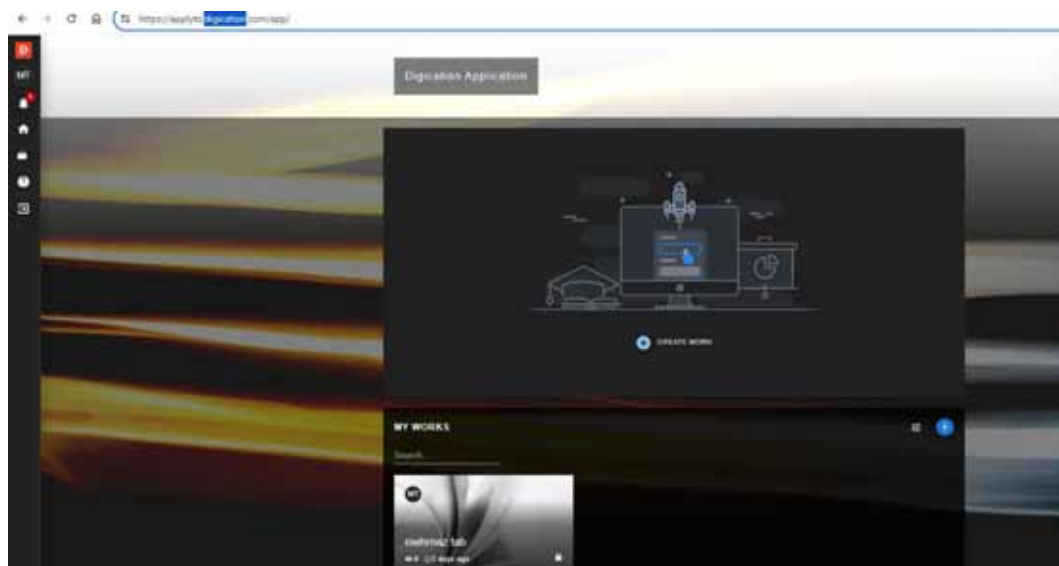
رقیب:

بستر سایت ساز در ایران و خارج از کشور بعد از شیوع کرونا خیلی محبوب شد، حتی گوگل بیزینس نیز تا حدی پلن پایه را برای همه دنیا رایگان عرضه کرده است.

یکی دیگر از جذابیت‌های این نرم‌افزار، قابلیت ساخت صفحات متعدد و تعریف آن‌ها در منوی سایت است؛ یعنی شما می‌توانید صفحاتی مانند صفحه اصلی، درباره ما، تماس با ما و گالری داشته باشید.

معایب:

در پلن پایه، امکان استفاده از دامنه شخصی وجود ندارد. با آی پی ایران اگر



محیط نرم افزار



لینک دانلود وب اپ



یک نمونه از صفحات ساخته شده با این برنامه:
<https://applyto.digication.com/cofetech>

DEVELOPMENT

TEACHING

GUIDANCE

MENTORING

COACHING

LISTENING

SHARING

SUPPORT

SKILLS



مترجم: سینا موحدی

۱۰ مزیت کوچینگ در محیط کار

۱۰ مزیت کوچینگ

در اینجا به ۱۰ مزیت مهمی که کوچینگ می‌تواند برای سازمان به همراه داشته باشد، اشاره شده است:

۱- کوچینگ کمک می‌کند تا در مسیر انجام وظایف خود باقی بمانید.

اهمال کاری از چالش‌های رایج میان بسیاری از حرفه‌ای‌ها به‌شمار می‌رود که در دوران فعالیت حرفه‌ای خود آن را تجربه می‌کنند. همراهی یک کوچ می‌تواند مهارت‌های مدیریت زمان و اولویت‌بندی را بالا برده و بر این چالش غلبه کنید. این متخصصان می‌توانند به تیم شما کمک کنند تا وظایف خود را اولویت‌بندی کرده و زمان خود را مدیریت کنید. با انجام به‌موقع وظایف چالش‌برانگیز، می‌توانید با آرامش بیشتری از انجام کارها و وظایف خود لذت ببرید و تعادل پایداری بین زندگی حرفه‌ای و شخصی خود برقرار کنید. یک کوچ می‌تواند به تیم شما کمک کند تا استراتژی‌های لازم برای ایجاد انگیزه برای رعایت ضرب‌الاجل‌ها و برقراری تعادل مؤثر در وظایف، شکل دهید.

۲- کوچینگ شما را تشویق می‌کند تا اهداف روشن‌تری تعیین کنید. برای بسیاری از حرفه‌ای‌ها تعیین اهداف مؤثر، کلیدی برای دستیابی به موفقیت شغلی است. یک کوچ می‌تواند شما را در تعیین اهداف هوشمند یا اهداف خاص، قابل اندازه‌گیری، قابل دستیابی، مرتبط و محدود به زمان همراهی کند. این روند می‌تواند احتمال موفقیت در انجام وظایف را بالاتر ببرد. یک کوچ شما را در درک خواسته خود از شغل و حرفه و مشخص شدن گام‌های عملی برای رسیدن به اهداف، همراهی می‌کند. بر اثر این همراهی، شما می‌توانید برای تمرکز بر اهداف فوری و همچنین حرکت به سمت اهداف بلندمدت، تکنیک‌های مناسبی برای

| جنیفر هریتی Jennifer Herrity |

کوچ‌ها دانش و تخصص لازم را برای همراهی با افراد حرفه‌ای برای غلبه بر موانع شخصی و رسیدن به اهداف حرفه‌ای دارند. شما می‌توانید یک کوچ در کنار خود داشته باشید تا به شما کمک کند مهارت‌های خود را اصلاح کنید و به اهداف و خواسته‌های خود برسید. شرکت‌هایی هم که برای رشد شغلی ارزش و اهمیت قائل هستند، برای کمک به اعضای تیم خود در پیشرفت حرفه‌ای از یک کوچ کمک می‌گیرند. درک کارایی کوچینگ در محل کار می‌تواند به شما در اینکه تصمیم بگیرید آیا برای تیم شما مناسب است یا خیر، مفید باشد.

در این مقاله، توضیح می‌دهیم که کوچینگ در محل کار چیست و ۱۰ مزیت کوچینگ را با شما در میان می‌گذاریم تا به شما کمک کند که چرا اجرای آن در محل کار می‌تواند مفید باشد.

کوچینگ چیست؟

کوچینگ عملکردی است که در آن یک متخصص واجد شرایط به کارکنان کمک می‌کند تا اهداف خود را درک کرده و شغل خود را پیش ببرند. کارکنان همراهی می‌شوند تا اهداف کوتاه‌مدت و بلندمدت خود را شناسایی، استراتژی‌هایی برای رسیدن به آن‌ها پیاده‌سازی کرده، شکاف‌های مهارتی را شناسایی و پر کنند و شبکه خود را گسترش دهند. حرفه‌ای‌ها می‌توانند به دنبال کوچ برای خود باشند و برای بالابردن میزان رشد و توسعه فردی، ارتباطی دوفره با کوچ خود شکل داده و آن را ادامه دهند. برخی از سازمان‌ها یک برنامه کوچینگ داخلی اجرا می‌کنند که در آن کوچ‌های شغلی را برای کمک به کارکنان برای بالابردن مهارت‌ها و اصلاح مسیرهای شغلی، وارد فرایند می‌کنند.

خود شکل دهید. کوچ‌ها ممکن است روی اهداف فردی و همچنین اهداف دپارتمانی و سازمانی تمرکز کنند و با همراهی اعضای تیم، آن‌ها را در رسیدن به اهداف مشترک یاری کنند. برای مثال می‌توان به کاهش میانگین زمان لازم برای تعمیر تجهیزات فنی اشاره کرد که دستیابی به اهداف شخصی را نیز شامل می‌شود. مثال دیگر می‌تواند دریافت ارزیابی عملکرد مناسب از سوی مدیریت در ارزیابی فصلی باشد.

۳- کوچینگ رضایت شغلی را افزایش می‌دهد.

یک کوچ شغلی می‌تواند در شناسایی فرصت‌های بهبود در زندگی شخصی و حرفه‌ای در کنار شما باشد، تا رضایت بیشتری از شغل و زندگی خود داشته باشید. به دست آوردن دیدگاه بیرونی راهی مفید برای یادگیری در مورد خود و اهدافتان است. کوچ شما سؤالاتی برای روشن‌گری می‌پرسد تا در مورد ایده‌های جدید شما را به فکر کردن وادارد تا عادات سالم‌تری برای رسیدن به اهداف خود شکل دهید.

همچنین اگر از گام بعدی در شغل خود مطمئن نیستید، کوچ می‌تواند شما را همراهی کند. کوچ‌های شغلی معمولاً متخصصان را ترغیب می‌کنند تا فرصت‌ها را کشف کرده و در مورد علایق و مهارت‌های خود بیشتر فکر کنند تا مسیر مناسب برای دنبال کردن را پیدا کنند. به عنوان مثال، اگر احساس رضایت از شغل خود در امور مالی ندارید و از طرفی هم مطمئن نیستید که چه شغلی را ترجیح می‌دهید، می‌توانید از یک کوچ شغلی کمک بگیرید. با شرکت در آزمون‌های شغلی و بحث در مورد وظایف مورد علاقه در نقش فعلی خود، ممکن است به یک بخش داخلی در تیم منابع انسانی منتقل شوید.

۴- با کوچینگ ارزش‌ها پایدارتر می‌شوند.

یادگیری آنچه که برای آن ارزش قائل هستید، در موفقیت و رضایت شغلی شما بسیار مهم است. هنگامی که این ارزش‌ها را تعریف کردید، می‌توانید برنامه‌ای برای حفظ و پایداری آن‌ها در پیش بگیرید. یک کوچ شغلی می‌تواند به شما کمک کند تا بفهمید به چه چیزی و چرا اهمیت می‌دهید و سپس در چگونگی پیاده‌سازی این ارزش‌ها در کارهای روزانه، شما را همراهی کند. این شناخت نسبت به ارزش‌ها به شما کمک می‌کند در محل کار با تمامیت رفتار کرده و احساس کنید که بیشتر با وظایف روزمره خود ارتباط می‌گیرید. به عنوان مثال، اگر تاکنون از شغل خود لذت می‌بردید و به تازگی این احساس را دارید که دیگر برای شما جذابیت گذشته را نداشته و انگیزه برای ادامه آن کم شده است، همراهی یک کوچ شغلی می‌تواند اهمیت همکاری و مشارکت را برای شما روشن کند. در نتیجه ممکن است در پروژه‌ای که قبلاً به تنهایی انجام می‌دادید، با یک هم تیمی همراه شوید که می‌تواند به شما انگیزه دهد.

۵- برای غلبه بر موانع شخصی، استراتژی تعریف می‌کند.

یک کوچ شغلی می‌تواند به شما کمک کند تا بر موانع شخصی خود که بر زندگی و کار شما تأثیر می‌گذارد، غلبه کنید. کوچ‌های شغلی اغلب به افراد کمک می‌کنند تا ذهنیت مثبت‌تری داشته باشند. کوچ شغلی در تیم می‌تواند به بهبود فرهنگ سازمان نیز کمک کند. همان‌طور که افراد یاد می‌گیرند بر جنبه‌های مثبت زندگی خود تمرکز کنند و نقاط قوت جدیدی مانند مدیریت استرس و رهبری را در خود رشد دهند، ممکن است محیط کار مثبت‌تری نیز شکل دهند.

۶- کوچینگ باعث ایجاد اعتماد به نفس می‌شود.

گاهی کوچ شغلی تمرین‌ها و تکنیک‌هایی را برای بالابردن عزت نفس و اعتماد به نفس، پیشنهاد می‌دهد. اعتماد به نفس می‌تواند به کارکنان در

پذیرش مسئولیت‌های جدید، اثرگذاری بر هم تیمی‌ها و تصمیم‌گیری آگاهانه کمک کند. توانمندسازی کارکنان اعتماد به نفس آن‌ها را بهبود بخشیده و می‌تواند تیمی فعال‌تر و متعهدتر بسازد.

۷- کوچینگ مهارت‌های قابل یادگیری را گسترش می‌دهد.

همراهی کوچ شغلی در حین کار بر روی مهارت‌های خاص می‌تواند منجر به کسب موفقیت‌های بیشتری شود. کوچ‌های شغلی ممکن است بر روی یک زمینه خاص تمرکز کنند و در همراهی با شما می‌توانند امکان یادگیری مهارت‌های فنی جدیدی را که برای واحد شما حیاتی است، فراهم کنند. این می‌تواند عملکرد شما را نیز در محل کار بهبود بخشد و شما را واجد شرایط ارتقای شغلی نماید. سایر کوچ‌های شغلی برای اینکه کارکنان به بازیکنان بهتری برای تیم تبدیل شوند، گاهی بر روی مهارت‌های نرم، مانند ارتباط، حل تعارض و حل مسئله کار کرده و باعث رشد آن‌ها در این نوع مهارت‌ها می‌شوند.

۸- کوچینگ، مشارکت کارکنان را بیشتر می‌کند.

داشتن یک کوچ شغلی در تیم، به کارکنان نشان می‌دهد که سازمان برای آن‌ها ارزش قائل است و روی پیشرفت حرفه‌ای آن‌ها سرمایه‌گذاری می‌کند. در این صورت مشارکت کارکنان افزایش یافته و یاد می‌گیرند که چگونه در محل کار مشارکت فعال‌تری داشته باشند. حمایت و پشتیبانی از کارمندان با ایجاد فرصت‌هایی برای یادگیری، رشد مهارت‌ها و همچنین پیشرفت شغلی، تأثیر مستقیمی بر نرخ ماندگاری کارکنان در تیم خواهد داشت.

۹- کوچینگ ارتباطات معنی‌دار را پرورش می‌دهد.

اگر یک کوچ شغلی حتی فقط برای یک روز هم در محل کار شما حضور داشته باشد، باز هم می‌تواند فرصتی برای اعضای تیم باشد تا با او ارتباط برقرار کنند. آن‌ها می‌توانند اطلاعات تماس کوچ را از او گرفته و برای برگزاری جلسات آینده با او هماهنگی‌های لازم را انجام دهند و حتی می‌توانند با دنبال کردن کوچ در پلتفرم‌های مجازی و رسانه‌های اجتماعی، همواره برای رشد شغلی خود از او الهام بگیرند. اگر کوچ شغلی، از افراد پیشرو در صنعت خود باشد، می‌تواند با تولید محتوایی مانند سخنرانی، محتوای تصویری و ملموس برای مخاطبان، در تیم شما اثر گذاشته و درک شما را در این زمینه عمیق‌تر کند.

۱۰- کوچینگ رهبران آینده را پرورش می‌دهد.

کوچینگ می‌تواند به سازمان‌ها کمک کند تا مهارت‌های رهبری کارکنان جوان‌تر خود را بالاتر ببرند و آن‌ها را برای پذیرش مسئولیت‌های نظارتی در آینده آماده سازد. مشاغل مدیریت اجرایی معمولاً به افرادی نیاز دارند که بتوانند استرس را به خوبی مدیریت کنند، چشم‌انداز روشنی برای خود و سازمان به تصویر بکشند و در تصمیم‌گیری‌های قاطعانه، احساس راحتی کنند. کوچینگ شغلی می‌تواند به کارکنان کمک کند تا این مهارت‌ها را توسعه دهند که در راستای استراتژی جانشین‌پروری سازمان نیز قرار بگیرند.

منبع: سایت [Indeed.com](https://www.Indeed.com)، سپتامبر ۲۰۲۲

درباره نویسنده: جنیفر هرتی یک متخصص خدمات حرفه‌ای با بیش از ۱۲ سال تجربه در کوچینگ شغلی، استخدام و نقش‌های رهبری با هدف کمک به دیگران برای یافتن بهترین شغل است. او به افراد کمک می‌کند تا فرایند جستجوی شغل را از طریق کوچینگ شغلی، وینبار، کارگاه آموزشی، مقاله و ویدئوهای مشاوره شغلی در کانال YouTube Indeed در پیش بگیرند.



داستان اقتصاد ایران: الگوی عباسی

وسواس احکام شیعه را رعایت می‌کرد و حکومت طولانی او نقش مهمی در استقرار مذهب شیعه در ایران ایفا نمود.

پس از تهماسب به دلیل کور بودن پسر اولش محمد خدابنده (پدر شاه‌عباس)، اسماعیل میرزا پسر دوم با کشتن برادرانش به جز محمد (به دلیل نابینایی) بر تخت نشست؛ اما تخت به وی وفا نکرد و در همان سال به دست سرداران قزلباش به قتل رسید و چون پسری شایسته نداشت، محمد خدابنده پادشاه می‌شود، اما نابینایی مانع از اقتدار لازم او می‌شود و نایب‌امانی پهنه ایران را فرامی‌گیرد.

تا آنکه عباس میرزای ۱۸ ساله (علی‌رغم یکبار شورش ناکام علیه پدرش) پس از مرگ پدر با تصرف قزوین توانست (پایتخت) شاهی را به دست آورد. دهه نخست حکمرانی ۱۱ ساله او وقف بازگرداندن یک آرامش نسبی در خاک ایران می‌شود و پس از آن ایده‌های اقتصادی او



مقدمات حکمرانی

الگوی باستانی بی‌گمان آمیخته با افسانه است، اما در آیین حکومت صفویان، اولین حکومت ملی ایرانی پس از ورود اسلام و در شکل متعالی خود، الگوی عباسی، شناختی واقعی‌تر از آن می‌توان یافت.

اگرچه اسماعیل ۱۵ ساله که با داعیه منجی‌گری آغاز نمود و رکن اصلی حکومتش را مذهب شیعه نهاد و فرمان داد در ملأعام خلفای راشدین را دشنام دهند و هر نافرمانی را گردن بزنند، اما همچنین داعیه وارث سنت پادشاهی ایرانی بودن نیز داشت و چنان شیفته اسطوره‌های ملی ایرانی بود که نام سه فرزند خود را از میان قهرمانان شاهنامه برگزید.

اگرچه اسماعیل حاکمیت ایرانی بر ممالک محروسه را پایه گذاشت، اما مجالی برای پیاده‌سازی الگوی اقتصادی آن را نداشت. پسرش تهماسب این فرصت را داشت، اما بیش از اسطوره ایرانی دل‌داده تشیع بود و با



مجال برای اجرا می‌یابند.

«به نظر مورخان مدرن، شاه‌عباس نمونه خوبی برای مطالعه بر روی ماهیت پادشاهی ایرانی است، چرا که تضادهای شخصیتی پیچیده وی، او را تبدیل به مردی متدین و مهربان و درعین حال زیرک و بی‌رحم، کنجکاو و بصیر و درعین حال نامطمئن و پارانوئید می‌کند». به عبارت دیگر او دو چهره داشت: یک چهره کاریزماتیک، قاطع و خوش‌مشرب و یک چهره خشن، کینه‌جو و غیرقابل پیش‌بینی. او سه پسر داشت که یکی را مخفیانه کشت و دو تن دیگر را هم کور کرد. شاه‌عباس هرگز دین‌شأن خود نمی‌دانست که محکومان را خود حتی در حضور خارجی‌ها اعدام کند.

به گمانم میان این شخصیت دوگانه و خمیره خسروانی و فریزدانی نسبتی است. این تنها شخصیتی است که می‌تواند نقطه مرکزی و متمرکز ساز حاکمیت باشد چرا که شاه باید بتواند جایگزینی برای علقه‌های قومی و قبیله‌ای باشد.

شاه‌عباس نیز آگاهانه و مبتکرانه از مفهوم شاه‌ی سَوَن (عشق به شاه) برای از میان برداشتن پیوندهای طایفه‌ای، تضعیف امرای قزلباش و کنار هم نهادن طوایف گوناگونی همچون تاجیک‌ها، اعراب، دیلمیان، گرجی‌ها، ارمنه و غلامان چَرکسی (~ قومی قفقازی) در سپاه خود بهره گرفت. بدون داشتن شخصیتی بی‌رحم و مقتدر و درعین حال مهربان امکان رهبری سپاهی چنین گونه‌گون و بی‌رحم ناممکن بود.

اصلاحات اقتصادی

تأمین مالی یک ارتش مجهز بی‌تردید به منابعی افزون بر مالیات‌ها نیاز داشت که هم مقدار آن محدود بود و هم جمع‌آوری آن دشوار. چه رسد که پادشاه پروژه‌های عظیم معماری (به مقتضای دوران خود) در سر داشت؛ پروژه‌هایی که به مفهوم امروزی توسعه‌ای محسوب نمی‌شوند و بیشتر به درد خودنمایی شاهانه در برابر سفرا و تجار اروپایی می‌خورند. پدران شاه‌عباس علاوه بر آن از درآمدهای ناچیز زمین‌های ملوک‌الطوایفی و نیز تجارت از راه خشکی، علاوه بر تاراج مناطق استفاده می‌کردند؛ اما این درآمدها به قدر کافی نبودند.

نخستین گزینه‌ای که برابر شاه جوان قرار داشت گسترش تجارت به سرزمین‌های دوردست بود و به گونه‌ای احیای راه ابریشمی.

ابریشم در دسترس‌ترین و شاید تنها کالای قابل مبادله در آن زمان بود. ابریشم اگرچه در ابتدا از چین وارد ایران شده بود، اما در ایران پس از هزار سال توانسته بود به گونه‌ای فراوری و بافته شود که گوی سبقت را از ابریشم چینی که کیفیت نازل‌تری داشت، بریاید.

به‌ویژه، اروپای جدید و روبه‌رشد، بازاری بسیار جذاب برای این کالای اشرافی محسوب می‌شد. اما موانع بزرگی بر سر راه این تجارت باستانی قرار داشت: نخست دولت عثمانی بود که به واسطه دشمنی‌های مذهبی هم برای واردات ابریشم ایران به بازار داخلی خود و هم برای صادرات از بنادر مدیترانه و دریای سیاه محدودیت‌های جدی وضع کرده بود. مانع دوم نیز انحصار پرتغالی‌ها در صادرات ابریشم ایرانی از جنوب بود. بنابراین، شاه‌عباس باید مقدماتی را فراهم می‌آورد. در گام نخست از سیاست مهاجرت‌های گسترده که پیش از آن مغولان به کار می‌گرفتند، استفاده نمود. در آغاز، برای بازگرداندن امنیت به مناطق شرقی، با کوچاندن بیش از چهار هزار و پانصد خانوار از ایل افشار مستقر در ارومیه و سی هزار خانوار از کردهای پلباسِ ارزروم و ایل‌های بیات و قاجار

از ایروان و گنجه و قره‌باغ، آنها را در مناطق استراتژیک شمال خراسان و استرآباد در شرق مازندران سکنی داد. او همچنین برای تأمین نیروی انسانی در تولید ابریشم، پانزده هزار خانواده ارمنی (در حدود یک صد هزار نفر) را مجبور به ترک وطن و ساکن شدن در آذربایجان، گیلان و دیگر استان‌های شمالی و مناطق تولید ابریشم کرد.

سپس پایتخت را به اصفهان منتقل نمود که فاصله‌ای برابر به شرق و غرب و نیز جنوب که راهی جدید برای تجارت ابریشم بود، داشت. در آخرین گام نیز با بیرون‌راندن پرتغالی‌ها از جزیره هرمز به سال ۱۶۲۲ با کمک هند شرقی راه تجارت به اروپا را گشود و این شکوفایی درآمد به او اجازه داد تا یک سال بعد بغداد، نجف و کربلا را از عثمانی پس بگیرد و یکپارچگی امپراتوری تجزیه شده‌اش را بازگرداند.

اما شاه‌عباس انحصار صادرات ابریشم را به بریتانیایی‌هایی که به او در بیرون‌راندن پرتغالی‌ها کمک کرده بودند، نداد. وی از ظهور امپراتوری هلند و رقابتش با انگلیسی‌ها آگاهی داشت، بنابراین به سرعت به سمت سوداگری و دیپلماسی با هلندی‌ها حرکت کرد.

اما شاه‌عباس از ادغام عامدانه تجارت و حکومت (همان دولت بازرگان که در بخش قبل دیدیم زیربنای الگوی باستانی است)، گامی بسیار فراتر برداشت.

نخست، زمین‌داری ملوک‌الطوایفی موروثی را ملغی نمود و به جای آن زمین‌های اجاره‌ای قابل تمدید را قرار داد که به موجب آن زمین‌ها به اشراف ایرانی و غلامان برجسته اجاره داده می‌شدند. فارغ از اینکه درآمدهای اجاره بسیار باثبات‌تر از درآمدهای حاصل از کشاورزی بر روی این زمین‌ها بود، این الگو به شاه این اجازه را نیز می‌داد که مشاغل و مکان‌ها را ساده‌تر میان افراد جابه‌جا کند تا وصول مالیات‌ها آسان‌تر گردد. اما الغای املاک موروثی امکان شکل‌گیری طبقات اقتصادی مستقل از دولت را نیز به طور کامل از میان بُرد.

دومین خصوصیت الگوی عباسی سیاست‌های مداخله‌جویانه شاه بود. فشارغ از این که میدان نقش جهان تصویری از یک جهان شهر هزاره‌ای ارائه می‌داد که تجلی قدرت شاه بود، اما در واقع ویتترین تجارت‌خانه عباسی به شمار می‌رفت: یک میدان بزرگ با شاهراه‌ها، بازارها، غرفه‌ها و باغ‌ها و شاه نه تنها نقش مستقیمی در طراحی معماری آنها ایفا نموده بود که حتی خود بر بهره‌برداری آنها نیز نظارت مستقیم داشت.

در دوره عباسی، رابطه ایران با اروپای در حال توسعه گسترش یافت، اما نتوانست عمق چندانی بیابد و ایرانیان عمیقاً از آثار علمی و فرهنگی غرب بی‌اطلاع بودند و بی‌تردید یکی از علل آن، خفقان فکری آن بود که بسیاری از اهالی اندیشه را از کشور راند و آنهایی هم که ماندند حتی از یادگیری زبان‌های اروپایی (بلاد کفر) اجتناب می‌کردند.



نقش راهبران در عملکرد شعب بانک سامان

| بهروز تیرانداز |

کارشناس ارشد مدیریت صنعتی
شعبه بازار کفاش‌ها



نقش راهبر در شعب، پیوسته از اهمیت بسیار بالایی برخوردار بوده و اضافه شدن این نقش به نقش‌های همکاران شعبه تأثیر به سزایی در بهبود ارتباط مشتریان و بانکداران و همچنین گسترش بانکداری الکترونیک داشته است. از همین رو، از این شماره طی مقالاتی به معرفی و تبیین نقش راهبران در شعب می‌پردازیم. مقاله پیش رو اولین یادداشت از این زنجیره مقالات خواهد بود.

چکیده:

در دنیای امروز این مشتریان هستند که اهداف سازمان‌ها و شرکت‌ها را تعیین می‌کنند و این مشتریان هستند که مشخص می‌کنند سازمان‌ها و شرکت‌ها چه محصولات را با چه کیفیتی و چه تنوعی ارائه دهند. سازمان‌ها برای اطلاع‌رسانی محصولات جدید و کمک به مشتریان برای انتخاب محصولات از افرادی به عنوان راهنما استفاده می‌کنند و وظیفه اصلی این افراد، شناخت نیاز مشتری و ارائه محصول مطابق با نیاز مشتری است. بانک سامان نیز به عنوان برندی که نیاز مشتری را به عنوان هدف اصلی خود قرار داده است می‌کوشد تا به بهترین شکل ممکن در جهت رفع این نیازها برآید. انتخاب پست راهبر در شعب بانک سامان نیز گواه این ادعا است و این افراد می‌کوشند تا بانک سامان را در جهت رسیدن به اهداف تعیین شده و مشتریان را در جهت استفاده بیشتر از خدمات الکترونیک و عدم مراجعه حضوری به شعب سوق دهند.

مقدمه:

در دنیای مدرن امروزی و با وجود محصولات متنوعی که شرکت‌ها و برندهای مختلف برای کسب درصد بیشتر بازار تولید می‌کنند، وجود شخصی که بتواند محصولات را به مطلوب‌ترین و دقیق‌ترین شکل ممکن به مشتریان معرفی کند و باعث رضایت‌مندی مشتریان از آشنایی با محصول و در نهایت خرید آن محصول گردد از اهمیت بالایی برخوردار است. در عصر حاضر تمام فعالیت‌ها و اهداف سازمان‌ها و شرکت‌ها بر پایه نیاز مشتری و چگونگی رفع این نیاز است. مشتریان هستند که به ما می‌گویند که چه محصولی با چه کیفیتی تولید شود و چگونه به دست آنها برسد. تمام ویژگی‌های محصولات بر پایه نیاز مشتریان است.

در ابتدا افراد راهنما به صورت تلفنی مشتریان را راهنمایی و پشتیبانی می‌کردند که البته همچنان در کشورهای درحال توسعه در بیشتر مواقع راهنمایی افراد به صورت تلفنی است؛ ولی در حال حاضر و باتوجه به بازار رقابتی شدید مشاهده می‌کنیم که در فروشگاه‌های بزرگ و مطرح دنیا افرادی به عنوان راهنما حضور دارند که وظیفه‌شان در ابتدا شناخت دقیق نیاز مشتری و در ادامه معرفی محصول مورد نیاز مشتری است. در بسیاری از مواقع همین افراد راهنما برای مشتریان ایجاد نیاز می‌کنند و مشتریان را برای خرید کالای مورد نظر ترغیب می‌کنند که البته ایجاد نیاز در مشتری فوق‌العاده حساسی بوده و می‌تواند نتیجه عکس داشته باشد و نظر مشتری را برای خرید از برند ما کاملاً منفی کرده که این نیز از مهارت‌های افراد راهنما است. برای همه ما پیش آمده برای خرید محصولی وارد فروشگاه شده‌ایم؛ ولی باتوجه به راهنمایی‌های صورت گرفته در فروشگاه تصمیم به خرید محصول دیگری گرفتیم که بیشتر با نیاز ما تطابق دارد. در کشورهای پیشرفته و توسعه یافته دنیا از افراد راهنما به بهترین شکل ممکن استفاده می‌کنند. یکی از بهترین نمونه‌های استفاده از این افراد در بیمارستان‌ها است. این افراد از زمانی که بیمار وارد بیمارستان می‌شود به صورت همراه در کنار بیمار حضور دارند و در تمام بخش‌های بیمارستان که فرد بیمار برای درمان خود نیاز به حضور در آن بخش را دارد به صورت کاملاً حرفه‌ای و دلسوز کنار بیمار هستند و راهنمایی‌های مناسب و در بعضی از مواقع شخصاً نیازهای بیمار را مرتفع می‌کنند. نمونه دیگر این نوع از خدمات‌رسانی را در کتابخانه‌های مطرح دنیا می‌توانیم

مشاهده کنیم. زمانی که شخصی وارد کتابخانه می‌شود فرد راهنما با خوشامدگویی به استقبال فرد مراجعه‌کننده می‌رود و با مطرح کردن سؤالات دقیق از مراجعه‌کننده کاملاً به نیاز مراجعه‌کننده پی می‌برد. فرد مراجعه‌کننده را به بخش جستجوی کتاب‌ها برده و به صورت همراه فرد را برای پیدا کردن کتاب مدنظر و قفسه مربوط به کتاب در کتابخانه راهنمایی می‌کند. بعد از مشخص شدن عنوان کتاب‌ها و شماره قفسه مربوطه با مراجعه‌کننده به سمت قفسه‌ها حرکت کرده و تا پیدا کردن کتاب‌ها در کنار مراجعه‌کننده حضور دارد. از این طرح به صورت کاملاً محدود و موقتی در کتابخانه دانشگاه تهران با عنوان "از کتابداری پرس" استفاده شد و مورد استقبال فراوان بازدیدکنندگان نیز قرار گرفت.

نمونه بعدی مورد استفاده از راهنمایان در بخش بانکداری است. مشتری با مراجعه به بانک یا اولین فردی که روبرو می‌شود همین راهنمایان هستند. فرد راهنما با ظاهری کاملاً آراسته و شمایل جذاب و کاملاً مسلط به استقبال مشتری می‌رود و طبق نمونه‌های قبلی بیان شده در پی کشف نیاز مشتری است. زمانی که نیاز با نیازهای مشتری را متوجه شد با مشتری به سمت باجه‌های مربوطه حرکت می‌کند و در تمام مدت حضور مشتری در پشت باجه‌ها برای انجام کارهای بانکی در کنار مشتری حضور دارد و به صورت کاملاً حرفه‌ای به مشتریان کمک می‌کند.

در بانک سامان نیز شاهد حضور این افراد برای راهنمایی مشتریان هستیم که با عنوان راهبر در شعب بانک سامان فعالیت می‌کنند. هدف اصلی فعالیت این افراد در شعب، راهنمایی مشتریان و کمک به مشتریان برای سوق دادن آنها به سمت انجام کارهای بانکی به صورت الکترونیک با استفاده از تلفن همراه، لپ‌تاپ و خودپردازها و کتس‌های موجود در شعب است که منجر به کاهش حضور مشتریان در شعب و صرف زمان و انرژی هم برای مشتریان و هم برای همکاران داخل شعب می‌گردد.

بیان مسئله:

در این مقاله قرار است به دو سؤال بسیار مهم پاسخ داده شود. اولین سؤال این است که آیا حضور راهبران در شعب بانک سامان مورد نیاز است؟ و سؤال دوم اینکه حضور راهبران چه تأثیری در عملکرد شعب بانک سامان دارد؟

راهبران شعب بانک سامان:

زمانی که مشتریان به شعب مراجعه می‌کنند با اولین فردی که مواجه می‌شوند راهبران شعبه هستند (که متأسفانه در بعضی مواقع بدین شکل نیست و مشتریان مجبورند در پی یافتن راهبر در شعبه باشند) بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که راهبران شعب بانک سامان در واقع لوگوی برند سامان هستند. نحوه برخورد، شکل ظاهری و تسلط این افراد به صورت کاملاً واضح و روشن به مشتریان اطلاع می‌دهد که در این شعبه چه می‌گذرد و مشتریان به راحتی ویژگی‌های کاری و اخلاقی راهبر شعبه را به کل شعبه و در بدبینانه‌ترین حالت ممکن به کل برند بانک سامان تعمیم می‌دهند.

ویژگی‌های مورد انتظار از راهبران:

راهبران شعب به عنوان راهنما باید دارای ویژگی‌هایی باشند که بتوانند سازمان را به اهدافی که تعیین شده است سوق دهند و نیازهای مشتریان را برطرف سازند. از جمله ویژگی‌هایی که انتظار می‌رود راهبران شعب داشته باشند:

- (۱) مهارت کافی در برقراری ارتباط
- (۲) هماهنگ کردن حالت صحبت خود با حالات روحی مشتری
- (۳) داشتن تسلط کامل بر دانش بانکی
- (۴) صبر و حوصله فراوان
- (۵) ظاهر آراسته و مرتب
- (۶) شناخت دقیق نیاز مشتری و پاسخ‌دهی مناسب به او

نقاط مثبت و تأثیرگذار حضور راهبران در شعب:

بدون اغراق و بی شک حضور راهبران در شعب تأثیر بسیار زیادی در جهت سوق دادن مشتریان و بانک سامان به سمت بانکداری الکترونیک داشته است. به لطف تکنولوژی مدرن امروزی می‌توان گفت که بسیاری از خدمات بانکی بر بستر اینترنت قابل انجام است و نیازی به حضور مشتریان در بانک نمی‌باشد. همگی شاهد این هستیم که راهبران شعب باحوصله و صبر زیاد تمام تلاش خود را در جهت آموزش مشتریان به استفاده از بستر الکترونیک و عدم حضور و صرف وقت و انرژی در شعبه می‌کنند. عدم حضور مشتریان برای کارهای روزانه بانکی در شعبه باعث می‌شود همکاران شعبه بتوانند با شرایط بهتر و ذهنی پویاتر در جهت رفع نیازهای خاص مشتریان و مشاوره دقیق و حرفه‌ای به آنها بپردازند. همکاران سامانی می‌توانند زمان بیشتری را برای مشتریان داخل شعبه اختصاص دهند و مشتریان را با بیشترین رضایت ممکن از خدمت‌رسانی ارضا کنند. مشتریان بانکی نیز مجبور نیستند روزانه زمانی را برای حضور در شعبه بابت کارهای بانکی روزانه خود اختصاص دهند و می‌توانند این زمان و هزینه صرفه‌جویی شده را در فعالیت و کسب‌وکار خود صرف کنند.

نقاط قابل بهبود حضور راهبران شعب:

حضور راهبران در شعب باتوجه به عملکرد مثبتشان و تأثیر بالایی که بر روی عملکرد شعب دارند خالی از نقص و ایراد نیست. در واقع هرآنچه در این دنیا است به‌دور نقص و ایراد نمی‌تواند باشد و وجود شرایط ایدئال به‌دور از واقعیت است. زمانی می‌توانیم شرایط سازمان خود را به سمت بازدهی بیشتر سوق دهیم که بتوانیم نقاط ضعف سازمان را در کنار نقاط قوت ببینیم و بپذیریم و در جهت کاهش نقاط ضعف و افزایش نقاط قوت بپردازیم.

اولین نکته‌ای که می‌توان به آن اشاره کرد و در واقع اولین پارامتری که توسط راهبران شعب بیان گردید، عدم دسترسی راهبران به سیستم نرم‌افزار فرانکین بانک است. به گفته راهبران شعب در بسیاری از مواقع برای کمک به رفع مشکل مشتریان نیاز به سیستم نرم‌افزاری بانک به‌شدت احساس می‌شود که متأسفانه راهبران امکان دسترسی ندارند. موضوع بعدی که می‌توان به آن اشاره کرد نحوه انتخاب افراد به‌عنوان راهبر شعبه است. همان‌طور که بیان گردید افرادی که به‌عنوان راهنما در فروشگاه‌ها و مراکز فعالیت می‌کنند باید دارای ویژگی‌هایی باشند که بتوانند سازمان را به سمت اهداف تعیین شده سوق دهند. در بعضی از مواقع به‌هیچ‌عنوان به ویژگی‌های فردی و اخلاقی و حتی دانش بانکی افراد توجه نشده و فردی به‌عنوان راهبر شعبه در نظر گرفته می‌شود که فاقد ویژگی‌های بیان شده است و تنها ملاک انتخاب پست سازمانی یا سابقه کاری افراد در بانک سامان است درحالی‌که فردی که برای نقش راهبری انتخاب می‌گردد خیلی مهم است که دارای مهارت ارتباط با مشتریان باشد. نکته مهم و ضروری در انتخاب راهبران، توجه به میزان مهارت آنها در ارتباط میان‌فردی است. اینکه این افراد بتوانند به بهترین شکل ممکن و باتوجه به رفتار و شخصیت و جنسیت مشتریان با آنها ارتباط برقرار کنند و نیازشان را بشناسند و با رفتار و عملکردشان تأثیر مثبت بر مشتریان بانکی بگذارند از اهمیت بالایی برخوردار است. مشتریان بانکی در رده‌های مختلف سنی و جنسیت‌های مختلف هستند و هر کدام دارای روحیه و حالات روحی مختص به خود هستند. اگر قرار باشد با همه افراد به یک شکل برخورد گردد قطعاً شاهد برآورده شدن اهدافی که برای حضور راهبران در شعبه مدنظر قرار داده‌ایم نخواهیم بود. در موزه‌های مطرح دنیا از صدا و تصویر مراجعه‌کنندگان تست گرفته می‌شود تا حالات روحی مراجعه‌کنندگان مشخص گردد تا بتوانند بهترین خدمت را به مراجعه‌کنندگان خود ارائه دهند.

نکته مهم و قابل تأمل دیگر عدم حضور راهبر در شعب کم مراجعه و استفاده از راهبران در پست‌ها و نقش‌های متفاوت با نقش راهبری در شعب با مراجعه‌کننده بالا است. باتوجه به یافته‌های محقق از بعضی شعب بانک سامان این نتیجه حاصل شد که در بعضی از شعب راهبر حضور ندارد و علت عدم اختصاص راهبر برای این شعب را مراجعه کم مشتریان به شعبه عنوان کردند.

در مورد دوم عنوان شده در خصوص استفاده از راهبران در پست‌های دیگر شعب پر مراجعه می‌توان بیان کرد که در این شعب یا به اهمیت حضور راهبر در شعب واقف نیستند و راهبر را فردی بدون عملکرد و تأثیر برای شعبه و مشتریان می‌دانند و یا با کمبود نیروی انسانی در این شعب مواجه هستند که منجر گردیده تا از راهبران در پست‌های موردنیاز استفاده گردد. در هر صورت می‌توان گفت فردی که برای پست راهبری در شعبه انتخاب گردیده است زمانی می‌تواند به وظیفه اصلی خود یعنی راهنمایی مشتریان و حل مشکل این افراد بپردازد که به‌صورت دائمی و متمرکز در این پست فعالیت کند و در غیر این صورت باعث می‌گردد به هدف اصلی حضور راهبر در شعب و هزینه و زمان و منابعی که برای حضور این افراد در سازمان در نظر گرفته شده است آسیب وارد گردد. البته در ماه‌های گذشته که امکان استفاده هم‌زمان از سیستم نرم‌افزاری بانک برای افراد وجود داشت از راهبران استفاده بیشتری در پست‌های دیگر شعب می‌شد که با حذف این قابلیت از سیستم نرم‌افزاری بانک تا حدودی شرایط بهبود پیدا کرد.

نتیجه‌گیری و بیان نکات قابل بهبود:

باتوجه به مصاحبه‌های صورت گرفته با بعضی از راهبران شعب و افراد باتجربه در بانک سامان می‌توان نتیجه گرفت که تا حد بسیار زیادی حضوران راهبران در شعب باعث تسریع در انجام امور بانکی برای مشتریان و همکاران بانکی می‌شود و مشتریان در بسیاری از مواقع بدون نوبت گرفتن و در کمترین زمان ممکن با رضایت کامل از شعب خارج شده و نیاز و مشکانشان به‌صورت کامل توسط راهبر شعبه مرتفع گردیده است که در پاسخ به سؤال "آیا شعب بانک به راهبران نیاز دارد؟" پاسخ مثبت است و تأثیر حضور این افراد در شعب به‌صورت چشمگیری احساس می‌گردد.

در پاسخ به سؤال دوم که "حضور راهبران چه تأثیری در عملکرد شعب بانک سامان دارد؟" باید گفت باتوجه به مصاحبه انجام شده با راهبران و افراد باتجربه در بانک تا حدود زیادی این افراد توانسته‌اند برند سامان را جهت اهداف تعیین شده سوق دهند؛ ولی در بعضی از مواقع به دلیل انتخاب اشتباه این افراد برای این پست و عدم توجه به مهارت‌های افراد انتخاب شده، می‌توان گفت رسیدن به اهدافی که بانک تعیین کرده است دور از دسترس است. شاید در بعضی از مواقع همکاران راهبر نیز آگاهی لازم از وظایف و یا میزان تأثیری که بر روی مشتریان دارند، نداشته باشند.

عدم دسترسی این افراد به سیستم نرم‌افزاری بانک نیز به‌عنوان دغدغه جدی می‌تواند مطرح گردد. این افراد برای راهنمایی مشتریان نیاز دارند که به اطلاعات مشتریان دسترسی داشته باشند و در این مواقع با مراجعه به همکاران پشت بانه و استفاده از نرم‌افزار آنها علاوه بر اینکه مزاحم کار همکاران دیگر می‌شوند باعث نارضایتی مشتریان پشت بانه در تأخیر پیش آمده برای زمان پاسخ‌دهی به آنها می‌گردد.

منابع:

- کتاب «نقش راهنمای موزه در جذب بازدیدکنندگان». غلامی، علی
- کتاب «روانشناسی روش». تریسی، بریان
- کتاب «هرگز سازش نکنید». واس، کریس
- کتاب «مدیریت رفتار سازمانی». رابینز، استیفن
- کتاب «مدیریت». دراکر، پیتر

Sales Psychology: How to Use Consumers' Consciousness to Boost Sales.mchunu, sina

Applying positive psychology to selling behaviors: A moderated-mediation analysis integrating subjective well-being, coping and organizational identity. Lyngdoh, Teidorlang



چقدر خودشیفته اید؟

و به بهانه‌ای شما را رها می‌کنند.

۵- به خود حق می‌دهند که دیگران را می‌توانند مورد استفاده قرار دهند. مثلاً اگر شما یک ساعت وقت به آنها بدهید، اگر آنها برای مدت بیشتری از شما کمک خواستند، آنها فکر می‌کنند شما حق اعتراض ندارید.

۶- اصولاً توانایی همدردی و همدلی ندارند و خود را جای دیگران نمی‌توانند بگذارند. از بچه‌های چندماهه و چند ساله توقعات بسیار زیادی دارند. اگر ظاهراً سخن از همدردی می‌کنند، ولی کاملاً سطحی و ظاهری است و آن حال و احساس را در آنها نمی‌بینید. وقتی از شما تشکر می‌کنند، طوری آن را ادا می‌کنند که خودشان در آن مطرح باشند (خودنمایی).

۷- موضوع‌ها و مسائل خودش مهم و منحصربه‌فرد هستند. هیچ‌کسی تجربه‌های او را نداشته. همه چیزهای مربوط به او بی‌همتا است. مهم‌ترین شب سال، تاریخ تولد او است. مسائل عمومی خود را عجیب می‌داند. اگر کسی دروغ به او گفت، می‌گوید چطور یک نفر به دیگری دروغ می‌گوید یا خیانت می‌کند (انگار که اولین بار است چنین اتفاقی می‌افتد). چرا با من چنین شد، چرا من باید بیمار بشم، چرا عزیزان من باید مریض شوند.

۸- نیاز شدید به توجه دیگران دارد. باید مرکز توجه باشند. بحث‌هایی را که مطرح می‌شوند را به رشته خود مربوط می‌کنند و آنها را از دیدگاه

بعضی از روان‌شناسان اعتقاد دارند همه انسان‌ها درصدی خودشیفته هستند، اما آنچه از آن به عنوان اختلال شخصیتی خودشیفتگی نام می‌برند، به مواردی گفته می‌شود که درصد خودشیفتگی بیش از حد معمول باشد. در اینجا ۵۰ ویژگی آدم‌های خودشیفته را برمی‌شماریم و در انتها می‌بینیم که چقدر خودشیفته هستیم:

۱- شخص خودشیفته احساس و باور و اعتقادی به بزرگی خوبی و اهمیت و به‌دردبخور بودن خودش دارد که در گفتارش نیز به‌راحتی دیده می‌شود. فکر می‌کند تأثیر زیادی بر دیگران و زندگی‌شان دارد. با تمام وجود این احساس را دارد. دیگران را کمتر و کوچک‌تر از خود می‌بیند.

۲- خود را استثنایی و منحصربه‌فرد می‌داند. مثلاً: نام او، بهترین اسم است، زمان تولدش بهترین، شهر یا محله تولدش جایگاه خاص تاریخی دارد و ۵۰۰ سال قبل فرد مهمی در آنجا متولد شده. توقع دارد دیگران او را استثنایی بدانند، ورودش به مهمانی باید کاملاً محسوس باشد.

۳- فکر می‌کنند همیشه حق با آنهاست. دیگران باید نظر آنها را در مورد رنگ‌ها و طعم‌ها بپذیرند و باید به حقانیت او اعتراف کنند. جایی برای گفتگو در این موارد اختلاف نمی‌دانند.

۴- همیشه از دیگران استفاده و سوءاستفاده می‌کنند. مدتی به شما توجه و محبتی می‌کنند تا شما را به کاری بگیرند و بعد از مدتی بنا به دلایلی

رشته خود بررسی و مطرح می‌کند. وقتی توانایی نواختن آلت موسیقی یا گفتن لطیفه بامزه‌ای ندارد، با خنده زیاد از لطیفه‌ای بسیار بی‌مزه، توجه دیگران را به خود جلب می‌کند. از مردم انتظار احترام و اطاعت دارند. (پدر و مادرها: هرچه من گفتم بد و غلط را باید انجام بدهی). به دنبال بردگی و مرید و شاگردشدن هستند. دوست دارند دیگران در خدمت آنها باشند. در ازدواج، می‌خواهند فرد را برای تمام وجودش داشته باشند. ۹- بسیار شکننده و حساس هستند. ظاهراً محکم هستند، ولی یک حادثه و اشتباه، یا کثیف بودن کراوات، یا اشتباه بودن کراواتی که زده‌اند، یا حرفی که آنها زده‌اند، وقتی توسط کسی که آگاه هست، تصحیح شود، به هم می‌ریزند. خشم و کینه و تنفر همیشگی نسبت به افراد پیدا می‌کنند. ۱۰- به هیچ وجه تحمل نقد را ندارند. هیچ وقت نمی‌توانید صمیمانه و صادقانه نظر، باور و اعتقاد و حرفش را به نقد بکشید. اگر کار به انتقاد بکشد، جایی برای قبول و پذیرش شما نخواهد داشت و واکنش‌های تند و شدید را خواهد داشت. برحسب‌هایی که به شما می‌زند، کلامی که استفاده می‌کند، حوادث نامربوط را به یاد شما می‌آورد و به دیگران می‌گوید. مثلاً در بحث‌های اجتماعی و سیاسی، در مورد دایی دیوانه شما یا دختر شما که طلاق گرفته صحبت می‌کند که هیچ ارتباطی با موضوع ندارد.

۱۱- در ابتدا کوشش می‌کند که پذیرفته شود و موردپسند دیگران قرار بگیرد تا دیگران عقاید او را برتر از دیگران بدانند و ممکن است در ادامه کنترل خود را از دست بدهد. یا نفر اول هستند، یا نفر آخر که صحبت می‌کنند، و همه باید قبول کنند که مطلبش بهترین بوده.

۱۲- علاقه عجیبی دارند که مورد ستایش و پرستش قرار گیرند. تملق و چاپلوسی (حتی دروغ و زشتش) را دوست دارد.

۱۳- سخت مشغول خود و زندگی خود است. مقدار بیش از حدی از انرژی روانی‌اش مشغول خود است. همه چیز را از دید خود می‌بیند. اگر گرسنه است، ۱۰۰ نفر دیگر هم باید غذا بخورند. اگر خسته است، باید مهمانی تعطیل شود و همه به خانه بروند. محل پارک ماشینش باید متفاوت باشد. باید مدام نظر دیگران را راجع به خودش بداند.

۱۴- پر از غرور و تکبر است. افتخار و سرافرازی ندارد. اگر جوان است، جوانی خودش مهم است. اگر مسن است، سن بالا افتخار دارد. اگر از ده می‌آید، دهاتی‌ها مهم هستند. اگر شهری است، شهری‌ها مهم‌ترند. فاصله زیادی بین خود واقعی و خود ایدئال او هست. هنگام ورود به مهمانی به صورتی می‌آید که همه به او خوش آمد بگویند، او را ببینند. غرور و تکبر مشخصه‌های او هستند و اگر کسی آن را رعایت نکند، برآشفته می‌شوند. ۱۵- حسادت و رقابت، حتی نسبت به کسی یا کاری که در حیطه رشته او نیست. اگر از توانایی کسی بگویند، به او برمی‌خورد، به دنبال عیب و ایرادی در او می‌گردد، و آن را بی‌اهمیت جلوه می‌دهد. اگر می‌بیند دیگران خانه‌ای خریدند، او هم باید بخرد. اگر سفر رفته‌اند یا فرزندی آورده‌اند، او هم باید این کار را بکند.

۱۶- معتقد است که باید با افراد مهم و معروف در ارتباط باشد. از خانه‌ای که نزدیک خانه افراد مهمی بوده صحبت می‌کند. داشتن رابطه با افراد مهم برای بزرگی می‌آورد، و برعکس. اگر ناچار به رابطه با افراد سطح پایین جامعه داشته باشد، آن را مخفی می‌کند.

۱۷- انتظار دارد که رفتار مردم با او باید با دیگران متفاوت باشد. همه

باید برای من از جای خود بلند شوند. فقط به من بگویند که خوش آمدی. فقط باید به من بگویند که چقدر آگاه و دانایی.

۱۸- پر از توقع و انتظار هستند. می‌خواهند که اولین نفر باشند که دعوتشان می‌کنند. انتظار دارند اگر ۳ ساعت هم دیر به مهمانی آمد، کسی شام نخورد. توقع و انتظار آنها همیشه با خشم همراه هستند که چرا دیگران متوجه نیستند. حتی برای پرواز هواپیما وقتی که به‌موقع است و آغاز یک تئاتر و کنسرت هم ناراحت می‌شوند.

۱۹- انتظار دارد همه قدر او را بدانند و از کاری که کرده تعریف کنند و همه از آن باخبر باشند. اگر مادر یا پدر بوده، فرزندان باید از خوبی‌های او بگویند.

۲۰- دیگران را به‌عنوان شیء و کالا می‌بیند. برای انسان، ارزش انسانی قائل نیست. دیگران را به‌عنوان نردبانی می‌بیند که مایل است از آن بالا برود. انسان‌ها وقتی ارزش دارند که او به آنها توجه و یا از آنها استفاده می‌کند. با ازدواجش، چتری از محبت و لطفش به روی آن فرد و خانواده‌اش و مردم شهر انداخته و همه باید از او تعریف کنند.

۲۱- بی‌اعتنا به قانون و حتی اصول اخلاقی است. ظاهراً آن را حفظ می‌کند، ولی انتظار دارد برای او استثنا قایل شوند. اگر کسی نمی‌تواند وارد این ساختمان شود، به او اجازه دهند. برای خود جنبه‌ای از استثنا قایل است. برخورد صاحب مغازه باید با او بسیار متفاوت باشد. قوانین و اصول اخلاقی در حد تعبیر و تفسیر او اهمیت پیدا می‌کنند. اعتنایی به قوانین و مقررات ندارد؛ ولی از دیگران توقع و انتظار عمل به آنها را دارند.

۲۲- در کارها اصرار می‌کند. شما را وادار به کاری می‌کنند. با گفتن مکرر و تحت‌فشار قراردادن شما. کارها را تعقیب می‌کند و تا رسیدن به نتیجه نهایی نمی‌ایستد. به گونه‌های مختلف فشار وارد می‌کند، تهدید، تشویق، خواستن از مادر شما برای تماس با شما...

۲۳- در مورد خودش، نظری واقع‌بینانه ندارد. در زمان نقد و قضاوت، خودش را آن‌گونه که هست نمی‌بیند. در آینه فکر می‌کند که این صورت، صورت او نیست. وقتی عکس خود را می‌بیند، چون تصویری که از خودش دارد، غیر از چیزی است که در عکس هست، خوشحال نمی‌شود و از یک سن و سالی به بعد دیگر حاضر به گرفتن عکس نیست.

۲۴- برای همه چیز توضیح و توجیه دارد. توان این را دارد که باوجوداینکه کاری بد و غلط کرده، آن را آن‌قدر بیچاند که به‌نوعی خوب جلوه دهد.

۲۵- این فرد اصولاً می‌تواند در روابط احساسی و عاطفی، دیگران را آزار دهد و در روابط جنسی حالتی از خشونت و دیگرآزاری دارند.

۲۶- زمینه‌ای برای ارفاکنی حالات خود دارد. احساس خود را واقعیت خارجی می‌داند. احساس خود را ملاک ارزیابی و اندازه‌گیری می‌داند. تصور می‌کند اگر او از چیزی لذت می‌برد، هرچند برای دیگری دردآور است، او هم بالاخره لذت می‌برد و یا خواهد برد. فکر می‌کند اگر کسی به‌خاطر دیگری رنج برد، آدم خوبی بوده و عشق خود را به او نشان داده است.

۲۷- به دلیل اینکه موجوداتی بدون مقصود و بدون معنی در زندگی هستند، ولی چون هدف‌جو و به دنبال هدفهای مشخصی در زندگی هستند، و در سطح می‌دوند، باین‌حال حوصله‌شان از خودشان سر

می‌رود. اغلب همه چیز را به صورت حداقل به پایان می‌برند. اگر مدرک باید بگیرند، در حد قبولی، اگر کاری را باید انجام دهند، هم همین‌طور. ۲۸- زمینه‌ای برای دلیل تراشی و خیال‌بافی دارند. موضوعات را با استدلال‌های عجیب و غریب همراه می‌کنند. اگر آسیبی به شما زدند، می‌گویند که این آسیب باعث آگاهی شما می‌شود تا دیگر گرفتار مسائل دیگر نشوی. ۲۹- موجوداتی تنها هستند. خود و دیگران را بد می‌دانند. فکر می‌کنند از رابطه جز درد و رنج چیزی به دست نمی‌آید. تنها و بی‌کس‌اند. جدا هستند. ادعای استقلال می‌کنند؛ ولی بدون رابطه با دیگران، جدا از دیگران هستند. وجودی خالی دارند، و این حوصله‌شان را از خود و زندگی سر می‌برد. آماده‌اند دیگران و یا چیزی را در خود جا دهند و یا به نوعی وجود خالی دیگری را پر کنند. ۳۰- با واقعیت دنیای خارج خود کاری ندارند. تصورات و تخیلات خود را واقعی می‌دانند.

۳۱- بیشتر اوقات آرزوهای خود را به عنوان واقعیت می‌بینند. اگر چیزی را دوست دارند، آن اتفاق افتاده است و متوجه نیستند که این اتفاق مربوط به آینده هست.

۳۲- در مورد گذشته و آینده همیشه با اغراق و کوچک و بزرگ کردن‌های عجیب و غریب همراه‌اند. اگر بخواهند مهمانی را مهم جلوه دهند، آن‌گونه تعریف می‌کنند که انگار چنین مهمانی تا به حال اتفاق نیفتاده و اگر بخواهند آن را خراب کنند، به عنوان یکی از بدترین حوادث زندگی خود می‌کنند.

۳۳- کوشش می‌کنند که همیشه جالب و جذاب باشند. در آرایش خود، بیان خود، برخوردشان، کاربرد لغات و کلماتشان می‌شود دید.

۳۴- حالت همیشه قانع و راضی‌کننده دیگران دارند. دیگران را مجبور به رسیدن به نتیجه‌ای می‌کنند که مورد توجه آنها بوده است.

۳۵- گفتار کلی دارند. مباحث را در جزئیات نمی‌بینند و می‌توانند منظور خود را به راحتی به هر طرفی حرکت بدهند و معمولاً در نظراتشان دقت وجود ندارد.

۳۶- فکر می‌کنند که از عهده همه کارها برمی‌آیند. اگر از اول به دنبال نقاشی رفته بودند، الان نقاش بزرگی بودند، ...

۳۷- تفاوت‌ها و اختلافات کوچکی را که دیگران با آنها دارند را می‌بینند. اگر حرفی بزنند که کمی با آنها مختلف و متفاوت باشد، آن را به عنوان یک اشکال و زمینه‌ای برای کوبیدن شما و جنگی بزرگ می‌دانند.

۳۸- چون بی‌توجه و بی‌اعتنا هستند و به بود و نبود یا تغییرات دیگران اهمیت نمی‌دهند، از دید آدم‌های سطحی به نظر خونسرد و مطمئن و در کنترل هستند.

۳۹- ادعاها و گفتارهای دروغ و فریبنده زیادی دارند. بعضی وقت‌ها پس از گذشت زمان، آن دروغ‌ها را به شکل واقعیت می‌بینند.

۴۰- افرادی ظاهراً یا واقعاً زیرک و زرنک هستند. توانایی دارند که بازی‌های مختلف کنند و نه تنها با دیگر فریبی؛ بلکه با خود فریبی، به برخی از اهدافشان برسند؛ چون توانایی تحریک و شستشوی مغزی خود را هم دارند.

۴۱- موجوداتی هستند که دیگران را حسود، ناتوان، بیمار، گرفتار، ابله و نادان می‌بینند. تصور می‌کنند که هر کسی که در مورد آنها چیزی می‌گوید، غرض و مرضی دارد که او را که برتر از دیگران است را

خراب کند.

۴۲- در ظاهر رعایت ادب و آداب اجتماعی را می‌کنند و به مقدار زیاد می‌توانند خود را کنترل کنند، ولی در شرایط کمی نامناسب و زمانی که تحت فشار هستند، اداره خود را از دست می‌دهند و بسیار بددهن و بدزبان می‌شوند و لغاتی را به کار می‌برند که مناسب آن شرایط نیست. اگر شرایط از حد بگذرد و در تنگنا قرار گیرند، وجود متعفن خود را نشان می‌دهند. در آغاز ماری خوش‌خط و خال بودند؛ ولی در شرایط فشار، کسی را از نیش خود بی‌نصیب نمی‌گذارند.

۴۳- زمینه‌ای برای برانگیختگی خود دارند. با رفتن سراغ تصورات خود، احساس بزرگی و عظمت کنند و خود را بی‌نیاز و به‌دوراز دیگران بدانند. مدتی در خانه بمانم تا دیگران قدم را بدانند و در همین حال کتابی بنویسم که در جامعه مطرح شود، ...

۴۴- معمولاً از انرژی بسیار برخوردارند، و افرادی بسیار فعال و پرکار هستند. وقت زیادی برای خواب و استراحت ندارند. فکر می‌کنند خود را باید به همه چیز برسانند و در زمینه‌های مختلف درگیر هستند و فعالیت‌های متنوعی دارند. حتی با اینکه تخصصی در زمینه‌ای ندارند، حاضر هستند برای کارشناسان آن رشته سخنرانی کنند.

۴۵- ترس عجیبی از عادی دیدن و معمولی بودن خود دارند. از انسان‌های عادی و معمولی بدشان می‌آید.

۴۶- از اشتباه و شکست خود و اینکه مردم از آنها بد بگویند بدشان می‌آید. پس محافظه‌کاری می‌کنند و دیگران را به جلو می‌اندازند تا مطمئن شوند. اشتباه را پنهان می‌کنند و از آن نمی‌آموزند. یا مسئولیت آن را به عهده دیگری می‌اندازند. درگیر مسابقه‌ای نمی‌شوند مگر اینکه بدانند که حتماً برنده‌اند.

۴۷- چیز ناقص و ناکامل را بد و غلط می‌دانند. اعتقاد دارند: یا مهمانی نده، یا جوری بده که زبانزد همه شود. نباید کاری کرد، مگر اینکه بهترین باشد. نوعی کمال پرستی دارند. نسبت به بعضی کارها وسواس شدیدی پیدا می‌کنند و وقت و نیروی شدیدی صرف آن می‌کنند.

۴۸- در مورد موفقیت‌های داشته و نداشته خود بسیار اغراق می‌کنند. چنین و چنان بوده‌اند و در بین دوستان چنین جایگاهی داشته‌اند.

۴۹- مخالفت و مقاومت دیگران را با بی‌رحمی درهم می‌شکنند. فقط از سر راه دورتان نمی‌کنند، بلکه از سر راه برمی‌دارند. در مورد بچه‌های خود که مخالفتی با نظر آنها می‌کنند، برخوردی عجیب و خشن می‌کنند.

۵۰- غالباً به دنبال جانشین کردن چیزی با چیز دیگری هستند. اگر نتوانستند با مطلبی توجه کنند، با رقص‌های عجیب و یا انتقاد از موسیقی یا هوا یا هزینه جشن، توجه دیگران را جلب می‌کنند. از موضوعی به موضوع دیگر و از راهی به راه‌های دیگری می‌روند.

تست خودشیفتگی:

● اگر ۱۵ مورد از این موارد در شما دیده شد، گرایش‌های خفیفی از خودشیفتگی دارید.

● اگر بین ۱۵ تا ۲۵ مورد در شما دیده می‌شود، گرفتار خودشیفتگی هستید.

● اگر بیش از ۲۵ مورد در شما مشاهده می‌شود، احتمالاً گرفتار این اختلال شخصیتی (خودشیفتگی) هستید.

منبع: گاهنامه مدیر

غرفه بیمه سامان پذیرای پر تعداد کارجویان در نمایشگاه کار

شرکت بیمه سامان با هدف ملاقات بی واسطه با کارجویان و ارتقای برند کارفرمایی، در ششمین نمایشگاه کار ایران حضور یافت.

به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، نمایشگاه کار، رویدادی برای تعامل مستقیم کارجو و کارفرما است و در آن سازمان‌های شرکت کننده، موقعیت‌های شغلی مختلف خود را ارائه می کنند.

در این رویداد مهم، کارجویان با مراجعه به نمایشگاه کار علاوه بر کسب اطلاعات درباره شرکت‌ها و ارائه رزومه، با نمایندگان هر سازمان به طور مستقیم وارد گفت و گو می شوند.

جذب نیروهای متخصص و توانمند توسط سازمان‌ها، ارتقای برند کارفرمایی و معرفی فرهنگ، ارزش‌ها و استراتژی‌های منابع انسانی و تسهیل فرایند جذب و استخدام، از جمله نتایج برگزاری نمایشگاه کار برای سازمان‌ها است.

در این رویداد، کارجویان می توانند به صورت مستقیم با کارفرمایان ارتباط برقرار کرده و در کارگاه‌های آموزشی کار و کارایی شرکت کنند.

به همین منظور، شرکت بیمه سامان از ساعت ۱۰ صبح تا ۱۸ عصر در سالن C، غرفه شماره ۱۰۸ ششمین نمایشگاه کار ایران پذیرای بازدیدکنندگان و علاقه‌مندان بود.

ششمین نمایشگاه کار ایران از ۲۵ تا ۲۷ بهمن ماه سال جاری در سالن‌های نمایشگاهی برج میلاد برگزار شد.



حضور فعال شرکت بیمه سامان در هفدهمین نمایشگاه گردشگری تهران

شرکت بیمه سامان در هفدهمین نمایشگاه گردشگری تهران حضوری فعال داشت.

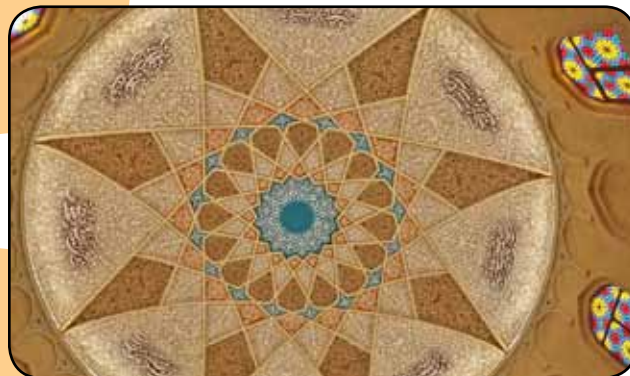
به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، در این نمایشگاه که با حضور رئیس جمهور و دبیرکل گردشگری سازمان ملل متحد افتتاح شد، فعالیت‌های گردشگری در حوزه موسیقی آیینی و سنتی، خوراک، بوم گردی و سایر ظرفیت‌های گردشگری در ایران معرفی شدند. همچنین بخشی از فضای باز نمایشگاه به چادرهای عشایری، کمپرها و خودروهای کلاسیک اختصاص داده شده بود. این نمایشگاه از سه شنبه ۲۴ بهمن ماه به مدت سه روز از ساعت ۸ صبح تا ۱۷ عصر به بازدیدهای عمومی و مردمی اختصاص داشت. شرکت بیمه سامان که پیش‌تاز در عرصه بیمه‌های مسافرتی است، در سالن ۳۵ این نمایشگاه با هدف معرفی تازه ترین محصولات و خدمات خود، پذیرای مراجعه کنندگان بود. هفدهمین نمایشگاه گردشگری تهران فرصتی مغتنم برای برنامه ریزی سفرهای نوروزی و حضور در کارگاه‌های آموزشی رایگان با هدف معرفی «چالش‌های تأمین مالی و سرمایه گذاری در طرح‌ها و پروژه‌های گردشگری»، «آشنایی با کسب و کارهای تعاونی در حوزه گردشگری»، «آسیب شناسی اقامتگاه‌های سنتی و بوم گردی ایران» و «واکاوی ظرفیت بازارهای نوظهور و لغو روادید شده ایران» بوده است. بنا بر اعلام وزارت میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی، نمایندگان ۱۲ کشور از جمله روسیه، ترکیه، مالزی، اندونزی، ونزوئلا، تایلند، ازبکستان، ویتنام، تاجیکستان، زیمبابوه، تانزانیا و سریلانکا در این نمایشگاه حضور داشتند.



بازدید نماینده مردم یزد در مجلس شورای اسلامی، شهردار و رئیس شورای اسلامی شهر یزد از «مجمع فرهنگی ورزشی یزدباف»

فرهنگی ورزشی هنری تفریحی در محله امامشهر است. مجتمع چندمنظوره فرهنگی ورزشی یزدباف در ۱۷ هزار مترمربع، از معماری و مهندسی زیبا و باهویت برخوردار است، زورخانه، زمین ورزش های توبی، سالن موزه تاسینمای روباز و تمام فضاهای فرهنگی و ورزشی دیگر و همچنین رستوران های این مجموعه به گونه ای طراحی شده است که با اصالت شهر میراث جهانی یزد همخوانی دارد و به عنوان پایگاهی ارزشمند، محل تجمع مردم این شهر قرار خواهد گرفت تا ساکنین این شهر بتوانند در کنار خانواده های خود آرامش و آسایش و رفاه را یکجا تجربه کنند.

نماینده مردم یزد، اشکذر و بخش ندوشن در مجلس شورای اسلامی، شهردار و رئیس شورای اسلامی شهر یزد از «مجمع فرهنگی ورزشی یزدباف» در محله امامشهر یزد بازدید کردند. به گزارش سامان رسانه، محمد صالح جوکار نماینده مردم یزد، اشکذر و بخش ندوشن در مجلس شورای اسلامی، ابوالقاسم محی الدینی شهردار و عزیزالله سیفی رئیس شورای اسلامی شهر یزد از مجتمع ۱۷ هزار مترمربعی فرهنگی ورزشی یزدباف در محله امامشهر بازدید کردند. شرکت کارخانجات یزدباف در راستای عمل به مسئولیت های اجتماعی خود مدتی است در حال ساخت یک مجموعه بزرگ



حضور پررنگ خانواده سامان در عرصه های ورزشی

مسابقات را کسب نمود.

بانک سامان:

تیم فوتسال بانک سامان به عنوان قهرمان سال گذشته مسابقات فوتسال لیگ برتر کارگران کل کشور در مرحله مقدماتی که به میزبانی تهران برگزار گردید با کسب رتبه اول از گروه چهارم این مسابقات، بالاتر از تیم های بانک پاسارگاد، بیمارستان سینا اراک، پگاه تبریز و منتخب زاهدان به مرحله بعد صعود کرد. در این مرحله که به میزبانی بندرعباس برگزار شد با کسب رتبه اول و بالاتر از تیم های شرکت شیشه همدان، شرکت فولاد کاوه جنوب کیش، شرکت صنایع آلومینیوم جنوب، شیشه دارویی رازی قزوین و شرکت داروسازی تبریز به مرحله نهایی مسابقات راه یافت. این تیم در مرحله نیمه نهایی با پیروزی پنج بر سه مقابل تیم رامک به فینال مسابقات راه پیدا کرد. تیم فوتسال بانک سامان در دیدار نهایی با نتیجه پنج بر صفر مقابل شرکت شیشه همدان به برتری رسید و به مقام قهرمانی مسابقات فوتسال لیگ برتر کارگران کل کشور دست پیدا کرد.

همچنین در پایان این دوره از مسابقات، محمدرضا درستانی به عنوان آقای گل و ابوالفضل شهبازی به عنوان بهترین دروازه بان انتخاب شد. همچنین تیم فوتسال بانک سامان به عنوان تیم اخلاق این دوره از مسابقات انتخاب شد.

با حضور تیم های یزدباف، شیشه همدان و بانک سامان در لیگ فوتسال کشوری، تیم فوتسال بانک سامان در پایان این بازی ها مقام قهرمانی را از آن خود کرد.

تیم یزدباف:

یزد باف با قهرمانی در لیگ فوتسال کارگران استان یزد به مسابقات کشوری راه یافت. این تیم برای اولین بار در مسابقات فوتسال لیگ برتر کارگران کل کشور شرکت داشته و در گروه دوم این مسابقات که به میزبانی شهر یزد برگزار شد با کسب رتبه سوم از صعود به مراحل بعدی مسابقات باز ماند.

شرکت شیشه همدان:

شیشه همدان به همراه مجتمع فولاد ویان به عنوان نماینده استان همدان در مسابقات فوتسال لیگ برتر کارگران کل کشور شرکت کرد. این تیم در گروه سوم این مسابقات با کسب رتبه دوم به مرحله بعدی صعود کرد. در این مرحله که به میزبانی بندرعباس برگزار شد با کسب رتبه دوم و پس از تیم فوتسال بانک سامان به مرحله نهایی مسابقات راه یافت. شرکت شیشه همدان در مرحله نیمه نهایی به مصاف تیم صنایع شیمیایی فارس رفت و پس از کسب پیروزی به فینال مسابقات راه پیدا کرد. این تیم در دیدار نهایی مقابل تیم بانک سامان با قبول شکست پنج بر صفر، مقام نایب قهرمانی این دوره از



استقبال از خدمات بانک سامان در نمایشگاه ساخت داخل در صنعت نفت

| جعفر تکبیری |

پنجمین نمایشگاه و همایش حمایت از ساخت داخل در صنعت نفت، گاز، پتروشیمی و پالایش با مشارکت و حمایت معاونت علمی و فناوری و اقتصاد دانش بنیان ریاست جمهوری، انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران، انجمن صنفی کارفرمایی صنعت پالایش نفت، انجمن کارفرمایی صنعت پتروشیمی، معاونت مهندسی و پژوهش وزارت نفت، پارک نوآوری و فناوری صنعت نفت و صندوق نوآوری و شکوفایی، از تاریخ ۹ لغایت ۱۱ بهمن ماه سال جاری در مرکز نمایشگاه‌های بین المللی کیش و مرکز همایش‌های بین المللی کیش توسط شرکت بهاران تدبیر کیش برگزار شد.

این دوره از نمایشگاه که با حضور بیش از ۲۷۰ مجتمع پتروشیمیایی و پالایشگاهی، شرکت‌های دانش بنیان تولیدکننده تجهیزات و ارائه دهنده خدمات در صنعت نفت، گاز، پتروشیمی و پالایش، بانک‌های عامل و بیمه‌ها در فضایی به مساحت ۲۱۰۰۰ متر در مرکز نمایشگاه‌های بین المللی کیش و برگزاری ۲۴ نشست تخصصی طی روزهای ۱۰ و ۱۱ بهمن ماه در مرکز همایش‌های بین المللی کیش، با موضوعات و محورهای فرصت‌ها و چالش‌های توسعه صنعت نفت، گاز، پتروشیمی و پالایش، تقویت توان داخلی و افزایش نقش شرکت‌های دانش بنیان در ایرانی سازی صنعت نفت و هماهنگی برگزاری بیش از ۵۰۰ جلسه





به هم‌رسانی از قبل برنامه‌ریزی شده، از ویژگی‌های بارز این رویداد بود. نمایشگاه و همایش تخصصی حمایت از ساخت داخل در صنعت نفت، گاز، پتروشیمی و پالایش، به‌عنوان یکی از مؤثرترین رویدادهای این حوزه در زمینه افزایش نقش شرکت‌های داخلی به‌ویژه شرکت‌های دانش‌بنیان و نوآور در زمینه تأمین نیازهای فناورانه صنعت نفت، گاز، پتروشیمی و پالایش کشور است.

از محورهای این رویداد می‌توان به انتقال دانش فنی، انجام خدمات مهندسی تولید مواد شیمیایی، کاتالیست‌ها، قطعات و تجهیزات صنعت پتروشیمی، ارائه خدمات تعمیر، نگهداری و بازرسی فنی، حمایت و استفاده از توان شرکت‌های دانش‌بنیان، حمایت از صنایع پایین‌دستی صنعت نفت، گاز و پتروشیمی، توجه به نقش پژوهش و فناوری در صنعت پتروشیمی و نقش مناطق آزاد و ویژه اقتصادی در افزایش تولید و صادرات محصولات پتروشیمی اشاره کرد.

بانک سامان نیز در راستای توجه همیشگی خود به صنایع و صادرکنندگان، با حضور در نمایشگاه تخصصی حمایت از ساخت داخل در صنعت نفت، گاز، پتروشیمی و پالایش، به معرفی خدمات خود به فعالان این حوزه پرداخت.

بانک سامان که به‌واسطه خدمات گسترده و کامل خود در سال‌های گذشته به انتخاب اول شرکت‌های تولیدی و صنعتی به‌ویژه در حوزه صنایع نفت و گاز و پتروشیمی تبدیل شده، در مدت برگزاری این رویداد با برگزاری جلسات و ملاقات حضوری، آخرین خدمات امکانات خود را در اختیار این حوزه اقتصادی کشور قرار داد و خدمات و محصولات ارائه شده از سوی بانک سامان در این نمایشگاه با استقبال فعالان این صنعت حیاتی و استراتژیک کشورمان روبه‌رو شد.



مدیرعامل بانک سامان در بازدید از
ششمین نمایشگاه کار ایران اعلام کرد:

سامان بانک پیشرو در برند کارفرمایی

ششمین نمایشگاه کار ایران، با حضور بانک سامان برگزار شد. این نمایشگاه فرصتی برای کارجویان فراهم کرد تا با شرکت‌ها و سازمان‌های معتبر در سراسر کشور ارتباط برقرار کنند تا آینده شغلی خود را تضمین نمایند. یکی از برندهایی که در نمایشگاه کار ایران مورد توجه کارجویان قرار داشت، بانک سامان بود. غرفه این بانک در طول برگزاری نمایشگاه میزان تعداد زیادی از علاقه‌مندان بود که می‌خواستند جزء خانواده بزرگ بانک سامان باشند. تمایز قابل توجه بانک سامان از دیگر شرکت‌ها و سازمان‌های حاضر در نمایشگاه کار ایران، موضوعی بود که در بازدید علیرضا معرفت مدیرعامل بانک سامان از نمایشگاه مورد توجه قرار گرفت.

بانک سامان نیروهای کارآمد را جذب می‌کند

معرفت مدیرعامل بانک سامان که با حضور در غرفه بانک سامان در ششمین نمایشگاه کار ایران، از نزدیک در جریان ارتباط کارشناسان بانک با کارجویان قرار گرفته بود، می‌گوید: «برند کارفرمایی» یکی از برنامه‌هایی است که بانک سامان در بیش از یک سال گذشته در حال اجرای آن است. در راستای برنامه «برند کارفرمایی» یکی از برنامه‌های ما، شناساندن بانک سامان به عنوان یک کارفرما برای جذب نیروهای کارآمد است. تلاش کرده‌ایم از ابزارهای مختلفی برای رسیدن به این هدف بهره بگیریم که یکی از آنها حضور در نمایشگاه کار است.

وی در خصوص «برند کارفرمایی» بانک سامان، می‌گوید: در بحث برند کارفرمایی، یکی از اهدافی که دنبال می‌کنیم جذب نیروی کارآمد بر اساس استراتژی بانک است و در این حوزه امکاناتی را برای ماندگار شدن نیروها و احساس خوبی که باید همکاران در محیط کار داشته باشند، فراهم کرده‌ایم. معرفت با تأکید بر اینکه بانک سامان برای نیروی انسانی ارزش ویژه‌ای قائل است، می‌گوید: همکاران ما ساعات مفید عمرشان را در محل کار می‌گذرانند و خیلی مهم است که حس خوبی در محیط کار داشته باشند و این محیط مأمونی برای آنها باشد.

مدیرعامل بانک سامان، در خصوص حضور این بانک در ششمین نمایشگاه کار ایران، می‌گوید: برقراری ارتباط میان کارفرما و متقاضیان کار از روش‌ها و کانال‌های مختلف انجام می‌شود که یکی از آنها نمایشگاه کار ایران است. همان‌طور که در طول نمایشگاه شاهد بودیم، شرکت‌ها روش‌های مختلفی برای برقراری این ارتباط در پیش گرفته‌اند. به نظرم نمایشگاه کار ایران جای خود را میان شرکت‌ها و جویندگان کار باز کرده است. باتوجه به این جایگاه، بانک سامان تصمیم به حضور در نمایشگاه گرفت و قصدمان شناسایی نیروهای کارآمد و جذب و به‌کارگیری آنها است.

وی درباره نگاه متقاضیان کار به برنامه بانک سامان برای جذب بی‌واسطه نیروی کارآمد، اظهار می‌کند: همیشه این‌طور برداشت شده که اگر کسی بخواهد در جایی فعالیت کند، یا آغاز به کار نماید، حتماً باید یک آشنا و





معرف داشته باشد تا جذب شود؛ اما ما در بانک سامان تلاش کرده‌ایم بستر را به‌نوعی مهیا کنیم که افراد دارای پتانسیل خوب کاری، بتوانند توانایی‌های خود را مستقیماً عرصه کنند و ما بتوانیم از آن توانایی‌ها در حوزه‌های گسترده کاری بانک سامان استفاده کنیم.

معرفی درباره نتایج جانبی حضور بانک در نمایشگاه کار ایران، می‌گوید: طبیعتاً حضور در نمایشگاه، نشان‌دهنده این است که بانک سامان چه گام‌هایی برای توسعه نیروی انسانی و برند کارفرمایی برداشته است و رویکرد مدیران ارشد بانک برای جذب نیرو چیست! ما به دنبال این هستیم که نیروهای کارآمد را بی‌واسطه جذب کنیم.

مدیرعامل بانک سامان در پایان با ابراز رضایت از حضور این بانک در نمایشگاه کار ایران، در پاسخ به اینکه چه درصدی از نیروهای موردنیاز بانک در سال‌های آینده از طریق این‌گونه نمایشگاه جذب می‌شوند، تصریح می‌کند: این موضوع تابع شرایط مختلفی است و دادن درصد و عدد شاید راحت نباشد، ولی یکی از کانال‌های خیلی مؤثر در جذب نیرو می‌تواند همین نمایشگاه باشد.

حال خوب کارکنان بانک سامان

مصطفی مزینانی، معاون اداره تجربه کارکنان و ارتباطات داخلی بانک سامان که از سال ۱۳۹۱ در این بانک فعال است و بر روی «برند کارفرمایی» بانک سامان کار می‌کند، می‌گوید: بسیاری از مقاضیان کار در صنعت بانکداری، فکر می‌کنند فعالیت در بانک یک حرفه سخت است. اما ما در بانک سامان در کنار نظم و انضباط بانکی، انعطاف‌پذیری بالایی داریم و خودمان را در این زمینه سردمدار امور پرسنلی می‌دانیم.

مزینانی با اشاره به پیاده‌سازی برند کارفرمایی در بانک سامان از سال ۱۴۰۰، می‌گوید: در حوزه منابع انسانی بانک سامان شعار «کار خوب، حال خوب» به عنوان یک ارزش پیاده‌سازی کردیم، به این معنا که کار خوب، حال خوب را می‌سازد و حال خوب هم منجر به کار خوب می‌شود. در فرهنگ بانک سامان، افراد دارای ارزش بالایی هستند. آنها صرفاً کارکنان بانک نیستند بلکه می‌توانند مشتریان بانک، بازدیدکنندگان نمایشگاه و حتی با یک مراجعه‌کننده به شعبه که برای کاری غیر بانکی باشند، همه آنها برای ما ارزشمند هستند و این ارزش‌گذاری به افراد مهم‌ترین وجه تمایز و ارزش بانک سامان است. وی می‌افزاید: بانک سامان محلی برای توسعه و یادگیری است. افراد در بانک سامان فرصت ناب یادگیری را به دست می‌آورند، یاد می‌گیرند و پرورش می‌یابند.

معاون اداره تجربه کارکنان و ارتباطات داخلی بانک سامان با بیان اینکه تمامی مدیران بانک سامان از نیروهای خود بانک هستند، یعنی وارد بانک شده و از سطح کارشناسی کار خود را آغاز کرده و رشد کرده‌اند، می‌گوید: نرخ خروج نیروی انسانی در بانک سامان زیر ۲ درصد است و شاخص وفاداری کارکنان در این بانک حدود ۴۲ است که بین سازمان‌های ایرانی زبانزد است. همه اینها به این دلیل است که نقاط تماس نیروی انسانی از کارآموزان تا کارمندان و مدیران و حتی بازنشستگان را پیدا کرده و تلاش کرده‌ایم که در آن نقاط برای آنها حال خوب ایجاد کنیم. در مقابل روی نقاط درد هم دست گذاشته‌ایم و تجربه‌های منفی کارکنان را بررسی کرده‌ایم و سعی کرده‌ایم آن اتفاقات منفی دوباره در بانک سامان تکرار نشوند. به همین دلیل کارکنان بانک سامان نسبت به دیگران، شادتر هستند و از کاری که دارند و سازمانی که در آن فعال هستند، احساس رضایت و غرور دارند.

مزینانی با اشاره به استقبال خوبی که از غرفه بانک سامان در نمایشگاه کار ایران شده است، تأکید می‌کند: سعی کردیم در نمایشگاه، از حضور مدیران



بانک استفاده کنیم تا شفافیت بانک سامان را به وضوح نشان دهیم. همان‌طور که در طول نمایشگاه شاهد بودیم مدیران بانک سامان به صورت مستقیم با بازدیدکنندگان ارتباط برقرار می‌کردند و این به بازدیدکنندگان و متقاضیان کار نشان داد که ما یک بانک متفاوت هستیم و نباید بانک سامان را به چشم یک بانک خشک نگاه کنند، بلکه سامان بانکی است که در آن انسان‌ها ارزشمند هستند و کسانی که وارد بانک می‌شوند می‌توانند موفق شوند. وی با اشاره به پایین بودن نرخ خروج بانک سامان، می‌گوید: به دلیل ماندگاری نیروی انسانی در بانک سامان، عملاً جذب نیروی انسانی جدید در بانک سخت است، با این وجود ما در طول سال گذشته با ۸ درصد افزایش نرخ جذب نیرو مواجه بودیم. بانک سامان یک بانک جوان است که به بلوغ رسیده و در حال توسعه است. مزیانی در خصوص نظرات جویندگان کار در مواجهه با غرفه بانک سامان در نمایشگاه کار، می‌گوید: نکته جالبی که در نمایشگاه شاهد آن بودیم این است که بازدیدکنندگان تصور می‌کردند که ما صرفاً در حوزه بانکداری جذب نیرو می‌کنیم و اینکه سامان در حوزه آی تی، نیرو جذب می‌کند برایشان جذاب بود. این در حالی است که سامان به عنوان یک بانک پیشرو در زمینه بانکداری الکترونیک، توجه ویژه‌ای به حوزه آی تی دارد.

به امید استخدام در بانک سامان

کیوسک الکترونیکی که در آن مراجعه‌کنندگان می‌توانستند به صورت





انتشار جدیدترین گزارش صنایع غذایی بانک سامان

بانک سامان با هدف حمایت از فعالان عرصه صنایع غذایی، اقدام به انتشار جدیدترین گزارش تحولات و دستاوردهای صنایع غذایی ایران و جهان کرد.

به گزارش سامان رسانه، بانک سامان که همواره ارائه خدمات نوین به مشتریان شرکتی خود را با اولویت بسیار بالا پیگیری می‌کند، در تازه‌ترین اقدام خود، گزارشی از تحولات جهانی بازارهای مرتبط با صنایع غذایی منتشر کرد.

در این گزارش که هم اکنون در بخش بانکداری شرکتی وبسایت بانک سامان در دسترس است، مهمترین تحولات مرتبط با بازارهای مواد غذایی و اقتصاد آن مورد بررسی قرار گرفته است.

موبایلت

موبایلت برترین موبایل بانک ایران شد

علاوه بر این، محیط کاربری جذاب و پایدار بودن ارائه خدمات یکی دیگر از نکاتی است که باعث شده موبایلت جایگاه برترین اپلیکیشن بانکی کشور را از آن خود کند.

لازم به ذکر است هم‌زمان با برگزاری جشنواره زمستانی وین کارت و پرداخت ۴۰ میلیارد ریال جایزه نقدی، امکان افتتاح حساب وین کارت و همچنین دعوت از دوستان برای کسب امتیاز بیشتر نیز در اپلیکیشن موبایلت فراهم شده است.

اپلیکیشن موبایلت هم اکنون در مارکت‌های مختلف اندرویدی و iOS در دسترس است و همچنین امکان بهره‌برداری از نسخه غیرنصبی PWA بدون تغییر در محیط کاربری نیز برای تمامی دارندگان گوشی‌های هوشمند در دسترس است.

اپلیکیشن موبایلت با کسب ۴,۹ امتیاز در مارکت‌های ایرانی، توانست برترین اپلیکیشن بانکی ایران شود.

به گزارش سامان رسانه، موبایل بانک سامان که با نام موبایلت هم‌اکنون در دسترس تمامی کاربران گوشی‌های هوشمند است، با ارائه طیف گسترده‌ای از خدمات بانکی توانسته رتبه برترین اپلیکیشن بانکی کشور را از آن خود کند.

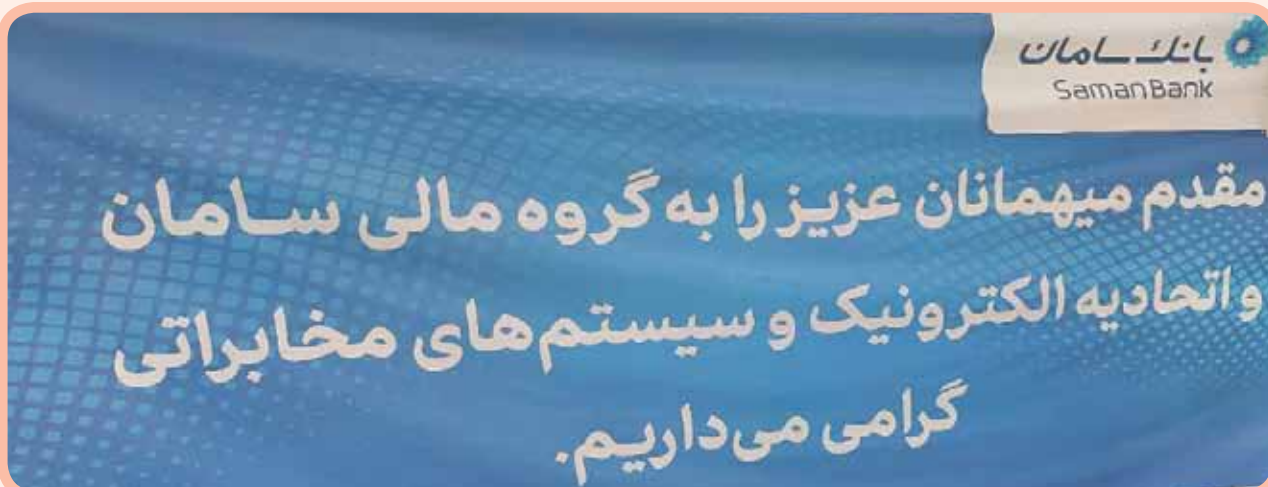
در حال حاضر تمامی خدمات بانکی از جمله افتتاح انواع حساب، فعال‌سازی رمز دوم، دریافت رمز اول، دریافت کارت‌های بانکی به‌صورت غیرحضور، فعال‌سازی موبایل بانک بدون حضور در شعب و فعال‌سازی پیامک‌های تراکنش جزء مهم‌ترین خدماتی است که در اپلیکیشن موبایلت در دسترس کاربران است.

گردهمایی مشترک گروه مالی بانک سامان و اعضای برتر اتحادیه صنف الکترونیک و سیستم های مخابراتی



میهمانان ویژه این نشست بودند. در آغاز این گردهمایی، محمد جهانگیری پاشاکی، رئیس شعبه قزوین، ضمن خوشامدگویی به میهمانان و تشکر از میهمانان ویژه و اعضای برتر اتحادیه الکترونیک، علت برگزاری همایش را برای حضار تشریح نمود و پس از ایشان، آقای آقاجانی، مدیر بیمه مهندسی بیمه سامان، با اشاره به سابقه فعالیت و همکاری با پلتفرم هایی نظیر دیجی کالا، اسنپ و... آمادگی انعقاد قرارداد با فروشگاه های موبایل و ارائه خدمات بیمه ای با حداقل تعرفه و کارمزد از سمت بیمه سامان را اعلام نمود. در ادامه مراسم، مهدی احمدی، سرپرست ناحیه ۹ شعب بانک سامان، در دو نوبت با تشریح محصولات بانک، نحوه بهره مندی از تسهیلات، استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک و ابزارهای آن و همچنین امکان

در همایشی که در تاریخ ۲۶ دی ماه به همت سرپرستی ناحیه ۹ و شعبه قزوین برگزار شد محصولات گروه مالی بانک سامان به اعضای برتر اتحادیه صنف الکترونیک و سیستم های مخابراتی معرفی شد. در این گردهمایی علاوه بر تیم سرپرستی ناحیه ۹ و نمایندگان شعب این سرپرستی، نمایندگانی از شرکت های گروه مالی سامان از جمله سپ و بیمه سامان نیز حضور داشتند. همچنین باید خاطر نشان کرد علاوه بر اعضای برتر اتحادیه صنف الکترونیک و سیستم های مخابراتی، میهمانان ویژه استانی نظیر سردار ابراهیمی، فرمانده نیروی انتظامی استان قزوین، آقای عبدیان، رئیس اتاق بازرگانی قزوین، آقای حسن پور، رئیس سازمان تعزیرات، آقای داود محمدی، نماینده دو دوره مجلس و رئیس کمیسیون اصل ۹۰ و آقای رستمی، معاون سازمان صمت نیز از





از همراهی بخش خصوصی و دولتی در چنین جلسه‌ای، ابراز خرسندی داشته و تأکید نمودند که جهت توسعه اقتصادی استان، می‌بایستی بانک‌ها در کنار اصناف قرار گرفته تا بتوان از تمامی ظرفیت‌های موجود استفاده نمود و از بانک سامان به‌عنوان نخستین بانک خصوصی بابت برگزاری چنین همایشی، تشکر ویژه داشتند.

پس از ایشان، رضا رهبر مهرپو، یکی از مدیران پرداخت الکترونیک سامان، امکانات و همچنین نرم‌افزارهای تولیدی شرکت پرداخت از قبیل سامانه ۷۲۴، درگاه‌های اینترنتی و... را برای حضار تشریح نمودند و در پایان نیز جناب آقای هوشمند، معاون اتاق اصناف، ضمن تشکر از بانک سامان جهت برگزاری همایش، اعلام نمودند که سایر اصناف نیز می‌توانند با بانک سامان تعامل سازنده و همکاری اثربخشی داشته باشند.

افزایش سطح انتقال وجه تا سقف ۵ میلیارد ریال برای اعضای برتر اتحادیه الکترونیک که حساب‌های خود را نزد بانک متمرکز نمایند را برای حاضرین در همایش تبیین نمود.

سپس، ابوالفضل ناصری، رئیس اتحادیه صنف الکترونیک و سیستم‌های مخابراتی ضمن تقدیر و تشکر از بانک سامان به‌عنوان بانک خصوصی همراه اصناف، از اعضای اتحادیه درخواست نمودند ضمن افتتاح حساب و دریافت دستگاه کارت‌خوان و تمرکز حساب نزد بانک سامان، از امتیازات و مزایای بانک به‌ویژه دریافت تسهیلات صنفی بهره‌مند شوند.

در ادامه آقای عبدیان، رئیس اتاق بازرگانی استان، رئیس اتاق بازرگانی قزوین ضمن تشکر از مدیران و مسئولین استان بابت حضور در جلسه،





دومین رویداد جایزه بزرگ نقاشی معاصر ایران، نفرات برتر خود را شناخت



ایران»، امیر راد، رئیس انجمن هنرمندان نقاش ایران، گزارشی از میزان مشارکت علاقه‌مندان در این رویداد را اعلام و از عوامل اجرایی این مسابقه قدردانی کرد.

حمیدرضا قنبری، مدیر بازاریابی و مطالعات بازار شرکت بیمه سامان نیز با اعلام تداوم حمایت این شرکت بیمه‌ای از هنرمندان، از ادامه برگزاری مسابقه رویداد جایزه بزرگ نقاشی معاصر ایران در سال‌های آینده هم خبر داد.

دومین رویداد جایزه بزرگ نقاشی معاصر ایران توسط بیمه سامان و با همکاری انجمن هنرمندان نقاش ایران برگزار شد.

ایجاد بستری مناسب برای نمایش رویکردهای معاصر در نقاشی ایران، زمینه‌سازی رشد و بالندگی هنرمندان ایران، رشد فرهنگ بصری مخاطبان در سطوح مختلف جامعه، انتخاب و معرفی سالانه هنرمندان نقاش معاصر ایران به جامعه مخاطبان، ارج‌گذاری فعالیت هنرمندان منتخب، ایجاد فضایی پویا در صحنه هنرهای تجسمی ایران با تمرکز بر رسانه نقاشی و نیز تشویق نهادهای گوناگون اقتصادی در حمایت از هنر و هنرمندان از جمله اهداف بیمه سامان در برگزاری این رویداد بوده است.

مراسم اهدای جوایز دومین رویداد جایزه بزرگ نقاشی معاصر ایران در محل خانه هنرمندان ایران برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، در دومین رویداد جایزه بزرگ نقاشی معاصر ایران که ثبت‌نام آن از ۳۰ آذرماه تا ۱۷ دی‌ماه سال جاری ادامه داشت، ۱۰۸۹ هنرمند با بیش از ۲۸۰۰ اثر شرکت کردند که آثار آنها مورد بررسی داوران سرشناسی چون جمشید حقیقت‌شناس، رضوان صادق‌زاده و معصومه مظفری قرار گرفت. درنهایت ۱۸۵ اثر از ۱۷۳ هنرمند شرکت‌کننده در «دومین رویداد جایزه بزرگ نقاشی معاصر ایران» برای نمایش در گالری‌های استاد ممیز، استاد میرمیران، پاییز و زمستان انتخاب شدند.

بر اساس این گزارش، داوران این رویداد، در دو مرحله داوری از ۱۷۳ اثر راه‌یافته به نمایشگاه نفرات برتر را انتخاب کردند که جایزه ۱۵۰ میلیون تومانی این رقابتها به پرویز معزز به عنوان نفر برتر، تعلق گرفت.

الهام ایثاری و سارا معتمد نیا نیز جایزه تقدیری ۲۵ میلیون تومانی را از آن خود کردند.

در مراسم اهدای جوایز «دومین رویداد جایزه بزرگ نقاشی معاصر

رفتار حرفه‌ای

بهمن‌ماه به‌صورت کتبی تقدیر کرده‌اند. ما به‌رسم سپاس و قدردانی، اسامی این عزیزان را در نشریه سامان منتشر می‌کنیم.

با تشکر

مدیریت سرمایه انسانی بانک سامان

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

نام و نام خانوادگی	محل خدمت	
مریم عطری گسگری	شعبه ایران زمین	
سیامک قادرزاده اسگوئی	سرپرستی ناحیه ۱۲	



تبدیل امتیاز به وجه نقد با کارت سامانیوم

از طریق بسته‌های کارت سامانیوم به وجه نقد تبدیل و از این طریق اقدام به خرید از تمامی درگاه‌های اینترنتی کنند یا در نرم‌افزار موبایل شارژ تلفن همراه خریداری کرده و قبوض خود را پرداخت کنند. لازم به ذکر است که این کارت در حال حاضر یک کارت مجازی و با فرمت بن کارت است که دریافت این کارت به صورت خودکار و به محض قرارگرفتن در رده نقره‌ای صورت می‌پذیرد و نیازی به درخواست و یا تقاضای مشتری ندارد. همچنین برای خرید از درگاه‌ها از طریق کارت سامانیوم، نیاز به تاریخ انقضا و کد اعتبارسنجی CVV۲ است. برای دریافت این اطلاعات لازم است دکمه سه نقطه در کارت سامانیوم که در منوی کارت و سپرده موبایل قابل مشاهده است را لمس کرده تا اطلاعات مورد نیاز این کارت، نمایش داده شود.

سامانیوم (باشگاه مشتریان بانک سامان) با ارائه امکانی تازه در خصوص کارت سامانیوم، امکان تبدیل امتیاز به وجه نقد و خرید از درگاه‌های اینترنتی را فراهم کرد. به گزارش سامان رسانه، سامانیوم (باشگاه مشتریان بانک سامان) با ارائه خدمتی تازه بر روی کارت سامانیوم امکان تبدیل امتیازهای سامانی جمع‌آوری شده در این باشگاه به وجه نقد را فراهم کرد. براین اساس، این کارت که ماهیتی مجازی دارد، برای اعضای نقره‌ای و طلایی سامانیوم صادر می‌شود و در اپلیکیشن موبایل، قسمت کارت‌های مشتری قابل مشاهده است. با استفاده از این کارت، اعضای نقره‌ای و طلایی سامانیوم این امکان را دارند که امتیازات خود را که از طریق تراکنش‌های بانکی کسب کرده‌اند،

بانک سامان، پیش‌گام در حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان

پزشکی در رتبه‌های بعدی سبد تسهیلاتی بانک سامان قرار دارند. در حوزه مربوط به صدور انواع ضمانت‌نامه برای شرکت‌های دانش‌بنیان، سهم بانک سامان از این شاخص ۲٫۸ درصد از کل ضمانت‌نامه‌های صادر شده توسط این بانک است و سامان توانسته در جمع ۱۰ بانک برتر کشور در حوزه صدور ضمانت‌نامه برای محصولات دانش‌بنیان قرار گیرد. در مجموع بررسی رتبه بانک‌ها در ارائه خدمات تسهیلات و ضمانت‌نامه برای شرکت‌های دانش‌بنیان نشان می‌دهد که بانک سامان در میان ۲۵ بانک بررسی شده در این گزارش توانسته رتبه پنجم را از آن خود کند که این نشان دهنده جایگاه ویژه ارائه خدمات به شرکت‌های دانش‌بنیان در نزد بانک سامان است. بانک سامان در حالی توانسته در شاخص‌های مختلف این گزارش رتبه‌های بالایی به جهت حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان کسب کند که این بانک به واسطه خدمات متعدد خود به صنایع مختلف، همواره به عنوان یک بانک پیشرو در حوزه خدمات مالی، پرداخت تسهیلات و تامین مالی در میان صاحبان صنایع مشهور است.

در تازه‌ترین گزارش سالانه زیست‌بوم شرکت‌های دانش‌بنیان، عملکرد بانک سامان حاکی از نگاه ویژه و پیش‌گامی این بانک در حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان است. به گزارش سامان رسانه، چهارمین گزارش سالانه زیست‌بوم شرکت‌های دانش‌بنیان نشان می‌دهد بانک سامان در طول سال ۱۴۰۱ با تخصیص ۲٫۰۳ درصد از منابع خود به شرکت‌های دانش‌بنیان، نقش بزرگی در حمایت از این شرکت‌ها داشته است. نکته مهم در این گزارش، عملکرد بانک سامان در پرداخت تسهیلات به تفکیک فناوری است. بر این اساس، ۳۷٫۳ درصد از تسهیلات پرداخت شده به شرکت‌های دانش‌بنیان اختصاص به صنایع دارویی داشته که نشان دهنده جایگاه ویژه این صنعت در سبد خدمات بانک سامان است. همچنین سهم نرم‌افزار و فناوری اطلاعات از تسهیلات پرداخت شده به شرکت‌های دانش‌بنیان در سبد تسهیلاتی بانک سامان ۳۴٫۴ درصد است. دسته‌های برق و الکترونیک، مواد شیمیایی، ماشین‌آلات و تجهیزات پیشرفته، فناوری زیستی، کشاورزی و صنایع غذایی و در نهایت تجهیزات



سال ۲۰۲۴ برای صنعت پول نقد چه مفهومی دارد؟

| ترجمه و تنظیم: شرکت توسعه خدمات الکترونیکی آدونیس |

دست نگذاشته است. بانک‌های مرکزی و ضرابخانه‌ها به جست‌وجو و اکتشاف نوآوری‌هایی نظیر اسکناس‌های بانکی پلیمری، خصیصه‌های پیشرفته امنیتی، و فناوری‌های ضد جعل پول، برای امن کردن بیشتر و دوام پول نقد، مشغول هستند.

● **شبکه‌های وجوه در گردش و نقد کردن اموال و دارایی‌ها:** شبکه‌های گسترده خودپردازها و نقاط برداشت و سپرده‌گذاری، دسترسی به پول نقد در مناطق دور دست و جوامع فاقد بانک را فراهم می‌نمایند. **همگامی و همراهی با فین‌تک:** مشارکت فی‌مابین خدمات مبتنی بر پول نقد و شرکت‌های فین‌تک، می‌تواند امکانات جدیدی نظیر خدمات مربوط به تبدیل پول نقد به ارز دیجیتال و یا کیف‌های پول دیجیتالی مبتنی بر پول نقد را عرضه کند و خطوط مابین دو دنیای یاد شده را کم‌رنگ نماید.

روی‌هم‌رفته می‌توان گفت که آینده صنعت پول نقد در سال ۲۰۲۴، همچنان نامطمئن و مبهم باقی خواهد ماند. در حالی که به نظر می‌رسد کاهش استفاده از پول نقد ادامه یابد، اثرات و گام‌های این حرکت بسته به عواملی مانند تفاوت‌های منطقه‌ای، قوانین و مقررات و اولویت‌های فرهنگی، متغیر خواهد بود. همچنین مهم است به یاد داشته باشیم که پول نقد، علیرغم چالش‌هایی که با آن مواجه است، ارتباط خود را با بخش قابل توجهی از جوامع برای آینده‌ای قابل پیش‌بینی، حفظ خواهد نمود.

برخی ملاحظات دیگر:

- تأثیر تورم جهانی بر ارزش و درک پول نقد.
- معرفی و ارائه بالقوه ارزهای دیجیتال با پشتوانه بانک‌های مرکزی (CBDC) یا ارزهای دیجیتال بانک مرکزی (و تأثیر آن بر استفاده از پول نقد).
- تقاضای روزافزون برای گنجاندن پول نقد در موضوعات مالی و فصل مشترک آن با ارز دیجیتال.
- با به خاطر سپردن این عوامل در ذهن، می‌توان به درک بهتری از چشم‌انداز در حال تحول صنعت پول نقد در سال ۲۰۲۴ دست یافت و مسیر سال‌های پیش رو را پیش‌بینی نمود.

منبع: Finextra.com

چشم‌انداز صنعت پول نقد در سال ۲۰۲۴، فرش پر نقش و نگار و پیچیده‌ای است که از ریسمان‌هایی همچون کاهش، دوام و تاب‌آوری و سازگاری بالقوه بافته شده است. آنچه که در زیر می‌آید، مواردی کلیدی است که بایستی به آن‌ها دقت نمود:

افول و کاهش مداوم:

● **پذیرا شدن غیرنقدی:** به نظر می‌رسد که حرکت به سمت وسوی پرداخت غیرنقدی به دلیل راحتی و امنیت تراکنش‌های دیجیتال، ادامه یابد. کیف‌های پول موبایلی، پرداخت‌های غیرتماسی و انتقالات همتا به همتا، به‌ویژه در مناطق شهری و در میان نسل‌های جوان‌تر، از استفاده از پول نقد، گذر خواهند کرد.

● **دستورات و مقررات:** دولت‌ها ممکن است با تحمیل و وضع مالیات‌های سنگین، سیاست‌هایی را در پیش گیرند که مردم را از پرداخت‌های نقدی منصرف و دلسرد نمایند. این امر ممکن است به تسریع در کاهش پول نقد منجر شود.

انعطاف و سازگاری پیش‌بینی نشده و غیرمنتظره:

● **جمعیت‌های فاقد بانک:** بخش عمده‌ای از جمعیت جهان همچنان فاقد حساب بانکی یا دسترسی به اینترنت مطمئن هستند. این جمعیت آماری، وابستگی خود به پول نقد را به‌عنوان اولین و ابتدایی‌ترین وسیله پرداخت، ادامه خواهند داد.

● **اختلالات اضطراری و زیربنایی:** پول نقد به‌عنوان گزینشی قابل برگشت، بسیار مهم و حیاتی در موارد اضطراری و یا مواردی که زیربنای دیجیتال دچار وقفه و مشکل می‌شود، باقی خواهد ماند. قطع برق، حملات سایبری و بلایای طبیعی، می‌توانند اهمیت ادامه استفاده از ارز فیزیکی را پررنگ و برجسته نمایند.

● **اولویت‌های فرهنگی:** در برخی فرهنگ‌ها، پول نقد، ارزشی قدرتمند و سمبولیک دارد. این اولویت‌ها ممکن است در مقابل رویکرد به تراکنش‌های غیرنقدی مقاومت کنند و جریان کاهش پول نقد در برخی جوامع را دچار وقفه سازند.

سازگاری بالقوه:

● **نوآوری در پول نقد:** صنعت پول نقد، بیکار ننشسته و دست روی



گذار به اقتصاد دیجیتال

| فائزه هدایت نظری |

عضو هیات علمی موسسه پژوهش‌های بازرگانی

چرخشی، عدالت و انصاف در تحول دیجیتال صنعت.

۲. **توسعه استراتژیک فناوری‌های جدید:** الف) فراهم کردن مشوق‌های اقتصادی مقتضی برای شرکت‌های فعال در حوزه تحقیق و توسعه بنیادین ناظر بر پایداری و نوآوری در فناوری‌ها، ب) کاربردی کردن تحقیق و توسعه برای تحقق هدف ارتقای وضعیت همکاری بخش خصوصی و دولتی، ج) افزایش سطح اعتماد و ایجاد انعطاف‌پذیری برای ذی‌نفعان گوناگون (چارچوب‌ها و فرهنگ حکمرانی مبتنی بر فناوری چابک توسعه یابد).

۳. **پذیرش جهانی خدمات دیجیتال:** الف) توسعه راهبردهای دیجیتال کل‌نگر در همکاری میان شرکاء و ذی‌نفعان گوناگون در بخش‌های گوناگون صنعت، ب) اتخاذ اقداماتی برای رفع شکاف در مصرف و قدرت هزینه کرد در مناطق محروم، ج) پشتیبانی از بکارگیری ترکیبی از فناوری‌های موجود و نوظهور برای ارائه امکانات زیرساختی انواع اتصالات (ثابت و سیار) و شبکه‌سازی‌های کم‌هزینه میان ذی‌نفعان دولتی و خصوصی.

۴. **مهارت‌های دیجیتال و سرمایه انسانی:** الف) توسعه سیستم آموزش ملی کل‌نگر و جامع برای اطمینان از اکتساب سواد دیجیتالی و مالی فراگیر برای آینده اشتغال در هر کشور. ب) تشویق بخش خصوصی برای حمایت از دولت‌ها در طی کردن مسیر ارتقای مهارت‌ها و کسب مهارت‌های جدید توسط نیروی انسانی موجود، ج) تشویق کاربرد روش‌های آموزشی نوآورانه و مشترک در بخش خصوصی و دولتی در راستای توسعه شایستگی‌های کلیدی موردنیاز برای آینده اشتغال به‌منظور تحقق تحول دیجیتال.

۵. **اعتماد، امنیت و حفاظت:** الف) اتخاذ یک رویکرد مبتنی بر همکاری بین بخش خصوصی و دولتی در سطح اکوسیستم اقتصاد دیجیتال و تقویت انعطاف‌پذیری سایبری، از بین بردن جرایم سایبری و کاهش آسیب‌های آنلاین، ب) بررسی و ارزیابی اثرات جانبی ناخواسته بکارگیری فناوری‌ها و پلتفرم‌های دیجیتال در شکل‌گیری محیط اطلاعاتی، ج) ایجاد اکوسیستم‌های مشترک بخش خصوصی و دولتی برای نظارت بر قابلیت اعتماد داده‌ها و تسریع در پذیرش ابزارهایی که بدون افشای داده‌های خام و اصلی بینش ایجاد کنند.

۶. **تجارت و همکاری‌های فرامرزی:** الف) توسعه قراردادهای تجارت دیجیتال در سطح بین‌الملل برای بهره‌مندی کسب‌وکارهای محلی از مزیت‌های تجارت بین‌الملل و ارتقای قراردادهای نسل جدید اقتصاد (اقتصاد دیجیتال)، ب) پذیرش فناوری‌های تجاری و مالی انقلاب صنعتی چهارم به‌منظور تسهیل تاب‌آوری در تجارت جهانی و مشارکت در زنجیره ارزش جهانی، ج) شناسایی و آمادگی پاسخگویی به مسائل برون‌مرزی ایجادشده در تجارت دیجیتال از طریق همکاری‌های بخش خصوصی و دولتی کشورهای گوناگون.

جهان امروز وارد دوره گذار عظیمی شده که در آن توسعه چشمگیر فناوری‌های جدید، اقتصادهای جهان را متحول کرده و پیشرفت‌ها در حوزه اتصالات و ارتباطات، بیوتکنولوژی، محاسبات کوانتومی و بزرگ مقیاس، هوش مصنوعی، متاورس، رباتیک صنعتی پیشرفته و اقتصاد نوظهور فضایی، نویدبخش رخدادهای خارق‌العاده برای توسعه وضعیت بهره‌وری اقتصادی و اهداف پایداری از طریق اقتصاد دیجیتال بوده است. به‌عنوان مثال، ظرفیت ۲۰ درصد کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای در بخش‌هایی که به‌سختی امکان کاهش دارند تا سال ۲۰۵۰ از طریق فناوری‌های دیجیتال و اقتصاد چرخشی ممکن می‌شود. بدین ترتیب، با توجه به اهمیت گذار به اقتصاد دیجیتال در جهان و اهمیت سیاست‌گذاری‌های گسترده در این زمینه، مجمع جهانی اقتصاد در سال ۲۰۲۳ «چارچوب‌گذار به اقتصاد دیجیتال: برنامه اقدامات برای همکاری بخش دولتی - خصوصی» را با رویکرد تنوع‌بخشی به اقدامات و همکاری‌های بخش خصوصی و دولتی کشورهای جهان ترسیم و ارائه کرده تا به‌عنوان راهنمای عمل سیاست‌گذاران مدنظر قرار بگیرد. با توجه به این چارچوب و برای تسریع موفقیت‌آمیز گذار دیجیتال و هدایت کشورها از طریق همکاری بخش عمومی (دولتی) و خصوصی، چهار مرحله زیر باید در اولویت کشورها قرار گیرد و پیاده‌سازی شود:

۱. یک استراتژی جامع ملی اقتصاد دیجیتال (یا هم‌تراز آن) با اهداف مشترک برای جامعه که دقیق و در عین حال، انگیزه‌بخش و بلندپروازانه تدوین یابد.

۲. یک گروه متعهد به اقتصاد دیجیتال مشتمل بر رهبران بخش خصوصی و بخش دولتی تا گذار به اقتصاد دیجیتال در تمام بخش‌ها را به واقعیت بدل کنند.

۳. انجام تجزیه و تحلیل شکاف سرمایه‌گذاری شامل استراتژی تامین مالی بلندمدت در جهت مشارکت بخش‌های دولتی و خصوصی.

۴. انجام نقشه‌برداری شکاف مهارت‌های دیجیتال، همراه با استراتژی بلندمدت برای ارتقاء و بهبود مهارت‌ها، یادگیری و کسب مهارت‌های برای آینده اشتغال کشور.

بنا بر چارچوب گذار به اقتصاد دیجیتال مطرح‌شده توسط مجمع جهانی اقتصاد، شش رکن کلیدی برای اقدامات و همکاری‌های بخش خصوصی و دولتی حیاتی هستند که با تاکید بر درس‌هایی برای ایران در ادامه هریک بیان و تشریح شده‌اند:

۱. **تحول دیجیتال و پایدار در صنایع:** الف) ترغیب به گفت‌وگوسازی متقابل بخش‌های دولتی و خصوصی ناظر بر ایجاد ارزش برای طراحی چارچوب‌های جدید در حوزه سرمایه‌گذاری پایدار در زیرساخت‌های اتصال و خدمات، ب) شناسایی پیشران‌های رشد از طریق مدل‌های همکاری دیجیتال که امکان تحول صنایع را فراهم می‌کند و ج) تسریع گذار به اقتصاد دیجیتال و سبز به‌منظور ترویج پایداری، اقتصاد

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه / بانه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمابر	نام مسئول شعب / بانه
۱	آفریقا	۸۰۱	تهران، بزرگراه آفریقا، نرسیده به چهارراه جهان کودک، پلاک ۳۱	۸۸۷۴۴۵۷-۶۱	۸۸۷۳۷۷۳	شاهرخ نیری
۲	مرکزی	۸۰۲	تهران، خیابان انقلاب، بین چهارراه کالج و چهارراه ولیعصر، پلاک ۸۰۳	۶۶۹۵۸۹۳-۶۶۹۵۹۰۵۰	۶۶۹۷۱۰۶۱	فاطمه حکیمی
۳	اصفهان	۸۰۳	اصفهان، خیابان فردوسی، نبش خیابان منوچهری، ساختمان امیر، پلاک ۱۳	۰۳۱-۳۲۲۳۰۴۲۴-۷	۰۳۱-۳۲۲۳۰۴۲۸	جمشید باقری
۴	باغ فردوس	۸۰۴	تهران، خیابان ولیعصر، نرسیده به میدان تجریش، روپروی باغ فردوس، پلاک ۲۹۴۴	۲۲۷۴۰۷۷۵	۲۲۷۴۰۷۱۵	نیما گیلانی
۵	پاسداران	۸۰۵	تهران، خیابان پاسداران، مقابل بوستان ششم، جنب برج سفید، پلاک ۲۵۰	۲۲۵۹۵۶۵۸	۲۲۵۹۷۵۴۰	مهرداد کریمی
۶	بازار	۸۰۶	تهران، بازار بزرگ، خیابان ۱۵ خرداد غربی، بین چهارراه گلوندک و خیابان ابوسعید، پلاک ۶۸۱	۵۵۵۷۵۷۳۸-۹	۵۵۵۷۶۴۹۵	امین بیگلری
۷	صادقیه	۸۰۷	تهران، ضلع جنوب شرقی فلکه اول صادقیه، پلاک ۹۱۸	۴۴۲۵۵۵۱۸-۲۰	۴۴۲۵۵۵۱۷	شادمان غفوری
۸	اقدسیه	۸۰۸	تهران، خیابان اقدسیه (موجود داتش)، نبش کوچه نسیم، پلاک ۶۳	۲۲۸۳۳۰۵۶-۲۲۸۳۳۲۴۹	۲۲۸۳۳۲۴۵	حیدررسانی فر
۹	میرداماد	۸۰۹	تهران، خیابان میرداماد، نرسیده به میدان مادر، پلاک ۱۴۸	۲۲۹۳۴۵۱-۴	۲۲۹۳۴۴۶۳	امیر گیلانی فر
۱۰	دکتر فاطمی	۸۱۰	تهران، خیابان دکتر فاطمی غربی، روپروی خیابان هشت بهشت، نبش کوچه شیختر (ششم)، پلاک ۱۴۰	۸۸۹۸۲۱۸۱-۸۴	۸۸۹۸۲۱۹۴	نغمه خسروی
۱۱	سعادت آباد	۸۱۱	تهران، خیابان سعادت آباد، میدان کاج، پلاک ۱۳	۲۲۰۸۶۱۹۵-۲۰۰	۲۲۰۸۷۷۰۸	فاطمه دولت آبادی فراهانی
۱۲	جنت آباد	۸۱۲	تهران، خیابان جنت آباد جنوبی، پایین تر از میدان چهار باغ، نبش خیابان لاله غربی، ساختمان سمرقند، پلاک ۴۷	۴۴۴۹۵۲۰۱-۱۲	۴۴۴۹۵۲۸	مهدی طلایی
۱۳	خیابان دولت	۸۱۳	تهران، خیابان دولت، نرسیده به چهارراه پاسداران، پلاک ۱۸	۲۲۷۶۴۲۸۲-۷	۲۲۷۸۱۰۶۹	سمانه دانشمند
۱۴	میدان ونگ	۸۱۴	تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از میدان ونگ، نبش خیابان برادران شرقی، پلاک ۲۴۷۷	۸۸۲۰۵۵۵۵-۹	۸۸۲۰۵۴۴۸	حمید نودست
۱۵	ایران زمین	۸۱۵	تهران، شهرک غرب، خیابان ایران زمین، مجتمع ایران زمین، پلاک ۱۳ و ۱۴	۸۸۵۷۶۲۰۵-۱۰	۸۸۵۷۱۲۱۵	فرشته قانع
۱۶	ارنک ایرانیان	۸۱۶	تهران، بلوار فرحزادی، نبش اردغوان غربی، مجتمع ارنک ایرانیان، پلاک ۱	۲۲۳۵۹۲۷۵-۷۸	۲۲۳۵۳۵۱۶	امیر فولادی
۱۷	یافت آباد	۸۱۷	تهران، بزرگراه آیت اله سعیدی، یافت آباد شرقی، بازار میل ایران، پلاک ۲۰۲ و ۲۰۵	۶۶۲۱۱۰۱۴-۱۷	۶۶۲۳۷۱۱۰	امین کاهه
۱۸	شهری	۸۱۸	شهری، میدان شهری، خیابان ۲۴ متری زکریای رازی (بیات)، پلاک ۲۵۷	۵۵۹۷۰۷۳۲-۵۵۹۷۰۷۳۸	۵۵۹۷۰۷۳۰	افشین فرج زاده
۱۹	ظفر	۸۱۹	خیابان ظفر، بعد از خیابان کازرون شمالی، پلاک ۱۲۸	۲۶۶۴۵۹۱۶-۲۶۶۴۵۷۱۵	---	صد رضا زاده
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	۳۳۳۳۳۱۴۰-۲	۳۳۳۳۳۱۴۳	عباس دانش بقا
۲۳	ولنجک	۸۲۳	تهران، خیابان ولنجک، خیابان چهاردهم، پلاک ۷	۲۲۴۴۱۳۲۷-۳۱	۲۲۱۷۲۵۹۰	امیرعلی جدیدی
۲۴	خیابان آذربایجان	۸۲۴	تهران، خیابان آزادی، نبش خیابان آذربایجان، پلاک ۱۰۴۶	۶۶۰۶۷۸۸۲-۶۶۰۶۷۸۸۴-۶	۶۶۰۶۷۸۸۰	روح اله صفری
۲۵	شهرک اکباتان	۸۲۵	شهرک اکباتان، فاز یک، خیابان نفیسی، روپروی مخاریات، پلاک ۵۹	۴۰۴۴۹۶۹۰۳-۴۰۴۴۹۶۹۲۵	۴۴۹۶۹۵۴۳	حسام حاجی حدیدی
۲۶	میدان آرژانتین	۸۲۶	تهران، میدان آرژانتین، اول خیابان بهمن، پلاک ۲۱	۸۸۵۱۶۶۴۰-۸۸۵۱۷۴۱۸	۸۸۵۱۷۳۸۱	محمد رضا البرزی
۲۷	خیابان ملت اکباتان	۸۲۷	تهران، خیابان سعدی جنوبی، خیابان اکباتان، پلاک ۹۳	۳۳۹۹۸۰۰۵-۷ و ۱۲	۳۳۹۹۸۰۰۹	مهدی عبدلی وشته
۲۸	قیطریه	۸۲۸	تهران، بلوار ۳۵ متری قیطریه، روپروی پارک قیطریه، پلاک ۸۵	۲۲۲۳۴۴۳۷-۸	۲۲۲۳۴۴۵۸	فازنین رحیمی
۲۹	ملاصدرا	۸۲۹	تهران، خیابان ملاصدرا، بعد از خیابان شیراز، پلاک ۱۳۲	۸۸۶۳۵۵۱۷-۸۸۶۳۴۴۸	۸۸۶۳۶۷۳۱	فاطمه حیاتی
۳۰	خیابان سید جمال الدین اسد آبادی	۸۳۰	تهران، خیابان سید جمال الدین اسد آبادی، نبش شمالی خیابان ۴۹، پلاک ۴۳۳	۸۸۶۱۷۹۳۵-۸۸۶۱۰۲۹۶	۸۸۶۱۸۳۲۷	سید جعفر لاجوردی
۳۱	میدان قزوین	۸۳۱	تهران، خیابان کارگر جنوبی، ضلع شمال شرقی میدان قزوین، پلاک ۱۸	۵۵۴۸۱۱۲۲-۴-۸	۵۵۴۸۱۱۷۹	بهنام عسگری علویچه
۳۲	خیابان دکتر بهشتی	۸۳۲	تهران، خیابان شهید دکتر بهشتی، بعد از چهارراه سهوردی، پلاک ۱۳۸	۸۸۵۱۲۶۰۳-۸	۸۸۷۴۶۶۹۹	احمد حیدرهانی
۳۳	خیابان کارگر شمالی	۸۳۳	تهران، خیابان کارگر شمالی، بالاتر از خیابان دکتر فاطمی، پلاک ۱۶۱۵	۸۸۹۹۱۳۴۵-۸	۸۸۹۹۱۳۵۰	محمدرضا پیشگاه هادیان
۳۴	فلکه سوم تهرانپارس	۸۳۴	تهران، خیابان حجربن عدی، بالاتر از فلکه سوم تهرانپارس، نبش خیابان ۲۱۴ شرقی، پلاک ۱۳۰	۷۷۳۷۰۱۸۶	۷۷۳۷۰۴۴۱	ارسلان بی آزار
۳۵	خیابان ولیعصر - پارک ساعی	۸۳۵	تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از خیابان شهید دکتر بهشتی، نبش کوچه کوزه گر، پلاک ۲۱۳۳	۸۸۵۵۶۹۶۵-۸۸۷۰۹۴۸۱-۲	۸۸۵۵۶۹۶۶	رضا جلالی
۳۶	فلکه اول تهرانپارس	۸۳۶	تهران، فلکه اول تهرانپارس، ابتدای خیابان حجربن عدی، نبش خیابان ۱۴۸ غربی، پلاک ۳۲	۷۷۷۲۳۲۵۰-۵۴	۷۷۷۲۳۲۵۵	سلیمان بیات
۳۷	بازار کفاشها	۸۳۷	تهران، بازار بزرگ تهران، سیزه میدان، بازار کفاشها، نبش بازار خاها، پلاک ۶۴	۵۵۱۵۱۸۰۲-۴-۵	۵۵۱۶۱۰۷۳	سید محمد میرحسینی نیری
۳۸	الهییه	۸۳۸	تهران، خیابان ولیعصر، خیابان شهید فیاضی، بعد از خیابان کوهیار، پلاک ۶۹	۲۶۲۰۰۹۶۲-۶۳	---	مژگان طرفه نژاد
۳۹	متبریه	۸۳۹	تهران، خیابان ولیعصر، میدان متبریه، خیابان میری، نبش نبش پست ناظمی، پلاک ۵۳	۸۷-۸۵-۸۵	۶۶۴۹۱۰۷۳	حسن صالحی کیا
۴۰	شهرک راه آهن	۸۴۰	تهران، اتوبان همت غرب، شهرک گلستان، بلوار امیرکبیر، نرسیده به چهارراه کلهای، پلاک ۵۳	۴۴۷۳۸۹۵۹-۴۴۷۳۸۹۶۹	۴۴۷۳۷۸۸۸	محسن باقری نیا
۴۱	میدان نبوت	۸۴۱	تهران، بزرگراه رسالت، خیابان آیت، ضلع جنوب غربی میدان نبوت، پلاک ۵۶۰	۷۷۹۴۰۴۲۸-۹	۷۷۹۴۰۴۱۸	حمیدرضا خیری
۴۲	دلاوردان	۸۴۲	تهران، میدان رسالت، خیابان هنگام، بلوار دلاوردان، بین چهارراه آزادگان و تکاوران، پلاک ۳۷۵	۷۷۲۱۳۴۸۸-۷۷۲۱۸۹۳۹۱	۷۷۲۱۳۷۷۷	زهرا کسرانی پور
۴۳	شهران	۸۴۴	تهران، میدان دوم شهران، ابتدای خیابان یکم پلاک ۴	۴۴۳۲۷۹۷۱-۴۴۳۲۸۱۴۷	۴۴۳۲۸۳۲۹	عباس آهنگری کیوی

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه/پاچه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمابر	نام مسئول شعبه/پاچه ها
۴۴	بلوار فردوس	۸۴۵	تهران، بزرگراه شهید ستاری، بلوار فردوس شرقی، پلاک ۴۳۴	۴۴۰۰۳۸۵-۶	۴۴۰۰۶۸۳۶	سارا گلدوست موندی
۴۵	فرودگاه امام خمینی	۸۴۶	تهران، کیلومتر ۳۰ اتوبان تهران - قم، فرودگاه بین المللی امام خمینی، سائن ورودی	۵۵۷۸۴۰۸-۹	۵۵۷۸۴۱۰	مصطفی کریمی
۴۶	میدان تجریش	۸۴۷	تهران، میدان تجریش، خیابان شهرداری، پلاک ۸۱	۳۶۸۵۸۷۰۶-۳۶۸۵۸۷۰۳	۳۶۸۵۸۳۱۶	رضا جلیل زاده
۴۷	نازی آباد	۸۴۸	تهران، نازی آباد، خیابان مدائن، پلاک ۱۱۶ و ۱۱۸	۵۵۳۳۱۰۰۴-۷	۵۵۳۵۶۰۵۱	علی اکبر عینی
۴۸	سرو	۸۴۹	تهران، سعادت آباد، بلوار سرو غربی، نبش شمال شرقی میدان سرو، پلاک ۷۷	۲۲۰۹۴۳۵۶	---	احسان ملامحمدی
۴۹	ترمینال ۲ فرودگاه مهرآباد	۸۵۲	تهران، فرودگاه بین المللی مهرآباد، ترمینال ۲، زیر پارکینگ طبقاتی	۴۴۶۳۱۳۹۷-۴۴۶۳۱۳۹۷	۴۴۶۳۱۳۹۷	مصطفی کریمی
۵۰	امین حضور	۸۵۳	تهران، میدان بهارستان، خیابان مصطفی خمینی، خیابان امیرکبیر شرقی، نبش کوچه جاویدی، پلاک ۱۴۰	۳۳۴۴۳۷۱۱-۳۳۴۴۳۷۰۴	۳۳۱۳۳۸۱۴	روح اله سیاوشی
۵۱	مولوی	۸۵۴	تهران، خیابان مولوی شرقی، نبش کوچه شهید علی اکبر قاسمی، پلاک ۵۱۸	۵۵۱۵۳۷۳۷-۵۵۱۵۳۷۱۰۹	۵۵۱۵۴۷۲۹	تیمور طاهری
۵۲	خیابان لواسانی	۸۵۵	تهران، کابرتابه، خیابان لواسانی غربی، نبش دوراهی آریا، پلاک ۳	۲۲۸۱۶۶۹۲-۳-۵	۲۲۸۱۶۶۸۹	حمید زهرونه
۵۳	تهرانسر	۸۵۶	تهران، تهرانسر، بلوار اصلی، نبش خیابان ۱۴	۴۴۵۸۷۵۸۶-۴۴۵۸۷۵۹۶	۴۴۵۱۷۶۶۲	مجید صادقی دستک
۵۴	هایپر استار	۸۵۷	تهران، بزرگراه شهید باکری جنوب، مرکز خریدهایپر استار	۴۴۱۶۷۱۸۵-۶	۴۴۱۶۷۱۹۹	راحله خیرخواه
۵۵	آصف	۸۵۸	تهران، زعفرانیه، بلوار یزدانی، نبش غربی خیابان ماکوئی پور، پلاک ۱۹	۳۶۸۰۳۲۳۷-۳۶۸۰۳۲۳۰	۳۶۸۰۲۹۰۱	محمد سلگی
۵۶	میدان حسین آباد	۸۵۹	تهران، چهارراه پاسداران، میدان حسین آباد، ساختمان مهدی، پلاک ۱۲۰	۲۲۹۶۰۰۱۳-۲۲۹۵۹۹۷۹	۲۲۹۵۹۹۰۹	محمود احسنی
۵۷	مقدس اردبیلی	۸۶۱	تهران، خیابان مقدس اردبیلی، نبش خیابان فرخ، پلاک ۱	۳۶۸۰۲۴۵۳-۳۶۸۰۲۴۰۹	۳۶۸۰۲۴۶۱	وحید میرزاخانی
۵۸	خیابان ولیعصر - زرتشت	۸۶۲	تهران، بالاتر از میدان ولیعصر، نرسیده به خیابان زرتشت، نبش کوچه ناصر، پلاک ۱۷۷۷	۸۸۸۰۵۷۵۳-۸۸۹۰۶۱۷۸	۸۸۸۰۷۵۹۲	مونا رضایی
۵۹	خیابان دزاشیب - سه راه عمار	۸۶۳	تهران، میدان قدس، انتهای خیابان شهید کبیری (دزاشیب)، سه راه عمار، پلاک ۱۵۸	۲۲۷۵۳۹۱۴-۱۸	۲۲۷۵۳۹۱۳	احسان کیانی
۶۰	خیابان جمهوری	۸۶۵	تهران، خیابان جمهوری، بین خیابان ولی عصر و شیخ هادی، پلاک ۸۵۲	۶۶۹۷۳۹۶۴-۶۶۹۷۳۹۶۲	۶۶۹۷۳۹۳۸	حسن رنجبر قلیچی
۶۱	یهی- قائم مقام	۸۶۶	خیابان شهید بهشتی، بعد از بزرگراه مدرس، پلاک ۲۷۵	۸۸۵۳۶۲۸۹-۸۶۱۲۲۱۶۰	---	رضا محمدقاسمی
۶۲	دهکده المپیک	۸۶۷	تهران، بلوار دهکده المپیک، خیابان شهید مهدی یعقوبی، پلاک ۲	---	---	فاطمه حاجی بابائی
۶۳	قلهک	۸۶۸	خیابان دکتر شریعتی، بالاتر از دوراهی قلهک، پلاک ۱۴۲۵	۲۲۶۰۱۵۳۷-۲۲۶۰۳۶۱۳	۲۲۶۰۹۷۰۳	هومن رسولی
۶۴	ستارخان	۸۶۹	تهران، محله توحید، خیابان کوثر سوم، خیابان ستارخان، پلاک ۸۰	۶۶۴۵۳۲۴۱-۶۶۹۲۸۱۶۲	۶۶۵۷۶۷۵	بهوش قاسمی
۶۵	پونک	۸۷۰	تهران، بزرگراه اشرفی اصفهانی، بالاتر از میدان پونک، نبش کوچه ۱۹، پلاک ۱	۴۴۴۶۲۵۱۰	۴۴۴۶۲۸۱۵	سازا فوقی
۶۶	مژده	۸۷۱	تهران، خیابان نیاوران، خیابان شهید مقدسی (مژده)، خیابان میری، پلاک ۴	۲۲۷۱۶۵۱۶-۲۲۷۱۶۳۵۱	۲۲۷۱۶۲۹۳	احمد عهدی
۶۷	لاله زار	۸۷۲	خیابان لاله زارنو، نرسیده به خیابان منوچهری پلاک ۴۷۱	۳۶۸۷۰۴۵۸-۳۶۸۷۰۳۱۷	۲۲۵۳۰۱۴۶	داریوش خداداد
۶۸	میدان هفت تیر	۸۷۳	میدان هفت تیر، بالاتر از مسجد الجواد، پلاک ۲۷۵	۸۸۸۱۵۳۶۰-۸۸۸۱۵۸۹۰	۸۸۸۴۶۱۹۰	امیر ضیاء
۶۹	نیاوران	۸۷۴	تهران، نیاوران، خیابان شهید باهنر، رویروی پارک باهنر، پلاک ۱۴۸	۳۶۱۱۷۱۹۲-۹۳	۳۶۱۱۷۱۹۵	واله سعیدی
۷۰	بلوار ۲۴ متری سعادت آباد	۸۷۵	تهران، سعادت آباد، میدان فرهنگ، بلوار ۲۴ متری، نبش کوچه چهارم غربی، پلاک ۱۸	۲۲۳۷۸۸۵۶-۷	۲۲۳۵۷۶۰۵	بناترین بابائی
۷۱	خیابان آقازریگی - الهیه	۸۷۶	تهران، خیابان الهیه، خیابان شهید آقازریگی، نبش خیابان استانبول، پلاک ۳۷	۲۲۶۹۶۵۰۱-۲	۲۲۶۹۶۵۳	زهره انوار
۷۲	بزرگراه فتح	۸۷۷	تهران، بزرگراه فتح، جاده قدیم کرج، بعد از شیر پاسداری، مجتمع تجاری تهران، پلاک ۲۳۸	۶۶۸۱۵۶۶۹-۶۶۸۱۵۷۹۸	۶۶۸۱۶۰۰۸	مهدی تک دهقان
۷۳	شهر قدس	۸۷۸	شهر قدس، بلوار ۴۵ متری انقلاب، رویروی پارک آزادگان، پلاک ۳۸	۴۶۸۳۲۲۳۰-۴۶۸۳۲۲۳۸	۴۶۸۳۲۲۴۱	مرتضی باغستانی
۷۴	دروس	۸۷۹	تهران، خیابان شریعتی، منطقه دروس، بلوار شهرزاد، خیابان شیدایی، کوچه اسپند، پلاک ۲	۲۶۶۴۰۳۲۰-۲۶۶۴۰۳۲۴	۲۶۶۴۰۳۰۸	کژال آیت النبی
۷۵	بلوار مرزداران	۸۸۱	تهران، شهرک ژاندارمری، بلوار مرزداران، بین ایتار و دانش، پلاک ۱۳۶	۴۴۲۱۱۳۶۹-۴۴۲۱۱۰۴۰	۴۴۲۱۱۸۴۱	متصوره رضاییان مقدم
۷۶	بلوار کشاورز	۸۸۲	تهران، بلوار کشاورز، بین خیابان وصال شیرازی و نادری، پلاک ۱۷۸	۸۸۹۸۳۱۵۴-۶	۸۸۹۸۳۱۵۷	فرخ فرجی
۷۷	بلوار دریا	۸۸۳	تهران، خیابان سعادت آباد، بلوار دریا، نبش خیابان رامشه، پلاک ۵۰	۸۸۵۷۸۱۷۱-۸۸۰۷۱۲۰۲	۸۸۳۶۶۷۹	محمود لک
۷۸	گیشا	۸۸۴	تهران، کوی نصر (گیشا)، نبش خیابان نوزدهم، پلاک ۲۶۲	۸۸۴۵۷۸۴-۵	۸۸۴۵۷۸۷	ابوالقاسم نصیری
۷۹	جهان شهر کرج	۹۰۱	کرج، میدان سپاه، اول بلوار جمهوری، نبش لیلوفر، پلاک ۱	۰۲۶-۳۴۴۶۱۱۵-۱۷،۲۰	۳۴۴۸۱۴۴۵-۰۲۶	رضا حاجی پور
۸۰	میدان توحید کرج	۹۰۲	کرج، خیابان شاه عباسی، بین میدان توحید و میدان قدس، برج سامان، طبقه همکف	۰۲۶-۳۴۲۰۶۴۷۱-۴	۰۲۶-۳۴۲۵۸۶۲	جبار رضائی دره نیجه
۸۱	شهریار	۹۰۴	شهریار، خیابان ولیعصر، ضلع شرقی میدان امام خمینی (نبش خیابان محسنی)	۶۵۲۶۹۰۲۱-۲۳-۳۶	۶۵۳۸۹۶۲	جواد علی بخشی
۸۲	مهرشهر کرج	۹۰۵	کرج، مهرشهر، بلوار شهرداری، فاز دو، نبش خیابان ۲۰۸، پلاک ۵۴۳	۰۲۶-۳۳۴۱۷۹۰۷	۰۲۶-۳۳۴۱۷۹۰۸	غلامعلی کریمی ایبازنی
۸۳	قم	۹۰۰۱	قم، بلوار امین، نبش کوچه ۴۱	۰۲۵-۳۲۹۴۰۶۰۲ ۰۲۵-۳۲۹۳۳۱۱۳	۰۲۵-۳۲۹۱۶۶۱۶	---
۸۴	فلکه جهاد - قم	۹۰۰۲	قم، فلکه جهاد، خیابان ۱۹ دی، پلاک ۵۵۵ و ۵۵۷	۰۲۵-۳۷۷۰۸۸۴۰-۲	۰۲۵-۳۷۷۰۵۹۴۹	اکبر مردانی
۸۵	شیراز	۹۱۰۱	شیراز، خیابان زند، حذفاصل خیابان های فلسطین و هفت تیر (۲۰ متری سینما سیدی)، ساختمان پاسارگاد، پلاک ۲۹۶	۰۷۱-۳۳۳۱۹۵۲۲-۵-۶-۷	۰۷۱-۳۳۳۱۹۵۱۳	مهرزاد نظری

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه/پاچه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمایر	نام مسئول شعب/پاچه ها
۸۶	قصر دشت	۹۱۰۳	شیراز، خیابان قصر دشت، سده خلد برین، پلاک ۷۵	۰۷۱-۳۶۲۷۹۱۸۰ ۰۷۱-۳۶۲۷۹۲۲۶	۰۷۱-۳۶۲۷۹۱۲۱۶	عبدالکریم ستوده
۸۷	معالی آباد شیراز	۹۱۰۴	شیراز، معالی آباد، بلوار شریعتی، نبش کوچه ۳۷	۰۷۱-۳۶۳۴۱۳۹۷	۰۷۱-۳۶۳۴۱۴۰۶	روح الله پورعلاکه
۸۸	پاسداران شیراز	۹۱۰۵	شیراز، بلوار پاسداران، حد فاصل خیابان میث و تقاطع شهید مطهری، ساختمان سامان	۰۷۱-۳۸۳۳۸۱۱-۳	۰۷۱-۳۸۳۳۷۰۸۰	مهدی ملاشعش
۸۹	بندر عباس	۹۱۲۱	بندر عباس، بلوار امام خمینی، سده دلتا، برج بلور، طبقه همکف	۰۷۶-۳۲۲۳۵۳۰۲-۳	۰۷۶-۳۲۲۳۵۳۰۳۰	علیرضا ساردونی
۹۰	زاهدان	۹۱۳۱	زاهدان-خیابان امیرالمومنین مابین امیرالمومنین ۲۷ و ۲۹	۰۵۴-۳۳۳۸۲۷۹	---	حمیده شه بخش
۹۱	یوشهر	۹۱۴۱	یوشهر، میدان امام خمینی، ابتدای خیابان فرودگاه، پلاک ۳۷	۰۷۷-۳۳۵۶۲۳۱۹-۲۴	۰۷۷-۳۳۵۶۲۳۲۵	غلامرضا فرشیدفر
۹۲	قزوین	۹۲۰۱	قزوین، خیابان خیام شمالی، پلاک ۵۶۰	۰۲۸-۳۳۳۵۷۳۰۵-۶	۰۲۸-۳۳۳۵۸۰۹۵	محمد جهانگیری پاشاکی
۹۳	همدان	۹۲۲۱	همدان، خیابان جهان نما، رویوی خیابان آزاد، برج شهباز، طبقه همکف، پلاک ۱۵۳	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۹۰-۲	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۸۹	محسن سعیدی
۹۴	کرمانشاه	۹۲۴۱	کرمانشاه، میدان فردوسی، جنب بیمارستان معتضدی، پلاک ۱۲	۰۸۳-۳۷۷۵۹۵۹۰-۶۱	۰۸۳-۳۷۷۵۹۵۹۱	مهرداد مرادی
۹۵	ایلام	۹۲۶۱	ایلام، خیابان طالقانی، رویوی فرمانداری، پلاک ۳۵۱	۰۸۴-۳۳۳۳۱۷۳	۰۸۴-۳۳۳۳۱۵۲	سجاد کلهر کاظمی
۹۶	سنندج	۹۲۷۱	سنندج، چهارراه فلسطین، بلوار سید قطب، پلاک ۳	۰۸۷-۳۳۲۴۵۴۳۲-۳	۰۸۷-۳۳۲۴۵۴۲۶	حسین عبدیان
۹۷	خرم آباد	۹۲۸۱	خرم آباد، خیابان علوی، نرسیده به میدان امام، پلاک ۴۲۲	۰۶۶-۳۳۳۵۵۹۰-۲	۰۶۶-۳۳۳۵۵۹۱	بیژن ابراهیمیان
۹۸	مشهد	۹۳۰۱	مشهد، بلوار احمد آباد، ۳۰ متری اول احمد آباد (خیابان رضا)، نبش کوچه رضای دوم	۰۵۱-۳۸۴۴۳۰۳	۰۵۱-۳۸۴۴۳۹۱۴	ناصر مختاری فارمد
۹۹	مدرس مشهد	۹۳۰۲	مشهد، بلوار مدرس، نبش مدرس ۵، پلاک ۳۷	۰۵۱-۳۳۲۸۳۸۰۰-۵	۰۵۱-۳۳۲۴۱۰۴۶	سارا زارعی
۱۰۰	سجاد مشهد	۹۳۰۳	مشهد، بلوار سجاد، نبش سجاد ۸ (خیابان لاله جنوبی)	۰۵۱-۳۷۶۸۲۰۸-۹	۰۵۱-۳۷۶۷۴۰۴۶	الله سازگار
۱۰۱	قرنی (مشهد)	۹۳۰۴	مشهد، بلوار قرنی، مابین چهارراه ابوطالب و قرنی، پلاک ۲۸	۰۵۱-۳۷۱۲۵۸۰۲-۸	۰۵۱-۳۷۱۲۵۸۰۹	مجید امیری دولتی
۱۰۲	بلوار هاشمیه (مشهد)	۹۳۰۵	مشهد، بلوار هاشمیه، بین هاشمیه ۱۶ و ۱۸، پلاک ۱۱	۰۵۱-۳۸۸۰۰۲۳۲	۰۵۱-۳۸۸۴۱۵۲۹	محمد مقانی
۱۰۳	نیشابور	۹۳۱۶	نیشابور، خیابان امام خمینی (ره)، بین امام خمینی ۲۲ و ۲۴، پلاک ۱۳۸۸	۰۵۱-۳۳۴۴۹۱۳-۱۵	۰۵۱-۳۳۴۴۹۱۶	علی ابراهیمیان
۱۰۴	بجنورد	۹۳۲۱	بجنورد، تقاطع بلوار امام خمینی (ره) و میرزا رضا کرمانی	۰۵۸-۳۳۲۴۴۳۲۰	۰۵۸-۳۳۲۴۷۳۴۸	یاسر محمودخانی
۱۰۵	گلزار رشت	۹۴۰۱	رشت، ابتدای بلوار گلزار، ضلع شرقی میدان باستانی شاعر	۰۱۳-۳۳۱۱۴۷۱۰-۱۲	۰۱۳-۳۳۱۱۴۷۱۳	سید بابک دولتی میله سرا
۱۰۶	ساری	۹۴۰۲	ساری، خیابان فرهنگ، بعد از سواره قارن، به طرف میدان شهدا	۰۱۱-۳۳۳۵۹۷۲۰-۵	۰۱۱-۳۳۳۵۹۷۱۱	سید عبدالمجید طاهری
۱۰۷	بابل	۹۴۲۱	بابل، میدان ولایت، ابتدای خیابان مدرس، رویوی شهرداری	۰۱۱-۳۲۱۹۷۱۴۰-۴۱	۰۱۱-۳۲۱۹۷۱۴۸	ابوذر اساسه
۱۰۸	آمل	۹۴۳۱	آمل، خیابان امام خمینی (ره)، حد فاصل آفتاب ۱۸ و ۲۰	۰۱۱-۴۴۲۹۶۴۲۱-۲۷	۰۱۱-۴۴۲۹۶۴۳۵	اسفندیار حدیری
۱۰۹	گرگان	۹۴۴۱	گرگان، خیابان ولیعصر (عج)، بین عدالت ۸ و ۱۰	۰۱۷-۳۳۳۶۹۰۰۲-۵	۰۱۷-۳۳۳۶۹۰۱۶	سمیه نظریان
۱۱۰	سمنان	۹۴۵۱	سمنان، میدان مشاییر، ابتدای بلوار قدس جنب بانک صادرات	۰۲۳-۳۳۳۶۱۱۸-۱۹-۲۲	---	---
۱۱۱	کرمان	۹۵۰۱	کرمان، خیابان شهید قرنی، نرسیده به میدان شهید قرنی، نبش کوچه قرنی ۸	۰۳۴-۳۳۳۳۳۸۶-۷	۰۳۴-۳۳۳۳۷۶۶۰	رضا قاضی زاده بهزادی
۱۱۲	میدان کوثر (کرمان)	۹۵۰۲	کرمان، میدان کوثر، ابتدای بلوار آزادگان	۰۳۴-۳۴۴۷۶۶۱	۰۳۴-۳۴۴۷۶۶۴۲	مالک قادری
۱۱۳	رفسنجان	۹۵۱۱	رفسنجان، ابتدای خیابان مطهری، بعد از پل فجر، ساختمان محمد عسگری	۰۳۴-۳۴۳۲۱۰۳-۵	۰۳۴-۳۴۳۲۱۰۲	علی اکبر ابوطالبی باقرآباد
۱۱۴	زاینده رود	۹۵۲۱	اصفهان، خیابان توحید میانی، نبش کوچه شهید تقی آبادی، پلاک ۵	۰۳۱-۳۶۲۸۲۵۷۴	۰۳۱-۳۶۲۸۲۵۰۹	احسان جمشیدیان
۱۱۵	چهارباغ بالا	۹۵۲۲	اصفهان، میدان آزادی، خیابان چهارباغ بالا، نبش کوچه بهار آزادی، پلاک ۱۶۹	۰۳۱-۳۱۳۳۷۴۴۲-۳	۰۳۱-۳۶۲۸۲۵۰۹	مجید سیف الدینی
۱۱۶	خیابان حافظ اصفهان	۹۵۲۳	اصفهان، میدان امام (نقش جهان)، ابتدای خیابان حافظ، پلاک ۳۳	۰۳۱-۳۳۲۰۹۴۷۷-۹	۰۳۱-۳۳۲۳۷۴۲۶	سمیرا سبزه زار
۱۱۷	خانه اصفهان	۹۵۲۴	اصفهان، شهرک خانه اصفهان، خیابان گلستانه، پلاک ۶۰	۰۳۱-۳۴۳۷۲۲۷۱	۰۳۱-۳۴۴۱۳۶۸۸	علیرضا مستاجران
۱۱۸	سیتی سنتر اصفهان	۹۵۲۵	اصفهان، بزرگراه شهید وحید دستجردی، مقابل ورودی جنوبی شهر ناه، مجتمع سیتی سنتر اصفهان، طبقه همکف	۰۳۱-۳۶۵۱۶۸۴۱-۲	۰۳۱-۳۶۵۱۶۸۴۳	روزبه سلیمی
۱۱۹	یزد	۹۵۴۱	یزد، خیابان امام خمینی (ره)، نبش کوچه شهید صدوقی، پلاک ۲۷۴	۰۳۵-۳۶۲۲۱۶۹۱-۲	۰۳۵-۳۶۲۲۱۶۵۲۵	محمدحسین مداحزاده
۱۲۰	بلوار جمهوری اسلامی یزد	۹۵۴۲	یزد، بلوار جمهوری اسلامی نبش کوچه محمود آباد، رو به روی برج آسمان	۰۳۵۳۳۰۲۱۴۰-۴۹	---	محمدرضا زارع
۱۲۱	اراک	۹۵۶۱	اراک، خیابان شهید رجایی، پلاک ۸۸۲۷	۰۸۶-۳۳۲۱۴۴۰۴-۵	۰۸۶-۳۳۲۲۵۹۵۷	طاہر کریمی
۱۲۲	تبریز	۹۶۰۱	تبریز، خیابان امام، بالاتر از چهارراه شهید بهشتی، نبش کوی فرهنگ، پلاک ۵۲۱	۰۴۱-۳۳۳۷۸۰۰-۲۰	۰۴۱-۳۳۳۷۱۵۱۶	محمدرضا مریخی آذری
۱۲۳	ولیعصر تبریز	۹۶۰۲	تبریز، خیابان ولیعصر (عج)، حدفاصل فلکه بازار و ایرادک، پلاک ۱۶	۰۴۱-۳۳۳۲۲۴۰۹	۰۴۱-۳۳۳۰۱۱۵۵	علیرضا محمودی
۱۲۴	۱۷ شهریور تبریز	۹۶۰۳	تبریز، ابتدای خیابان ۱۷ شهریور جدید، جنب ساختمان آبان، پلاک ۱۴	۰۴۱-۳۵۵۷۳۶۷۰-۲	۰۴۱-۳۵۵۷۳۶۷۳	اروج میرزانی
۱۲۵	استاد شهریار تبریز	۹۶۰۴	تبریز، ابتدای جاده اتل گلی، نبش کوی الهی پرست، پلاک ۳	۰۴۱-۳۳۲۹۳۲۶۲	۰۴۱-۳۳۲۹۳۲۱۰	محمدعلی رضانی اقدم
۱۲۶	بازار تبریز	۹۶۰۵	تبریز، خیابان جمهوری اسلامی، ابتدای خیابان دارانی (شهید مدنی)، پلاک ۱۴۲۷	۰۴۱-۳۵۲۴۴۰۴۹	۰۴۱-۳۵۲۴۴۶۲۳	---
۱۲۷	ارومیه	۹۶۲۱	ارومیه، خیابان کاشانی، رویوی مرکز بهداشت، پلاک ۱۵۶	۰۴۴-۳۳۲۴۴۳۱۱	۰۴۴-۳۳۲۴۴۰۳۹۲	شهاب امامی
۱۲۸	خیابان سرداران ارومیه	۹۶۲۲	ارومیه، خیابان سرداران، جنب کوچه شهید صفوی (کوچه تلفنخانه سابق)، پلاک ۱۶۹	۰۴۴-۳۳۲۵۰۵۳۳-۲۴	۰۴۴-۳۳۲۷۸۴۶	مسعود نامی فر
۱۲۹	اردبیل	۹۶۴۱	اردبیل، خیابان شیخ صفی، پلاک ۱۶۰	۰۴۵-۳۳۲۵۲۶۰۱-۵	۰۴۵-۳۳۲۵۲۰۰۱	ناصر هوشیاری
۱۳۰	زنجان	۹۶۸۱	زنجان، میدان آزادی، ابتدای خیابان امام، ساختمان ممتاز	۰۲۴-۳۳۳۲۰۶۵۴،۵	۰۲۴-۳۳۳۲۷۷۳۳	حمید رضا ففوری
۱۳۱	اهواز	۹۷۰۱	اهواز، خیابان شهید چمران (کیانپارس)، حد فاصل خیابانهای ۳ و ۴ شرقی، پلاک ۳۰۵	۰۶۱-۳۳۹۲۰۵۲۴،۶	۰۶۱-۳۳۹۲۰۷۴۵	حسنت سبندار
۱۳۲	کیش	۹۸۰۱	کیش، خیابان فردوسی، مرکز تجاری کیش، طبقه همکف	۰۷۶-۴۴۴۵۴۹۰۰-۹۵	۰۷۶-۴۴۴۵۴۲۵۹	پیمان خیاطی
۱۳۳	قشم	۹۸۲۱	قشم، بلوار ولیعصر (امام قلی خان)، رویوی مجتمع تجاری خلیج فارس، ساختمان گلدریس	۰۷۶-۳۵۲۴۶۶۴۰-۴۱	۰۷۶-۳۵۲۴۶۶۵۰	عباس اطهری
۱۳۴	اروند	۹۸۵۱	آبادان، بلوار شهید منتظری (شاپور سابق)، نبش خیابان امیر کبیر (امیری)	۰۶۱-۵۳۲۲۶۷۴۰-۵	۰۶۱-۵۳۲۲۶۷۳۱	حمید گنجیزیان

شعب بانک سامان پاسنگوی همیشگی شما

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

سرپرستی‌ها				
ردیف	عنوان سرپرستی	نام سرپرست	نشانی	شماره تلفن
۱	سرپرستی ناحیه ۱	الهه میرزایی	تهران، میدان تجریش، خیابان شهرداری، پلاک ۸۱، طبقه سوم	۲۶۸۵۹۲۰۶-۲۶۸۵۹۱۱۵-۲۶۸۵۹۱۱۸
۲	سرپرستی ناحیه ۲	متین اقبال زاده		
۳	سرپرستی ناحیه ۳	بابک برومند	بزرگراه رسالت، خیابان آیت، ضلع جنوب غربی میدان نبوت، پلاک ۵۶۰، طبقه فوقانی شعبه میدان نبوت - کد پستی: ۱۶۴۸۸۷۳۱۱	۷۷۹۱۲۱۵۴-۷۷۹۱۰۱۱۹-۷۷۹۱۵۰۰۹
۴	سرپرستی ناحیه ۴	بهاره علیاری		۷۷۹۱۷۱۳۱
۵	سرپرستی ناحیه ۵	حسین یوسفی پور		۷۷۹۱۰۱۱۲
۶	سرپرستی ناحیه ۶	مهدی عامری	خیابان سید جمال الدین اسدآبادی، نبش کوچه چهل و نهم، پلاک ۴۳۳، نیم طبقه شعبه سیدجمال الدین اسدآبادی - کد پستی: ۱۴۴۴۹۳۳۵۷۳	۸۸۶۱۶۴۸۵-۸۸۶۲۹۰۶۷-۸۸۰۴۲۳۱۴
۷	سرپرستی ناحیه ۷	مریم طرفی نژاد		۸۸۰۳۳۱۴۴-۸۸۰۶۲۸۸۳
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		۴۴۷۳۷۹۸۰-۴۴۷۶۸۷۸۷
۱۰	سرپرستی ناحیه ۱۰	علی حمیدیا	برج سامان، طبقه ۱۵، مدیریت جذب و فروش	
۱۱	سرپرستی شعب استان‌های شمال	محمود ملکی	ساری خیابان فرهنگ بعد از سه راه قارن به طرف میدان شهدا	۰۱۱-۳۳۲۵۹۷۸۱-۳۳۲۵۹۷۸۶-۳۳۲۵۹۷۸۴
۱۲	سرپرستی شعب استان‌های شمال غرب	غلامرضا نیکمهد	تبریز خیابان امام بالاتر از چهارراه شهید بهشتی نبش کوی فرهنگ پلاک ۵۲۱	۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۴۰-۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۳۸
۱۳	سرپرستی شعب استان‌های شرق و شمال شرق	مهدی توزنده جانی	مشهد، بلوار سجاد، نبش سجاد ۸، ط اول	۱۱۲-۱۱۴-داخلی ۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۴۴۰۵
۱۴	سرپرستی شعب استانهای مرکز	مجاهدی	اصفهان خیابان توحید میانی نبش کوچه شهید تقی آبادی پلاک ۵	۰۳۱۳-۶۲۸۲۱۱۲-۰۳۱۳-۶۲۸۲۱۱۰
۱۵	سرپرستی ناحیه ۱۵	مهدی باقی	برج سامان، طبقه ۱۵، مدیریت جذب و فروش	
۱۶	سرپرستی شعب استان‌های جنوب و جنوب غرب	علیرضا پاک‌نژاد	شیراز، بلوار پاسداران (زهری)، حدفاصل خیابان بعثت و تقاطع مطهری، ساختمان سامان، طبقه اول	۰۷۱-۳۸۴۴۴۶۷۰
۱۷	سرپرستی شعب استان‌های جنوب شرق	احمد شریعتمداری	کرمان، خیابان سپهبد قزق، نرسیده به میدان سپهبد قزق، نبش کوچه قرنی ۸	۰۳۴۴-۲۲۳۸۷۹۴

دفاتر بانکداری اختصاصی				
نام دفتر	نام مسئول دفتر	کد دفتر	نشانی	شماره تماس
سرپرستی دفاتر بانکداری اختصاصی	محمد حسین افضلی	-	تهران-خیابان شریعتی-بالاتر از سیدخندان-نبش کوچه اتوبانک- پلاک ۱۰۰۵-برج سامان- طبقه ۱۵ (۳۹۱۱)	۰۲۱-۲۲۳۳۰۰۰۰
دفتر بانکداری اختصاصی زعفرانیه	احسان مهدی پور	۸۶۴	تهران-زعفرانیه-خیابان یکتا- ابتدای خیابان طاهری-پلاک ۳	۰۲۱-۲۲۱۶۵۳۸
دفتر بانکداری اختصاصی تبریز	نادر جهانگیرزاده سوره	۸۶۴۱	تبریز-خیابان ولیعصر- فلکه ایرداک- اول خیابان سعدی- برج مبین - طبقه ۸	۰۴۱-۳۳۳۱۶۲۲۰
دفتر بانکداری اختصاصی مشهد	حمید طوسی	۸۶۴۲	مشهد- بلوار سجاد- نبش سجاد هشتم- ساختمان بانک سامان- طبقه هفتم	۰۵۱-۳۷۶۸۱۷۱۶
دفتر بانکداری اختصاصی قم	امیر محمد هاشمی	۸۶۴۳	قم-بلوار امین-نبش کوچه ۴۱ ساختمان بانک سامان-طبقه دوم	۰۲۵-۳۲۴۰۰۴۴۱
دفتر بانکداری اختصاصی اصفهان	صابر ملبوس باف	۸۶۴۴	اصفهان-خ توحید جنوبی- بعد از چهار راه پلیس - ساختمان زیوار- طبقه پنج - واحد ۵۰۱	۰۳۱-۳۱۲۲۴۴۷

دفاتر بانکداری شرکتی بانک سامان

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

با موبایلت دریافت کن!

دریافت رمز اول کارت با اپلیکیشن موبایلت



تندر نور، رکوردار فروش بیش از
یک میلیون پایانه های فروشگاهی



شرکت تندر نور

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





جوایز داغ قرعه‌کشی «وین کارت» ۳ برابر شد!

