

سال بیست و یکم، شماره ۲۲۳
دی ۱۴۰۴

بانک سامان
SamanBank

قهرمانی بانک سامان در مسابقات فوتسال کارگری کشوری



حضور فعال گروه مالی سامان در نمایشگاه بین‌المللی
مراکز خرید و خرده‌فروشی

تعمیرات تخصصی برندهای مطرح پوز



شرکت تندر نور

+98(21) - 77444464

WWW.THUNDER-LIGHT.COM





گروه مالی سامان

بانک سامان



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

پرواخت الکترونیک سامان کیش



تهران، خیابان ولیعصر، نرسیده به چهارراه پارک وی (جنوب به شمال)، بن بست ترکش دوز، پلاک ۲
تلفن: ۰۲۱-۸۴۳۴۵۰۰۰ 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



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

اعتبارسنجی حافظ سامان ایرانیان



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

خدماتی آفتاب تجارت سامان



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

تأمین سرمایه کاردان



تهران، خیابان نلسون ماندلا، خیابان ظفر غربی پلاک ۲۸۱ کد پستی ۱۹۶۱۶۳۴۷۷۹۵
تلفن: ۰۲۱-۹۶۶۲۱۱۰۰ نمابر: ۰۲۱-۹۶۶۲۱۱۳۳
www.kardan.ir

کیش سل پارس



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

پروازشگران 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

راهکارهای مالی هوشمند سامان



تهران، خیابان شریعتی، بالاتر از سیدخندان، نبش کوچه اتوبانک، پلاک ۱۰۰۵، برج سامان، طبقه ۱۰
تلفن: ۰۲۱-۲۲۳۱۰۰۰۰
www.rahkar.team



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 فرامانی، مقابل خیابان فجر، پلاک ۷۴

تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۴۸۷۹ فاکس: ۰۲۱-۸۸۳۷۴۸۳

- ۶..... وقتی سازمان‌ها برای «آینده» حقوق می‌پردازند نه فقط برای امروز.....
- ۸..... هنر رقصیدن با استراتژی.....
- ۱۰..... هوش مصنوعی فیزیکی چیست؟.....
- ۱۲..... تعهد عملی شرکت بیمه سامان در حادثه آتش سوزی بندر شهید رجایی.....
- ۱۳..... پرداخت خسارت ۱۸۰۰ میلیاردی بیمه سامان به بیمه‌گذار بندر شهید رجایی.....
- ۱۳..... حمایت به موقع بیمه سامان: ۴۰۵ میلیارد ریال خسارت جبران شد.....
- ۱۴..... مسابقات فوتسال شعب مشهد.....
- ۱۵..... حمایت بیمه سامان از دانشجویان نخبه با اعطای بورسیه تحصیلی.....
- ۱۵..... بیمه سامان پیش‌تاز مشارکت علمی در همایش بیمه و توسعه.....
- معرفی پروژه چندمنظوره البرزمال در هفتمین نمایشگاه بین‌المللی ایران ریتیل شو توسط
- ۱۶..... شرکت توسعه و عمران بهناد بنا.....
- ۱۸..... خرده‌فروشی به مثابه یک انتخاب راهبردی برای بانک سامان.....
- ۲۰..... برندگان سور سامانی.....
- ۲۲..... کوله‌گرد.....
- ۲۴..... مراقبت از مشتری در بانکداری خرد.....
- وابستگی تاریخی به انباشت مزیت نهادی و انتخاب‌های قفل‌کننده در تقاطع‌های تاریخی...۲۶
- ۲۸..... توسعه اقتصاد سبز.....
- ۲۹..... گفتگو با همکاران شعبه ملاصدرا.....
- ۳۴..... قهرمانی تیم فوتسال بانک سامان در مسابقات فوتسال کارگری کشور.....
- ۳۸..... سامانتل در مسیر ارائه سرویس‌های دیجیتال.....
- ۴۰..... سینگلاریتی/زینگولاریتی چیست؟.....
- ۴۲..... لازاروس؛ بزرگ‌ترین سارق سایبری بانک در جهان.....
- ۴۴..... صندلی سوم.....
- ۴۵..... آپدیت جدید اُیان.....
- ۴۶..... تکنیک‌های نقاشی (بخش دوم).....
- ۵۱..... شکل‌دهی به نظم جدید جهانی.....
- ۵۲..... یادداشتی در ستایش هایکو.....
- ۵۴..... به یادآوری واژگان زبان انگلیسی با کمک هوش مصنوعی.....
- ۵۶..... پرسش و پاسخ.....
- ۵۸..... بهترین سبزیجات برای سلامتی.....
- ۵۹..... چرا رژیم غذایی کاهش وزن باید داشته باشیم؟.....
- ۶۰..... تغییر به سمت بهتر شدن.....



دارایی استراتژیک؛ حقوق برای آینده وقتی سازمان‌ها برای «آینده» حقوق می‌پردازند نه فقط برای امروز

مشهود مانند زمین، کار و سرمایه درک می‌شد؛ دارایی‌هایی فیزیکی، قابل اندازه‌گیری و قابل ثبت در ترازنامه. با ورود به اقتصاد دانایی‌محور، این نگاه به تدریج ناکافی شد و سازمان‌ها دریافتند آن‌چه مزیت رقابتی پایدار می‌سازد، نه صرفاً دارایی‌های مرئی، بلکه توان تصمیم‌سازی در شرایط پیچیده و پرابهام است. این تغییر پارادایم، تعریف دارایی را دگرگون کرد و تجربه، قضاوت، بینش و قدرت تحلیل را به سطحی بالاتر از ابزار و تکنولوژی ارتقا داد.

دارایی استراتژیک چیست؟

دارایی استراتژیک، دارایی‌ای است که کمیاب است، به‌سادگی جایگزین نمی‌شود، ارزش اصلی‌اش در آینده آشکار می‌شود و حذف آن، ریسک معناداری برای سازمان ایجاد می‌کند. در این چارچوب، برخی افراد در سازمان‌ها صرفاً «کارمند» یا حتی «سرمایه انسانی» نیستند؛ آن‌ها ذخایر هوشمند سازمان‌اند، کسانی که نبودشان در لحظه بحران می‌تواند هزینه‌هایی به مراتب بزرگ‌تر از سال‌ها حقوقشان ایجاد کند. در این سطح، ارزش افراد نه در تعداد ساعات کاری، بلکه در قابلیت اندیشیدن در لحظه‌های بحرانی، دیدن الگوها پیش از تبدیل شدن به بحران و ساختن مسیر در دل ابهام نهفته است. پژوهش‌های مدیریت استراتژیک منابع انسانی نشان می‌دهد این نوع سرمایه انسانی، مستقیماً بر تاب‌آوری سازمان و عملکرد بلندمدت آن اثر می‌گذارد.



| رضا رحمانی |
| رئیس اداره روابط عمومی |

از منظر مدیریت سازمانی پیشرو، انسان دیگر فقط «هزینه پرسنلی» نیست، بلکه بخشی از زیرساخت راهبردی سازمان برای مواجهه با آینده‌ای نامطمئن است. شاید این موضوع در نگاه اول عجیب به نظر برسد، اما در بسیاری از سازمان‌های پیشرو در حال رخ دادن است. در جهانی که همه چیز با شاخص‌های بهره‌وری کوتاه‌مدت سنجیده می‌شود، برخی از بزرگ‌ترین سازمان‌ها بخشی از باارزش‌ترین نیروهای خود را از چرخه عملیات روزمره آزاد می‌کنند تا در «آماده‌باش راهبردی» بمانند؛ نه این‌که الزاماً هر روز پروژه‌ای تحویل دهند. این رفتار نشانه بلوغ سازمان‌هایی است که «انسان» را نه هزینه، بلکه دارایی استراتژیک می‌دانند.

عبور از منطق دارایی‌های مرئی در اقتصاد کلاسیک، ثروت و دارایی عمدتاً در قالب عوامل تولیدی

منطق پرداخت حقوق به نیروهای خارج از عملیات روزمره

برخی شرکت‌های پیشرو، با پرداخت حقوق به نیروهایی که در ظاهر درگیر تحویل خروجی روزانه نیستند، در واقع سه نوع دارایی کلیدی را خریداری می‌کنند. نخست، انحصار دانایی؛ یعنی جلوگیری از نشت دانش حیاتی و تجربه‌های کمیاب به رقبای و محیط بیرون. دوم، ذخیره‌سازی تجربه؛ حفظ حافظه سازمانی برای تصمیم‌های بزرگ، بحران‌ها و لحظه‌هایی که در آن‌ها اشتباه بسیار پرهزینه است. سوم، آمادگی برای آینده؛ در دسترس بودن ذهن‌های راهبردی در لحظه نیاز، بدون آن‌که زیر بار کار روزمره فرسوده شده باشند.

این افراد معمولاً کسانی هستند که معماری مسائل را می‌فهمند، نه فقط اجرای آن‌ها را؛ الگوها را پیش از آن‌که در صورت‌های مالی دیده شوند تشخیص می‌دهند؛ و در وضعیت‌های مبهم، به جای انتظار برای دستورالعمل، مسیر می‌سازند. در چنین حالتی، سکون ظاهری این افراد نشانه بیکاری نیست؛ نشانه آماده‌باش استراتژیک است که ارزش آن فقط در لحظات کلیدی آشکار می‌شود.

از نیروی انسانی تا ذخیره راهبردی

مدیریت سازمانی در دهه‌های اخیر مسیری روشن را طی کرده است. در رویکرد «نیروی انسانی»، تمرکز بر اجرا و انجام وظایف تعریف‌شده است و کارکنان بیشتر به عنوان هزینه‌ای ضروری برای پیشبرد عملیات دیده می‌شوند. در مرحله «سرمایه انسانی»، نگاه به سمت بهره‌وری، آموزش و بازگشت سرمایه از طریق توانمندسازی افراد حرکت می‌کند. اما در سطح «دارایی استراتژیک انسانی»، تمرکز اصلی بر آینده است؛ سازمان می‌پذیرد که برخی افراد برای امروز استخدام نشده‌اند، بلکه برای فردایی نامطمئن اما تعیین‌کننده نگه داشته می‌شوند. در این سطح، حضور این افراد بخشی از معماری ریسک و تاب‌آوری سازمان است، نه صرفاً بخشی از ساختار منابع انسانی.

اقتصاد استعدادهای کمیاب

در دنیای امروز، سرمایه مالی فراوان است و فناوری به سرعت تکثیر می‌شود، اما آنچه واقعاً کمیاب مانده، قضاوت درست در زمان درست است. همین کمیابی است که انسان‌های خاص را به دارایی‌های استراتژیک تبدیل می‌کند؛ افرادی که می‌توانند در میان داده‌های فراوان و اطلاعات متناقض، معنای درست را استخراج کنند.

رقابت واقعی سازمان‌ها دیگر فقط بر سر محصول یا حتی فناوری نیست؛ بلکه بر سر نگهداشت ذهن‌هایی است که می‌توانند آینده را تفسیر کنند، سناریو بسازند و تصمیم‌های بزرگ را معنادار کنند. مطالعات سرمایه انسانی نشان می‌دهد سرمایه‌گذاری هدفمند روی این گروه، اثر مستقیمی بر ارزش ادراک‌شده شرکت و مزیت رقابتی پایدار دارد.

بانکداری؛ صنعت تصمیم‌های حساس

بانک، برخلاف تصور عمومی، صرفاً محل گردش پول نیست؛ مرکز تصمیم‌سازی در شرایط پیچیده و پرریسک است. تصمیم‌هایی که آثار آن‌ها فراتر از ترازنامه، بر اعتماد عمومی، ثبات اقتصادی و آینده بازار پول و اعتبار اثر می‌گذارد و یک خطای بزرگ می‌تواند سال‌ها اعتماد را از بین ببرد.

در چنین صنعتی، افرادی که ریسک را پیش از «عدد شدن» در صورت‌ها و شاخص‌ها می‌فهمند، رفتار مشتری را پیش از آن‌که در آمارها دیده شود حس می‌کنند و زبان اقتصاد، رسانه و جامعه را هم‌زمان درک می‌کنند،

کارکنان معمولی نیستند؛ آن‌ها دارایی‌های استراتژیک نظام بانکی‌اند. این افراد در کمیته‌های راهبردی، جلسات مدیریت ریسک کلان و طراحی سناریوهای آینده، نقشی تصمیم‌ساز دارند، حتی اگر همیشه در خط مقدم اجرا دیده نشوند.

نگاه آینده‌نگر در مدیریت منابع/سرمایه انسانی

سازمان‌های پیشرو، به جای تمرکز صرف بر خروجی‌های کوتاه‌مدت، به سمت مدیریت ظرفیت ذهنی حرکت کرده‌اند. در این نگاه، فعالیت ظاهری تنها معیار ارزش نیست؛ آمادگی، خود یک سرمایه است و حفظ انسان‌های کلیدی، بخشی از مدیریت ریسک و استراتژی تاب‌آوری سازمانی به شمار می‌آید. در چنین چارچوبی، پرسش راهبردی دیگر این نیست که «چرا به این فرد حقوق می‌دهیم؟» بلکه این است که اگر این فرد در لحظه بحران در دسترس نباشد، چه هزینه‌ای به سازمان تحمیل می‌شود. در بسیاری موارد، هزینه از دست دادن یک ذهن راهبردی، به مراتب بیش از سال‌ها پرداخت حقوق اوست؛ چیزی که امروز در ادبیات سرمایه انسانی و گزارشگری دارایی‌های نامشهود به خوبی منعکس شده است.

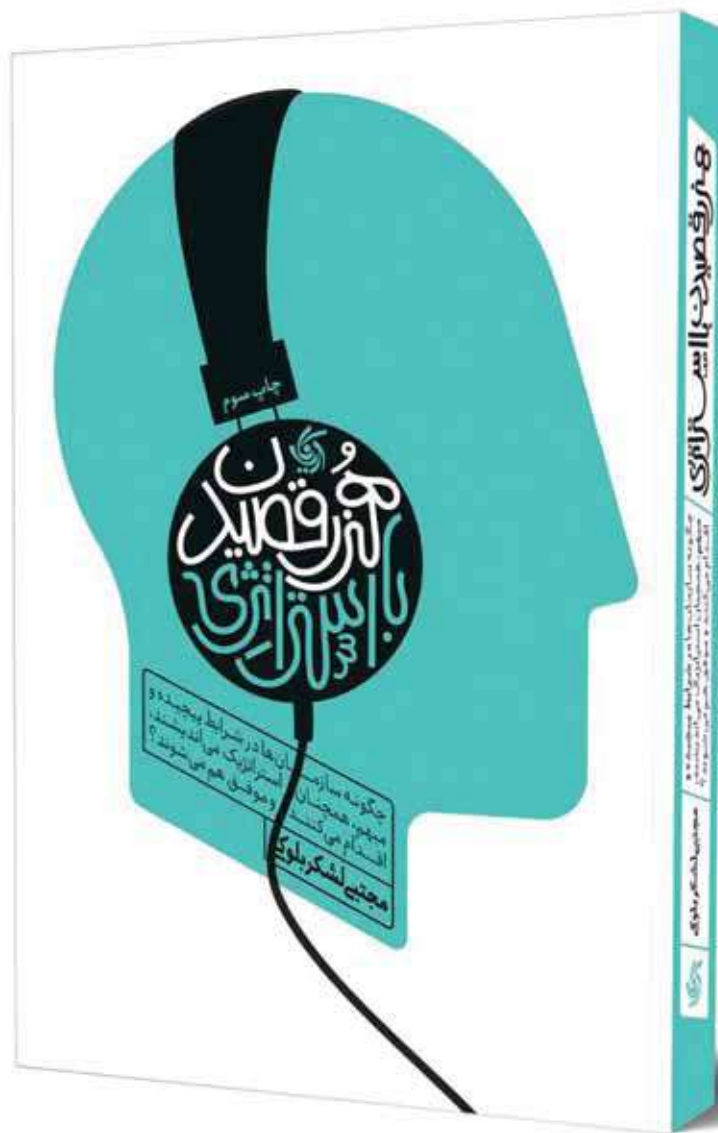
انسان، دارایی فردا

در اقتصاد آینده، سازمان‌ها نه فقط با دارایی‌های فیزیکی، بلکه با ذخایر فکری و سرمایه انسانی استراتژیک خود شناخته خواهند شد. آن‌ها که زودتر تشخیص دهند کدام انسان‌ها باید حفظ شوند، حتی در سکون ظاهری، آینده را از آن خود خواهند کرد و ریسک‌های بزرگ را به فرصت تبدیل می‌کنند.

پرداخت حقوق به کسانی که در ظاهر «کم‌تر» در خط عملیات دیده می‌شوند، اگر درست فهمیده شود، نشانه اسراف نیست؛ نشانه بلوغ استراتژیک است. بلوغ سازمانی که می‌داند برخی دارایی‌ها را نباید صرفاً در کار روزمره مصرف کرد، بلکه باید آن‌ها را برای لحظه‌های تعیین‌کننده، حفظ و صیانت کرد؛ به شرط آن‌که نقش راهبردی این افراد به درستی تعریف و اثرشان بر آینده سازمان سنجیده شود.

منابع پیشنهادی برای مطالعه بیشتر:

1. Becker, B. E., & Huselid, M. A. (2001). Making HR a Strategic Asset. Financial Times – Mastering People Management.
2. Human Capital as a Strategic Asset. American Journal of Business Management, Economics and Banking.
3. Kong, E. (2009). An Intellectual Capital Perspective of Human Resource Management. Knowledge Management Research & Practice.
4. Ployhart, R. E., Nyberg, A. J., Reilly, G., & Maltarich, M. A. (2014). Integrating Strategic Human Capital and Strategic Human Resource Management. The International Journal of Human Resource Management.
5. Schneider, T. (2025). Bank Stress Testing, Human Capital, Risk Management. Journal of Financial Intermediation.
6. Sollosy, M. (2016). Human Capital: A Strategic Asset Whose Time Has Come. Journal of Corporate Accounting & Finance.
7. Human Capital as a Strategic Asset: Unlocking High-Performance Leadership in the C-Suite. Huntscanlon.



هنر رقصیدن با استراتژی

فاطمه فراهانی |
پژوهشگر بازرگانی و بانکداری بین المللی

به ما درس داده شده‌اند، کاملاً منسوخ شده‌اند.
بخش اول: مشکل اصلی کجاست؟

چرا استراتژی سنتی ناکام می‌شود؟
روش مدیریت استراتژیک کلاسیک بر سه اصل بنا شده است: قدم به قدم حرکت کردن، برنامه‌ریزی بر اساس تقویم و تحلیل بی‌پایان. انگار که جهان ایستا است و هیچ‌چیز تغییر نمی‌کند.
اما واقعیت چیست؟

اولاً، تقویم محور بودن غلط است. وقتی تنظیم می‌کنید که "فصل اول سال برای تحلیل، فصل دوم سال برای برنامه‌ریزی، و نیمه دوم سال برای اجرا"، فراموش می‌کنید که بازار نمی‌داند چه زمانی سرنگون شود. رقیب

مقدمه: مشکلی که هیچ‌کس درباره‌اش صحبت نمی‌کند.

تصور کنید می‌خواهید یک ساختمان بزرگ بسازید. مهندس معمار نقشه کاملی کشیده، هر آجر محاسبه شده، هر سنگ در جای خود؛ اما ناگهان طوفانی بلند می‌شود. زمین‌لرزه‌ای رخ می‌دهد. سیاستی جدید ابلاغ می‌شود. حالا چه باید کرد؟

این دقیقاً مشکل سازمان‌های امروزی است. دکتر مجتبی لشکرلوکی در کتاب «هنر رقصیدن با استراتژی» (انتشار: سال ۱۳۹۶) این واقعیت تلخ را برملا می‌کند: روش‌های مدیریت استراتژیک کلاسیک که برای دهه‌ها

- بیست پرسش و پاسخ برای حل شبهات
فصل های ۱۱-۱۲: نمونه های ایرانی
- دو شرکت موفق ایرانی و روش های آنها

بخش چهارم: این کتاب برای چه کسانی مناسب است؟

مدیران یا مسئول تصمیم گیری ای که در محیطی ناپایدار کار می کنند.
کارآفرین هایی که می خواهند استراتژی واقعی (نه دفتری) بسازند.
استراتژیست های سازمانی که به دنبال روش های جدید هستند.
برای شروع کار در حوزه های سریع التعمیر (تکنولوژی، بازارهای نوپدید،
سیاست های ناپایدار).
علاقه مندان به تحلیل شخصی (کتاب برای زندگی شخصی هم کاربرد
دارد!)

ولی اگر شما:

به دنبال "موفقیت سریع و آسان" هستید
از خواندن کتاب های نظری احساس خستگی می کنید
به طور قطع نمی خواهید درباره ی "عدم قطعیت" فکر کنید
این کتاب برای شما مناسب نیست.

بخش پنجم: نکات برجسته و درس های کلیدی

درس اول: "رقصیدن" نه "راه رفتن"

عنوان کتاب خود بسیار نمادین است. راه رفتن خطی و معلوم است.
ولی رقصیدن چه؟ رقصیدن آزادی دارد، انعطاف دارد، حرکت های
پیش بینی نشده دارد. اما رقاصان موفق به موسیقی اهتمام می دهند، خود
را می شناسند و حرکات خود را هماهنگ می کنند. استراتژی مدرن همین
است.

درس دوم: آمادگی نجات دهنده است.

سازمان هایی که برنامه های سستی را دنبال می کنند، وقتی بحران بیاید،
به دنبال "راه خارجی" می گردند. اما سازمان های مدل موعودی قبل تر
سناریوهای مختلف را بررسی کرده، تیم های خود را آموزش داده و
"عضلات تصمیم گیری" خود را تقویت کرده اند.

درس سوم: عدم قطعیت را دشمن نسازید

بیشتر سازمان ها عدم قطعیت را دشمن می بینند. اما دکتر لشکر بلوکی
نشان می دهد که عدم قطعیت، فرصتی است برای آن هایی که آماده اند.
رقیبان شما شاید هرج و مرج را در ناپایداری ببینند؛ شما می توانید مزیت
رقابتی ببینید.

نتیجه گیری: آیا این کتاب برای شما است؟

اگر بخشی از خود را در توضیحات بالا دیدی، این کتاب حتماً برای
شما است.

این کتاب یک کتاب انگیزشی نیست که صفحاتش را بخوانید و فردا
فراموش کنید. این یک کتاب ابزار است. مانند یک جعبه ابزار برای
مدیریتی که در جهانی ناپایدار زندگی می کند.

بهترین بخش آن این است که نه تنها برای سازمان ها، بلکه برای زندگی
شخصی هم کاربرد دارد. چگونه مسیر شغلی خود را برنامه ریزی کنید
وقتی که آینده غیر قابل پیش بینی است؟ چگونه تصمیمات بهتری بگیرید
وقتی که همه چیز تغییر می کند؟ در واقع این کتاب پاسخ این سوالات
است.

شما نمی دانید باید طبق تقویمتان اقدام کنید!
ثانیاً، عدم آمادگی برای بحران مشکل ساز است. سازمان های سستی در
اتاق های بسته نشسته و فرض می کنند که خود را برای هر چیزی آماده
کرده اند. اما وقتی بحرانی غیرمنتظره پیش می آید، همه چیز فرو ریخته و
مدیران تحت فشار بر اساس شهود و گزینه تصمیم می گیرند. دقیقاً در
وقتی که نیاز به تفکر منطقی داریم، قلب می تپد و ترس تصمیم ها را
می گیرد.

ثالثاً، انعطاف پذیری ندارند. سازمان های سستی با "بازبینی" برنامه های
درازمدت، گویی گذشته خود را پاک کرده و از صفر شروع می کنند. این
اتلاف وقت، منابع و اعتماد است.

بخش دوم: حل جادویی - مدل موعود

معرفی انقلابی

دکتر لشکر بلوکی نه تنها مشکل را تشخیص می دهد، بلکه یک پاسخ
واقعی ارائه می دهد: "مدل موعود". این یک چارچوب جدید برای
مدیریت استراتژیک است که تمام نقص های مدل کلاسیک را پوشش
می دهد.

این مدل پنج شاخصه اساسی دارد:

۱. سازگاری - توانایی تطابق با شرایط متغیر
۲. واکنش پذیری - قابلیت پاسخ سریع به تحولات
۳. رئالیستی - بر واقعیت های میدان تکیه دارد، نه رویاهای دفتری
۴. کاربردی - فوری قابل اجرا، نه فلسفه خالص
۵. آینده نگرانه - همواره نگاه به فردا و فردای فردا

سه ستون عدم قطعیت

مدل موعود بر درک عمیق عدم قطعیت بنا شده است. اما عدم قطعیت
فقط "اینکه نمی دانیم چه می شود" نیست. لشکر بلوکی آن را به سه دسته
تقسیم می کند:

- عدم قطعیت وضعیت: چه چیزهایی می تواند تغییر کند؟
 - عدم قطعیت تاثیر: اگر این ها تغییر کنند، چه تأثیری خواهد داشت؟
 - عدم قطعیت پاسخ: ما چه باید کنیم؟
- این تقسیم بندی مدیران را از سردرگمی بیرون می کشد و به آنها
چارچوب واضحی می دهد.

بخش سوم: کتاب چگونه ساختار یافته است؟

کتاب ۱۲ فصل دارد که هر کدام یک لایه از داستان را باز می کند:

- فصل های ۱-۳: مبانی نظری
- مدیریت استراتژیک سستی و محدودیت های آن
- ارکان و اصول مدل موعود
- فصل های ۴-۶: کاربرد عملی
- چگونه مدل موعود را اجرا کنیم
- شرکت های بزرگ بین المللی چگونه از آن بهره می برند (نمونه IBM)
- فصل های ۷-۸: نمونه های جهانی
- گویا چگونه به این مدل فکر می کند
- استراتژی در عصر عدم قطعیت
- فصل های ۹-۱۰: راهنمای عملی
- نشانه های استراتژی مطلوب (چطور بدونم که راه صحیح رفتیم؟)



هوش مصنوعی فیزیکی چیست؟

استدلال کردن و عمل در زمان واقعی به آنها کمک می‌کند تا با ایمنی، دقت و سازگاری بیشتری در هر محیطی عمل کنند.

- ربات‌های سیار خودران (AMR) در انبارها می‌توانند با استفاده از بازخورد مستقیم از حسگرهای داخلی، در محیط‌های متنوع شلوغ حرکت کنند و از موانع، از جمله انسان‌ها، دوری کنند. بازوهای رباتیک می‌توانند قدرت و موقعیت خود را بر اساس موقعیت اشیاء روی تسمه‌نقاله تنظیم کنند و مهارت‌های حرکتی ظریف متناسب با نوع شیء را به نمایش بگذارند.
- ربات‌های جراحی با یادگیری وظایف پیچیده‌ای؛ مانند نخ کردن سوزن و انجام بخیه، از این فناوری بهره می‌برند و دقت و سازگاری هوش مصنوعی فیزیکی را در آموزش ربات‌ها برای وظایف تخصصی برجسته می‌کنند.
- ربات‌های انسان‌نما یا ربات‌های همه‌منظوره به مهارت‌های حرکتی درشت و ظریف و همچنین توانایی درک، فهم، استدلال و تعامل با دنیای فیزیکی، صرف‌نظر از نوع وظیفه، دارند.

- وسایل نقلیه خودران (AV: Autonomous Vehicles): هوش مصنوعی فیزیکی به AVها اجازه می‌دهد تا داده‌های حسگر را در زمان واقعی پردازش کنند تا محیط اطراف خود را درک و فهم کنند. مدل‌های استدلال بینایی-زبان-عمل (VLA) از این داده‌ها برای تصمیم‌گیری آگاهانه در محیط‌های مختلف، از آزادراه‌های باز گرفته تا مناظر شهری استفاده می‌کنند. آموزش AVها در محیط‌های شبیه‌سازی مقیاس‌پذیر و دقیق از نظر فیزیکی به آنها کمک می‌کند تا عابران پیاده را با دقت بیشتری تشخیص دهند، به ترافیک یا شرایط آب‌وهوایی پاسخ دهند و به طور خودکار در تغییر خطوط حرکت کنند و به طور مؤثر با طیف وسیعی از سناریوهای غیرمنتظره سازگار شوند.

- فضاهای هوشمند: هوش مصنوعی فیزیکی، عملکرد و ایمنی فضاهای بزرگ داخلی و خارجی مانند کارخانه‌ها و انبارها را که فعالیت‌های روزانه شامل تردد مداوم افراد، وسایل نقلیه و ربات‌ها می‌شود، افزایش می‌دهد. با استفاده از دوربین‌های ثابت و مدل‌های پیشرفته بینایی رایانه‌ای، تیم‌ها می‌توانند با ردیابی چندین موجودیت و فعالیت در این فضاها، برنامه‌ریزی مسیر پویا را بهبود بخشیده و کارایی عملیاتی را بهینه کنند. عوامل هوش مصنوعی تجزیه و تحلیل ویدئویی با تشخیص خودکار ناهنجاری‌ها و ارائه هشدارهای بلادرنگ، ایمنی و کارایی عملیاتی را بیشتر بهبود می‌بخشند.



| علی جوانمردی |
| مؤسس گروه فنی مهندسی ایتوک |

هوش مصنوعی فیزیکی به سیستم‌های خودمختار مانند دوربین‌ها، ربات‌ها و ماشین‌های خودران اجازه می‌دهد تا اقدامات پیچیده را در دنیای فیزیکی درک، فهم، استدلال و اجرا یا هماهنگ کنند. ایده رباتی که طیف وسیعی از کارهای خانه را انجام می‌دهد، از خالی کردن خشک‌کن و تا کردن لباس‌های شسته شده و تمیز کردن یک میز کثیف، تا نگهداری از بچه و درست کردن غذا برای ناهار، مدت‌هاست که مانند داستان‌های علمی‌تخیلی محض به نظر می‌رسد.

چرا هوش مصنوعی فیزیکی مهم است؟

پیش‌ازاین، ماشین‌های خودران قادر به درک و حس دنیای اطراف خود نبودند. اما با هوش مصنوعی فیزیکی، ربات‌ها می‌توانند ساخته و آموزش داده شوند تا به طور یکپارچه با محیط اطراف خود در دنیای واقعی تعامل داشته باشند و با آن سازگار شوند.

برای ساخت هوش مصنوعی فیزیکی، تیم‌ها به شبیه‌سازی‌های قدرتمند مبتنی بر فیزیک نیاز دارند که محیطی امن و کنترل‌شده برای آموزش ماشین‌های خودران فراهم کند. این امر نه تنها کارایی و دقت ربات‌ها را در انجام وظایف پیچیده افزایش می‌دهد، بلکه تعاملات طبیعی‌تر بین انسان‌ها و ماشین‌ها را نیز تسهیل می‌کند و دسترسی و عملکرد را در برنامه‌های دنیای واقعی بهبود می‌بخشد.

هوش مصنوعی فیزیکی در حال گشودن قابلیت‌های جدیدی است که هر صنعتی را متحول خواهد کرد. به عنوان مثال:

- ربات‌ها: هوش مصنوعی فیزیکی، ربات‌ها را از اتوماسیون سفت و سخت، به خودمختاری واقعی ارتقا می‌دهد. فعال کردن آنها برای حس کردن،

جشن زمستونی با هدیه‌های میلیونی

در سوز بهمن‌ماه سامانیوم

یک جایزه ۱۰۰ میلیون تومانی، ده جایزه ۱۰ میلیون تومانی
صد جایزه ۵۰۰۰۰ سامانی



تعهد عملی شرکت بیمه سامان در حادثه آتش سوزی بندر شهید رجایی

شرکت بیمه سامان با پرداخت خسارت ۱,۳۷۰ میلیارد ریالی ناشی از حادثه آتش سوزی گمرک بندر شهید رجایی، بار دیگر توان عملیاتی و سرعت عمل خود در مدیریت خسارات بزرگ و پرریسک را به نمایش گذاشت.

به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، شرکت بیمه سامان خسارت ۱,۳۷۰ میلیارد ریال یکی از بیمه‌گزاران خود را که در حادثه آتش سوزی گمرک بندر شهید رجایی دچار خسارت شده بود، به‌طور کامل پرداخت کرد.

این خسارت مربوط به محموله قطعات خودرو متعلق به شرکت خودروسازان بم (کرمان موتور) است که تحت پوشش بیمه‌ای این شرکت قرار داشت.

پس از اعلام خسارت از سوی این بیمه‌گزار و بلافاصله پس از وقوع حادثه، پرونده خسارت تشکیل و بررسی‌های فنی، بازدید از محل حادثه و ارزیابی میزان خسارت توسط کارشناسان تخصصی شرکت انجام شد. در نهایت، میزان خسارت وارده ۱,۳۷۰ میلیارد ریال برآورد و پس از طی مراحل قانونی، مبلغ یادشده به بیمه‌گزار پرداخت شد.

در پی وقوع این حادثه و با هدف تسریع در رسیدگی به پرونده‌ها، شرکت بیمه سامان در همان روزهای ابتدایی، تیم ارزیابی خسارت خود را در شعبه بندرعباس مستقر کرد تا فرآیند بررسی و پرداخت خسارات با حداقل وقفه انجام شود.

بر این اساس، خسارات جزئی تنها چند روز پس از حادثه پرداخت شد و پرونده‌های با حجم خسارت بالا نیز با اولویت در دستور بررسی قرار گرفت و وارد فرآیند پرداخت شد. این اقدام، رویکرد بیمه سامان در ایفای تعهدات، مدیریت حرفه‌ای ریسک و حمایت مؤثر از بیمه‌گزاران در شرایط بحرانی را به‌روشنی نشان می‌دهد.



توانمندسازی و ارتقای مهارت‌های شبکه فروش در دومین همایش آموزشی بین‌المللی بیمه سامان

دومین همایش آموزشی بین‌المللی شرکت بیمه سامان با هدف ارتقای دانش تخصصی، توسعه مهارت‌های حرفه‌ای و توانمندسازی شبکه فروش، با حضور ۷۰۰ نفر از اعضای شبکه فروش این شرکت برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، این همایش آموزشی در راستای رویکرد مستمر بیمه سامان برای تقویت سرمایه انسانی و افزایش اثربخشی فعالیت‌های نمایندگان برگزار شده است.

در این رویداد آموزشی که با حضور جمعی از معاونان و مدیران ارشد شرکت بیمه سامان همراه بود، «اندرو برایانت» و «رندی گیج» از اساتید بین‌المللی حوزه فروش و توسعه فردی، به تبیین نقش کلیدی شبکه فروش در توسعه سازمان، معرفی رویکردهای نوین فروش و ارتقای توانمندی‌های فردی پرداختند.

در بخش پایانی این همایش، از ۳۰ عضو برتر شبکه فروش شرکت بیمه سامان، به پاس عملکرد حرفه‌ای و تلاش مؤثر در مسیر تحقق اهداف شرکت، قدردانی شد. رندی گیج نویسنده و مدیر فعال بازاریابی شبکه‌ای و سخنران انگیزشی آمریکایی است که به‌عنوان یکی از چهره‌های موفق این صنعت شناخته می‌شود و «مجموعه کتاب‌های سعادت» از آثار پرفروش او در حوزه خودباوری و رشد فردی به شمار می‌رود.

اندرو برایانت نیز متخصص بین‌المللی در حوزه رهبری شخصی و فرهنگ‌های پیشرو است که به‌عنوان پژوهشگر، نویسنده، سخنران و مربی اجرایی رهبران ارشد فعالیت دارد و کتاب «خودرهبری» از جمله آثار شاخص اوست. شرکت بیمه سامان با تأکید بر آموزش مستمر و هدفمند شبکه فروش، همواره از ظرفیت اساتید برجسته داخلی و بین‌المللی برای برگزاری دوره‌ها و همایش‌های تخصصی استفاده می‌کند و بر این باور است که توسعه دانش و مهارت‌های حرفه‌ای نمایندگان، نقش مؤثری در ارتقای کیفیت خدمات و رشد پایدار سازمان دارد.



حمایت به موقع بیمه سامان: ۴۰۵ میلیارد ریال خسارت جبران شد

شرکت بیمه سامان در ادامه رسیدگی‌های سریع و دقیق به پرونده‌های خسارتی ناشی از حادثه بندر شهید رجایی، مبلغ ۴۰۵ میلیارد ریال خسارت شرکت «پلی پروپیلین الوند» را که در این حادثه مهیب دچار زیان شده بود، به این تولیدکننده مواد پتروشیمی پرداخت کرد.

این پرداخت پس از طی مراحل قانونی و ارزیابی دقیق خسارت انجام شد و نمونه‌ای از تعهد شرکت بیمه سامان به پشتیبانی به موقع و مسئولانه از مشتریان خود است. شرکت بیمه سامان پیش از این، درخصوص حادثه بندر شهید رجایی، خسارت ۱۳۷۰ میلیارد ریالی شرکت «خودروسازان بم (کرمان موتور)» و خسارت ۱۸۲۵ میلیارد ریالی شرکت «سامان سپهر سولان» را نیز به طور کامل پرداخت کرده است. علاوه بر این، شرکت بیمه سامان ۱۴ پرونده خسارت زیر ۱۰ میلیارد تومان مربوط به این حادثه را با سرعت و دقت رسیدگی کرده و جبران زیان مشتریان خود را تضمین کرده است. این روند نشان‌دهنده تأکید ویژه شرکت بیمه سامان بر سرعت، دقت و کیفیت رسیدگی به خسارت‌ها و رضایت مشتریان است. ناگفته نماند که شرکت بیمه سامان در حال حاضر نیز با صدور ۲۰۲ میلیارد تومان حق بیمه در رشته بیمه باربری، رتبه چهارم بیشترین حق بیمه صادره در این رشته را از آن خود کرده است.

بندر شهید رجایی با سهم بیش از ۸۱ درصد در عملیات کانتینری و ۵۶ درصد در صادرات کشور، نقش حیاتی در تجارت ایران ایفا می‌کند. بی تردید صنعت بیمه کشور، با ارائه پوشش‌های مالی سریع و دقیق، نقش کلیدی در کاهش زیان‌های ناشی از حوادث بزرگ و تضمین ادامه فعالیت‌های اقتصادی کشور دارد.

تجربه بیمه سامان در حادثه بندر شهید رجایی نمونه‌ای روشن از حمایت به موقع، مسئولیت‌پذیری و مشتری‌مداری در شرایط بحرانی است و نشان می‌دهد که صنعت بیمه می‌تواند ستون مهمی در مدیریت ریسک‌های ملی و اقتصادی باشد.



پرداخت خسارت ۱۸۰۰ میلیاردی بیمه سامان به بیمه‌گذار بندر شهید رجایی

شرکت بیمه سامان با پرداخت خسارتی بیش از ۱۸۰۰ میلیارد ریال به یکی از بیمه‌گذاران حادثه بندر شهید رجایی، بار دیگر نقش خود را به عنوان حامی واقعی بیمه‌گذاران در شرایط بحرانی به نمایش گذاشت. به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، در پی وقوع حادثه آتش‌سوزی در بندر شهید رجایی در اردیبهشت‌ماه سال جاری، بیمه سامان از همان ساعات ابتدایی اعلام خسارت، فرآیند رسیدگی به پرونده‌های خسارتی را آغاز کرد.

این شرکت ابتدا با تمرکز بر پرداخت سریع خسارات خرد، تلاش کرد فشار اولیه وارد شده به بیمه‌گذاران را کاهش دهد و همزمان رسیدگی به پرونده‌های خسارت کلان را در دستور کار قرار داد.

اکنون با تکمیل فرآیند بررسی و ارزیابی خسارات سنگین، بیمه‌گذاران بزرگ نیز در حال دریافت مطالبات خود هستند.

در همین راستا، شرکت «سامان سپهر سولان» که محموله برنج خود را تحت پوشش بیمه سامان قرار داده بود و در حادثه بندر شهید رجایی دچار خسارت شد، پس از پایان رسیدگی به پرونده، خسارتی بالغ بر ۱۸۲۵ میلیارد ریال از این شرکت دریافت کرد.

پیش از این نیز بیمه سامان خسارت ۱۳۷۰ میلیارد ریالی شرکت «خودروسازان بم (کرمان موتور)» را که در جریان همان حادثه متحمل آسیب شده بود، به طور کامل پرداخت کرده بود؛ اقدامی که نشان‌دهنده تداوم رویکرد این شرکت در ایفای تعهدات سنگین بیمه‌ای است.

شرکت بیمه سامان همواره تأکید دارد که حمایت به موقع و حضور مؤثر در کنار بیمه‌گذاران، به ویژه در زمان وقوع خسارت، بخش جدایی‌ناپذیر از مأموریت حرفه‌ای این شرکت است. بر همین اساس، سرعت، دقت و کیفیت در پرداخت خسارت به عنوان اولویت‌های عملیاتی بیمه سامان تعریف شده و در عمل نیز به اجرا درآمده است.





مسابقات فوتسال شعب مشهد

مسابقات فوتسال شعب مشهد در دی ماه با حضور ۶ تیم شهاب، درنا، سحاب، شاهکار، چکاوک و شاپرک در دو گروه ۳ تیمی برگزار شد و در پایان این مسابقات نتایج زیر به دست آمد:

قهرمان: تیم درنا

نایب قهرمان: تیم شهاب

آقای گل مسابقات: مهدی پورحسینی

بازیکن اخلاق: فرشید ایزدپناه

همچنین گفتنی است اعضای تیم قهرمان یعنی

تیم درنا نیز شامل این همکاران بوده است:

۱. رضا ساقی

۲. مهدی احمدی

۳. سید محمد شجاعی

۴. ابوالفضل رمضانی

۵. فرشید ایزدپناه





حمایت بیمه سامان از دانشجویان نخبه با اعطای بورسیه تحصیلی

رشته های مهندسی کامپیوتر گرایش هوش مصنوعی و مهندسی صنایع گرایش مدلسازی سیستم ها و تحلیل داده مشغول به تحصیل هستند، همزمان دوره کارآموزی خود را در شرکت بیمه سامان سپری خواهند کرد تا پس از پایان دوره تحصیل، به عنوان همکار این شرکت فعالیت حرفه ای خود را ادامه دهند.

مدیرعامل شرکت بیمه سامان با تأکید بر اینکه هوش مصنوعی آینده کسب و کارها را متحول خواهد کرد، تصریح کرد: بدیهی است که حوزه های مالی و به ویژه صنعت بیمه نیز به شدت تحت تأثیر این فناوری قرار خواهند گرفت و بیمه سامان با درک به موقع اهمیت این تحول، تقویت سرمایه انسانی در این حوزه را به عنوان یکی از اولویت های راهبردی خود دنبال می کند.

ضرابیه با اشاره به اینکه دانشجویان ممتاز مقاطع کارشناسی ارشد در رشته ها و دوره های مرتبط با علوم داده و هوش مصنوعی مشمول این طرح هستند، خاطرنشان کرد: این موضوع هر ساله در دفترچه کنکور سراسری برای متقاضیان اطلاع رسانی خواهد شد.

مدیرعامل شرکت بیمه سامان از جذب ۸ نفر از نخبگان دوره های تحصیلات تکمیلی به عنوان دانشجوی بورسیه این شرکت خبر داد و گفت: این دانشجویان با هدف تقویت فعالیت های بیمه سامان در حوزه هوش مصنوعی، همکاری خود را با این شرکت آغاز خواهند کرد.

به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، احمدرضا ضرابیه با بیان اینکه فرایند حمایت مالی از دانشجویان نخبه در قالب بورسیه از سال گذشته کلید خورده است، اظهار کرد: بر همین اساس، در سال گذشته یک نفر به عنوان دانشجوی واجد شرایط مورد حمایت شرکت قرار گرفت، اما این تعداد در سال جاری با رشد قابل توجهی همراه بوده است.

وی افزود: در سال جاری، ۷۵ نفر دانشجو به عنوان متقاضی به شرکت معرفی شدند که پس از طی مراحل قانونی و انجام مصاحبه های علمی، در نهایت ۸ نفر از آن ها موفق شدند استانداردهای موردنظر شرکت را احراز کرده و به عنوان دانشجوی بورسیه جذب بیمه سامان شوند. به گفته ضرابیه، این دانشجویان که در

بیمه سامان پیشتاز مشارکت علمی در همایش بیمه و توسعه

مجموعاً ۲۲۵ مقاله در قالب ارائه، چاپ و پوستر مورد پذیرش قرار گرفت. از این تعداد، ۹۴ مقاله توسط همکاران شرکت بیمه سامان تهیه شده بود؛ سهمی چشمگیر که بیانگر نقش پررنگ این شرکت در تولید محتوای علمی همایش است.

بر اساس آمار ارائه شده، ۵۷ درصد مقالات ارائه شده، ۴۵ درصد مقالات چاپ شده و ۳۷ درصد مقالات پوستر متعلق به پژوهشگران و کارشناسان شرکت بیمه سامان بوده است.

این همایش روز ۱۱ آذرماه در مرکز همایش های برج میلاد تهران برگزار شد و حضور مؤثر بیمه سامان در آن، بار دیگر بر جایگاه این شرکت به عنوان یکی از پیشگامان توسعه دانش تخصصی در صنعت بیمه کشور تأکید کرد.

سهم ۴۲ درصدی بیمه سامان در تأمین توان علمی همایش بیمه و توسعه سهم شرکت بیمه سامان در تأمین توان علمی همایش بیمه و توسعه، روندی رو به رشد را طی کرده و در سال جاری به ۴۲ درصد رسیده است؛ آماری که جایگاه این شرکت را به عنوان یکی از بازیگران اثرگذار حوزه دانش و پژوهش صنعت بیمه تثبیت می کند.

به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، سی و دومین همایش ملی و سیزدهمین همایش بین المللی بیمه و توسعه با محوریت «بازاندیشی نظارت در بیمه؛ مسیر نوآورانه برای تنظیم گری مؤثر» برگزار شد.

در این رویداد که بزرگترین رویداد علمی صنعت بیمه کشور است و با هدف هم افزایی میان پژوهشگران و فعالان اجرایی صنعت بیمه است،



معرفی پروژه چند منظوره البرز مال در هفتمین نمایشگاه بین‌المللی ایران ریتیل شو توسط شرکت توسعه و عمران بهناد بنا

است: جایگزینی «تجربه» به جای «خرید صرف». این گزارش می‌کوشد با نگاهی تحلیلی و فراتر از ادبیات تبلیغاتی، بررسی کند که آیا البرز مال صرفاً بازتولید یک الگوی آشناست یا می‌تواند در مسیر تبدیل شدن به یک مقصد شهری با استانداردهای جهانی حرکت کند.

رنسانس مال‌ها در جهان؛ از فروشگاه تا مقصد تجربه

درک جایگاه البرز مال بدون توجه به تحولات جهانی خرده‌فروشی ممکن نیست. پس از کابوس کووید و رواج آنلاین شاپ‌ها، برخلاف پیش‌بینی‌های رایج درباره «مرگ مال‌ها»، داده‌های جهانی سال ۲۰۲۵ نشان می‌دهد حضور شهروندان و مراجعین در مراکز خرید سرپوشیده و روباز نسل سوم، رشدی نزدیک به ۱۰ درصد را تجربه کرده است.

این بازگشت، حاصل یک تغییر پارادایم است:

مال، دیگر صرفاً محل خرید نیست، بلکه یک مقصد اجتماعی-تفریحی است. مطالعات نشان می‌دهد بیش از ۷۵ درصد مراجعه‌کنندگان به مراکز خرید، با انگیزه معاشرت، سرگرمی و تجربه جمعی وارد این فضاها می‌شوند و خرید به فعالیتی ثانویه تبدیل شده است. در همین چارچوب، مراکز خرید موفق جهانی از مدل «One-Stop-Shop» عبور کرده و به «Lifestyle Hub» تبدیل شده‌اند؛ الگویی که در نمونه‌هایی مانند K11 Musea هنگ کنگ یا The Dubai Mall به وضوح قابل مشاهده است.

منطق تمایز؛ البرز مال چه مسیری را انتخاب کرده است؟

تمایز البرز مال نه صرفاً در مقیاس، بلکه در منطق طراحی و ترکیب کاربری‌ها نهفته است:

بازگشت هوشمندانه به مفهوم «راسته بازار»

برخلاف بسیاری از مال‌های جدید که صرفاً بر اجاره فضا تمرکز دارند، البرز مال با الهام از ساختار بازارهای سنتی ایرانی، به راسته‌بندی صنفی و چینش هدفمند برندها توجه کرده است. این رویکرد، تجربه خرید را

هفتمین دوره نمایشگاه بین‌المللی مراکز خرید، مجتمع‌های تجاری، رویکردهای نوین صنعت خرده‌فروشی و صنایع وابسته با عنوان Iran Retail Show، از ۲ تا ۵ دی‌ماه ۱۴۰۴ در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار شد. این رویداد که به‌عنوان یکی از مهم‌ترین گردهمایی‌های تخصصی صنعت خرده‌فروشی در ایران شناخته می‌شود، هر سال فرصتی منحصر به فرد برای تبادل تجربیات، معرفی دستاوردها و ایجاد ارتباطات تجاری در حوزه مراکز خرید و خرده‌فروشی فراهم می‌کند.

در این دوره نیز جمعی از برندها، فعالان صنعت، سرمایه‌گذاران، شرکت‌های خدمات‌دهنده و راهبران پروژه‌های تجاری حضور داشتند و به‌منظور معرفی توانمندی‌ها، تازه‌ترین راهکارها و چشم‌اندازهای نوین این صنعت با مخاطبان تخصصی و عام دیدار کردند.

در غرفه البرز مال در خصوص بررسی فرصت‌های همکاری با برندهای معتبر، استراتژی جذب و نگهداشت مشتری و همچنین معماری تجربه‌محور و ترکیب هوشمند با ریتیل، تفریح و خدمات گفتگوهای مفیدی انجام پذیرفت.

البرز مال؛ آزمونی برای بازتعریف تجربه خرید و زیست شهری

در دامنه کوه‌های البرز، پروژه‌ای در حال شکل‌گیری است که مدعی عبور از الگوی سنتی مراکز خرید و ورود به قلمرو «مقصد‌های شهری» است. البرز مال، به‌عنوان بزرگ‌ترین پروژه چندمنظوره کلان‌شهر کرج، نه صرفاً یک مرکز خرید، بلکه تلاشی برای بازتعریف نسبت شهروندان با فضاهای عمومی به شمار می‌رود. در سال‌های اخیر، تغییر الگوهای مصرف و سبک زندگی، کارکرد مراکز خرید را دگرگون کرده است. نسل جدید دیگر صرفاً برای خرید به مال‌ها مراجعه نمی‌کند؛ بلکه به دنبال فضاهایی برای تعامل اجتماعی، تفریح، دغدغه‌های فرهنگی و گذران باکیفیت زمان است. البرز مال دقیقاً بر همین منطق بنا شده



هدم‌مندتر کرده و هم‌زمان به افزایش هم‌افزایی اقتصادی میان واحدهای تجاری کمک می‌کند.

عبور از خرید؛ حرکت به سوی مقصد چندوجهی

البرز مال خود را به‌فروشگاه محدود نکرده است. پیش‌بینی فضاهایی نظیر سالن کنسرت با ظرفیت هزار نفر امکان حضور خواننده‌های تراز اول را فراهم کرده، پردیس سینمایی، شهربازی البرز مال، با ترکیبی از ایده‌های خلاقانه، بخشی از استراتژی افزایش ماندگاری مخاطب و فعال‌سازی اقتصاد تجربه در مجموعه است، فضای کار اشتراکی و کافه‌تراس‌ها و رستوران‌های متعدد با چشم‌انداز شهری، نشان‌دهنده تمرکز پروژه بر افزایش مدت‌زمان حضور شهروندان در مجموعه است. از سوی دیگر توجه ویژه به بانوان با خلق مرکز زیبایی و تندرستی در استاندارد زندگی جذابیت‌ها را دوچندان کرده، این ترکیب، مال را به بخشی از زندگی روزمره شهر تبدیل می‌کند، نه مقصدی مقطعی.

پاسخ به بافت جمعیتی کرج

کرج به‌عنوان شهری جوان، مهاجرپذیر و متنوع، همواره با کمبود فضاهای عمومی فراگیر مواجه بوده است. تنوع سطح برندها و خدمات در البرز مال، امکان استفاده اقشار مختلف را فراهم می‌کند و این مجموعه را به یک نقطه تلاقی اجتماعی بالقوه برای شهر تبدیل می‌سازد.

هوشمندسازی و ملاحظات پایداری

استفاده از سیستم‌های مدیریت هوشمند ساختمان (BMS)، اطفا‌ی حریق و پارکینگ هوشمند، در کنار توجه به کاهش مصرف انرژی و استفاده از تجهیزات استاندارد داخلی، نشان‌دهنده رویکردی فنی و اقتصادی به بهره‌برداری بلندمدت پروژه است؛ رویکردی که مستقیماً بر کاهش هزینه‌های عملیاتی مستأجران اثرگذار است. البته تیم‌های جوان کارآفرین و خلاق استان البرز با بهره‌گیری از هوش مصنوعی AI، در زمان بهره‌برداری، از راهکارهای مبتنی بر هوش مصنوعی برای بهینه‌سازی عملیات و تجربه مراجعه‌کنندگان استفاده خواهد کرد و قطعا مخاطبان متعجب خواهند شد.

اعداد و مقیاس؛ پروژه‌ای فراتر از یک مال متعارف

- موقعیت: خیابان شهید بهشتی کرج
- مساحت زمین: حدود ۳۰۰۰۰ مترمربع
- زیربنای کل: ۲۱۲ هزار مترمربع
- واحدهای تجاری: حدود ۵۴۰ واحد
- ظرفیت پارکینگ: حدود ۳۰۰۰ خودرو
- هایپرمارکت: حدود ۱۴.۷۰۰ مترمربع
- امکانات فرهنگی-تفریحی: پردیس سینمایی، شهربازی سرپوشیده، مجموعه ورزشی و سالن کنسرت
- خدمات مکمل: فودکورت، رستوران‌ها، کافه‌های متنوع، و فضای کار اشتراکی و مرکز سلامتی و تندرستی بانوان

فراتر از پروژه؛ البرز مال به‌مثابه پرتوتایپ شهری

البرز مال را می‌توان فراتر از یک پروژه عمرانی، به‌عنوان آزمایشگاهی برای آینده توسعه شهری در ایران تلقی کرد. موفقیت نهایی آن نه در ابعاد فیزیکی، بلکه در توانایی‌اش برای خلق یک «ارگانیزم شهری» زنده، پایدار و پاسخ‌گو به نیازهای پیچیده جامعه معاصر سنجیده خواهد شد. پرسش اصلی این است: آیا چنین فضاهایی می‌توانند هم‌زمان موتور اقتصادی، تقویت‌کننده سرمایه اجتماعی و ارتقادهنده کیفیت زندگی شهری باشند؟ البرز مال تلاشی است برای پاسخ عملی به این پرسش.

البرز مال

بالا تر از خوشی، فراتر از خرید

+4	فودکورت • گالری فرهنگی و هنری • رستوران VIP • فضای کار اشتراکی • پارکینگ
+3	پردیس سینمایی و سالن کنسرت • تفریحات و سرگرمی • باشگاه ورزشی آقایان • کافه شاپ • پارکینگ
+2	لوازم خانگی • کودک و نوجوان • زون زیبایی و تندرستی بانوان • کافه شاپ • پارکینگ
+1	زون طلا و جواهرات • مزون لباس • زون زیبایی و تندرستی بانوان • کافه شاپ • پارکینگ
0	برندهای پوشاک • برندهای کیف و کفش • زون زیبایی و تندرستی بانوان • کافه شاپ • پارکینگ
-1	موبایل و گالری دیجیتال • کارواش • پارکینگ
-2	هایپرمارکت • میلی فودکورت • واحدهای تجاری • فضای نگهداری کودکان • پارکینگ
-3	خدمات و اتبار • پارکینگ
-4	خدمات و اتبار • پارکینگ

کاربری طبقات البرز مال





خرده‌فروشی به مثابه یک انتخاب راهبردی برای بانک سامان

| جعفر تکبیری |

در این میان، حضور فعال بانک سامان با همراهی شرکت پرداخت الکترونیک سامان، نشان داد که نگاه این بانک به صنعت خرده‌فروشی، نگاهی مقطعی یا تبلیغاتی نیست؛ بلکه بخشی از یک رویکرد بلندمدت و ساختاریافته است.

بانک سامان در این نمایشگاه، مجموعه‌ای از خدمات و محصولات خود را که متناسب با نیازهای اصناف و فعالان حوزه خرده‌فروشی طراحی

هفتمین نمایشگاه بین‌المللی مراکز خرید، مجتمع‌های تجاری، رویکردهای نوین صنعت خرده‌فروشی و صنایع وابسته (Iran Retail Show 1404) فرصتی بود تا بازیگران اصلی این صنعت، آخرین دستاوردها، نیازها و چشم‌اندازهای خود را به نمایش بگذارند.



شده‌اند، به مخاطبان معرفی کرد. تمرکز این خدمات بر سه محور اصلی بود: تأمین مالی هدفمند، زیرساخت‌های پرداخت و ارائه خدمات بانکی متناسب با مدل کسب‌وکار خرده‌فروشان.

پرداخت، کارتخوان و تسهیلات؛ نقطه تماس روزمره با خرده‌فروش

یکی دیگر از محورهای حضور بانک سامان در این نمایشگاه، ارائه تسهیلات به دارندگان دستگاه‌های کارتخوان با همکاری شرکت پرداخت الکترونیک سامان بود. این رویکرد، مبتنی بر یک منطق ساده اما دقیق است: کارتخوان، واقعی‌ترین تصویر از فروش، گردش مالی و سلامت کسب‌وکار خرده‌فروش را ارائه می‌دهد.

با تکیه بر داده‌های پرداخت، بانک می‌تواند تسهیلاتی سریع‌تر، دقیق‌تر و متناسب‌تر ارائه کند؛ بدون پیچیدگی‌های مرسوم و بدون تحمیل ریسک غیرضروری. این مدل، هم برای بانک به صرفه است و هم برای خرده‌فروش، کاربردی و قابل اتکا.

آماده‌سازی شعب؛ تغییر از درون ساختار بانک

ایزدی در ادامه به یک نکته کلیدی اشاره کرد: «بانک سامان در ساختار جدید خود در حال آماده‌سازی شعب برای ارائه خدمات اختصاصی به اصناف و خرده‌فروشان است و در میان مدیریت ارشد بانک این دغدغه وجود دارد که نیازهای فعالان حوزه خرده‌فروشی را شناسایی و به‌درستی برای آنها محصول و خدمات ارائه کنیم.»

این جمله، شاید مهم‌ترین پیام حضور بانک سامان در Iran Retail Show باشد. تمرکز بر خرده‌فروشی، صرفاً با معرفی محصول محقق نمی‌شود؛ بلکه نیازمند تغییر در فرآیندها، آموزش نیروی انسانی شعب و بازتعریف تجربه مشتری است. حرکت بانک سامان به سمت شعب تخصصی اصناف، نشانه‌ای از این درک عمیق است.

حضور بانک سامان در هفتمین Iran Retail Show را باید بخشی از یک مسیر دانست، نه یک رویداد مستقل. مسیری که در آن، خرده‌فروشی به‌عنوان یکی از پیشران‌های اصلی رشد پایدار بانک تعریف شده است. از بسته‌های اعتباری و محصولات مشارکتی گرفته تا پرداخت و بازطراحی شعب، همه نشانه‌هایی از یک استراتژی منسجم هستند.

در فضایی که رقابت بانکی بیش از هر زمان دیگر به کیفیت درک مشتری وابسته است، تمرکز بانک سامان بر صنعت خرده‌فروشی، یک انتخاب حساب‌شده و آینده‌نگرانه به نظر می‌رسد؛ انتخابی که می‌تواند رابطه بانک با اصناف را از «ارائه‌دهنده خدمت» به «شریک تجاری» ارتقا دهد.

خرده‌فروشی؛ صنعتی با منطق اقتصادی روشن برای بانک‌ها

صنعت خرده‌فروشی از منظر بانکی، صنعتی با گردش نقدی بالا، تعداد ذی‌نفعان گسترده و نیاز مستمر به خدمات مالی است. این صنعت، برخلاف بسیاری از حوزه‌های سرمایه‌بر، مبتنی بر تکرار تراکنش، وفاداری مشتری و پایداری جریان درآمدی است. به همین دلیل، بانک‌هایی که بتوانند خدمات خود را با منطق عملیاتی خرده‌فروشان هم‌راستا کنند، نه تنها سهم بازار به‌دست می‌آورند، بلکه رابطه‌ای بلندمدت و کم‌ریسک با مشتریان خود شکل می‌دهند.

بانک سامان با درک این واقعیت، سال‌هاست که به‌جای ارائه خدمات عمومی و یکسان، به سمت طراحی محصولات اختصاصی برای اصناف حرکت کرده است؛ رویکردی که در Iran Retail Show نیز به‌وضوح قابل مشاهده بود.

بسته اعتباری اصناف و محصول «پیوند»؛ فراتر از وام سنتی

در حاشیه این نمایشگاه، داوود ایزدی، مدیر جذب و فروش بانک سامان، به ظرفیت‌های بانک در حوزه خرده‌فروشی اشاره کرد و گفت: «بانک سامان از ظرفیت خوبی در حوزه خرده‌فروشی و ارائه خدمات به فعالان این حوزه برخوردار است. در این خصوص ما در بانک سامان بسته اعتباری اصناف را داریم و محصول موفق پیوند که چند سالی است با همکاری یکی از شرکت‌های مطرح فعال در حوزه پخش در حال اجرای آن هستیم.»

بسته اعتباری اصناف، پاسخی مستقیم به یکی از اصلی‌ترین چالش‌های خرده‌فروشان است: دسترسی به نقدینگی در زمان مناسب. تفاوت این بسته با تسهیلات سنتی در آن است که بر اساس واقعیت جریان فروش، چرخه تأمین کالا و توان بازپرداخت اصناف طراحی شده است، نه صرفاً بر مبنای وثیقه.

محصول «پیوند» نیز نمونه‌ای از نگاه اکوسیستمی بانک سامان است؛ محصولی که با اتصال بانک، شرکت پخش و خرده‌فروش، زنجیره تأمین را کوتاه‌تر، شفاف‌تر و کارآمدتر می‌کند. این مدل همکاری، نشان می‌دهد





برندگان سور سامانی

۱ جایزه بزرگ
۱۰۰ میلیون تومانی

تارا دستمالچی
شماره مشتری: ۸۴۱۷۲۸

سامانیوم Samanium

اسامی برندگان
سور آذرمه سامانیوم

۱۰۰ جایزه
۵۰۰۰ سامانی

شماره مشتری	اسامی
۱۹۹۵۸۱۲	مهدی محمدی میرشکارلو
۱۹۹۱۲۲۵	وحید پاشایی
۱۲۳۸۰۹۱۹	مسعود قهاسی
۹۹۹۳۱۰۳	سیدامین ناگزی
۹۹۹۸۹۷۱	سلیمان قلاج
۱۸۱۲۹۷۷	زین‌العابدین وحیدی
۳۰۷۳۰۲۰	سامان دانی آذر
۱۰۵۹۹۹۹	امیرحسین فیضی
۱۴۱۷۸۲۲	شبنم لیگانیگ
۹۹۹۹۱۳۸	مرتضی میرزاییان سیگهوند
۹۹۹۹۹۲۲	علیرضا سالاریه
۹۷۱۲۴۱۵	بهروز نظری عاطف
۳۷۵۹۷۰۰	امیرحسین حاجی قاسمی
۲۰۵۹۳۹	غیاث الدین زرگریان
۷۷۹۵۱۴	مرتضی اعتمادی حقیقی سرابی

۱۰ جایزه
۱۰ میلیون تومانی

شماره مشتری	اسامی
۱۰۹۹۰۹۱	سینا سهیلی یگنا
۱۱۳۲۹۹۲	جواد مجدرهانی
۱۸۸۷۰۱۹	هادی گریوانی
۱۶۸۹۶۱۹	فرزاد قادری
۳۳۰۹۰۱۲	محمد پرویزی دوست
۲۵۳۸۲۰۰	علی‌اسفر جواد
۱۸۹۴۹۹۹	جواد محمدی
۲۶۵۴۹۹	پوریا شاکری آقیمیونی
۲۷۵۸۹۱۱	ایمان قندی
۱۶۱۵۴۱۱	مهریاد درخشان کبیر

شماره مشتری	اسم
۲۵۷۷۴۴	صادق رحیمی
۲۵۷۴۴۴	رحمان حافظی
۳۱۸۷۹۵	زهرا نظری
۳۵۸۱۹۷	حسین تاج‌زادی
۷۱۶۱۷	پژمان یاسنی
۲۵۶۶۶۳	احمد علی اکبری
۳۵۶۷۷۷	وحید کیش
۱۳۸۳۸۳	سیدبهراد سیدیان
۵۰۸۲۱۶۰	ستاره نعمت‌کهن اترانی
۱۳۸۰۸۳	مهدی خلیلی
۹۱۱۱	آسیا معیری
۳۳۷۳۹۳	الله علی محمدی
۷۰۵۹۶۹۰	ساسان هدایی
۳۹۱۳۳۳	کاتو حاجیان
۳۳۹۰۱۷۷	کریمیا مهری
۲۵۶۰۶۴	امیررجبی
۹۸۹۶۵۷	جواد شافعی مقدم

شماره مشتری	اسم
۱۸۰۰۳۳۳	مریم محمد میرزائی سیستان
۱۵۱۵۱۴۴	نهمین موانی
۱۲۵۱۲۲۷	فاطمه سارانی
۳۳۴۳۴۵	شراره حاجی شمس جلی
۳۱۷۲۸۲۱	وحید مظفری
۱۷۲۲۹۹۳	امیر جمالی
۳۷۲۲۱۴۲	فرهاد جندری
۴۰۳۳۳۳۷	زهرا نوروزی
۲۷۲۷۷۶۰	شهاب اصلاهی فراهانی
۸۱۳۳۸۰	ابوالفضل پناهی
۱۱۳۳۸۵۷	محمد رضا شیخ الملوکی
۱۶۱۹۳۳۶	امیرحسن حضرتی
۳۹۸۵۴۰۸	روح‌الله میراحمدی انباریان
۷۲۵۴۹۳	پوریا مهاجری
۳۹۲۰۳۴۴	اکبر کاوه دوستی
۱۹۴۱۵۵۸	امیر علی پور
۱۰۹۷۲۳۳	علیرضا خورشید سوزگوهی

شماره مشتری	اسم
۳۶۱۱۰۳۸	داود نجیمی
۲۲۹۱۰۰	رسول شامی
۱۹۰۴۴۴	فاطمه خونساری
۳۶۲۲۱۱۶	سیدامیر شریعتی
۳۸۹۲۴۵	محمد رضا فاضل دانی زنگی
۳۳۰۱۹۰۷	علی باقرزاده کریمی
۱۱۴۵۳۸۸	حمزه اکبرادی
۳۳۹۶۲۷۵	ناهد محمدی نسب
۱۱۳۷۵۷۹	فرزاد غفاری پور
۷۸۸۵۰۳	محمّد محمدی
۲۰۰۰۰۴۷	حسین بیدل
۸۵۹۳۵۶	محمد جراحی خاتمه
۳۳۷۷۶۹	عبدالرضا قصه سیاهگل محله
۷۸۳۰۲	علی کاظمی فخر
۹۰۵۴۴۶	رضا معش بنو جردی
۲۰۳۷۷۳۶	سعید گل خندان
۱۳۳۳۷۰	علی کبیر

شماره مشتری	اسم
۳۶۴۴۰۷۱	سعید شامی
۸۲۴۸۰۵	محمد کاشی
۳۳۹۰۶۱	علی وفاقی زاده
۱۰۹۵۴۱۱	محمد تیماسی
۳۱۴۲۴۸۳	فریاد بنار
۸۱۴۴۵۱	وحید کریمی
۱۲۲۲۳۰۱	محمد نظری
۱۶۷۲۱۵۵	مهسا عزیزی
۷۲۱۳۳۳۶	علی پور حسن
۹۴۰۳۴۶	حسین کریمی
۳۷۰۴۴۴۸	عبدالرضا قاسمی
۴۴۰۵۴۵۹	زهرا مهی
۳۶۱۴۸۴۸	وحید محمد پور زین
۷۴۴۷۲۲۷	امیر رحمتی
۳۵۵۷۱۳۹	محمد مهدی علی زاده
۳۷۱۲۴۱۳	سیهر خورزاد
۳۶۴۴۴۵۵	مهری نورزده جانی

ما با همه برنده‌ها تماس می‌گیریم.

براشون پیامک برنده‌شدن رو حتماً می‌فرستیم.

و مبلغ جایزه رو هم خیلی سریع به حسابشون واریز می‌کنیم.

شماره مشتری	اسم
۳۳۰۲۵۸۲	فرشته مرادیان
۸۳۷۸۸۸	علیرضا صادقی
۹۰۰۲۹۰۰۱	اسماعیل عباسی
۲۲۲۰۴۹۸	علیرضا لوری تاجی بیوک
۳۵۷۲۹۷۷	زهره مکریمی
۲۳۸۲۴۴۶	دانوش فغانی
۳۳۷۱۵۸۱	مصطفی شین شمس
۳۵۵۳۹۶	خزیه شیروانی
۱۲۷۵۷۸	ابراهیم عالی داریان
۱۷۷۲۹۹۳	سید سعید داستان
۳۹۹۱۵	فرهاد اسدی سعیدانی
۳۱۰۹۴۴۱	قادر رهاهی
۹۹۵۰۴۴	امین نوسرگانی زاده
۳۰۴۴۵۸۵	مهدی عسگری
۱۵۰۵۱۳۹	حمیدرضا محقق
۱۳۶۱۰۵۰۹	مریم نوبختی
۳۲۲۱۵۵۲۲	محمد زانی

کوله گرد



الهه هدیه‌لو

کارشناس مدیریت روابط عمومی و صدای مشتریان

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

ارگ بم

این روزهای سرد سال میتونه زمان مناسبی برای سفر به جاهای گرمسیری و گرم کشور باشه. استان کرمان جزء استان های بزرگ کشوره که جاذبه‌های گردشگری زیادی توی دل خودش جا داده از جمله کلوت‌های شهداد، کویر لوت، باغ شازده ماهان، باغ فتح آباد و ارگ تاریخی بم.

ارگ بم چند هزار سال پیش، از گل و کاه و خشت در وسط بیابان ساخته می‌شود ولی حالا اطراف اون تبدیل به شهر شده. برای دیدن ارگ بم باید به شهر بم سفر کنید. شهری کوچک و باستانی همراه با نخل‌های بر افراشته.

به شهر بم که می‌رسید لازم نیست خیلی به جستجوی آدرس ارگ بگردید. از دور عمارت خشتی همراه با باروهای بلند در شرقی‌ترین قسمت شهر خودنمایی می‌کند. این دژ مستحکم قبلاً در مسیر جاده ابریشم قرار داشت و یکی از شاهراه‌های ارتباطی پرونق ایران با آسیای مرکزی، خلیج فارس و مصر محسوب می‌شد که بعدها به دلایل نامشخصی متروکه شد.

این بنای تاریخی، یک شهر باستانی عظیم است که از دو بخش حکومتی و رعیت‌نشین تشکیل شده است. ارگ بم، ۱۸ هزار مترمربع وسعت دارد و ارتفاع دیوارهای آن به ۷ متر هم می‌رسد. فضای داخلی ارگ پر از کوچه‌ها و دیوارهای تودرتو است که بخش‌های مختلف شهر را از هم جدا می‌کنند.

ارگ بم بزرگترین سازه خشتی در جهان است که در سال ۱۳۸۲ در اثر زلزله آسیب زیادی دید. بعد از این اتفاق کمک‌های جهانی و داخلی بسیاری در جهت بازسازی و ساخت دوباره آن شد. اما فقط بخش کوچکی از این سازه باستانی باز سازی شده است.

از ویژگی‌های منحصر به فرد ارگ بم می‌توان به سیستم آبرسانی ارگ که از بلندترین قسمت شهر به منطقه رعیت‌نشین و پایین حرکت می‌کرد اشاره کرد. همچنین عوامل دفاعی مثل دیوارهای بلند و خندق‌ها هم از موارد قابل توجه معماری دفاعی این بنا می‌باشد. ضمن اینکه در هر دوره‌ای بخش‌هایی به این عمارت اضافه شده، مثلاً در دوره صفویه بخش‌های مسجد و حسینیه اضافه شد.

مسئولیت اجتماعی:

ملتی که تاریخ خود را نداند تاریخ برای آنها تکرار خواهد شد. لذت بردن از تاریخ سهم همه ما است. اما وظیفه همه ما حفظ و امانت‌داری تاریخ هست. آثار تاریخی همچون گنجینه‌ای هستند که بار آگاه کردن ملت خود را بر دوش می‌کشند. ما هم در این راستا سهم خود را به جا بیاوریم:

- یادگاری ننویسیم
- تخریب نکنیم
- چیزی کم یا اضافه نکنیم

سفر به سلامت.

با هم تعدادی از عکس‌های ارگ بم که در پاییز ۱۴۰۴ گرفته شده رو می‌بینیم.



▲ بخشی از نمای بیرونی و دیوارهای بازسازی شده ارگ بم که بر روی تپه‌ای بلند ساخته شده است.





▲ دروازه ورودی به قسمت شاه‌نشین



▲ بخش شهرنشین که بازسازی نشده و در زلزله سال ۸۲ تخریب شده.



▲ بخشی از قسمت‌های داخلی ارگ بم که بازسازی نشده.



▲ بخشی از قسمت‌های داخلی ارگ بم که بازسازی نشده. به همراه نمای ساختمان و عمارت شاه‌نشین.



مراقبت از مشتری در بانکداری خرد

۱. پیاده‌سازی مراقبت از مشتری

اینک برخی از موضوعات عملی را در نظر می‌گیریم که هنگام اجرای الگوی پیشنهادی ارائه شده در فصل پیش مطرح می‌شوند. موضوعات مهمی از قبیل اندازه‌گیری و انتخاب شاخص‌های کلیدی عملکرد - KPI ها. ما شاخص‌های کلیدی عملکرد مناسب را با هدف راهبردی مراقبت از مشتری مرتبط می‌سازیم. شایان‌ذکر است که مدیران باید حداقل به تعدادی از این شاخص‌ها اعتماد کنند. این گزینه KPI است که نتیجه صحیح را تعیین می‌کند و نه KPIهای متعدد که احتمالاً سردرگمی و ابهام در ارزیابی نتایج ایجاد خواهد کرد.

۲. شاخص‌های کلیدی عملکرد (KPIها)

(Key Performance Indicators)

شاخص‌های کلیدی عملکرد مراقبت از مشتری در بانکداری خرد اکنون باید فراتر از تعالی معاملاتی در جهت لحاظ کردن تجربه مشتری حرکت کند. استقرار معیارهایی برای کنترل این موضوع که مشتریان چه احساسی دارند مورد نیاز است تا مطمئن شویم که یک سازمان واقعاً می‌تواند به مدافع مشتری تبدیل شود. جدول زیر جزئیاتی از برخی از شاخص‌های کلیدی عملکرد را نشان می‌دهد که باید برای بانکداری خرده‌فروشی برای اندازه‌گیری کیفیت کارکنان و تجربه مشتری مورد استفاده قرار گیرد.

جدول ۱-۵. KPIها برای اندازه‌گیری کیفیت کارکنان و تجربه مشتری	
هدف انتخابی	طراحی شاخص کلیدی عملکرد (KPI)
یادگیری دائمی کارکنان	دوره‌های انتخابی در زمینه‌های توسعه کارکنان در وظایف بانکی و هوش هیجانی
کل زمان مشتری برای تکمیل خدمت	درصد زمان صرف شده در صف در داخل شعبه یا مرکز تماس (زمان انتظار + زمان دریافت خدمت)
رضایتمندی مشتری	نمره ترویج‌کننده خالص
مشارکت کارکنان	نمره مشارکت کارکنان (سالانه)
قرارداد جبران خدمت	وزن بیشتر به رضایتمندی مشتری در مقایسه با عملکرد مالی به پتانسیل برای بازپرداخت، طی یک دوره سه‌ساله. مبتنی بر نتایج مشترک هر زمان که امکان‌پذیر باشد.

نکته اصلی درباره طراحی شاخص‌های کلیدی عملکرد این است که آن‌ها باید از لحاظ تعداد اندک باشند و مدیران باید اطمینان یابند که گزینه KPI برای یک هدف مورد نظر مناسب است و احتمالاً نتیجه مطلوب حاصل می‌شود.

مدیران باید زمانی که شاخص‌های کلیدی عملکرد را با هدف نهایی ارتقای مراقبت از مشتری طراحی می‌کنند، باید از برخی از اصول آگاهی داشته باشند. از قبیل:

- برای یک الگوی بانکداری خرد چندملیتی، یکنواختی و تعریف از اندازه‌گیری بسیار مهم است.

- همانند پاداش‌ها، این شاخص‌ها مربوط به عملکرد مالی و رضایتمندی مشتری است.

- سودآوری، کارایی و مراقبت از مشتری لازم است با هم اندازه‌گیری شوند (دستیابی به هر سه مورد عالی است) - اندازه‌گیری در حیطه کانال، و داخل یک کانال فرعی، اندازه‌گیری در یک شعبه.

- عملکرد را به صورت روزانه، هفتگی یا فصلی تصور کنید (بسته به معیار) - در مورد پیشرفت بحث کنید و بهترین روش‌ها را با یکدیگر در میان بگذارید.

- با اعلام عمومی عملکرد به صورت دوره‌ای، میان بخش‌های مختلف بانک رقابت سالم ایجاد کنید. (مثلاً، بین شعب در یک محدوده خاص جغرافیایی برای حصول اطمینان از مقایسه مناسب)

به منظور نشان دادن تعهد واقعی به تعالی خدمت و در نهایت مراقبت از مشتری، یک بانک خرده‌فروشی می‌تواند داشبوردی را طراحی کند و توسعه دهد که به وضوح، عملکرد خدمت روزانه را نشان می‌دهد. این شامل معیارهایی مانند لحظات حقیقت است، اما می‌تواند شامل شاخص‌های کلیدی عملکرد از قبیل زمان انتظار و عملکرد روزانه هفتگی نیز باشد.

برای سایرین، عملکرد فصلی (شش ماهه) نشان داده شده است. این نوع ابزار می‌تواند توسط پرسنل جلو باجه در شعب و نیز مدیریت ارشد در کسب‌وکار، کشور و در سطح دفتر مرکزی نیز مورد استفاده قرار گیرد.

اگر آنچه اندازه‌گیری نمی‌کنید نمی‌توانید مدیریت کنید پس چیزهایی را هم که برای آن‌ها پاداش پرداخت نمی‌کنید ارزش اندازه‌گیری ندارند. اینک ما نکات عملی کلیدی را در کنار هم قرار می‌دهیم که رهبری یک بانک خرده‌فروش همواره باید در جایی که به دنبال خلق فرهنگ مراقبت از مشتری است، در نظر بگیرد. البته، رهبری در بانکداری در موفقیت اجرای الگوی ما از مراقبت از مشتری عنصری کلیدی محسوب می‌شود. ادبیات دانشگاهی مدعی است که فرهنگ‌سازمانی مشارکت کارکنان را شکل می‌دهد که پس از آن مشارکت مشتریان را با بانک و در نهایت سود خالص بانک را تعیین می‌کند. چه اقدامات خالصی باید توسط رهبری در یک بانک خرده‌فروش انجام شود؟

۳. اقدامات رهبری مورد نیاز مطابق با الگوی ۳E

ما اقدامات مدیریتی‌ای را در نظر می‌گیریم که یک فرهنگ مبتنی بر یک گزاره (پیشنهاد) ارزش مشتری محور ایجاد شود. ما اقدامات مدیریتی پیشنهادی را بر حسب الگوی ۳E خود طبقه‌بندی می‌کنیم.

۳-۱ - آموزش دیده (Educated):

- مدیریت منابع انسانی باید کارکنان جدیدی را استخدام کند که در اصول کسب‌وکار آموزش دیده (پادانش) باشند و اولویت باید به استخدام

نیروهایی باشد که تجاربی در محدوده‌ای وسیع از زمینه‌های کارکردی بانکداری داشته باشند.

- مدیریت منابع انسانی همچنین باید کارکنان جدید را برای دارا بودن مهارت‌های انسانی مورد ارزشیابی قرار دهد؛ مانند همدلی. مدیریت منابع انسانی باید ارزشیابی پرسش‌نامه‌ای برای شواهدی دال بر داشتن هوش هیجانی در زمان مصاحبه داوطلبان احتمالی استخدام به عمل آورد. این یک باید است! زیرا مهارت‌های انسانی در مراقبت از مشتری بسیار مهم است و شخصیت افراد تغییر نمی‌کند.

۳-۲ - اخلاق مدار (Ethical):

- مدیریت منابع انسانی باید از اینکه کلیه کارکنان (از قبیل مدیران و مدیران ارشد) در زمینه اصول اخلاقی کسب‌وکار آموزش دیده‌اند، اطمینان حاصل کند. این آموزش‌ها باید به طور مستمر تکرار شوند به طوری که در DNA محل کار حک شود. در این مورد، تکرار، دوباره‌کاری نیست. - رهبری باید برای تخلفات اخلاقی در کلیه مرادفات خود با ذی‌نفعان داخلی و خارجی بر عدم تحمل تأکید ورزد. این موضوع باید به روشنی انتقال یابد و مهم‌تر از آن، عملی شود. حتی اگر شخص متخلف (اخلاقی) دارای عملکردی فوق‌العاده باشد، رهبری باید بلافاصله به خدمت وی خاتمه دهد.

- مدیریت منابع انسانی باید قراردادهای جبران خدمت را طوری طراحی کند که نقش کمیسیون‌های فروش و جوایز را کاهش داده و اهمیت بیشتری برای پرداخت پایه قائل شود.

- مدیریت منابع انسانی باید قراردادهای جبران خدمتی را طراحی کند که به رفتار مناسب و نیز عملکرد مالی و رضایتمندی مناسب مشتری پاداش دهد. این اهداف قابل اندازه‌گیری هستند و بنابراین، شاخص‌های کلیدی عملکرد می‌توانند تعیین شوند.

- رهبران یک بانک خرده‌فروش باید آن دسته از کارکنانی را که از خود انصاف و درستکاری با مشتریان به نمایش گذاشته‌اند مورد شناسایی عمومی قرار دهند حتی اگر آنان کارکنان با عملکردهای فوق‌العاده نباشند. این یعنی، پاداش برای مراقبت از مشتری لازم است.

۳-۳ - متعهد به مشارکت (Engaged):

- رهبران باید به وضوح و به طرز مؤثر گزاره ارزش مشتری محور را با کلیه کارکنان خود در میان بگذارند و آثار ضمنی مراقبت از مشتری را برای نیازهای بلندمدت مشتریان و نهایتاً برای موفقیت مالی خود بانک، حتی با وضوح بیشتر برای کارکنان خود نشان دهند.

- محتوا را با کارکنان در میان بگذارید و آنان را در جریان قرار دهید و تنها در پی آن نباشید که با کارکنان تماس برقرار کنید.

- مدیران باید شاخص‌های کلیدی عملکردی را به کار گیرند که نتایج مشترک و تلاش برای ایجاد یک پیوند و هدف مشترک برای کلیه کارکنان را تقویت می‌کند. مدیریت منابع انسانی باید اطمینان حاصل کند که نیروی انسانی مناسب با رفتار مناسب در شغل مناسب مشغول به کار است - یعنی مطابقت استعداد نیروی انسانی با کارکرد شغل.

- مدیران باید مدیریت مؤثری از عملکرد را پیاده کنند که منصفانه و به صورت شفاف پاداش دهد و از این‌رو اعتماد پرسنل را جلب کند.

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



نظام بانکی ایران چگونه از تورم مزمن نفع می برد؟

وابستگی تاریخی به انباشت مزیت نهادی و انتخاب‌های قفل کننده در تقاطع‌های تاریخی

| امین زمردی |

۲. بنیان‌گذاری مزیت نهادی در بستر انقلاب و جنگ

ریشه‌های مزیت نهادی نظام بانکی را باید در نخستین تقاطع بزرگ پس از انقلاب جستجو کرد: ملی‌سازی گسترده بانک‌ها و الزامات مالی جنگ تحمیلی. این دوره، «مزیت نهادی اولیه» را بنیان نهاد. ملی‌سازی، بانک‌ها را به ابزار مستقیم دولت برای توزیع منابع و سیاست‌گذاری تبدیل کرد و استقلال آنها را از بین برد. در طول جنگ، ضرورت تأمین مالی دفاع، بانک مرکزی را به صندوقی برای چاپ پول و پوشش کسری بودجه دولت مبدل ساخت. در این تقاطع، یک انتخاب سرنوشت‌ساز صورت گرفت: تأمین مالی سریع و بدون دردسر جنگ از مجرای خلق پول، به جای ایجاد نظام مالیاتی کارآمد یا استقراض شفاف. این انتخاب، یک رابطه سیمبئوتیک یا هم‌زیستانه (Symbiotic) بین دولت، بانک مرکزی و شبکه بانکی ایجاد کرد و یک قاعده نانوشته را نهادینه نمود: بانک مرکزی می‌تواند و باید جبران‌کننده کسری بودجه دولت باشد. این قاعده، سنگ بنای مزیت انحصاری بانک‌ها در دسترسی کم‌هزینه به نقدینگی شد. اقتصاد در مسیری قفل شد که در آن، انضباط پولی، قربانی ضرورت‌های مالی فوری می‌گشت.

۳. تقاطع دهه ۱۳۷۰: بازسازی یا تداوم رانت؟

پایان جنگ، یک تقاطع تاریخی تعیین‌کننده بود که اقتصاد ایران را بر سر یک دوراهی قرار داد. در این مقطع، دو مسیر کاملاً متمایز پیش روی تصمیم‌گیران وجود داشت. مسیر نخست که از سوی اقتصاددانان ساختارگرا حمایت می‌شد، بر اصلاحات بنیادی تأکید داشت: استقلال واقعی بانک مرکزی، اصلاح نظام مالیاتی برای ایجاد درآمد پایدار، هدمندسازی یارانه‌های پرهزینه و آغاز فرایند سالم‌سازی ترازنامه بانک‌هایی که در دوران جنگ به ابزار توزیع منابع تبدیل شده بودند. هزینه این مسیر، اما، سنگین و فوری بود: مقاومت شدید بوروکراسی گسترده‌ای که از وضع موجود سود می‌برد، ریسک بی‌ثباتی اجتماعی ناشی از شوک‌های تعدیل و کاهش قطعی محبوبیت سیاسی در کوتاه‌مدت. در مقابل، مسیر دوم که طرفداران قدرتمندی در بدنه دولت و شبکه ذی‌نفعان تازه‌شکل‌گرفته داشت، تداوم و حتی تعمیق الگوهای موجود بود. این مسیر، با اتکا به درآمدهای نفتی روبه‌رشد، از نظام بانکی به عنوان موتور محرکه‌ای برای تأمین مالی پروژه‌های عمرانی نمایشی و حفظ

چکیده

این مقاله با به‌کارگیری چارچوب نظریه نهادگرایی اقتصادی و مفهوم «وابستگی مسیر»، به تحلیل هم‌زیستی پایدار نظام بانکی ایران با تورم مزمن می‌پردازد. استدلال مقاله این است که نظام بانکی نه تنها قربانی تورم نیست، بلکه به لطف انباشت «مزیت نهادی» در طول زمان، به بازیگری تبدیل شده که تورم را به منبع سود و بقای خود تبدیل کرده است. این مزیت از طریق ساختار مالکیت، رابطه غیرمستقل با بانک مرکزی و قوانین تنظیم‌شده حاصل شده است. مقاله با افزودن تحلیل «انتخاب در تقاطع‌های تاریخی» نشان می‌دهد که پایداری این رابطه، نتیجه یک جبر صرف نیست، بلکه حاصل انتخاب‌های آگاهانه و مکرر تصمیم‌گیران در مواجهه با بحران‌ها است. در هر تقاطع، گزینه‌های مبتنی بر انضباط مالی و ساختارسازی به دلیل هزینه سیاسی و مقاومت ذی‌نفعان کنار گذاشته شده و گزینه‌های کوتاه‌مدت تداوم رانت‌پراکنی و تأمین مالی پولی برگزیده شده‌اند. این فرایند تدریجی، اقتصاد ایران را در یک «تعادل نهادی ناکار» قفل کرده است.

۱. مقدمه: تورم، نهادها و انتخاب

تورم مزمن اقتصاد ایران دیگر یک شاخص کلان صرف نیست؛ بلکه به یک «نهاد» پایدار تبدیل شده است. نظریه نهادگرایی بر این امر تأکید دارد که پدیده‌های اقتصادی پایدار، زاینده «قواعد بازی» نهادی هستند که رفتار و انگیزه کنشگران را شکل می‌دهند. این مقاله با ترکیب دو چارچوب تحلیلی به بررسی این نهاد می‌پردازد: نخست، مفهوم «وابستگی مسیر» که توضیح می‌دهد چگونه انتخاب‌های اولیه در یک مقطع تاریخی بحرانی، مسیرهای آتی را محدود و تغییر آنها را پرهزینه می‌سازد. دوم، تحلیل «انتخاب در تقاطع‌های تاریخی» که نشان می‌دهد در برابر هر بحران، مجموعه‌ای از گزینه‌های واقعی وجود داشته و انتخاب نهایی، متأثر از محاسبه هزینه-فایده گروه‌های ذی‌نفع بوده است. تمرکز اصلی بر نظام بانکی است که در مرکز این شبکه نهادی قرار دارد. پرسش کلیدی این است: چگونه نظام بانکی ایران، در تقاطع‌های مختلف تاریخی، با انتخاب گزینه‌هایی که کوتاه‌مدت‌نگری و حفظ رانت را بر اصلاح ساختاری ترجیح می‌داد، نه تنها از تورم مصون ماند، بلکه به عاملی برای تداوم و تعمیق آن تبدیل شد؟

و توزیع رانت ارزی» برگزیده شد. در مواجهه با ناترازی عمیق بانکی، گزینه «جراحی ساختاری و شفاف‌سازی» قربانی گزینه «مدیریت بحران با تزریق پولی بیشتر» شد.

در این تقاطع‌ها، نقش بانک مرکزی به عنوان تنظیم‌گر مستقل کاملاً محو شد. فقدان استقلال، آن را به بازیگری در خدمت شبکه ذی‌نفعان تبدیل کرد. حتی اقدامات به ظاهر انضباطی مانند «ضوابط کنترل مقداری ترازنامه شبکه بانکی»، خود گواهی بر وجود رابطه ناسالم تورم‌زاست. دوره‌های طولانی توقف انتشار آمار رسمی نیز فضای لازم برای تداوم روابط غیرشفاف را فراهم می‌ساخت. بانک مرکزی در این ساختار، عملاً به یک «ذی‌نفع غیرمستقیم» چرخه تورم تبدیل شده است، زیرا بقای آن در گرو حفظ ثبات کوتاه‌مدت سیستم بانکی - و نه ثبات بلندمدت قیمت‌ها - تعریف شده است.

۶. ائتلاف سکوت و قفل‌شدگی نهادی نهایی

حفظ این سیستم بدون شکل‌گیری یک «ائتلاف سکوت» فراگیر ممکن نبود. این ائتلاف فراتر از بانک‌ها است و شامل وام‌گیرندگان بزرگ و ویژه، سفته‌بازان در بازار دارایی‌های غیرمولد و بخش‌هایی از بدنه حکومت می‌شود که همگی از جریان رانت بهره می‌برند. این شبکه در هم تنیده، با نفوذ در نهادهای قانون‌گذاری و اجرایی، هرگونه اصلاح بنیادی را که مزیت انحصاری آنان را تهدید کند، بلوکه می‌سازد. استدلال‌هایی مانند «ضرورت حفظ ثبات سیستم» یا «تأمین امنیت ملی» برای مقابله با پیشنهادهایی مانند افزایش حقیقی نرخ سود، شفاف‌سازی ترازنامه‌ها یا قطع رابطه بانک مرکزی با بودجه دولت به کار گرفته می‌شود. این نقطه، اوج «قفل‌شدگی نهادی» است: هزینه سیاسی و اقتصادی تغییر وضع موجود آن‌قدر سرسام‌آور به نظر می‌رسد که تداوم یک مسیر ناکارا - اما آشنا و قابل پیش‌بینی - به انتخاب عقلایی تمامی بازیگران، حتی آنانی که نیت اصلاح طلبانه دارند، تبدیل می‌شود.

۷. نتیجه‌گیری: بن‌بست نهادی به مثابه حاصل جمع انتخاب‌های تاریخی

تورم مزمن در ایران نشانه یک «شکست نهادی» عمیق است. این مقاله نشان داد که نظام بانکی، با انباشت مزیت نهادی در طول زمان، خود را به یکی از ارکان اصلی تداوم این شکست تبدیل کرده است. تحلیل نوآورانه‌تر این بود که این وابستگی، صرفاً نتیجه یک جبر تاریخی یا ساختاری نبوده، بلکه حاصل جمع زنجیره‌ای از انتخاب‌های مشخص در تقاطع‌های بحرانی بوده است. در هر تقاطع - از پایان جنگ تا رویارویی با تحریم‌ها - تصمیم‌گیران با ترجیح کاهش هزینه‌های سیاسی کوتاه‌مدت (مانند جلوگیری از اعتراضات یا حفظ حمایت گروه‌های ذی‌نفع) بر منافع بلندمدت اقتصادی (ثبات قیمت‌ها و سلامت مالی)، مسیری را برگزیده‌اند که مزیت نظام بانکی موجود را تقویت کند.

این فرایند تدریجی، اقتصاد ایران را در یک «تعادل نهادی ناکارا» زندانی کرده است. راه‌گشایی از این بن‌بست، نیازمند تغییر بنیادی در محاسبه هزینه-فایده تصمیم‌گیری است. تنها زمانی تغییر ممکن خواهد شد که هزینه حفظ وضع موجود - از طریق بحران‌های فزاینده، افول مشروعیت و فشار اجتماعی سازمان‌یافته - برای کل سیستم، از جمله برای خود ائتلاف ذی‌نفعان، به طور غیرقابل‌تحملی افزایش یابد. تا آن زمان، تورم به عنوان مالیات پنهان بر دارایی مردم، به بازتوزیع منابع به نفع دارندگان مزیت نهادی در این نظام قفل‌شده ادامه خواهد داد و نشان خواهد داد که چگونه انتخاب‌های دیروز، سرنوشت اقتصادی امروز و فردا را می‌سازند.

منبع:

پولنامه، مرجع تخصصی امور پولی و بانکی

شبکه اشتغال دولتی استفاده می‌کرد. فایده آشکار این گزینه، آرامش سیاسی کوتاه‌مدت، رشد اقتصادی سریع (ولو شکننده) و حفظ حمایت گروه‌های ذی‌نفعی بود که دسترسی ترجیحی به ارز و اعتبار داشتند.

انتخاب نهایی، مسیر دوم بود. این انتخاب تنها با تغییر گفتمان سیاسی همراه نبود، بلکه نشان‌دهنده غلبه محاسبه هزینه-فایده سیاسی کوتاه‌نگر بر منطق توسعه اقتصادی بلندمدت بود. توجیه غالب، اولویت «بازسازی سریع» و جبران عقب‌ماندگی‌های جنگ بر هر چیز دیگری عنوان شد. نتیجه این انتخاب، نه «بازسازی» که «تثبیت و تعمیق وابستگی مسیر رانتی» بود. درآمد نفت، نیاز فوری به اصلاح مالیاتی را مرتفع ساخت و نظام بانکی، به جای تبدیل‌شدن به یک نهاد واسطه‌گر کارا، به کانال اصلی توزیع رانت نفتی در قالب وام‌های کلان به طرح‌ها و بنگاه‌های وابسته بدل گشت. این تصمیم، بحران ساختاری دهه‌های بعد را پیش‌خرید کرد و اقتصاد کشور را در مسیری قفل نمود که خروج از آن با گذر هر سال، پرهزینه‌تر می‌شد.

۴. مکانیسم‌های انباشت سود در بستر تورم قفل‌شده

انتخاب‌های مکرر در تقاطع‌هایی مانند دهه ۷۰، تورم را از یک حادثه مقطعی به یک ویژگی پایدار و ساختاری اقتصاد ایران تبدیل کرد. در این بستر باثبات بی‌ثباتی، نظام بانکی مکانیسم‌های پیچیده و درهم‌تنیده‌ای را برای تبدیل این تهدید به اصلی‌ترین منبع سود و بقای خود توسعه داد. هسته مرکزی این مکانیسم‌ها، بهره‌برداری از «نرخ سود حقیقی منفی» است. در شرایطی که نرخ تورم به طور مزمن بالاتر از نرخ سود مصوب سپرده‌ها قرار می‌گیرد، ارزش حقیقی پس‌انداز مردم در بانک‌ها به طور مستمر کاهش می‌یابد. این تفاوت، در واقع نوعی مالیات پنهان از جیب سپرده‌گذاران خرد است که به جیب بانک و وام‌گیرندگان بزرگ آن - که عمدتاً همان بنگاه‌های دولتی و شبه‌دولتی هستند - واریز می‌گردد. این انتقال ثروت، سنگ بنای سودآوری آسان در سیستم را تشکیل می‌دهد.

مکانیسم دوم، به رانت دسترسی ترجیحی به منابع بانک مرکزی مرتبط است. بانک‌ها، به‌ویژه نهادهای بزرگ، می‌توانند در شرایط کمبود نقدینگی، به جای جذب رقابتی سپرده، به تنزیل اسناد یا دریافت تسهیلات کم‌بهره ویژه از بانک مرکزی متوسل شوند. این امر نه تنها انضباط مالی را در شبکه بانکی تضعیف می‌کند، بلکه به بانک‌ها امکان می‌دهد از محل تفاوت نرخ بهره بازار و نرخ ترجیحی، سودهایی کم‌ریسک و گراف به دست آورند.

سومین و حیاتی‌ترین مکانیسم، پیوند با چرخه معیوب بدهی-تورم است. هنگامی که دولت یا بخش خصوصی وابسته، از طریق سیستم بانکی پول قرض می‌کنند و این استقراض منجر به خلق پول و تورم می‌شود، یک پدیده جالب رخ می‌دهد: ارزش حقیقی بدهی‌های گذشته در دل تورم ذوب می‌شود؛ بنابراین، تورم بالا عملاً به عنوان یک منجی مالی برای بدهکاران کلان - از جمله خود بانک‌ها که بدهی سنگینی به بانک مرکزی دارند - عمل می‌کند. این سه مکانیسم در کنار هم چرخه‌ای می‌سازند که در آن، تورم نه تنها برای نظام بانکی مهارشدنی نیست، بلکه به شرط لازم برای تداوم سودآوری و بقای آن تبدیل شده است.

۵. تقاطع‌های متأخر و نقش دوگانه بانک مرکزی

در دهه‌های ۱۳۹۰ و ۱۴۰۰، اقتصاد ایران با تقاطع‌های جدیدی مواجه شد: تحریم‌های شدید بانکی و شوک ارزی، و تشدید کسری بودجه ساختاری. در هر مرحله، الگوی انتخاب تکرار شد. برای نمونه، در مواجهه با شوک ارزی، گزینه «انضباط پولی سخت‌گیرانه» به دلیل ترس از رکود و ورشکستگی بانک‌ها و بنگاه‌های وابسته، کنار گذاشته شد و گزینه «کنترل دستوری قیمت‌ها

توسعه اقتصاد سبز

| داریوش گل‌علیزاده کارشناس اقتصاد |

اقدامات عاجلی انجام گیرد. برای مثال، خودروها، سیستم‌های گرمایشی، سرمایشی و... براساس استانداردهای روز و با کمترین میزان مصرف انرژی تولید شوند. در حال حاضر، سازمان ملی استاندارد، استانداردهایی برای تجهیزات فنی تعریف کرده است که باید بر رعایت دقیق این استانداردها در مرحله تولید و اجرا نظارت شود. از سوی دیگر، در ماده ۱۷ قانون هوای پاک، موضوع معاینه فنی موتورخانه‌ها و سامانه‌های احتراقی مطرح شده و به‌تازگی سامانه‌ای به این منظور آغاز به کار کرده است و ساختمان‌های دولتی در اولویت بررسی قرار گرفته‌اند. اگر موتورخانه‌ها و پکیج‌ها تنظیم شوند، هم از نظر اقتصادی به‌نفع خانواده‌ها است و هم انتشار آلاینده‌ها و گازهای گلخانه‌ای کنترل می‌شود.

از سوی دیگر، پیش‌نویسی در سازمان حفاظت محیط‌زیست تهیه شده است که امیدواریم برای مقابله با تغییر اقلیم مصوب شود، قوانین مربوط تدوین و به‌تصویب مجلس برسد، اما مرحله اصلی، در زمان اجرا است که باید همه دستگاه‌ها پای کار بیایند، زیرا ما یکی از کشورهای بسیار آسیب‌پذیر در زمینه آثار و تبعات ناشی از تغییر اقلیم هستیم.

بر این اساس، لازم است هر بخشی برنامه‌سازی خود را ارائه دهد تا مشخص شود که چگونه می‌توان کشور را با شرایط جدید هماهنگ کرد و تاب‌آوری را بالا برد تا خسارت کمتری از خشکسالی، توفان‌های گردوغبار، سیل و... متوجه کشور شود. بنابراین، از آنجایی که کشور ما به‌شدت در معرض آسیب‌های محیط‌زیستی و تبعات ناشی از تغییر اقلیم قرار دارد، باید اجرای سریع سیاست‌های ابلاغی رهبر معظم انقلاب و سایر اسناد بالادستی از جمله قانون اصلاح الگوی مصرف، قانون هوای پاک، توسعه حمل‌ونقل عمومی و... در دستور کار قرار گیرد که بتواند تا حد زیادی نگرانی‌ها و دغدغه‌ها را برطرف کند. در واقع، باید این‌طور به موضوع نگاه کنیم که اگر همین امروز کار را آغاز کنیم، خسارت‌های کمتری متوجه کشور خواهد شد. آنچه امروز نیاز داریم، نهایی شدن سند بالادستی است که سازمان محیط‌زیست برای دولت فرستاده است و اگر این ماده‌واحد مصوب شود، در ادامه اسناد بالادستی در زمینه لایحه تغییر اقلیم تدوین خواهد شد و اقدامات اساسی برای سازگاری و کاهش آسیب‌پذیری در این زمینه تعریف می‌شود. اما آنچه اهمیت دارد، این است که همه دستگاه‌های اجرایی باید آن را در اولویت برنامه‌های اجرایی خود قرار دهند. برنامه‌ریزی فعلی ما این است که در صورت تصویب ماده‌واحدی که به آن اشاره شد، حداکثر طی یک سال برنامه تهیه و تدوین شود و همه فعالیت‌های فعلی و آتی کشور باید مطابق با این سند بالادستی تنظیم شود.

با وجود صنایع آلاینده متعددی که در کشور وجود دارد و باتوجه به اینکه رتبه ایران در تولید کربن بسیار بالا است، چطور می‌توان راهی یافت که هم صنایع به فعالیت خود ادامه دهند و هم میزان تخریب محیط‌زیست و آلودگی منابع آب و خاک به‌حداقل برسد؟ این سوال مهم سال‌ها است ذهن افرادی را که دغدغه محیط‌زیست دارند، به خود مشغول کرده است. در مجموع، آنچه امروزه تجویز می‌شود، این است که برای رسیدن به هدف فوق، ۳ اقدام باید به‌صورت همزمان انجام شود که هم اختلالی در زمینه توسعه کشور و اشتغال‌زایی به‌وجود نیاید و هم به محیط‌زیست آسیبی وارد نشود.

اول استفاده از فناوری‌های نوین و سازگار با محیط‌زیست است که بهره‌وری و راندمان بالایی دارند. متأسفانه در حال حاضر شدت مصرف انرژی در ایران ۲۰۵ برابر استاندارد جهانی است که این موضوع بسیار نگران‌کننده است. بنابراین، باید در حوزه تولید سریعاً به‌سمت استفاده از فناوری‌های روزآمد و سازگار با محیط‌زیست حرکت کنیم و دیگر اینکه، روش‌های کنترل آلاینده‌ها را به‌کار ببریم. در زیر بند ۸ سیاست‌های ابلاغی سال ۹۴ که درباره توسعه اقتصاد سبز است، بر توسعه اقتصاد کم‌کربن تأکید شده که هم از منظر حفاظت از محیط‌زیست اهمیت دارد و هم از جنبه‌های اقتصادی باید موردتوجه قرار گیرد. در کشور ما، سالانه حداقل ۵ میلیارد دلار عدم‌النفع اقتصادی به‌واسطه هدررفت انرژی وجود دارد. به‌عنوان نمونه، روزانه تنها از طریق مشعل‌سوزی چیزی در حدود ۴۰ میلیون مترمکعب گاز از بین می‌رود که این اعداد و ارقام بسیار نگران‌کننده است. در کنار از بین رفتن منابع انرژی، مشکل کمبود دوره‌ای انرژی، افزایش آلودگی هوا و انتشار گازهای گلخانه‌ای وجود دارد. یکی از راهکارهای سریع برون‌رفت از این مشکل، استحصال گاز متان است که در دستور کار وزارت نفت قرار گرفته و اگر به مرحله عملیاتی برسد، بخش زیادی از این مشکلات مرتفع خواهد شد. موضوع بعدی این است که باید پیش از آغاز هر فعالیتی، مقایسه هزینه - فایده انجام شود. علاوه بر این، ضروری است که برنامه‌ریزی اساسی در زمینه اصلاح الگوهای مصرف انرژی انجام شود. در قانون اصلاح الگوی مصرف مصوب سال ۱۳۸۲، تکالیفی متوجه دستگاه‌های ذی‌ربط از جمله وزارت نفت و نیرو که در حوزه انرژی مکلف هستند، شده است، اما متأسفانه امروزه شاهد نوعی لجام‌گسیختگی در حوزه مصرف انرژی هستیم و این موضوع کاملاً به حال خود رها شده است. بنابراین، ضروری است که هم در زمینه قیمت‌گذاری درست و هم در بهره‌گرفتن از فناوری‌های کم‌مصرف،



گفتگو با همکاران شعبه ملاصدرا

مدلی از بانکداری یکپارچه در قالب ملاصدرا

گفتگو: جعفر تکبیری

بازخوردهای سازنده، مبنای تعامل با همکاران قرار گرفته است. وی با اشاره به اهمیت وفاداری مشتریان گفت: ایجاد تجربه باکیفیت و رضایت بخش برای مشتریان، به سودآوری بلندمدت بانک منجر می شود. شعبه ملاصدرا در راستای پروژه «سامان ۱۴۰۴» بر جذب و نگهداشت مشتریان گروه هدف تمرکز دارد و رشد ماهانه مشتریان ویژه و همچنین رشد شش ماهه SME این شعبه، بالاتر از میانگین بانک بوده است.

رئیس شعبه ملاصدرا در ادامه با اشاره به تحولات بانکداری دیجیتال اظهار داشت: سرعت، سهولت و کاهش نیاز به مراجعات حضوری از انتظارات اصلی مشتریان امروز است. در همین راستا، با آموزش کارکنان و تبدیل آنان به مشاوران مالی، نیازهای مالی و بیمه ای مشتریان شناسایی و متناسب با داده های موجود، راهکارهای مناسب پیشنهاد می شود.

وی در پایان ضمن ابراز رضایت از فعالیت در بانک سامان گفت: از حمایت مدیران ارشد بانک و همچنین تلاش مستمر همکاران شعبه ملاصدرا در تحقق اهداف سازمانی صمیمانه قدردانی می کنم.

فضای شعبه برای من همانند یک خانواده ارزشمند است

محمد ثابت رفتار، معاون شعبه ملاصدرا بانک سامان، با اشاره به سابقه فعالیت خود در این بانک گفت: متولد سال ۱۳۶۰ هستم و از سال ۱۳۸۶ با مدرک کارشناسی مدیریت بازرگانی افتخار عضویت در خانواده بانک سامان را داشته ام.

وی افزود: از نخستین روز فعالیت تا امروز، حس تعلق و غرور من نسبت به بانک نه تنها کاهش نیافته بلکه تقویت شده و همواره خدمت رسانی، مسئولیت پذیری در قبال مشتریان و همکاران را سرلوحه فعالیت حرفه ای خود قرار داده ام.

معاون شعبه ملاصدرا با تأکید بر تعهد کاری تصریح کرد: تلاش می کنم در هر شعبه ای که حضور دارم، با تمام توان در مسیر تحقق اهداف عالی بانک حرکت کنم. فضای شعبه برای من همانند یک خانواده ارزشمند است، اما این نگاه هرگز مانع جدیت در کار، رعایت قوانین، مسئولیت پذیری و انجام سریع و دقیق امور، به ویژه در حوزه خدمات مشتریان، نمی شود.

ثابت رفتار با اشاره به رویکردهای عملیاتی شعبه ملاصدرا اظهار کرد: در این شعبه و در چارچوب استراتژی بانک، رکن نخست بر تجاری سازی متمرکز است؛ به این معنا که با هدایت مشتریان به درگاه های غیرحضوری، زمان بیشتری برای همکاران در حوزه فروش و مذاکره فراهم می شود. در رکن دوم، جذب مشتریان خرد و اصناف در دستور کار قرار دارد و در رکن سوم نیز تمرکز بر مشتریان ویژه، افزایش سهم سپرده ها، توسعه تسهیلات با رعایت بهداشت اعتباری برای اصناف و شرکت های متوسط و همچنین تقویت بخش بین الملل با هدف حفظ و افزایش سهم بازار دنبال می شود.

وی افزود: در تمام شعبی که تاکنون فعالیت داشته ام، همواره تلاش کرده ام مشکلات مشتریان را صرفاً در چارچوب قوانین و مقررات بانک حل و فصل کنم و هیچ گاه تصمیم گیری سلیقه ای در امور نداشته و نخواهم داشت.

معاون شعبه ملاصدرا در ادامه به یکی از خاطرات حرفه ای خود اشاره کرد و گفت: یکی از ماندگارترین خاطرات کاری من، نخستین روز فعالیت در حوزه امور شعب و معرفی شدن به همکاران توسط مدیر وقت، جناب آقای عباس خاکسار است؛ تجربه ای که تا امروز انگیزه و شوق کار را در من زنده نگه داشته است.

ثابت رفتار در پایان با قدردانی از مدیران بانک سامان گفت: احترام عمیق خود را به عنوان عضوی از خانواده بانک سامان به بنیانگذار و پدر گرانقدر بانک، جناب آقای محمد ضرابیه و خانواده محترم ایشان ابراز می کنم و



فاطمه حیاتی - رئیس شعبه

شعبه ملاصدرا بانک سامان فقط یک نقطه ارائه خدمت در یکی از پرتراфик ترین شریان های تهران نیست؛ این شعبه نمونه ای از یک مدل اجرایی است که در آن، مدیریت هدفمند، فروش مسئولانه، عملیات منضبط و تمرکز بر مشتریان ویژه، کنار هم قرار گرفته اند تا بانکداری از سطح انجام تراکنش فراتر رفته و به خلق تجربه، اعتماد و ارزش پایدار برای مشتریان تبدیل شود.

فاطمه حیاتی، رئیس شعبه ملاصدرا بانک سامان، با بیان اینکه از فروردین ۱۳۸۳ به بانک سامان پیوسته و از شهریور ۱۴۰۲ در شعبه ملاصدرا مشغول به خدمت است، گفت: شعبه ملاصدرا به دلیل قرارگیری در خیابان ملاصدرا و مجاورت با خیابان شیراز به عنوان بورس مصالح ساختمانی، با حجم بالایی از تردد و فعالیت های اقتصادی مواجه است.

وی افزود: ترکیب مشتریان این شعبه شامل ۶۵ درصد اشخاص حقوقی و ۳۵ درصد اشخاص حقیقی است و ۴۵ درصد از کل منابع شعبه به مشتریان ویژه اختصاص دارد که نشان دهنده جایگاه این شعبه در جذب منابع باکیفیت است.

رئیس شعبه ملاصدرا با اشاره به شیوه مدیریت و هدف گذاری در این شعبه تصریح کرد: اهداف بر اساس شناسایی دقیق مهارت ها و توانمندی های فردی کارکنان و متناسب با نقش هر یک، به صورت واقع بینانه تعیین و طی جلسات هدف گذاری فردی ابلاغ می شود. عملکردها به صورت هفتگی پایش شده و نقاط قوت و ضعف تیم برای رفع موانع و ارائه راهکارهای عملیاتی بررسی می شود.

حیاتی تأکید کرد: رفتار و کیفیت تعامل مدیران تأثیر مستقیمی بر عملکرد شعبه دارد و بر همین اساس، احترام متقابل، اعتماد سازی و پذیرش



محمد ثابت رفتار - معاون شعبه

موجب شد به سرعت با فضای حرفه‌ای بانک ارتباط برقرار کنم. شریفی تصریح کرد: امروز پس از گذشت سال‌ها، احساس تعلق، آرامش و مسئولیت‌پذیری عمیق‌تری نسبت به بانک دارم و این مسیر را بخش مهمی از زندگی حرفه‌ای خود می‌دانم.

وی با اشاره به نقش مدیران در مسیر حرفه‌ای خود افزود: در این سال‌ها افتخار همکاری با مدیرانی را داشته‌ام که علاوه بر انتقال تجربیات کاری، درس‌های ارزشمندی از اخلاق حرفه‌ای به من آموخته‌اند که از جمله می‌توانم به آقایان سروری و قاسمی اشاره کنم. در حال حاضر نیز همکاری با سرکار خانم حیاتی نقش مؤثری در افزایش انگیزه و رشد حرفه‌ای من داشته است.

بانکدار فروش تخصصی شعبه ملاصدرا در پایان گفت: بانک سامان برای من تنها یک محل کار نبوده، بلکه فضایی برای رشد، یادگیری و تجربه تعامل انسانی بوده است و امیدوارم در ادامه مسیر بتوانم سهم مؤثری در تحقق اهداف سازمانی بانک ایفا کنم.

دقت، انضباط و سرعت در عملیات، پایه اعتماد مشتریان است

زینب ایرانی‌پور، بانکدار عملیات شعبه ملاصدرا بانک سامان، با اشاره به اهمیت نقش عملیات در عملکرد شعب گفت: حوزه عملیات بانکی یکی از ارکان اصلی کیفیت خدمات و رضایت مشتریان است و دقت، سرعت و پایبندی به مقررات، سه اصل غیرقابل چشم‌پوشی در این بخش محسوب می‌شود.

وی افزود: در شعبه ملاصدرا تلاش می‌شود فرآیندهای عملیاتی به گونه‌ای مدیریت شود که ضمن رعایت کامل دستورالعمل‌ها و الزامات نظارتی، امور مشتریان در کوتاه‌ترین زمان ممکن و با کمترین خطا انجام شود.

از تمامی مدیرانی که در آموزش و پرورش حرفه‌ای من نقش داشته‌اند صمیمانه تشکر می‌کنم.

فعالیت با رویکرد مسئولانه

نسرین سلیمانی‌فرد، بانکدار فروش تخصصی شعبه ملاصدرا بانک سامان، با اشاره به سابقه فعالیت خود در شبکه بانکی گفت: متولد سال ۱۳۶۴ و دارای مدرک کارشناسی مدیریت بازرگانی هستم و فعالیت بانکی خود را از سال ۱۳۸۷ در شعبه آفریقا آغاز کردم.

وی افزود: در طول سال‌های خدمت، در شعب باغ فردوس، دولت، اریکه، بلوار کشاورز، بلوار فردوس و گیشا فعالیت داشته‌ام و در حال حاضر در شعبه ملاصدرا مشغول به خدمت هستم. در این مسیر از همراهی مدیرانی بهره‌مند بوده‌ام که با دانش، تجربه و نگاه آموزشی، نقش مؤثری در رشد حرفه‌ای من ایفا کرده‌اند.

این بانکدار فروش تخصصی با تأکید بر رویکرد حرفه‌ای در ارائه خدمات اظهار کرد: همواره تلاش کرده‌ام با رویکردی مسئولانه، مبتنی بر رعایت قوانین و با تمرکز بر تحقق اهداف سازمانی و حفظ منافع بانک و مشتریان، نقش مؤثری در پیشبرد مأموریت‌های محوله داشته باشم.

سلیمانی‌فرد تصریح کرد: برقراری ارتباط شفاف و محترمانه با مشتریان، درک دقیق نیازهای آنان و ارائه راهکارهای مسئولانه، زمینه‌ساز ایجاد اعتماد متقابل و افزایش رضایت مشتریان بوده است. در این مسیر، همکاری تیمی و تصمیم‌گیری آگاهانه، نقش مهمی در تحقق اهداف سازمانی ایفا کرده است.

وی با اشاره به استقبال مشتریان از خدمات نوین بانکی گفت: سهولت دسترسی، سرعت ارائه خدمات، کاهش هزینه‌ها و افزایش امنیت، موجب استقبال چشمگیر مشتریان از ابزارها و خدمات غیرحضوری شده و این موضوع تأثیر قابل توجهی بر افزایش رضایت و وفاداری آنان داشته است.

بانکدار فروش تخصصی شعبه ملاصدرا در ادامه افزود: در راستای استراتژی «سامان ۱۴۰۴»، تلاش کرده‌ام با توسعه خدمات غیرحضوری و ابزارهای الکترونیکی، یادگیری مستمر و شناسایی و جذب مشتریان متناسب با سیاست‌ها و اهداف بانک، سهم مؤثرتری در افزایش بهره‌وری و تحقق اهداف سازمانی داشته باشم.

وی در پایان ضمن قدردانی از مدیران و همکاران خود گفت: از تمامی افرادی که با اعتماد، حمایت و راهنمایی در این مسیر همراه من بوده‌اند صمیمانه تشکر می‌کنم و امیدوارم حاصل این مسیر، هرچند گامی کوچک، در جهت رشد و موفقیت بانک سامان باشد.

فرصتی ارزشمند برای آشنایی با فضاهای متنوع کاری

مرتضی شریفی، بانکدار فروش تخصصی شعبه ملاصدرا بانک سامان، با اشاره به سابقه فعالیت خود در این بانک گفت: از سال ۱۳۹۰ همکاری خود را با بانک سامان آغاز کرده‌ام و دارای مدرک کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی هستم.

وی افزود: در طول سال‌های خدمت، حدود چهار سال در شعبه بازار کفاش‌ها، نزدیک به شش سال در شعبه مولوی و سه سال در شعبه گیشا فعالیت داشته‌ام و از سال ۱۴۰۳ نیز افتخار حضور در شعبه ملاصدرا را دارم. این جابجایی‌ها فرصت ارزشمندی برای آشنایی با فضاهای متنوع کاری، مشتریان مختلف و تجربه‌های گوناگون بانکی برای من فراهم کرده است.

این بانکدار فروش تخصصی با اشاره به سال‌های ابتدایی فعالیت خود اظهار کرد: روزهای آغازین ورود به بانک با هیجان، دغدغه یادگیری و تلاش برای اثبات توانمندی‌ها همراه بود، اما محیط پویا و همراهی همکاران



نسرين سلیمانی فرد



امید اوژولنده



احسان نجفی

شکل‌گیری شخصیت حرفه‌ای من داشته است.

بانکدار فروش شعبه ملاصدرا در خصوص نحوه تعامل با مشتریان افزود: تلاش می‌کنم ارتباطی سازنده و دوطرفه برقرار شود؛ به گونه‌ای که هم مشتری خدمات مطلوب دریافت کند و هم بانک بتواند در مسیر تحقق اهداف خود گام بردارد. مشتری را همانند خودم می‌بینم و انجام دقیق و به‌موقع امور او را اولویت می‌دانم.

نجفی در ادامه با اشاره به یکی از خاطرات ماندگار دوران کاری خود اظهار کرد: دوران فعالیت در باجه علاءالدین شعبه جمهوری، از سخت‌ترین و در عین حال شیرین‌ترین تجربه‌های حرفه‌ای من بود؛ جایی که با مشتریانی از سراسر کشور و فرهنگ‌های مختلف مواجه بودم. این تجربه به‌ویژه در دوران کرونا، با وجود فشار کاری بالا، به لطف همکاری همکاران، به یکی از به‌یادماندنی‌ترین مقاطع کاری من تبدیل شد.

وی در پایان گفت: بانک سامان محیطی مناسب برای رشد، یادگیری و توسعه توانمندی‌های حرفه‌ای است و امیدوارم همکاران از فرصت حضور در این مجموعه به بهترین شکل استفاده کنند.

کیفیت خدمات و جذب منابع پایدار محور تعامل با مشتریان ویژه است

امید اوژولنده، بانکدار مشتریان ویژه شعبه ملاصدرا بانک سامان، با اشاره به سوابق تحصیلی و حرفه‌ای خود گفت: ۳۵ ساله و فارغ‌التحصیل کارشناسی ارشد مدیریت مالی هستم و از تاریخ ۱۲ آبان ۱۴۰۰ فعالیت خود را در شبکه بانکی آغاز کرده‌ام. در حال حاضر به‌عنوان بانکدار مشتریان ویژه شعبه ملاصدرا مشغول به خدمت هستم.

وی افزود: آغاز فعالیت حرفه‌ای من هم‌زمان با شروع کار در شعبه ملاصدرا بود و روزهای نخست با شور و اشتیاق بالا، هیجان یادگیری و آشنایی با محیط جدید همراه بود. امروز پس از گذشت حدود چهار سال، این شعبه به محیطی امن و شبیه به خانه دوم برای من تبدیل شده است.

این بانکدار مشتریان ویژه با اشاره به چالش‌های کاری خود اظهار کرد: حجم بالای درخواست‌ها و پاسخ‌گویی دقیق به نیازهای متنوع مشتریان هدف بانک، از چالش‌های روزانه این حوزه است. زمانی که خدمات به‌درستی ارائه می‌شود و رضایت در رفتار و بازخورد مشتریان نمایان می‌گردد، انگیزه مضاعفی برای ادامه مسیر حرفه‌ای ایجاد می‌شود.

اوژولنده با تأکید بر اهمیت تعامل تیمی تصریح کرد: با توجه به اینکه بخش عمده‌ای از زمان روزانه در محیط کار سپری می‌شود، همکاران برای

بانکدار عملیات شعبه ملاصدرا با تأکید بر نقش هماهنگی تیمی اظهار کرد: موفقیت عملیات بانکی بدون تعامل مؤثر با سایر واحدها، به‌ویژه بخش‌های فروش و مشاوره مالی، امکان‌پذیر نیست و هم‌افزایی میان همکاران نقش مهمی در حفظ نظم، کاهش ریسک و ارتقای بهره‌وری شعبه دارد.

ایرانی‌پور تصریح کرد: در شرایطی که توسعه خدمات غیرحضوری و ابزارهای دیجیتال در دستور کار بانک قرار دارد، نقش عملیات از اجرای صرف فراتر رفته و به نظارت هوشمند، کنترل ریسک و پشتیبانی از مسیر تجاری‌سازی خدمات بانکی گسترش یافته است.

وی در پایان گفت: هدف اصلی در حوزه عملیات، ایجاد آرامش و اطمینان برای مشتریان و همکاران است؛ به گونه‌ای که مشتری، بانک سامان را به‌عنوان نهادی منظم، قابل اتکا و پاسخگو تجربه کند و این موضوع در نهایت به تقویت اعتماد و وفاداری مشتریان منجر می‌شود.

ارتباط سازنده با مشتریان، کلید موفقیت در فروش بانکی است

احسان نجفی، بانکدار فروش شعبه ملاصدرا بانک سامان، با معرفی سوابق حرفه‌ای خود گفت: متولد دی‌ماه ۱۳۷۰ هستم و دارای مدرک کارشناسی مهندسی صنایع از دانشگاه تهران جنوب. پیش از ورود به شبکه بانکی، چهار سال به تدریس شیمی و دو سال به‌عنوان مشاور کنکور فعالیت داشتم. وی افزود: پس از ورود به بانک سامان، ابتدا مدتی در شعبه سی‌تیر سابق مشغول به کار شدم و سپس حدود چهار سال در شعبه جمهوری فعالیت داشتم. پس از آن در شعبه ستارخان خدمت کردم و در حال حاضر در شعبه ملاصدرا مشغول به فعالیت هستم.

این بانکدار فروش با اشاره به افتخارات خود اظهار کرد: یکی از تجربه‌های ارزشمند من در بانک سامان، کسب یک عنوان قهرمانی و یک نایب‌قهرمانی به همراه تیم سرپرستی در جام سامان بود. همچنین در سال ۱۴۰۲، شعبه محل خدمت در چالش جاری غیرحضوری موفق به کسب رتبه سوم شد که به نمایندگی از شعبه مورد تقدیر قرار گرفتم.

نجفی با اشاره به تغییر نگاه خود نسبت به کار بانکی تصریح کرد: در روزهای نخست تصور می‌کردم تعامل مستمر با مشتریان دشوار باشد، اما امروز از ارتباط با مشتریان لذت می‌برم و هر تعامل را فرصتی برای یادگیری و رشد فردی می‌دانم.

وی درباره ماهیت فعالیت روزانه خود گفت: با توجه به پیشینه مهندسی، همواره از مواجهه با موضوعات جدید و یادگیری فرآیندهای تازه استقبال می‌کنم. ارتباط با افراد مختلف و شکل‌گیری روابط جدید، نقش مهمی در



مرتضی شریفی



زینب ایرانی پور

حفظ و نگهداشت مشتریان فعلی، جذب منابع ارزان قیمت و بلندمدت، ارتقای کیفیت خدمات بانکی و همچنین بهبود مستمر دانش و مهارت‌های فردی بوده است. اوژولنده در پایان اظهار کرد: یکی از شیرین‌ترین اتفاقات روزمره کاری، بازخورد مشتریانی است که تفاوت بانک سامان با سایر بانک‌ها را تجربه کرده و از انتخاب خود ابراز رضایت می‌کنند. این بازخوردها، ارزشمندترین نتیجه فعالیت حرفه‌ای من در بانک سامان است.

من حکم خانواده را دارند و کیفیت تعاملات درون‌سازمانی نقش مهمی در عملکرد فردی و تیمی ایفا می‌کند. وی با قدردانی از مدیریت شعبه افزود: حمایت و هدایت سرکار خانم فاطمه حیاتی، رئیس شعبه ملاصدرا، با رویکردی صبورانه و راهبردی، نقش مؤثری در پیشبرد امور و ایجاد ثبات در مسیر کاری همکاران داشته است. بانکدار مشتریان ویژه شعبه ملاصدرا در خصوص نقش خود در تحقق اهداف «سامان ۱۴۰۴» گفت: تمرکز من بر جذب مشتریان ویژه جدید،



قهرمانی تیم فوتسال بانک سامان در مسابقات فوتسال کارگری کشور







قهرمانی تیم فوتسال بانک سامان در مسابقات فوتسال کارگری کشور

مسابقات شد که در مرحله نیمه نهایی توانسته بود تیم نیشکر میرزا کوچک خان را شکست دهد و به فینال مسابقات برسد. گفتنی است این رقابت‌ها با حضور ۳۲ تیم از شهرهای مختلف کشور برگزار شد که بانک سامان توانسته بود به عنوان سرگروه از مرحله مقدماتی این بازی‌ها به دور بعد صعود کند و در مرحله نهایی مسابقات هم توانست با پشت سر گذاشتن تیم‌های پتروکک کرمان، داروسازی دانا و همچنین تساوی مقابل تیم‌های بانک پاسارگاد و نیشکر دعبیل خزاعی خوزستان جواز حضور در مرحله نیمه‌نهایی مسابقات را به دست بیاورد.

تیم فوتسال بانک سامان برای سومین بار موفق شد قهرمان فوتسال کارگران کشور شود. به گزارش سامان رسانه، تیم فوتسال بانک سامان در فینال مسابقات جام کارگری موفق شد با نتیجه ۳ بر ۱ تیم رامک شیراز را شکست دهد و برای سومین بار جام قهرمانی این مسابقات را از آن خود کند. شایان ذکر است محمدرضا درستانی از تیم بانک سامان توانست عنوان بهترین بازیکن این دور از مسابقات و همچنین حسام محمودی نیز عنوان بهترین مدیر تیم‌های حاضر در این مسابقات را به دست آورند. تیم فوتسال بانک سامان در حالی موفق به کسب سومین قهرمانی این







فروشگاه سامانتل در گذر سامان افتتاح شد

سامانتل در مسیر ارائه سرویس‌های دیجیتال

مدیرعامل سامانتل با اشاره به اینکه در فروشگاه گذر سامان، خدمات eSIM به مشتریان و مشترکین ارائه می‌شود، خاطرنشان کرد: «دو سالی است که در حوزه eSIM در حال فعالیت هستیم و به‌عنوان اولین اپراتور ایرانی، خدمات eSIM (سیم‌کارت بدون نیاز به حامل فیزیکی) را ارائه می‌کنیم.»

قهری افزود: «هم‌اکنون تمامی محصولات جدید موبایل از جمله اپل سری ۱۷ یا سامسونگ سری S۲۲ نیازمند خدماتی در حوزه eSIM هستند و سامانتل تنها اپراتور نسل جدید ارتباطات است که این خدمات را در کشور ارائه می‌کند.»

خانواده سامان، اولویت سامانتل

یکی از اهداف راه‌اندازی فروشگاه سامانتل در گذر سامان را می‌توان دسترسی آسان خانواده گروه مالی سامان به این فروشگاه از طریق نزدیکی آن به برج سامان دانست. مدیرعامل سامانتل، درباره نگاه ویژه این شرکت به ارائه خدمت به خانواده سامان، تأکید کرد: «سامانتل به‌عنوان عضوی از گروه بزرگ خانواده سامان، اگر بخواهد فناوری جدیدی را عرضه کند، با توجه به حمایتی که از ابتدا داشته‌ایم، این خدمت یا فناوری را نخست به خانواده گروه مالی سامان ارائه خواهد کرد؛ تا در جامعه به‌عنوان یک خانواده دارای یک نشان خاص در برندینگ شناخته شویم.»

قهری با دعوت از تمامی اعضای خانواده گروه مالی سامان برای حضور در فروشگاه سامانتل در گذر سامان، تأکید کرد: «ما در این فروشگاه به کلیه اعضای گروه مالی سامان، تمامی خدماتی که پیش‌تر ارائه می‌کردیم

سامانتل با هدف گسترش فعالیت‌ها و ارائه خدمات دیجیتال، طی مراسمی فروشگاه خود را در گذر سامان افتتاح کرد. هم‌زمان با برگزاری رویداد «از مهر مادر تا قصه پلدا» که با حمایت سامانتل به مدت ۱۰ روز از روز مادر تا شب پلدا در گذر سامان برپا بود، فروشگاه سامانتل، به‌منظور ارائه خدمات به خانواده گروه مالی سامان و سایر هم‌وطنان، کار خود را آغاز کرد.

تعهد سامانتل به مشتریان

اکبر قهری، مدیرعامل سامانتل، در حاشیه مراسم آغاز به کار فروشگاه سامانتل، گفت: «یکی از فروشگاه‌های مرکزی سامانتل را در تهران، برج سامان و گذر سامان افتتاح کردیم و تلاش داریم تا خدمات و سرویس‌های نوین و مطرح جهانی حوزه موبایل و ارتباطات را در این فروشگاه ارائه کنیم.»

قهری با اشاره به اینکه فروشگاه سامانتل، نخستین فروشگاه ارائه‌کننده خدمات حوزه موبایل و سرویس‌های ارتباطی در گذر سامان است، ادامه داد: «راه‌اندازی این فروشگاه نشانه تعهد ما به مشتریان و مشترکان سامانتل است که همیشه برای آن‌ها اولین باشیم.»

وی در خصوص فعالیت فروشگاه سامانتل و خدماتی که در این فروشگاه ارائه می‌شود، گفت: «علاوه بر فروش انواع گوشی‌های موبایل، مودم و خدمات eSIM، کلیه سرویس‌های حوزه مخابرات مرتبط با موبایل را در کنار پرداخت بانکی، بیمه و باندلینگ گوشی موبایل را ارائه خواهیم کرد.»

از جمله خدمات سیم‌کارت، eSIM، فروش قسطی انواع گوشی‌های موبایل از جمله آیفون و سامسونگ به همراه خدماتی مانند امتیاز ویژه در خرید بسته‌های مکالمه و اینترنت را عرضه می‌کنیم. در کنار آن، پشتیبانی ویژه‌ای نیز برای اعضای خانواده بزرگ گروه مالی سامان داریم».

سامانتل در مسیر ارائه خدمات دیجیتال

مدیرعامل سامانتل در پایان با اشاره به طرح‌های در دست اجرای سامانتل، تأکید کرد: «تلاش داریم خدمات سامانتل را از خدمات خالص موبایل به سمت خدمات دیجیتال سوق دهیم و بتوانیم در آینده نزدیک، در کنار خدمات موبایل، سرویس‌های دیجیتال را نیز به مشتریان خود ارائه دهیم».

فروشگاه سامانتل در دسترس

سامانتل علاوه بر وب‌سایت، اپلیکیشن و کدهای دستوری، با ایجاد فروشگاه‌های فیزیکی، دسترسی مشتریان و مشترکان خود را تسهیل کرده است. فروشگاه سامانتل در گذر سامان، علاوه بر فروش محصولات، کلیه خدمات دفاتر امور مشتریان را ارائه می‌کند. این خدمت به مشتریان سامانتل کمک می‌کند تا امور مربوط به اشتراک (خرید سیم‌کارت، انتقال مالکیت، مسدودی و...) را در کمترین زمان ممکن به صورت حضوری انجام دهند. فروشگاه سامانتل در طبقه دوم گذر سامان، هر روزه از ساعت ۹:۳۰ تا ۲۱ آماده ارائه خدمت به خانواده بزرگ گروه مالی سامان و سایر مشتریان و مشتریان است.

۱۰ شب همراه با سامانتل در گذر سامان

سامانتل، با همراهی گذر سامان، در رویداد «از مهر مادر تا قصه یلدا»، شب‌های خاطره‌انگیزی را برای خریداران فروشگاه‌های گذر سامان رقم زد. در این رویداد سامانتل به‌عنوان برگزارنده به یکی از خریداران از فروشگاه‌های گذر سامان گوشی آیفون ۱۷ اهدا کرد.





نیکو سادات لاجوردی
مدیر فروش سامانتل



آینده‌نگری و پیش‌بینی:

سینگولاریتی / زینگولاریتی چیست؟

قسمت ۱

از قدیم علاقه‌مند بودیم آینده را ببینیم. این کار را معمولاً در سه مرحله اساسی انجام می‌دادیم. مرحله اول، دیدن آینده در گذر تاریخ بود؛ مرحله‌ای که ما موفق شدیم چرخه‌های تکرارشونده را پیش‌بینی کنیم، مثل فصول یا رویش گیاهان. این مرحله نتایجی مانند کشاورزی داشت.

این متن برگردانی از مصاحبه آقایان جادی میرمیرانی و ناصر تقوی در مورد سینگولاریتی و روش‌های آینده‌نگری در رادیو گیگ است. قبل از توضیح سینگولاریتی لازم است دو مفهوم اصلی توضیح داده شود: پیش‌بینی آینده و روند تصاعدی تکنولوژی.

در دومین مرحله توانستیم یک سری چرخه‌هایی را پیش‌بینی کنیم که لزوماً تکرارنشونده نبودند. مثلاً یک سری قوانین وجود داشت که به یک نتیجه مشخص می‌رسیدند، مثل پیش‌بینی آب‌وهوا. خروجی این پیش‌بینی منجر به سرمایه‌گذاری و در نهایت منجر به کسب‌وکارها می‌شد.

سومین مرحله که پیچیده‌ترین قسمت است، توانایی تشخیص یک سری الگوها و فرایندهای تکنولوژی است. این مرحله از پیش‌بینی در قرن بیستم باب شد و اولین نشانه‌های آن از ۱۹۵۰ شروع شده است.

در این فرایند، با شناسایی تکنولوژی، روند پیشرفت تکنولوژیک پیش‌بینی می‌شود. همان اتفاقی که در مورد هواشناسی می‌افتد، در مورد تکنولوژی نیز محقق می‌شود. در واقع ما می‌توانیم در طول سال‌های آینده روند پیشرفت تکنولوژی را پیش‌بینی کنیم.

دو مثال برای شفاف‌تر شدن این موضوع ارائه می‌شود. اولین مثال: در سال ۱۹۵۰، تورینگ در مقاله‌ای پیش‌بینی کرده بود که تا سال ۲۰۰۰ ظرفیت ذخیره اطلاعات در کامپیوترها ۱۰ به توان ۹ بیت خواهد شد؛ چیزی در حدود ۱۲۸ مگابایت حال حاضر. این پیش‌بینی به وقوع پیوست و حتی بیشتر از آن هم شد.

دومین پیش‌بینی که در دنیای کامپیوتر به قانون مور (مهندس شرکت اینتل) مشهور است: مور پیش‌بینی کرده بود که در بازه‌های زمانی مشخصی توان پردازش کامپیوترها دوبرابر می‌شود. این بازه‌های زمانی حدود ۱۸ تا ۲۴ ماه بوده و این موضوع تحت عنوان «قانون مور» در سال ۱۹۶۵ در مقاله‌ای چاپ شده است. پیش‌بینی مور این بود که این قانون تا ۱۰ سال معتبر است، چون بعد از آن ترانزیستورها به حدی کوچک می‌شوند که پیش‌بینی با این بازه زمانی به‌درستی انجام نخواهد شد.

اما این قانون ادامه پیدا کرد، زیرا هر وقت یک پارادایم به پایان خودش نزدیک می‌شود، اتفاقی در تکنولوژی می‌افتد که این پارادایم را در سطح دیگری ادامه می‌دهد. به عنوان مثال، وقتی دوره لامپ‌های خلأ تمام شد، ترانزیستورها شروع شدند و وقتی ترانزیستورها به پایان دوره خود رسیدند و خیلی کوچک شدند، سیلیکون وارد شد و مرحله به مرحله سطوح پیشرفت جابه‌جا شد.

در حال حاضر هم با نزدیک شدن به سطح اتم از نظر ابعاد، به بحران خواهیم خورد؛ چرا که وقتی به یک اتم برسیم، چیز کوچک‌تر از یک اتم نخواهیم داشت؛ بنابراین پیشرفت در این سطح متوقف می‌شود و شاید وارد پارادایم بعدی یعنی ساخت سی‌پی‌یوهای سه‌بعدی (به جای سطوح دوبعدی) شویم.

طبق این قانون، قدرت پردازش کامپیوترها در ۴۵ سال به صورت مداوم دوبرابر شده است، به نحوی که کامپیوترهای فعلی با هزینه یکسان، حدوداً بیش از یک میلیارد برابر قوی‌تر از کامپیوترهای سال ۱۹۵۰ هستند.

از آنجایی که پیشرفت تکنولوژی فقط در زمینه پردازنده‌ها اتفاق نمی‌افتد، قانون مور در طی سالیان با تصحیح مواجه شده، به نحوی که بازه‌های زمانی ۱۸ تا ۲۴ ماهه کوتاه و کوتاه‌تر شده است. به بیان ساده‌تر، این کاهش زمانی به صورت تابع نمایی عمل کرده است.

نوع پیش‌بینی‌ها علاوه بر سرعت، به وزن و حجم و سایر تعاریف فیزیکی هم گسترش پیدا کرده است. مثلاً با بررسی‌ها به این نتیجه رسیده‌ایم که با پیشرفت تکنولوژی، نسبت حجم به قدرت پردازش در حال کاهش است. در یک نمودار کاملاً مشخص می‌بینیم که با افزایش توان پردازش، حجم پردازش‌کننده‌ها در حال کاهش است.

با مثالی می‌توان این مطلب را شفاف‌تر کرد تا خواننده بهتر متوجه شود که چگونه از این روش آینده را پیش‌بینی می‌کنیم. میزان سخت‌افزار لازم برای انتقال یا ذخیره صوت در یک تماس تلفنی در دوره‌های خاص تکنولوژی مشخص شده است و پیش‌بینی‌کنندگان را به این نتیجه رسانده که در زمان خاصی برای ذخیره یا انتقال در سطح تکنولوژی آن دوره، به پنج کیلوگرم سخت‌افزار نیاز است؛ و در ۱۰ سال گذشته برای همین فرایند، به عنوان مثال ۵۰ کیلوگرم سخت‌افزار نیاز بوده است. با رسم نمودار مشاهده شده که می‌توان زمانی را پیش‌بینی کرد که برای همین فرایند تنها به دو کیلوگرم سخت‌افزار نیاز باشد.

در کامپیوترهای خانگی این پیش‌بینی در طی این سال‌ها انجام شده بود - زمانی که موبایلی اختراع نشده بود - به صورتی که پیش‌بینی شده بود در قرن ۲۱ فرایند ضبط یا انتقال صوت با ۲۰۰ گرم سخت‌افزار انجام خواهد شد. در زمانی که تصویری از موبایل یا تبلت وجود نداشت، پیش‌بینی به سمت چیزهایی مانند پاکت سیگار یا به طور عمومی‌تر وسایل قابل حمل یا پوشیدنی مانند عینک رفته بود.

می‌بینید که از سال‌ها قبل پیش‌بینی شده بود که در سال‌های بعد از ۲۰۰۰ مردم با وسایل قابل حمل با یکدیگر صحبت خواهند کرد.

در کتابی به نام عصر ماشین‌های هوشمند که در اوایل دهه ۱۹۹۰ چاپ شده است، پیش‌بینی‌هایی انجام شده که تقریباً تمامی آن‌ها با نتایج بسیار عالی به وقوع پیوسته است. یکی از جالب‌ترین پیش‌بینی‌ها، شکست انسان در شطرنج از هوش مصنوعی در سال ۱۹۹۷ بود. صحت پیش‌بینی‌های انجام‌شده در این کتاب باعث شد انتشارات پنگوئن از نویسندگان بخواهد تا در کتاب دومی به نام عصر ماشین‌های معنوی (به فارسی ترجمه شده) به پیش‌بینی بپردازند.

بحثی که در کتاب ماشین‌های معنوی مطرح شده این است که تمامی داده‌های بشریت در نقطه خاصی متوقف می‌شود؛ در نتیجه نویسندگان نمی‌توانند بعد از این زمان را پیش‌بینی کنند. این زمان بین سال‌های ۲۰۲۸ تا ۲۰۴۵ اتفاق خواهد افتاد. این اتفاق سینگولاریتی نامیده شده است.

در این زمان، تغییر تکنولوژی به حدی شدید و نواورانه خواهد بود که امکان پیش‌بینی با روزهای فعلی وجود ندارد و فقط امکان تخیل در این زمینه وجود دارد.

اصلاً سینگولاریتی (Singularity) یعنی چه؟ این کلمه در زبان انگلیسی استفاده روزمره چندانی ندارد و قبل از این چند بار استفاده شده است؛ یکی در ریاضیات ماتریس‌های تکین که به فارسی «سینگولاریتی» یا «تکینی» ترجمه شده. مورد دیگر در فیزیک: سینگولاریتی در واقع به مرکز سیاه‌چاله گفته می‌شود؛ نقطه‌ای که ماده در آن چنان متراکم شده و جاذبه آن قدر زیاد است که هیچ چیزی نمی‌تواند از آن فرار کند، حتی نور.

از آنجایی که قوانین شناخته‌شده فیزیکی در این مکان بی‌اعتبار می‌شوند، سینگولاریتی یکی از نامفهوم‌ترین موضوعات حال حاضر بشریت تفسیر شده است.

عدم درک ما از درون سینگولاریتی باعث شده است نویسندگان ماشین‌های معنوی از همین مفهوم برای نشان دادن زمانی استفاده کنند که هوش مصنوعی از هوش انسانی پیشی می‌گیرد. سینگولاریتی در هوش مصنوعی زمانی اتفاق می‌افتد که هوش مصنوعی از هوش انسان پیشی بگیرد و پس از آن، با دانش امروزی نمی‌توانیم پیش‌بینی کنیم که چه چیزی در انتظار انسان‌ها خواهد بود.



لازاروس؛ بزرگ‌ترین سارق سایبری بانک در جهان

| محمدصادق عابدینی |
| مدیر رسانه سامانتل |

همه چیز از یک ایمیل شروع شد

روش کار هکرها ساده و فریبنده بود. آن‌ها برای مدیران سونی پیکچرز ایمیل‌هایی حاوی لینک فیشینگ ارسال کرده و مدیران بی‌خبر با کلیک روی لینک، راه را برای یکی از بزرگ‌ترین هک‌های تاریخ باز کردند. هکرها با ایجاد یک صفحه ورودی جعلی، نام کاربری و رمز عبور کارکنان را سرقت کرده و به سامانه‌های داخلی شرکت نفوذ کرده بودند.

سرنخ‌های FBI و آشکار شدن رد پای دشمن سیاسی اگرچه مرحله تخریبی حمله در همان دو روز آخر هفته منتهی به ۲۴ نوامبر و در غیاب کارشناسان IT انجام شده بود، اما بررسی‌ها نشان داد هکرها ماه‌ها پیش با حملات فیشینگ وارد شبکه سونی شده و به تدریج دامنه نفوذ خود را گسترش داده بودند. در مرحله نهایی، آن‌ها با استفاده از بدافزار ویرانگر Destover Wiper داده‌های روی رایانه‌ها را پاک کرده بودند.

در نوزدهم دسامبر، FBI رسماً کره شمالی را به دست داشتن در هک سونی پیکچرز متهم کرد و برای نسبت دادن حمله به کره شمالی چند دلیل ارائه داد: نخست، اشاره مستقیم هکرها به فیلمی که رهبر کره شمالی را هدف تمسخر قرار داده بود. دوم، اشتباهات عملیاتی هکرها (sloppy opsec) که باعث شد در چند مرحله، ارتباط آن‌ها با IP‌های کره شمالی و شرکت‌های پوششی کره‌ای در چین آشکار شود و سوم، شباهت فنی این حمله با عملیات پیشین گروه لازاروس «Lazarus Group»، گروه هکری وابسته به دولت کره شمالی.

در نهایت، FBI نتیجه گرفت که «GOP» تنها نام رسانه‌ای این عملیات بوده و ساختار واقعی پشت حمله، همان گروه لازاروس است؛ گروهی که سال‌هاست به عنوان بازوی سایبری دولت پیونگ‌یانگ فعالیت می‌کند.

لازاروس، هک‌های دولت پیونگ‌یانگ ردپای فعالیت گروه لازاروس به سال ۲۰۰۹ میلادی بازمی‌گردد. این گروه از آغاز فعالیت خود، دشمنی با دولت کره جنوبی را در اولویت قرار داد. حملات DDoS اولیه در سال ۲۰۰۹ با هدف اختلال در فعالیت وبسایت‌های دولتی کره جنوبی آغاز شد و دامنه این حملات تا سال ۲۰۱۴ گسترش یافت. لازاروس به تدریج به زیرساخت‌های نظامی و مالی کره جنوبی نفوذ کرد و همان روشی را دنبال می‌کرد که بعدها در حمله به سونی پیکچرز نیز به کار رفت: پاک کردن هاردیسک‌ها، مختل کردن سیستم‌های بانکی و سرقت اطلاعات حساس.

از دل مرموزترین کشور جهان، گروهی هکری که گفته می‌شود وابسته به حکومت هستند، سال‌هاست بانک‌ها و صرافی‌ها را غارت می‌کنند؛ میلیون‌ها دلار به سرقت برده‌اند و هنوز هیچ کلاتری در جهان نتوانسته ردشان را بگیرد. آن‌ها «لازاروس» هستند.

کسی با کیم شوخی نکند!

صبح دوشنبه ۲۴ نوامبر ۲۰۱۴، زمانی که کارمندان سونی پیکچرز - غول فیلم‌سازی هالیوود - پس از دو روز تعطیلی آخر هفته برای شروع یک روز خوب پاییزی رایانه‌های خود را روشن کردند، با صفحه‌ای قرمز و هشدار تکان‌دهنده روبه‌رو شدند. گروهی با نام «GOP» مدعی بود که شبکه سونی پیکچرز را هک کرده و لینکی از داده‌های سرقت‌شده را نیز ضمیمه پیام کرده بود. این آغاز یکی از هولناک‌ترین حملات سایبری تاریخ بود؛ حمله‌ای که ابعادی بسیار فراتر از یک باج‌گیری ساده داشت. کارشناسان IT و امنیت شبکه سونی پیکچرز در نخستین واکنش، با تمام کارکنانی که آن روز دورکار بودند تماس گرفتند و هشدار دادند به هیچ‌وجه به سیستم‌های شرکت متصل نشوند، ایمیلی را باز نکنند و حتی وای‌فای و اینترنت موبایل خود را خاموش کنند. بسیاری از کارمندان مجبور شدند به جای رایانه با قلم و کاغذ کار کنند؛ چرا که بخش بزرگی از رایانه‌های شرکت به طور کامل پاک شده بودند. سونی پیکچرز که تنها دو روز پیش یک هشدار امنیتی را نادیده گرفته بود، حالا با فهرستی از بیش از ۱۰۰ ترابایت داده سرقت‌شده روبه‌رو بود: اطلاعات ۴۷ هزار کارمند فعلی و سابق، ۱۷۰ هزار ایمیل داخلی، پنج فیلم سینمایی کامل (چهار عنوان در آستانه انتشار)، اسناد مالی، قراردادهای فهرست حقوق مدیران و حتی داستان فیلم‌های در دست تولید. اما آن هشدار نادیده گرفته شده چه بود؟ گروه GOP یا Guardians of Peace پیش‌تر از مدیران سونی پیکچرز خواسته بود اکران فیلم «The Interview» را متوقف کنند؛ فیلمی هجوآمیز که در آن نظام سیاسی کره شمالی و کیم جونگ‌اون، رهبر آن کشور به سخره گرفته می‌شد. سونی پیکچرز ترجیح داد به جای تسلیم شدن، تنها اکران فیلم را محدود کند و با همکاری FBI هکرها را شناسایی کند. در پاسخ، GOP انتشار تدریجی اطلاعات و فیلم‌ها را آغاز کرد؛ اقدامی که میلیون‌ها دلار خسارت مستقیم به سونی پیکچرز وارد کرد.

سرقت یک میلیارد دلاری از بنگلادش

بانک مرکزی بنگلادش مبلغ هنگفت یک میلیارد دلار را به عنوان پشتوانه ارزی نزد فدرال رزرو آمریکا قرار داده بود؛ رقمی که برای هکرها از لاروس هدفی بسیار جذاب به نظر می رسید. این بار نیز مانند حمله به سونی پیکچرز، یک روز تعطیل برای آغاز عملیات انتخاب شد. ماجرا از یک روز جمعه در فوریه ۲۰۱۶ - که در بنگلادش روز تعطیل هفتگی است - آغاز شد. در ظاهر، پرنتری که به SWIFT متصل بود خراب شده بود. وظیفه این دستگاه پرنتر گرفتن از تراکنش های مالی سنگین به صورت ۲۴ ساعته بود. از کارافتادن پرنتر در صبح جمعه آن قدر جدی نبود که کارشناسان IT را نگران کند و ابتدا همه تصور کردند کاغذش تمام شده است. اما مشکل از نبود کاغذ نبود. وقتی دستگاه را ری استارت کردند و پرنتر دوباره به کار افتاد، اولین برگه همه را شوکه کرد. فدرال رزرو در مدت زمانی که پرنتر از کار افتاده بود، پیام های متعددی برای انتقال وجه ارسال کرده بود که مجموع آن ها نزدیک به یک میلیارد دلار می شد.

تلاش بنگلادشی ها برای تماس با نیویورک به دلیل اختلاف ساعت بی نتیجه ماند. در واقع هکرها از اختلاف ساعت بین بنگلادش و آمریکا نهایت استفاده را برده بودند. عملیات از شب قبل آغاز شده بود؛ زمانی که کارکنان بانک در خواب بودند، هکرها درخواست های انتقال پول را ارسال کرده بودند. هکرها با ۳۵ تراکنش، مبلغ ۹۵۱ میلیون دلار را جابه جا کردند. فدرال رزرو توانست جلوی انتقال ۸۵۰ میلیون دلار را بگیرد و ۲۰ میلیون دلار دیگر نیز که قرار بود به حساب یک خیریه در سریلانکا واریز شود، به دلیل یک اشتباه تایپی از سوی هکرها که نام مؤسسه را اشتباه نوشته بودند، متوقف شد. اما ۸۱ میلیون دلار با موفقیت منتقل شده بود؛ رقمی که در مقایسه با هدف اولیه هکرها کوچک تر بود، اما برای یک حمله سایبری به سیستم بانکی، عددی بسیار بزرگ محسوب می شد.

هکرها برای دشوار کردن ردگیری پول ها در فیلیپین، از طریق میزهای قمار در کازینوها اقدام به پول شویی کردند. مأموران امنیتی توانستند رد ۳۰ میلیون دلار را در کازینوها پیدا کنند و ۱۶ میلیون دلار دیگر نیز از دو نفر ضبط شد. گزارش ها نشان می دهد حدود ۳۰ میلیون دلار نقد شده و احتمالاً به چین منتقل شده است.

زلزله در بانک مرکزی بنگلادش

بنگلادشی ها دریافتند که هک از طریق نفوذ به سامانه بین بانکی SWIFT انجام شده و با برنامه ریزی بسیار دقیق صورت گرفته است. اولین قربانی این اتفاق مدیر IT بانک مرکزی بود. سپس کمیته ویژه ای تشکیل شد و مشخص شد سیستم امنیتی بانک مرکزی به شدت ضعیف بوده است. روی رایانه ها فایروال نصب نشده بود و دوربین های امنیتی نیز کار نمی کردند. دولت بنگلادش تلاش کرد دعوای حقوقی علیه فدرال رزرو مطرح کند، اما بررسی های فنی نشان داد از سوی فدرال رزرو خطایی رخ نداده و عملاً زمینه ای برای شکایت وجود ندارد. ابعاد ماجرا به همین جا ختم نشد. در فیلیپین فشار بر کازینوها افزایش یافت و چند واسطه انتقال پول بازداشت شدند. FBI نیز انگشت اتهام



را به سمت کره شمالی گرفت. کره شمالی این اتهام را «بی اساس» خواند و آمریکا را به «اتهام زنی سیاسی» متهم کرد، اما در عین حال از اقدام هکرها تمجید کرد و آن را «پاسخی علیه امپریالیسم آمریکا» دانست.

تغییر تاکتیک؛ از بانک ها به رمزارز

پس از این هک و سرقت، لازاروس تغییر تاکتیک داد و به جای حمله به بانک ها، تمرکز خود را بر هک صرافی های رمزارز قرار داد. هک Ronin Bridge در سال ۲۰۲۲ و حمله به Bybit در سال ۲۰۲۵ از جمله عملیاتی است که به لازاروس نسبت داده شده است. Cointelegraph در گزارشی ادعا می کند که این حملات برای تأمین مالی برنامه های موشکی و هسته ای کره شمالی انجام می شود؛ ادعایی که تاکنون به طور رسمی اثبات نشده است. کارشناسان امنیت شبکه معتقدند که لازاروس، برخلاف دیگر گروه های سایبری که به سرعت دنبال نتیجه هستند، از صبر و حوصله زیادی برخوردار است و ماه ها صبر می کند تا به نتیجه برسد. لازاروس روش های پول شویی از طریق کازینوها و قمارخانه ها را به خوبی بلد است و در نهایت انگیزه سیاسی برای آن بیشتر از انگیزه های دیگر اهمیت دارد.

یک نام و دیگر هیچ

وزارت دادگستری آمریکا تنها توانسته است یک نام را به عنوان عضوی از لازاروس و البته مغز متفکر این ارتش سایبری معرفی کند و وی را تحت تعقیب قرار دهد. «پارک جین هیوک» شهروند کره شمالی، از سوی آمریکا به عنوان مهره کلیدی گروه لازاروس معرفی شده است. آمریکا می گوید این فرد با ایجاد یک شرکت پوششی در چین، عملیات مخرب سایبری را هدایت می کرده است.

عملیات لازاروس

«عملیات لازاروس» (The Lazarus Heist) عنوان کتابی است که بر اساس روزنامه نگاری تحقیقی نوشته شده و به ماهیت گروه هکری لازاروس و ارتباط آن با دولت کره شمالی می پردازد. این کتاب با ریشه یابی تاریخ شروع فعالیت لازاروس، اطلاعات جالبی از نحوه هک سونی پیکچرز و بانک مرکزی بنگلادش ارائه می دهد. جف وایت و ژان لی، دو نویسنده کتاب، تلاش کرده اند گزارش های خشک امنیت سایبری را در کنار روایت های میدانی به یک داستان پرهیجان تبدیل کنند که خواننده را با یکی از مرموزترین گروه های هکری جهان آشنا می کند.

در کنار انتشار کتاب «عملیات لازاروس»، تاکنون چند مستند درباره ماجرای هک سونی پیکچرز - که خسارت چند صد میلیون دلاری به این کمپانی بزرگ فیلم سازی وارد کرد - ساخته شده است که از آن جمله می توان به مستند «The Interview: A Cyber Attack» ساخته BBC اشاره کرد.

لازاروس هنوز بزرگ ترین سارق سایبری بانک در جهان است. برآوردها می گویند این گروه از سال ۲۰۱۷ تا ۲۰۲۶ نزدیک به ۷ میلیارد دلار از بانک ها و صرافی های آنلاین به جیب زده است؛ پول هایی که ردشان پیدا نمی شود. هولناک تر اینکه هیچ کس نمی داند این سارق صبور و بی رحم، در کمین چه کسی است.



صندلی سوم



مدیریت بین نسلی؛ مهارتی که امروز سازمان‌ها به آن نیاز دارند

از اختلاف نگاه‌ها تا ساختن زبان مشترک

| گروه تولید محتوای آفتاب تجارت سامان |

میان تجربه نسل‌های باسابقه و نگاه تازه نسل جدید. نسلی که با سرعت تغییر، فناوری و نیاز به مشارکت معنا پیدا می‌کند. در چنین فضایی، مدیر نقش تسهیل‌گر گفت‌وگو را بر عهده دارد؛ کسی که به جای قضاوت، می‌شنود و به جای تحمیل، توضیح می‌دهد.

گفت‌وگوی بین نسلی در سازمان، فرصتی است برای انتقال تجربه بدون ایجاد فاصله و پذیرش نوآوری بدون از دست دادن هویت. وقتی کارکنان احساس کنند دیده و شنیده می‌شوند، انگیزه، مسئولیت‌پذیری و تعلق سازمانی افزایش می‌یابد. ساختن این فضا نیازمند جلسات هدفمند، زبان محترمانه و ایجاد امنیت روانی برای بیان نظرها است.

امروز، مدیریت بین نسلی دیگر یک مهارت جانبی نیست؛ ضرورتی است برای حفظ سرمایه انسانی و حرکت هماهنگ سازمان در مسیر آینده. گفت‌وگو، نقطه شروع این مسیر است.

در سازمان‌های امروز، نسل‌های مختلف در کنار هم کار می‌کنند؛ افرادی با تجربه‌های متفاوت، زبان ارتباطی گوناگون و انتظاراتی که همیشه شبیه هم نیست. آنچه گاهی به عنوان «چالش نسلی» شناخته می‌شود، اغلب ریشه در نبود گفت‌وگوی مؤثر دارد. گفت‌وگویی که بتواند تفاوت‌ها را به درک متقابل و همکاری سازنده تبدیل کند. اما چگونه می‌توان در محیط کار، زبان مشترکی میان نسل‌ها ساخت؟

● بیش از ۶۰٪ کارکنان معتقدند تفاوت نگرش نسل‌ها بر کیفیت ارتباطات کاری تأثیر مستقیم دارد.

● ۵۲٪ نیروهای جوان بیان کرده‌اند که ترجیح می‌دهند در تصمیم‌گیری‌ها شنیده شوند، نه فقط دستور بگیرند.

● سازمان‌هایی که گفت‌وگوی منظم بین مدیران و کارکنان دارند، رضایت شغلی بالاتری را گزارش کرده‌اند. مدیریت بین نسلی یعنی توانایی ایجاد تعادل



پیشنهاد ماه:

کتاب: کتاب کوچینگ کارکنان نسل Z - نویسنده: شرمن داگاس جی. آر.

مترجم: مهدی چاتا

پادکست: چگونه با نسل‌های زد و آلفا کار کنیم؟

کد QR را اسکن کنید؛ مشخصات کتاب را ببینید و پادکست جذاب این ماه را بشنوید.

«در سازمان‌های موفق، شنیدن تفاوت نسل‌ها بخشی از فرهنگ مدیریتی است.»

Oyan

آپدیت جدید اُیان

| تولید محتوا: اداره فناوری‌های نوین یادگیری آکادمی سامان |



نسخه جدید اپ Oyan با بهبودهای مهم و تجربه کاربری روان‌تر منتشر شد.

در این نسخه:

- عملکرد کلی اپ بهینه شده
- سرعت اجرای بخش‌های مختلف افزایش یافته
- خطاهای گزارش شده رفع شده
- تجربه پاسخ‌دهی به سؤالات و مشاهده پیشرفت بهتر و پایدارتر شده
- از همراهی و بازخوردهای ارزشمند شما ممنونیم.
- نسخه جدید همین حالا در دسترس است



لینک به روز رسانی:

<https://oyan.samanacademy.ir>

خوشحال میشیم نظراتتون رو در رابطه با این اپ با داخلی ۳۳۷۸ و ۳۳۷۶ در میون بذارید. صمیمانه منتظر پیشنهادهاتون هستیم.

تکنیک میکس مدیا:

در این تکنیک هنرمند با استفاده از چندین ماده از جمله کاغذ، پاره، اشیاء می‌تواند به طور هم‌زمان بر روی صفحه نقاشی اشکال و نقاشی‌های ابعاد دار و متفاوتی را ایجاد کند، به جز رنگ‌ها که بسته به سلیقه هنرمند می‌توان از هر تکنیک رنگی باشد تنوع مصرف متریال برای هنرمند بر روی صفحه نقاشی‌اش بسیار بالا است.

ویژگی‌های کلیدی تکنیک میکس مدیا

تنوع مواد:

استفاده هم‌زمان از متریال‌های مختلف مانند رنگ، چسب، کاغذ، پارچه، چوب، فلز، مواد بازیافتی و اشیای طبیعی.

- ترکیب تکنیک‌ها

به‌کارگیری روش‌های هنری گوناگون مانند کلاژ، نقاشی، طراحی، عکاسی، مجسمه‌سازی و حتی عناصر دیجیتال در یک اثر

- بافت و عمق

ایجاد بافت‌ها، حجم و لایه‌های متنوع در اثر هنری که آن را از آثار هنری معمول متمایز می‌کند.

- خلاقیت و نوآوری

تشویق هنرمند به جسارت در استفاده از مواد و تکنیک‌های جدید برای خلق ایده‌های نو و آثار خلاقانه بسیار زیاد است.

- تجربه بصری غنی

خلق یک تجربه هنری چندبعدی و فراگیر که تماشاگر را درگیر جزئیات و جنبه‌های مختلف اثر می‌کند در این تکنیک بسیار بالا است.

کاربردهای این تکنیک عبارت‌اند از:

- هنرهای بصری

در نقاشی، کلاژ، طراحی و مجسمه‌سازی کاربرد دارد.

- صنایع دستی

در تولید کارت‌های تبریک، تزیینات و کتاب‌سازی مورد استفاده قرار می‌گیرد

- طراحی گرافیک

طراحان گرافیک نیز می‌توانند با ترکیب عکس، نوشته و عناصر دیگر طرح‌های میکس مدیا خلق کنند.

یک تابلوی میکس مدیا می‌تواند شامل رنگ اکریلیک، تکه‌های روزنامه، پارچه و حتی یک شیء فلزی باشد که همگی به‌صورت کلاژ و تلفیقی با یکدیگر بر روی بوم چسبانده شده‌اند



تکنیک‌های نقاشی

(بخش دوم)



مهرنوش خالدی |
کارشناس امور دفتری

در این نوشتار سعی شده تا در کنار تشریح مختصر تکنیک‌های نقاشی، نمونه‌هایی از این تکنیک‌ها نیز تقدیم هنردوستان شود.

تکنیک نقاشی ترکیبی اکریلیک و رنگ روغن :

تکنیک ترکیبی رنگ روغن و اکریلیک، استفاده هم‌زمان از هر دو نوع رنگ در یک اثر هنری است. این ترکیب به دلیل تفاوت در پایه حلال (آب برای اکریلیک و الکل معدنی بی بود برای روغن) و زمان خشک شدن، نیاز به آماده‌سازی سطح و لایه‌گذاری دقیق دارد، تا چسبندگی کافی بین دورنگ ایجاد شود؛ به‌طور کلی باید رنگ اکریلیک ابتدا روی سطح اجرا شده و سپس روی لایه خشک شده اکریلیک، رنگ روغن زده شود تا از ترکیب ناخواسته رنگ‌ها و ایجاد مشکلات چسبندگی جلوگیری شود.

نکات کلیدی برای اجرای تکنیک ترکیبی رنگ روغن و اکریلیک:

۱. ترکیب حلال‌ها:

رنگ اکریلیک بر پایه آب است و با آب رقیق و تمیز می‌شود، درحالی‌که رنگ روغن با حلال‌های نفتی مانند تینر کار می‌کند.

۲. ترتیب لایه‌گذاری:

برای جلوگیری از واکنش نامطلوب بین دو نوع رنگ، باید لایه‌ها را به ترتیب اجرا کرد. ابتدا رنگ اکریلیک (که زودتر خشک می‌شود) اجرا شده و پس از خشک شدن کامل آن، رنگ روغن روی سطح به کار می‌رود.

۳. آماده‌سازی سطح:

سطحی که رنگ روغن روی آن زده می‌شود، باید تمیز و بدون حفره و فراز و نشیب باشد. همچنین، ایجاد خراش‌های ریز روی سطح با سمباده به بهبود چسبندگی لایه رنگ اکریلیک کمک می‌کند، به‌خصوص در سطح براق رنگ روغن.

۴. مزایای تکنیک ترکیبی:

● بافت و شفافیت: ترکیب این دو تکنیک امکان دستیابی به بافت‌ها و شفافیت‌های متنوعی را فراهم می‌کند.

● انعطاف‌پذیری: رنگ روغن به هنرمند اجازه می‌دهد تا مدت‌زمان بیشتری روی اثر کار کند و بافت‌ها را ترکیب کند، درحالی‌که رنگ اکریلیک به‌عنوان یک زیرلایه سریع و پایدار عمل می‌کند.

۵. نکات تکمیلی:

● از مدیوم‌های اکریلیک برای کنترل شفافیت و بافت رنگ اکریلیک می‌توانید استفاده کنید.

● رنگ‌های اکریلیک می‌توانند به‌صورت رقیق شده مانند آبرنگ یا غلیظ مانند رنگ روغن استفاده شوند، اما رنگ روغن هرگز با آب رقیق نمی‌شود.



تکنیک‌های مبتنی بر مواد:

تکنیک کلاژ:

تکنیک کلاژ (تکه‌چسبانی) به خلق اثر هنری از طریق کنار هم قراردادن و چسباندن تکه‌های مختلف مواد، مانند کاغذ، عکس، پارچه و اشیای دیگر بر روی یک سطح گفته می‌شود. این تکنیک ریشه‌ای فرانسوی دارد و به معنای «چسباندن» است. هنر کلاژ با ترکیب رنگ‌ها، بافت‌ها و اشکال متنوع، امکان خلق آثار هنری منحصر به فرد و گسترش خلاقیت را فراهم می‌آورد.

برای خلق یک کلاژ، مراحل زیر را می‌توانید دنبال کنید:

۱. انتخاب موضوع:

ابتدا یک موضوع یا هدف برای اثر هنری خود تعیین کنید،

جمع‌آوری مواد:

انواع مواد مختلف را جمع‌آوری می‌کنید که این مواد می‌توانند شامل:

● تکه‌های روزنامه و مجله

● عکس‌های مختلف

● کاغذ رنگی و مقوا

● تکه‌های پارچه

● دکمه، نخ و سایر اشیای یافت شده

۲. آماده‌کردن سطح:

یک سطح صاف مانند کاغذ، مقوا یا بوم را برای چسباندن مواد آماده کنید.

۳. برش و چیدمان:

تکه‌های مواد را با دقت برید و روی سطح بچینید. سعی کنید آن‌ها را لایه‌بندی کنید و ترکیب‌های خلاقانه ایجاد کنید.

۴. چسباندن:

۵. پس از چیدمان و اطمینان از ترکیب مورد نظر قطعات را با استفاده از چسب روی سطح بچسبانید.

۶. اضافه‌کردن جزئیات (اختیاری):

در این مرحله می‌توانید با رنگ‌آمیزی، اضافه‌کردن برچسب یا طراحی، جزئیات نهایی را به اثر خود اضافه کنید

مزایای تکنیک کلاژ عبارت‌اند از:

● افزایش خلاقیت:

این تکنیک با استفاده از مواد متنوع، به تقویت تخیل و خلاقیت کمک می‌کند.

● بازیافت و استفاده مجدد:

کلاژ روشی عالی برای استفاده مجدد از مواد دورریختنی و بازیافت آن‌ها است.

● تقویت مهارت‌های مختلف:

برای همگان به‌خصوص کودکان، این هنر به بهبود مهارت‌های حرکتی ظریف، دقت و تمرکز و توانایی حل مسئله کمک می‌کند.

● بیان مفاهیم جدید:

با ترکیب عناصر مختلف، می‌توان مفاهیم و داستان‌های بصری جدیدی را خلق کرد.

فعال و اصلاح کرد.

استفاده از رنگ سفید:

برای روشن تر کردن هر رنگی در گواش، می توان از ترکیب رنگ سفید استفاده کرد که در آبرنگ این قابلیت کمتر است کاربرد دارد؛ ولی از جهاتی شبیه به تکنیک اکریلیک است.

تصویرسازی:

برای طراحی و پیاده سازی تصاویر با کیفیت بالا، از جمله پوسترها، کتابهای مصور و اصولا پیاده سازی تصاویر گرافیکی بکار می رود.

طراحی گرافیکی:

به عنوان رنگ پلاکات (پوستر) در تبلیغات هنری و طراحی های گرافیکی کاربرد بسیار دارد.

نقاشی های مینیاتوری:

همراه با آبرنگ در نقاشی های مینیاتوری نیز کارایی دارد.

مقایسه با آبرنگ

شفافیت و غلظت:

آبرنگ شفاف است، درحالی که گواش مات و متراکم تر است

پوشاندگی:

گواش قدرت پوشاندگی بیشتری نسبت به آبرنگ دارد و می تواند لایه های زیرین را به خوبی بپوشاند

ذرات رنگ دانه:

ذرات رنگ دانه های گواش بزرگ تر هستند که باعث غلظت و ماتی بیشتر اثر هنرمند می شود.



تکنیک آستره رزین

روشی هنری با استفاده از رنگ های مختلف است که با بهره گیری از اختلاف چگالی رنگ ها و ترکیب آنها روی سطح کار، طرح های درهم، موجی و سه بعدی ایجاد می شود. در این تکنیک، هنرمند با ریختن رنگ ها و ایجاد تغییراتی مانند فشار باد (با سشوار)، موب و کج و صاف کردن صفحه نقاشی باعث ایجاد واکنش بین رنگ ها، فرو رفتن یا روی هم قرار گرفتن آنها و در نهایت خلق جلوه های بصری منحصر به فرد می شود.

نکات کلیدی در تکنیک آستره رزین:



تفاوت تکنیک میکس مدیا و کلاژ:

تکنیک میکس مدیا بسیار گسترده است و هنوز در حال تکامل است و در دنیای هنرهای تجسمی شیوه اجرای آن تا حدودی شبیه به کلاژ است با این تفاوت که تکنیک میکس مدیا تکنیک مادر نام دارد و در دل آن تکنیک هایی مانند کلاژ، دکوپاژ، اسمبل که به شاخه های هنرهای دستی و معماری داخلی در احیای شکل و ظاهر اشیای قدیمی است بکار گرفته می شود.

تکنیک گواش:

تکنیک گواش، سبکی در نقاشی با رنگ های مات، و غیرشفاف است که حلال در آب هستند و پوشاندگی بالایی دارند که از ترکیب رنگ دانه با صمغ عربی به عنوان عامل چسبنده تهیه می شوند. این تکنیک با داشتن رنگ های زنده، قابلیت ایجاد لایه های غیرشفاف امکان ترکیب رنگ سفید برای روشن کردن طیف رنگ ها و برای خلق آثاری چون پوسترها، تصویرسازی ها و طراحی های گرافیکی کاربرد فراوانی دارد و به دلیل غلظت بیشتر نسبت به آبرنگ، امکان پوشاندن لایه های زیرین و یکپارچه سازی سطوح را فراهم می کند

ویژگی های کلیدی تکنیک گواش

مات و پوشاندگی بالا:

گواش بر خلاف آبرنگ که شفاف است، سطحی مات و مخملی ایجاد می کند و قدرت پوشاندگی بی نظیری دارد.

حلال آب:

مانند آبرنگ، گواش نیز با آب رقیق و قابل کنترل است و به سرعت خشک می شود.

رنگ های زنده و غلیظ:

گواش دارای رنگ های زنده و غلظت بالایی است که آن را برای ایجاد سطوح یکدست و پررنگ مناسب می کند.

قابلیت همپوشانی و اصلاح:

رنگ های گواش را می توان روی رنگ های خشک شده دیگر همپوشاند و حتی پس از خشک شدن، مناطق رنگ شده را دوباره با آب

● تفاوت چگالی رنگ‌ها:

رنگ‌ها با چگالی‌های متفاوت (مثل رنگ‌های، جوهری، پودری و خمیری) در این تکنیک به کار می‌روند. رنگ‌های با چگالی بالا، مانند رنگ‌های خمیری، سطوح بیشتری را پوشانده و گاهی رزین را مات می‌کنند، درحالی‌که رنگ‌های با چگالی کمتر، مانند جوهری، به سمت پایین‌تر حرکت کرده و واکنش‌های جالب‌تری ایجاد می‌کنند.

● ایجاد بافت:

هنرمند با ترکیب رنگ‌ها بر روی بوم یا سطح موردنظر، باعث می‌شود رنگ‌های با چگالی متفاوت زیر و روی هم قرار گرفته و حالت موج‌دار یا درهم ایجاد کنند.

● کنترل و خلاقیت:

- با ترکیب رنگ‌های مختلف و ایجاد تغییراتی با ابزارهایی مانند سشوار، هنرمند می‌تواند کنترل بیشتری بر طرح نهایی داشته باشد و جلوه‌های دلخواه را ایجاد کند.

● نتیجه نهایی:

حاصل این تکنیک، اثری شفاف، براق و با عمق بصری بالا است که به دلیل ماهیت غیرقابل پیش‌بینی در هنگام ترکیب، جلوه‌ای خاص و هنری پیدا می‌کند.



تکنیک مینیاتور یا نگارگری

سبکی از نقاشی است که با خلق جزئیات بسیار ظریف و دقیق در ابعاد کوچک، به خلق آثار هنری فاخر می‌پردازد. در این تکنیک، از رنگ‌های خاص و ارزشمند مانند طلا و نقره استفاده می‌شود و الهام‌بخش اصلی هنرمند، طبیعت و دنیای خیالی است. این هنر با ابعاد کوچک و جزئیات دقیق خود، تفاوت‌های قابل توجهی با نقاشی‌های واقع‌گرا دارد و از ترکیب نمادها، تقارن و هماهنگی در خلق اثر بهره می‌برد.

ویژگی‌های اصلی تکنیک مینیاتور:

● ابعاد کوچک:

آثار مینیاتور در ابعاد بسیار کوچکی خلق می‌شوند که نیاز به دقت و ظرافت فراوانی دارد.

● جزئیات دقیق:

هنرمند با تمرکز بر جزئیات ریز و دقیق، به ترسیم تصاویر می‌پردازد که این امر به اثر، جلوه و غنای خاصی می‌بخشد.

● استفاده از مواد ارزشمند:

در مینیاتور از رنگ‌های خاص و گران‌بها نظیر طلا، نقره، لاجورد استفاده می‌شود.

● موضوعات متنوع:

مینیاتورها شامل موضوعاتی از جمله تصاویر انتزاعی از طبیعت، صحنه‌های حماسی و افسانه‌ای هستند.

● عدم استفاده از پرسپکتیو:

برخلاف نقاشی‌های واقع‌گرایانه، در مینیاتور معمولاً از پرسپکتیو و سایه‌روشن به شکلی که در عالم واقعی وجود دارد، استفاده نمی‌شود.

● هماهنگی و نظم:

هنرمندان مینیاتور، در آثار خود به توازن، تقارن، تعادل و هماهنگی توجه ویژه‌ای دارند.

● انواع تکنیک مینیاتور:

- مینیاتور رنگی:

در این روش، علاوه بر خطوط قلم‌مو، از رنگ‌های طلایی، آبی لاجوردی و سایر رنگ‌ها برای تزئین بخش‌های مختلف طرح استفاده می‌شود.

- مینیاتور بدون رنگ:

در این روش، طراحی تنها با قلم‌مو و رنگ سیاه (و یا رنگ‌های تیره مانند قهوه‌ای و قرمز) بر روی زمینه روشن اجرا می‌شود.

- مینیاتور سفید قلم:

این روش نیز جزئی از مینیاتور بدون رنگ است که در آن طرح فقط با قلم‌مو و بدون استفاده از رنگ‌های اصلی اجرا می‌شود.



تکنیک تکسچر:

ماده‌ای خمیری و نرم است که پس از خشک شدن سفت شده و به سطح کار می‌چسبد.

– رنگ تکسچر (کوتینگ بافت‌دار):

نوعی رنگ است که بافت و حجم سه‌بعدی ایجاد می‌کند.

– میکرو سمیت:

پوشش تزئینی بر پایه سیمان و پلیمر است که برای برجسته‌کاری و ایجاد بافت‌های متنوع استفاده می‌شود.

– ابزار:

ابزارهایی مانند اسفنج، مال، پیستوله کنتیکس پاش، شانه، و غلتک رنگ برای اعمال و شکل‌دهی به مواد تکسچر به کار می‌روند.

– مزایای تکنیک تکسچر:

● برای ایجاد آثار هنری و فضاهای دکوراتیو منحصر به فرد و سه‌بعدی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

● برای پنهان کردن ناهمواری‌ها و عیوب سطوح مورد استفاده قرار می‌گیرد.

● برای ایجاد افزایش زیبایی، عمق و جذابیت بصری هر نوع سطحی کارآمد است.

تکنیک تکسچر به فرایندی اطلاق می‌شود که طی آن بافت، حجم و عمق به سطوح مختلف، به‌ویژه در هنر و دکوراسیون، افزوده می‌شود و آن را از حالت دوبعدی خارج می‌کند. این تکنیک از طریق موادی مانند خمیر تکسچر، رنگ‌های بافت‌دار، یا پوشش‌هایی مانند میکرو سمیت اعمال شده و باعث ایجاد ظاهری برجسته، سه‌بعدی و منحصر به فرد بر روی دیوارها، تابلوها و سایر سطوح می‌شود.

کاربردها:

● معماری و دکوراسیون:

برای زیباسازی و پوشش‌دادن عیوب دیوارها، ایجاد نماهای سه‌بعدی و شبیه به سنگ، آجر یا گچ، و متحول کردن فضای داخلی استفاده می‌شود.

● دندانپزشکی:

در تکنیک کامپوزیت دندان، تکسچر به ایجاد شیارهای طبیعی و ظاهری شبیه به دندان واقعی کمک می‌کند.

● مواد و ابزار مورد استفاده:

– خمیر تکسچر:



شکل دهی به نظم جدید جهانی



ا | غلامعلی رموی کارشناس اقتصاد

در ظاهر، آنچه به عنوان تنش یا برخورد نظامی میان ایالات متحده، اسرائیل و ایران شناخته شد، می تواند ادامه سلسله درگیری های ژئوپلیتیکی در خاورمیانه تلقی شود؛ از نبرد نابرابر غزه گرفته تا محور مقاومت. اما این نگاه، تنها سطح ماجرا را می بیند.

واقعیت این است که تحولات اخیر، به ویژه پس از ۲۰۲۳، دیگر صرفاً منازعات محلی یا ایدئولوژیک نیستند، بلکه نشان دهنده یک برخورد ساختاری میان قدرت های تثبیت شده و قدرت های نوظهور جهانی هستند. در مرکز این منازعه، ایران به عنوان یک بازیگر راهبردی، نه فقط از زاویه سیاست خارجی، بلکه به عنوان نماد یک جابه جایی تمدنی-اقتصادی مورد هدف قرار گرفت. جهان امروز در حال گذار از نظم تک قطبی امریکا محور به نظامی چند قطبی است.

اگر دهه های پایانی قرن بیستم را بتوان دوران سلطه بی چون و چرای غرب بر ابزارهای توسعه، دانش، رسانه و سیاست جهانی دانست، ۲ دهه اخیر، تصویر متفاوتی را نشان می دهد.

رشد سریع چین، بازگشت روسیه به بازی بزرگ، ظهور هند به عنوان یک قدرت فناورانه و اقتصادی و حتی نقش آفرینی کشورهای غرب آسیا و امریکا لاتین، همگی حکایت از فرآیند انتقال مرکز ثقل قدرت از غرب به شرق دارند. در این چارچوب، ایران نیز با وجود تمام فشارها، تحریم ها و انزواهای سیاسی، موفق شده خود را به بخشی از این نقشه جدید قدرت جهانی پیوند بزند.

حضور فعال در پیمان شانگهای، عضویت در بریکس، مشارکت در ابتکار کمربند و جاده چین و سرمایه گذاری های راهبردی در زیرساخت های فناوری و انرژی، ایران را از یک بازیگر صرفاً منطقه ای به یک نقطه اتصال در پروژه شرق گرایی تبدیل کرده است. و این همان چیزی است که حساسیت هژمون غربی را برمی انگیزد.

از ابعاد سیاسی ایران به عنوان یک گره ژئوپلیتیک مقاوم و تنها کشوری است که بدون وابستگی کامل به غرب، توانسته یک مدل حکمرانی مستقل (ولو با چالش های داخلی فراوان) را در سطح منطقه حفظ کند. در منطق سیاست بین الملل، چنین گسترش نفوذی، اگر با قدرت اقتصادی و فناورانه همراه شود، به تهدیدی واقعی برای سلطه غرب

تبدیل خواهد شد. بنابراین، حملات نظامی، جنگ های نیابتی، عملیات روانی، تحریم های اقتصادی و جنگ های سایبری، همگی ابزارهایی هستند که در چارچوب یک نبرد تمدنی-سیاسی با ایران مورد استفاده قرار می گیرند، نه صرفاً پاسخ به یک تهدید موشکی یا هسته ای.

در بُعد اقتصادی نیز، مسئله فقط به تحریم ها محدود نمی شود. غرب از سال ها پیش دریافته است که ظهور مدل های توسعه مستقل در خارج از چارچوب اقتصاد لیبرال-سرمایه داری، چالشی بزرگ برای نظم موجود است. ایران با وجود تمامی فشارها، موفق به ایجاد زیرساخت هایی در فناوری هسته ای، صنایع دفاعی، انرژی، بیوتکنولوژی، نانو تکنولوژی، و شبکه های دانش بنیان شده است. به ویژه در سال های اخیر، حرکت به سوی اقتصاد مقاومتی، تقویت پیمان های منطقه ای، مبادلات غیردلاری و اتصال به سیستم های مالی شرق، از ایران الگویی مستقل و مقاوم ساخته است.

از دیدگاه امریکا و متحدانش، موفقیت چنین الگویی، به ویژه در کشوری که سال ها تحت شدیدترین تحریم های تاریخ قرار داشته، می تواند الهام بخش کشورهای دیگر جنوب جهانی شود. همین امر، توجیه گر تلاش غرب برای «مهار در نقطه» چنین الگویی است.

بسیاری از تحلیلگران هنوز تحولات اخیر را در چارچوب درگیری های سنتی منطقه می بینند. اما این درک، ابعاد راهبردی تحولات را نادیده می گیرد. در واقع، این جنگ، جنگ نظم های جهانی است.

جنگ امریکا و اسرائیل علیه ایران، نماینده برخورد میان دو نگاه به آینده جهان است: جهانی تک قطبی، با مرکزیت نهادهای غربی، لیبرال دموکراسی و اقتصاد نولیبرال در برابر جهانی چند قطبی، با تنوع تمدنی، استقلال سیاسی، و همکاری های جنوب-جنوب.

امروز دیگر نمی توان هر گونه جنگ منطقه ای را در قالب تضاد دینی، قومی یا حتی ژئوپلیتیکی صرف تحلیل کرد. از همین رو، موفقیت یا شکست در این تقابل، صرفاً سرنوشت یک کشور را رقم نمی زند، بلکه بخشی از سرنوشت نظم جهانی آینده را ترسیم می کند. ایران نیز با همه چالش ها و محدودیت های داخلی اش، سال ها است که در خط مقدم نبرد برای شکل دهی به نظامی جدید قرار دارد؛ نظامی که در آن، شرق دیگر تماشاچی نیست، بلکه بازیگر اصلی صحنه است.



فندقِ افسونگر، گلِ برف، هوید و حشی

یادداشتی در ستایش هایکو



رضا ایران‌نژاد |
کارشناس آموزش آکادمی سامان

چندان به زیبایی دل بسته نیست. در اینجا هنر نه در پی زیبایی، بلکه به دنبال گیرایی است. در میان همه نقدهای شرقی، به ندرت نقاشی‌ای را می‌توان یافت که برای زیبایی‌اش تحسین شده باشد؛ بلکه همیشه اثری را ستوده‌اند که از نظر زیبایی‌شناسی گیراست.

هایکو همچنان که نزدیک است؛ اما دور است و به نظر دست‌نیافتنی و از سرزمین‌هایی بکر که با تخیل ایجاد شده‌اند آمده، و این نوعی از زیبایی و گیرایی است. اگر بر زندگی روزانه خود دقیق شویم، تعداد اتفاق‌ها و منظره‌هایی که در طول زمان بر ما حادث می‌شود و می‌توان آن‌ها را شاعرانه خواند، فراوان نیست. شاعر ناگزیر باید برای تولید محصول تازه و شعر از تصور و تخیل استفاده کند و به اندوه خود شکل‌های تازه دهد. هایکو همان فرصتی بود که به جای استفاده از تصور و تخیل خود شاعر، تخیل طبیعت بر جسته شود تا شاعر تنها راوی آن تخیل باشد و هایکو شبیه به مستندی کوتاه هنرمندی‌های طبیعت را بدون تشبیه تصویر کند.

احمد شاملو و عسکری پاشایی در کتاب هایکو شعر ژاپنی از آغاز تا امروز چنین آورده‌اند: شعر فارسی در بافت کلام است که متجلی می‌شود، اما در هایکوی ژاپنی نقش تعیین‌کننده مستقیم بر عهده اشیا است و کلام در آن نقش واسطه را بازی می‌کند. اینجا شعر، عرضه‌داشت جان انسان و جهان در امکانات و ظرایف زبان نیست؛ بلکه به تعبیری، هایکو یک راه، یک وجه زندگی، و یک دین است. هدف هایکو زیبایی نیست؛ بلکه به سادگی تمام به ما چیزی را نشان می‌دهد که خود همیشه می‌دانستیم، بی آن که بدانیم که می‌دانیم، و ما را بدین حقیقت آشنا می‌کند که تا زندگی می‌کنیم شاعریم.

در کتاب شعر مدرن؛ از بودلر تا استیونس، از زبان اریش هلمر می‌خوانیم: وان‌گوگ، درخت مرثیه ریلکه، صندلی، گل آفتاب‌گردان و چکمه‌ها را به تصویر کشید، اشیایی که چون ظرف‌های تصادفی، تمام آن نیرو و شور سرگردان روح را در خود جای می‌دهند. نیرویی که زمانی در ماوای قانونی خود، در فرشتگان و مادوناها (نقاش، مجسمه‌ساز و معمار فلورانس) خانه داشت. چنین است سرنوشت روح، زمانی پادشاه سرزمین‌های بی‌شمار و اینک ساکن غیرقانونی چکمه‌ها. به این شاخه شکوفه بادام، به این صندلی بنگرید، به راستی که آنان بیش از سهم خود از روح برخوردارند و تقریباً از سرشاری آن در پوست نمی‌گنجند. آنچه اشیای وان‌گوگ را از تکه‌پاره‌های مخدوش شده سوررئالیسم جدا می‌سازد، تنها یک لمحّه انفجار گونه است و

شعر فارسی اگر درباره طبیعت باشد، درباره وصف زیبایی‌های طبیعت است. سلیقه و فرهنگ ایرانی در مشاهده طبیعت و شیء، مرتبه و مقامی بالاتر از انسان را در آنان نه می‌بیند و نه در پی یافتن آن می‌شود. در فرهنگ ژاپن، طبیعت همان گمشده آدمی و معنایی که در جست‌وجوی آن هستیم است. این که آیا طبیعت پایه همان معنای زندگی و مکان مبارکی است که تمام نیروهای آفرینش و مرگ درون آن جریان دارند و سرآغاز و سرانجام ما خواهد شد یا نه، بحث دیگری است؛ اما این شیوه نگرش فرهنگ ژاپنی به طبیعت و اشیا، باعث پیدایش نوعی شعر کوتاه به نام هایکو یا های‌کو شده است که ادامه‌ای از گونه‌های شعری کوتاه دیگر ژاپنی است.

خاصیت ممتاز هایکو در همان میزان اصیل و تأثیر اجتماعی آن است. هایکو در همان حال که از تخیل است؛ اما تخیلی نیز نیست و با آن که می‌دانیم روایت در آن مستند است و مشاهده شده و از تصور نیست، باز هم آن را از تخیل و یا شاعرانه می‌دانیم و این تخیل و شاعرانه بودن آن، به این سبب است که تخیل و شاعرانگی خود طبیعت را در خود دارد و ارائه می‌کند و نه تخیل شاعر خود را. اما شاعر هایکو نیز جایگاه به خصوصی دارد چرا که رابطه‌ای خاص میان او و طبیعت و اشیا برقرار است و تعبیر و تفسیر او از یک منظره طبیعی، متفاوت از دیگران است. هر شعر دیگر که درباره زیبایی‌های طبیعت باشد خاصیت هایکو را ندارد، چرا که هایکو محصولی اصیل از رابطه انسان با طبیعت است که در ژاپن پرورش یافته. اگر امروزه نیز در این کشور از احترام به طبیعت کاسته شده باشد، به هر حال مردمانی از ژاپن و در یک دوره از تاریخ آن، رفتاری که با طبیعت داشتند باعث پیدایش این نوع از شعر شدند. مایکل مارا در کتاب زیبایی‌شناسی مدرن ژاپنی نوشته است: هنر شرقی

بس. پیچیدگی و ابهام شناخته شده و مشهور در شعر مدرن از این حقیقت است که نمادهای پذیرفته شده و همگانی از زندگی آدمی رخت برپسته اند. نمادهایی که باید نمایشگر و مأوای عمیق ترین احساسات ما باشند. از این رو است که این احساسات چون گونه خاصی از خرچنگ که در لاکها و صدف های خالی جانداران دیگر لانه می کند، در لاک خالی خاطرات پراکنده نفوذ کرده و در دریایی که معنی روشن ندارد، این سو و آن سو می رود.

در فرهنگ ایرانی، گربه فتنه گر است تا بازیگوش و اگر هایکوای درباره بازیگوشی گربه باشد، بازیگوش خواندن گربه توسط یک ژاپنی، خالصانه و نه از روی ظاهر سازی است. همین اتفاق به سادگی در اجزای دیگر از طبیعت و در نباتات نیز اتفاق می افتد. اگر در هایکوی ژاپنی، گلی، سنگی و نهری حضور دارد، شاعر آن ها را به خوبی می شناسد و پیش تر مراوداتی با آنان داشته است. می توان گفت هایکوی ژاپنی چون خالصانه تهیه می شود و به دور از ظاهر سازی ها و زبان بازی ها ارائه می شود، دوست داشتنی و دلنشین می ماند. در فرهنگ ایرانی اگر به هر دلیل بخواهیم تعظیمی کوتاه مقابل درخت سروی انجام دهیم، این کار را همراه با خجالت، پنهانی و سراسیمه انجام خواهیم داد و پس از صورت دادن فعل تعظیم، احساس خواهیم کرد که کاری به خصوص صورت گرفت؛ کاری که نفیس بود و اعیانی. در فرهنگ هایکو، تعظیم به درخت، بدون خجالت و سراسیمگی انجام می شود. با این مثال به روشنی می توان دریافت که رابطه میان انسان و طبیعت، در این دو فرهنگ چه تفاوت هایی دارد. هایکو درباره این تفاوت ها است و نمایشگر نگاه ویژه ای است که فرهنگ ژاپن به طبیعت دارد. هایکو درباره انسانی است که می اندیشد آیا زیبایی بوته گلی در گوشه ای از کوهستان، توسط دیگران نیز دیده خواهد شد و یا تنها او بود که در تمام حیات بوته گل، زیبایی اش را تحسین و تماشا کرد و یا درباره انسانی است که وقتی متوجه می شود ساقه گلی در دهانه چاه آب شکوفا شده، تصمیم می گیرد برای مدتی، آب را از چاه همسایه قرض بگیرد تا آسایش گل را بر هم نزند و درباره کودکی است که کدو تنبل که پدر خریده را با آن رنگ و شکل جذاب و گیرایش، دوست تازه خود می گیرد و یک روز می بیند که مادر کدو را پخته است. این انسان ها و هایکوسرایان چه ویژگی های اخلاقی و شخصیتی ای دارند که نگاه و رفتارشان با طبیعت چنین است و در گذرگاه های ذهنی شان کدام احساسات و ظرافت های اخلاقی، فکری و فلسفی بارها تکرار شده اند؟ آیا در نهاد این گروه از آدمیان، شرارت و آزار فرصت چندان برای خودنمایی خواهد یافت؟

هایکوسرای ژاپنی و شاعر ایرانی حتی اگر هر دو به یک منظره نگاه کنند، تفسیر و توصیفشان از منظره بسیار متفاوت خواهد بود. طبیعت و اشیا برای هایکوسرا، جایگاه و شخصیت والایی دارند و هر جزء از آن ها می تواند قهرمان و نقش آفرین ماجرای باشد. در شعر فارسی، قهرمان ها و نقش آفرینان انسان بوده اند و این اصلی ترین تفاوت میان هایکو و شعر های دیگر در فرهنگ های دیگر است.

زیبایی دیگر هایکو در نحوه نوشته شدن آن است، همان موهبتی که خط فارسی و خوشنویسی در ایران گرفته است.

از کتاب هایکو شعر ژاپنی از آغاز تا امروز: هایکو نه قافیه دارد، نه وزن و نه در خواندن آن فراز و فرودی در آهنگ دیده می شود، اما از نوعی نقطه گذاری شاعرانه به نام کی رچی بهره می برد. بسیار کم پیش می آید که هایکو را به آواز بلند بخوانند. هایکو را با آن خط خوش - نمای ژاپنی که خود نقشینه ای زیبا است، تنها باید دید.

با هم چند هایکو بخوانیم:

صاف کنان چین و چروک را
به تماشای برف رفتم

کامیکو (باشو)

آورده اند که کامیکو، نوعی بارانی است. شاعر قصد تماشای برف را دارد، اما پیش از آن جامه خود را آراسته و صاف می سازد. این همان احترام به طبیعتی است که باعث پیدایش هایکو نیز شده است. سلیقه غیر ژاپنی، چنین رفتاری با طبیعت ندارد و احتمالاً هیچ یک از ما برای ملاقات با برف، آراسته ترین جامه خود را نپوشیده باشیم.

آه، علف های تابستانی

تنها چیز بر جای مانده

از رؤیاهای جنگاوران (باشو)

باشو (از معروف ترین هایکوسرایان) به محلی می رسد که روزگاری، صحنه نبرد بوده است و اینک علفزار، یادآور جنگاوران و رؤیاهای آنان برای شاعر می شود. در نگاه شاعر همه چیز در نهایت تبدیل به طبیعت خواهد شد.

یکی آمد

به دیدار کسی

یک شامگاه خزان (بوسون)

و نخواهیم دانست چه کسانی در این ملاقات شرکت داشتند و به همین سادگی، هایکو اسرار آمیز می ماند. هر یک از ما ممکن است از دور تماشاگر آمدن یک نفر برای ملاقات دیگری شویم بی آن که بدانیم این دو کیستند و در ملاقاتشان چه خواهد گذشت، اما این منظره برای ما بی اهمیت و بدون ظرافت هنری و شاعرانگی خواهد بود. بوسون چنین نبود اما.

در برابر داوودی های سپید

قیچی درنگ می کند

لحظه ای (بوسون)

هایکو و آن قیچی، حیات پنهان اشیا را در نقش پارچه نیز تشخیص می دهند.

گاو که فروخته ام

دهکده را ترک می گوید

در دل مه (هایکوچی)

تصویری غم انگیز است و مه اجازه نمی دهد تا بدانیم آینده گاو چگونه می شود.

در فروشگاه ماهی زینتی

باران آغاز تابستان

از چتر من چکه می کند (تی جو)

این هایکو، هم آفتابی است، هم رنگارنگ است و هم کمی خوشبو. اگر قبلاً به فروشگاه ماهی های زینتی رفته باشید، یادآور تصویر خوشی برایتان می شود. اما احتمال دارد که انسانی هیچ گاه در زمان حیاتش به فروشگاه ماهی زینتی نرود؛ به همان اندازه و به سادگی احتمال دارد که هیچ گاه یک بوته نخود را از نزدیک ندیده باشیم. اما در آخر چه کارهای مهم و ویژه ای داشتیم که به ملاقات بوته نخود نرفتیم؟

گذر کردم از راهی دگر

اما باز دلتنگم

از غروب پائیزی (آزومی آتسوشی)

شاعر برای رفع دلتنگی، از راهی تازه مسیر خود را ادامه می دهد؛ اما این ترند، شادی چندان نصیبش نمی کند.

شب سیاه عجیب

روباهی روی زمین می خزد

برای خربزه زیبا (باشو)



سامان جمشیدی
مدرس زبان انگلیسی
آکادمی سامان

به یادآوری واژگان زبان انگلیسی با کمک هوش مصنوعی (Retaining English Vocabulary through the Help of AI)

اصولاً، بخش قابل توجهی از اطلاعات جدید در مدت کوتاهی از حافظه حذف می‌شود. اینجاست که نقش هوش مصنوعی پررنگ می‌شود.

نقش هوش مصنوعی در یادگیری و تثبیت واژگان

هوش مصنوعی با استفاده از الگوریتم‌های یادگیری ماشین و پردازش زبان طبیعی (NLP) می‌تواند فرایند یادگیری واژگان را به صورت هوشمند مدیریت کند. مهم‌ترین قابلیت‌های AI در این حوزه عبارت‌اند از:

شخصی‌سازی یادگیری (Personalized Learning)

سیستم‌های مبتنی بر هوش مصنوعی می‌توانند سطح زبان، سرعت یادگیری، نقاط ضعف و قوت هر زبان‌آموز را تحلیل کرده و واژگان را متناسب با نیاز فرد ارائه دهند. این شخصی‌سازی باعث افزایش تمرکز و ماندگاری واژگان می‌شود.

تکرار فاصله‌دار هوشمند (Spaced Repetition)

اپلیکیشن‌های مبتنی بر AI با تحلیل عملکرد زبان‌آموز، زمان مرور هر واژه را به گونه‌ای تنظیم می‌کنند که درست پیش از فراموشی مجدد مرور شود. این روش یکی از مؤثرترین تکنیک‌ها برای انتقال اطلاعات از حافظه‌ی کوتاه‌مدت به بلندمدت است.

یادگیری در بستر معنا و کاربرد

هوش مصنوعی می‌تواند واژگان را در قالب جمله، متن، مکالمه و سناریوهای واقعی ارائه دهد. این رویکرد باعث می‌شود زبان‌آموز نه تنها معنی واژه، بلکه کاربرد صحیح آن را نیز بیاموزد.

ابزارهای هوش مصنوعی در حفظ واژگان

امروزه ابزارهای متعددی از هوش مصنوعی برای یادگیری زبان استفاده می‌کنند، از جمله:

چت‌بات‌های هوشمند که امکان مکالمه‌ی تعاملی فراهم می‌کنند؛

حفظ و ماندگاری واژگان زبان انگلیسی همواره یکی از چالش‌های اصلی زبان‌آموزان در سطوح مختلف بوده است. با پیشرفت فناوری‌های دیجیتال و ظهور هوش مصنوعی (Artificial Intelligence)، روش‌های نوینی برای بهبود فرایند یادگیری و تثبیت واژگان ارائه شده است. این مقاله به بررسی نقش هوش مصنوعی در افزایش ماندگاری واژگان زبان انگلیسی می‌پردازد و نشان می‌دهد که چگونه ابزارهای مبتنی بر AI از طریق شخصی‌سازی آموزش، تکرار هوشمند، تحلیل داده‌های یادگیرنده و تعامل پویا می‌توانند یادگیری واژگان را مؤثرتر و پایدارتر سازند.

مقدمه

واژگان، هسته اصلی مهارت‌های زبانی شامل خواندن، نوشتن، شنیدن و صحبت کردن را تشکیل می‌دهند. بسیاری از زبان‌آموزان علی‌رغم یادگیری تعداد زیادی واژه، در به کارگیری و به خاطر سپردن آن‌ها در بلندمدت با مشکل مواجه هستند. این مسئله عمدتاً به دلیل استفاده از روش‌های سنتی و غیرتعاملی مانند حفظ کردن فهرست واژگان بدون زمینه معنایی رخ می‌دهد. در سال‌های اخیر، هوش مصنوعی به عنوان ابزاری تحول‌آفرین در آموزش زبان مطرح شده و توانسته است رویکردهای جدیدی برای حفظ واژگان ارائه دهد.

چالش‌های سنتی در حفظ واژگان زبان انگلیسی

روش‌های سنتی آموزش واژگان معمولاً بر تکرار مکانیکی، ترجمه مستقیم و آزمون‌های کوتاه‌مدت متکی هستند. این روش‌ها اغلب: به تفاوت‌های فردی زبان‌آموزان توجهی ندارند؛ بازخورد فوری و هدفمند ارائه نمی‌دهند؛ در ایجاد انگیزه درونی برای یادگیری ناتوان هستند؛ و منجر به فراموشی سریع واژگان می‌شوند. بر اساس نظریه‌ی منحنی فراموشی ابینگهاوس، در صورت عدم مرور

لقمه‌های یادگیری

این قسمت: امتیاز گرفتن یا چانه‌زنی در مذاکره

Make a concession

دادن امتیاز

We're willing to make a concession if the delivery time is shortened.

ما حاضریم امتیاز بدهیم اگر زمان تحویل کوتاه‌تر شود.

Meet halfway

به نقطه میانی رسیدن / سازش دوطرفه

Let's meet halfway on the price.

بیاید روی قیمت به توافق میانی برسیم.

In exchange for

در ازای / در مقابل

We can offer a discount in exchange for a long-term contract.

می‌توانیم در ازای قرارداد بلندمدت تخفیف بدهیم.

That's a deal-breaker

این موضوع خطرناک است

A payment delay would be a deal-breaker for us.

تأخیر در پرداخت برای ما قابل قبول نیست.

We're flexible on...

در مورد ... انعطاف‌پذیر هستیم

We're flexible on the payment terms.

در شرایط پرداخت انعطاف داریم.

Push for better terms

برای شرایط بهتر فشار آوردن

We're pushing for better terms on pricing.

در حال تلاش برای شرایط قیمتی بهتر هستیم.

What can you offer in return?

در مقابل چه چیزی پیشنهاد می‌دهید؟

If we agree to this, what can you offer in return?

اگر با این موافقت کنیم، شما در مقابل چه امتیازی می‌دهید؟

Leverage

اهرم فشار / برگ برنده

We can use volume as leverage to reduce the price.

می‌توانیم از حجم سفارش به‌عنوان اهرم برای کاهش قیمت استفاده کنیم.

On the condition that...

به شرطی که...

We'll accept the offer on the condition that support is included.

این پیشنهاد را به شرطی می‌پذیریم که پشتیبانی هم لحاظ شود.

Let's put this on the table

این پیشنهاد را مطرح کنیم

Let's put a revised proposal on the table.

بیاید یک پیشنهاد اصلاح‌شده مطرح کنیم.



اپلیکیشن‌های آموزش زبان با تحلیل داده‌های یادگیری؛ سیستم‌های پیشنهاددهنده واژگان بر اساس علایق و اهداف زبان‌آموز؛ و پلتفرم‌هایی که بازخورد فوری و اصلاح خطاها را ارائه می‌دهند. این ابزارها باعث افزایش درگیری شناختی (Cognitive Engagement) و در نتیجه بهبود ماندگاری واژگان می‌شوند.

تأثیر انگیزشی هوش مصنوعی

یکی از مزایای مهم AI در آموزش واژگان، افزایش انگیزه زبان‌آموزان است. استفاده از عناصر بازی‌وارسازی (Gamification)، امتیازدهی، چالش‌های هوشمند و بازخورد مثبت، یادگیری را از یک فعالیت خسته‌کننده به تجربه‌ای پویا و جذاب تبدیل می‌کند. انگیزه بالاتر مستقیماً با تداوم یادگیری و تثبیت واژگان مرتبط است.

محدودیت‌ها و ملاحظات

با وجود مزایای فراوان، استفاده از هوش مصنوعی بدون چالش نیست. وابستگی بیش از حد به فناوری، کاهش تعامل انسانی و نیاز به سواد دیجیتال از جمله محدودیت‌های این رویکرد هستند؛ بنابراین، استفاده مؤثر از AI باید در کنار راهبردهای آموزشی مناسب و نظارت معلمان انجام گیرد.

نتیجه‌گیری

هوش مصنوعی با فراهم کردن یادگیری شخصی‌سازی‌شده، تکرار هوشمند، ارائه واژگان در بستر معنا و افزایش انگیزه، نقش مؤثری در حفظ و ماندگاری واژگان زبان انگلیسی ایفا می‌کند. نتایج این مقاله نشان می‌دهد که تلفیق هوش مصنوعی با روش‌های آموزشی نوین می‌تواند تحولی اساسی در آموزش واژگان ایجاد کند و زبان‌آموزان را به یادگیری پایدار و عمیق‌تر سوق دهد. آینده آموزش زبان بدون تردید با فناوری‌های هوشمند گره خورده است.



پرسش و پاسخ

اگرآوری و ویرایش: نیلوفر فیاض

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

پرسش این ماه:

آیا احساس می کنید که در محیط کار، همه افراد به یک اندازه دیده و شنیده می شوند؟ اگر نه چه تغییری نیاز است؟

● داریوش جهانگیرمقدم

بانکدار فروش تخصصی، شعبه هشت بهشت اصفهان

بی عدالتی سازمانی، از ضعف معیارها زاده می شود و تا زمانی که ابزارها و خط کش اندازه گیری ارزش کارکنان در سازمان، تنها سطح و خروجی های ظاهری را اندازه گیری کنند و سنجش عمیق از دایره توانایی نظام ارزیابی حذف شود، «دیده و شنیده شدن» تنها تابعی از میزان نمایش و برجسته سازی کار خواهد بود نه عمق، تعهد و کیفیت واقعی کار و موجب می شود تلاش های عمیق و مسئولانه ای که بی صدا اما مؤثر انجام می شوند، کمتر به چشم بیایند یا حتی اصلاً دیده نشوند. برقراری عدالت سازمانی واقعی و ایجاد فرصت های برابر رشد و ارتقای صحیح، مناسب و دقیق کارکنان هر سازمان، به سازوکاری نیاز دارد که در آن، ارزش کار و تعهد عمیق با کیفیت سنجی واقعی شناخته و فهمیده شود، نه با کمیت گرایی ظاهری.

عدالت سازمانی واقعی آنجاست که تعهد خاموش، ارزشی هم سنگ با دستاوردهای نمایشی داشته باشد.

● امیرعلی همتی

کارمند عیب یاب خودپرداز، اداره نقد و اوراق بهادار

فکر می کنم همیشه همه افراد به یک اندازه دیده و شنیده نمی شن. بعضی وقت ها نظرات برخی افراد بیشتر مورد توجه قرار می گیرد. به نظرم با ایجاد فرصت برابر برای اظهار نظر و توجه بیشتر به دیدگاه همه، می شه این موضوع رو بهتر کرد.

● صابر رضائی

بانکدار عملیات، شعبه اراک

دیده شدن افراد در سازمان الزاماً یکسان نیست و این موضوع ذات بعضی نقش هاست. مسئله زمانی ایجاد می شود که بین اثرگذاری واقعی و میزان دیده شدن فاصله بیفتد.

راه حل، دیده شدن برابر نیست؛ بلکه ارزیابی منصفانه بر اساس شاخص های شفاف عملکرد و گزارش دهی ساختاریافته است تا سرمایه انسانی پنهان هم دیده بشه. مورد دیگر هم میتونه هماهنگی استعدادهای اشخاص با نقش آن ها در سازمان باشد.

● مرتضی افشار

کارشناس ارشد بررسی مطالبات در معرض ریسک، مدیریت پیگیری مطالبات برای اینکه اکثریت افراد داخل سازمان احساس دیده شدن و عدالت نمایند می بایست معیارهای انتخاب افراد شفاف و مشخص باشد و در اختیار کلیه افرادی که انتخاب نشده اند نیز قرار گیرد. مهم ترین عامل برای احساس دیده شدن این است که می بایست تمامی افراد را متوجه این موضوع کرد که حرکت در راستای ارزش های تعیین شده و معیارهای سازمانی، سبب رشد فرد خواهد شد.

● علی توسن

بانکدار فروش، شعبه بازار کفاشها

به نظر من خیر؛ در محیط کار همه افراد به یک اندازه دیده و شنیده نمی شوند. این موضوع به صورت کاملاً شفاف در ارزیابی های عملکرد هم قابل مشاهده است؛ جایی که زحمات، تلاش مستمر و مسئولیت پذیری بسیاری از همکاران به درستی منعکس نمی شود و خروجی ارزیابی ها با واقعیت کار انجام شده همخوانی ندارد.

ادامه این روند باعث کاهش انگیزه و احساس بی عدالتی می شود. انتظار می رود

معیارهای ارزیابی عملکرد به صورت شفاف و قابل سنجش اعلام شود، بازخورد واقعی و مستمر به کارکنان داده شود و قدردانی از عملکرد مؤثر، حداقل در سطح شعبه، به عنوان یک رویه ثابت اجرا شود.

● تورج یادگاری

بانکدار فروش تخصصی، شعبه کرمانشاه

دیده شدن افراد در سازمان همواره متناسب با تلاش و عملکرد آنها نیست. گاه افراد پر حرف (خود ابرازگر) یا دارای ارتباطات قوی تر، بیشتر در معرض توجه قرار می گیرند. شفاف سازی معیارهای ارزیابی، ایجاد فرصت برابر برای بیان ایده ها و تقویت فرهنگ قدردانی منصفانه می تواند به تحقق عدالت بیشتر کمک کند. سازمان موفق، سازمانی است که «عملکرد واقعی» را مبنای توجه و رشد قرار می دهد، نه روابط یا حضور ظاهری.

● حامد دورقی نژاد

بانکدار فروش، شعبه اروند

معمولاً کارکنانی که احساس می کنند حرفشان شنیده می شود، عملکرد بهتری از خود نشان می دهند. یکی از آشکارترین و مهم ترین مزایای اهمیت به نظرات کارکنان و قدردانی از زحمات آنها، بهبود میزان تعهد و رضایت آنها است. توجه به این مسئله به مدیران سازمان کمک می کند تا عواملی را که باعث نارضایتی کارکنان می شوند، درک کنند و در اولین فرصت اقدامات لازم برای رفع آنها را انجام دهند.

وقتی کارکنان شما می بینند که نه تنها به دنبال جمع آوری نظرات آنها هستید، بلکه باتوجه به آن نظرات اقدامات اصلاحی انجام می دهید، احساس ارزشمند بودن می کنند. این امر به ساختن محیط کاری بهتر و افزایش تعهد کارکنان کمک می کند. در نتیجه، نیروی کار متعهد، عملکرد کسب و کار را بهبود می بخشد، فروش را افزایش می دهد، درآمد را بالا می برد و فرهنگ سازمانی را تقویت می کند.

و در آخر: ایجاد حس شنیده و دیده شدن در سازمان، باعث افزایش اعتماد به نفس کارکنان برای سوال پرسیدن می شود. این امر افراد را به یادگیری بیشتر در مورد نقش خود، تیم و سازمانشان ترغیب می کند. زمانی که آنها درک جامعی از عملکرد سازمان (بانک) داشته باشند، توانایی های خلاقانه شان تقویت می شود. حس دیده شدن، کارکنان را تشویق می کند تا فراتر از وظایف خود عمل کنند و خلاقیت به خرج دهند.

● امیر خوش اخلاق

بانکدار عملیات، شعبه هفده شهریور تبریز

به یک اندازه دیده یا شنیده می شوند؟ نمی دونم چقدر در جو شعبات هستید؛ ولی ای کاش در حد همین دیده یا نشنیده شدن باشه. یه مثل ترکی هست که میگه تا تو عینک طرف ننشسته باشی به جایی نمی رسی. حتی اگر از جون و دل کار کنی. اگر بیشترین مسئولیت ها رو به گردن بگیری و به نحو احسن هم انجامش بدی. این مثل برای خیلی ها صدق میکنه. از بزرگترین مسائل مثل ارتقای شغلی گرفته تا کوچکترین مسائل حتی در گرفتن یک ساعت مرخصی استحقاقی. خیلی ها به خاطر این مسائل (غرض ورزی شخصی) هم از لحاظ روحی و جسمی و هم شغلی متضرر شدن. میگین پیشنهاد بدین این مسائل حل بشه؟ خب پیشنهاد من اینه مرجعی باشه که همیشه در دسترس باشه و بتونه صدای بچه ها رو بشنوه و به درخواست هاشون عملاً (عمل) کنه. نه با اینکه ایشالا درست میشه، نگران نباش و حرف های امیدوار کننده. امیدوارم همچین مرجعی ایجاد بشه و صدای همه شنیده بشه و همه به چیزی که استحقاقشون رو دارن برسند.

● محمد شاهماری نمین

مسئول دفتر، مدیریت حراست

خوشبختانه تو اداره ما همه به یک اندازه دیده و شنیده می شوند.

● محمدعلی لطیف پور

معاون شعبه، شعبه هفده شهریور تبریز

اینکه دیده نشدن در بانک سامان وجود دارد یا نه که قطعاً وجود دارد، چون برخورد و تصمیم، انسانی است و خطای انسانی محتمل بودنش قطعی است. اما اینکه در این خطا چه طیفی دخیل است مواردی را می توان نام برد: عمدی بودن به دلیل تفاوت در سیلایق، غیر عمدی به دلیل عدم ارائه عملکرد خود فرد برای مسئول، چرا که حتماً باید بعضاً عملکرد را به مسئول بیان کرد چرا که هجوم اطلاعات درست و نادرست برای یک مسئول همیشه وجود دارد.

در نهایت چه مواردی را در طیف دیده شدن قرار می دهیم که نسبت به آن انتظار دیده شدن داریم این موارد آیا برای مسئول و سازمان هم در مجموعه موارد مدنظر پرسنل، می باشد یا خیر.

● سجاد پیر نجم الدین

مسئول مرکز خدمات، شعبه هشت بهشت اصفهان

فاجعه بدتر از دیده نشدن و آنچه که در سازمان در حال حاضر به شدت عذاب آور شده است پدیده یکسان بینی افراد می باشد. یعنی زمانی که کارمندان مؤثر و پرتلاش در هر پوزیشن و جایگاه شغلی (عملیات، فروش، فروش تخصصی) که ۸۰ درصد امور جاری را به دوش می کشند، به هنگام ارزیابی عملکرد که یک نتیجه ملموس برای کار فرد در مدت ۶ ماه می باشد با دید اشتباه و سهوی فرد ارزیابی کننده و با رعایت مساوات بجای برقراری عدالت (اگر نگویم سلیقه ای) نمره مشابه سایرین می گیرند، باعث سرافکندگی و سرخوردگی درونی شخص می شود که باعث تضعیف روحیه و بهره وری می شود. در اینصورت ارزیابی نشدن بسا بهتر از اشتباه ارزیابی شدن است، دیده شدن پیشکش.

● علیرضا مقدسی

بانکدار فروش تخصصی، شعبه بازار

به نظرم دیده شدن در محیط کار یعنی ارزش، نظر و تلاش فرد به طور واقعی مورد توجه قرار بگیرد. اما در اغلب محیط ها همه افراد به یک اندازه دیده نمی شوند؛ عواملی مثل نقش شغلی، شیوه بیان، روابط و فرهنگ سازمانی باعث این نابرابری می شود. برای بهبود شرایط می توان موارد زیر را نام برد.

- ایجاد فضای امن برای بیان نظر بدون ترس از قضاوت

- شفاف سازی معیارهای ارزیابی و ارتقا

- مدیریت آگاهانه سوگیری ها توسط مدیران

- دادن فرصت برابر برای مشارکت در جلسات و پروژه ها

- ارائه بازخورد منصفانه و منظم به همه افراد

● عادل برزگری

بانکدار عملیات، شعبه اروند

خب باید بگم که خداروشکر توی سازمانی کار می کنم که افراد به خوبی دیده و شنیده می شوند.

وقتی کارکنان بدانند که حرفشان شنیده می شود، برای به اشتراک گذاشتن ایده ها، دانش و مهارت های خود بیشتر تلاش می کنند. این امر می تواند به شناسایی فرصت های بهبود در فرایندها و روش های کاری منجر شود. همچنین، کارکنان می توانند در حل مشکلات و ارائه راه حل های خلاقانه مشارکت کنند.

بهترین سبزیجات برای سلامتی



خوبی برای سلامتی دارد. تحقیقات مختلف نشان داده اند که موجب کاهش تهوع و التهاب در بدن می شود. مکمل های تغذیه ای زنجبیل در کاهش قند خون نیز موثرند.

۷- مارچوبه

مارچوبه از سبزیجاتی است که خیلی در سفره ایرانی مصرف ندارد. این سبزی غنی از ویتامین و املاح معدنی است. به طور نمونه سرشار از فولات است. فولات نقش اساسی در تشکیل لوله عصبی در سه ماهه اول بارداری دارد.

رژیم بهتر است یا ورزش

برای لاغری و کاهش وزن به هر دو آن ها نیاز است. برخی افراد که از ورزش دل خوشی ندارند حاضرند هیچ غذایی نخورند تا لاغر شوند و از طرف دیگر برخی تصور می کنند با ورزش زیاد از حد و عدم رعایت رژیم می توانند لاغر بشوند. هر دو این گروه تصویری اشتباه دارند. کاهش وزن اصولی و سالم نیازمند رژیم غذایی و انجام ورزش است. برای کاهش وزن نیاز است تا کالری دریافتی تا حدی البته با نظر مشاور تغذیه محدود شود. به عبارت دیگر برای لاغر شدن لازم است تا بیشتر از کالری دریافتی، کالری بسوزانید.

چرا برای لاغری باید ورزش کنیم؟

کاهش وزن تنها محدودیت کالری نیست. بدون انجام ورزش و ساخت بافت عضلانی، لاغری کاری دشوار است. در یک تحقیق انجام شده ۹۰ درصد افراد شرکت کننده که بدون ورزش کردن، کاهش وزن داشته اند تا دو سال بعد از آن مجدداً به وزن قبل و حتی بیشتر بازگشتند. شاید شنیده اید که ورزش کردن باعث افزایش اشتهاست.

این درست نیست ورزش با افزایش ترشح هورمون ها و تنظیم سطح آن ها به تنظیم اشتها کمک می کند. انجام ورزش مانع از اشتهای بیش از حد و پرخوری می شود.

همه انواع سبزیجات برای سلامتی مفید هستند. بیشتر سبزیجات کم کالری و پر از ویتامین، املاح معدنی و فیبر هستند. در این جا بهترین سبزیجات برای سلامتی را معرفی کرده ایم:

۱- اسفناج

اسفناج از سبزیجات برگ سبز است. یک لیوان از خام آن ۵۶ درصد نیاز روزانه به ویتامین A و کل نیاز روزانه به ویتامین K را تامین می کند. اسفناج حاوی ترکیبات آنتی اکسیدانی قوی است که احتمال بروز بیماری های مزمن را کاهش می دهد.

۲- هویج

هویج سرشار از بتا کاروتن است که در بدن به ویتامین A تبدیل می شود. محتوای آنتی اکسیدان های قوی هویج موجب کاهش خطر ابتلا به بیماری و سرطان های ریه و پروستات می شود.

۳- بروکلی

بروکلی از خانواده کلم ها است. سرشار از ترکیبات گیاهی سولفوردار می باشد. ترکیبات سولفوری خاصیت ضد سرطانی قوی دارند و مانع از رشد سلول های سرطانی می شوند.

۴- سیر

سیر در زمان های قدیم کاربردهای دارویی بسیار داشته و به عنوان داروی تلقی می شده است. تحقیقات جدید نشان می دهند که سیر در کاهش سطح کلسترول و چربی خون بالا موثر است. همچنین برخی مطالعات نشان داده اند که موجب کاهش سطح قند خون می شود و خاصیت ضد سرطانی دارد.

۵- نخود سبز

نخود سبز حاوی مقدار زیادی فیبر است. فیبر در حفظ سلامت دستگاه گوارش کمک شایانی دارد. همچنین حاوی ترکیباتی است به نام ساپونین که اثرات ضد سرطانی دارد.

۶- زنجبیل

زنجبیل گیاهی دارویی بسیار قوی است. مصرف مقدار کم آن اثرات بسیار



چرا رژیم غذایی کاهش وزن باید داشته باشیم؟

در این مقاله مواد غذایی سرشار از آهن را معرفی کرده ایم:

تخم مرغ، گوشت، جگر

این سه مورد جز بهترین منابع آهنی هستند. پروتئین های حیوانی حاوی مقدار خوبی از آهن هستند.

نخود سبز

نخود فرنگی یکی از منبع آهنی گیاهی است که به خصوص برای افرادی که تمایل چندانی به گوشت ندارند می تواند انتخاب خوبی باشد اما قطعا جایگزین گوشت نیست! یک لیوان نخود سبز پخته حاوی پنج میلی گرم آهن است.

دانه کدو حلوائی

دانه های کدو حلوائی نیز منبع خوب آهن گیاهی می باشند. یک چهار لیوان از آن حاوی ۲ میلی گرم آهن است.

سویا

یک لیوان سویا حاوی ۴ میلی گرم آهن است. همچنین سویا منبع خوب مس است که به تقویت سیستم ایمنی و عروق خونی کمک می کند.

عدس

عدس نیز یکی دیگر از منابع آهن گیاهی است. یک لیوان عدس حاوی ۶ میلی گرم آهن است.

اسفناج

اسفناج پخته و خام هر دو منبع خوب آهن هستند. یک لیوان اسفناج پخته ۶ میلی گرم آهن است.

ورزش تنها نیز موثر نخواهد بود. افرادی که تنها ورزش می کنند و رژیم غذایی ندارند تصور می کنند به علت ورزش زیاد مجاز هستند تا هر میزان که می خواهند کالری دریافت کنند. این صحیح نیست زیرا دچار پرخوری شده و حتی کاهش دچار اضافه وزن نیز می شوند. برای لاغری باید رژیم غذایی کاهش وزن داشت. برنامه ای اصولی و سالم در کنار انجام ورزش های منظم و مناسب به لاغری شما کمک می کنند.

مواد غذایی سرشار از آهن

آهن برای سوخت و ساز بدن، بافت عضلانی و انقباضات، عملکرد طبیعی بدن ضروری است. کمبود آهن یکی از کمبودهای تغذیه ای شایع در سراسر دنیا است که البته بیشتر در بین زنان به خصوص در سنین باروری و کودکان شایع است.

آهن نقش های مهمی در بدن دارد. آهن در تشکیل هموگلوبین در سلول های قرمز خون نقش دارد که اکسیژن را در بدن انتقال می دهند. همچنین آهن در تشکیل هورمون ها و بافت های همبند نیز نقش ساختاری دارد. آهن ریز مغذی نیست که از کمبود آن به توان به سادگی گذشت. با توجه به نقش های مهم و کلیدی کمبود آن باعث ضعف عملکردی بدن می شود. کم خونی فقیر آهن بیماری ناشی از آن است. نشانه های این نوع کم خونی ضعف و بی حالی بدن، کم انرژی بودن، بی حوصلگی، مشکلات گوارشی، دمای نامتعادل بدن، ابتلا به عفونت و مریضی ها است. زنان در سنین باروری به ۱۸ میلی گرم در روز آهن احتیاج دارند. این مقدار به ۲۷ میلی گرم در روز برای زنان باردار می رسد. مقدار نیاز مردان به آهن ۸ میلی گرم است.



تغییر به سمت بهبود شدن

تحويل به موقع، کار استاندارد، استفاده از تجهیزات کارآمد است. هدف کلی کایزن ایجاد تغییرات کوچک در طی یک دوره زمانی برای ایجاد پیشرفت در یک سازمان است. این بدان معنا نیست که تغییرات به آرامی اتفاق می افتند؛ بلکه یعنی تغییرات کوچکی که اکنون انجام می شوند، می توانند تأثیرات زیادی در آینده داشته باشند. ایده اصلی کایزن این است که همه در موفقیت سازمان سهیم بوده و باید در هر زمان تلاش کنند تا مدل کسب و کار بهتر شود.

در نگاه کایزنی برای تحقق بهبود تدریجی و مستمر در سازمان ها باید سه اقدام اساسی صورت گیرد:

- کلیه فعالیت هایی که هزینه را هستند ولی ارزشی تولید نمی کنند باید حذف شوند. MUDA

- فعالیت هایی که به شکلی در جای دیگری به صورت موازی انجام می شوند با یکدیگر تلفیق شوند. MURI

- آن دسته از فعالیت هایی که برای تکمیل و بهبود سطح کیفی خدمات لازمند به فعالیت های سازمان افزوده شوند. MURA

اصول کایزن:

اجرای موفقیت آمیز اصول کایزن مستلزم ایجاد ذهنیت صحیح در یک سازمان است. به همین علت اصول رویکرد کایزن نیز ذهنیت افراد را هدف قرار می دهد و هسته ی بنیادین آن است:

۱. همه چیز را زیر سوال ببرید.

سعی نکنید گذشته و بهترین شیوه های قدیمی را توجیه کنید. کایزن، با زیر سوال بردن فرآیندهای فعلی شروع می شود. در هر سازمانی قوانینی نانوشته و گاه مخرب و سمی وجود دارد. هر چیزی که در حال حاضر به عنوان بهترین شناخته می شود می تواند بهبود یابد.

۲. ایده های ثابت را کنار بگذارید.

در اصل دوم از رویکرد کایزن همیشه باید ذهن خود را برای تغییر باز نگه دارید. همیشه ایده های ثابتی در مورد نحوه ی انجام کارها وجود دارد و در این رویکرد لازم است تا آنها را به چالش بکشید. اگر بر ایده ی خاصی تمرکز دارید و به انجامش عادت کرده اید با این سوال شروع کنید که اگر برعکس آن

جامعه صنعتی در حال پیشرفت و ورود به عصر اطلاعات و ارتباطات است. بنابراین همواره باید به دنبال یافتن راه حل های کارا تر و سودبخش تر برای انجام خدمات باشیم. بهبود مداوم کسب و کار، ویژگی دائمی هر سیستم مدیریت کیفیت است. آنچه بهبود مستمر را تضمین می کند، مجموعه اقدامات انجام شده در داخل سازمان است. یکی از این اقدامات، معرفی فلسفه کایزن است که به شما اجازه می دهد تشخیص دهید چه نوع مشکلی رخ داده، آیا مشکل فوری است؟ چه وظایف بهبودی را باید انجام دهید؟

فلسفه کایزن بیان می کند که پیشرفت در یک کار، وابسته به انجام تغییرات کوچک و جزئی توسط تمام دست اندرکاران آن است، که در آینده به پیشرفت بزرگ تری منجر می شود.

کایزن چیست؟

کایزن در ژاپن طی جنگ جهانی دوم بوجود آمده است که تعریف آن تغییر به سمت بهتر شدن یا بهبود مستمر و تدریجی است. در واقع کایزن بر این فلسفه استوار است که برای ایجاد بهبود در سازمان ها لازم نیست به دنبال تغییرات انفجاری یا ناگهانی باشیم، بلکه هر نوع بهبود یا اصلاح به شرط آنکه پیوسته و مداوم باشد، ارتقای بهره وری را در سازمان ها به ارمغان خواهد آورد.

KAI (تغییر) + ZEN (بهبود) = KAIZEN

فلسفه کایزن عبارت است رشد و توسعه تدریجی و همیشگی از طریق بهتر انجام دادن کارهای کوچک به منظور نیل به استانداردهای بالاتر و بهتر. فلسفه کایزن بر این اصل استوار است که شیوه زندگی انسان شامل زندگی شغلی، زندگی اجتماعی، و زندگی خانوادگی باید پیوسته و مداوم بهبود یابد. از ویژگی های جالب کایزن عدم نیاز قطعی آن به فناوری پیچیده و یا آخرین دست آورد های فنی است. هدف کلی کایزن این است که شناسایی کند که فرآیندها از کجا خراب شده و مشکلات از کجا ناشی می شوند و دلیل اصلی را برای رفع مشکل از همان ابتدا ارائه می دهد. در فلسفه کایزن، حتی رهبران نیز باید آمادگی لازم را برای یافتن اشتباهات خود و رفع آنها با استفاده از اصول کایزن داشته باشند. هیچ کس به دلیل این خطاها یا اشتباهات در یک محیط کایزن مجازات نمی شود. آنها به عنوان فرصت هایی برای رشد و یادگیری در نظر گرفته می شوند. برخی از اهداف اصلی فلسفه کایزن شامل کنترل کیفیت،

را باور داشته باشید چه اتفاقی می افتد؟

۳. مشکلات و اتلاف‌ها را به عنوان فرصت ببینید.

وقتی شانس به شما رو می‌کند و تنها یک بار در زندگیتان اتفاق می‌افتد چطور از آن استفاده می‌کنید؟ باید بدانید که چنین فرصت‌هایی به وفور در مقابلتان وجود دارد؛ کافی است که آنها را ببینید! اصل سوم کایزن می‌گوید که تمام مشکلاتی که کسب‌وکاران با آن مواجه است، همان فرصت‌ها و شانس‌های بزرگ زندگیتان هستند. مشکلات فرصت‌هایی برای ارائه‌ی راه‌حل، رشد، بهبود گسترش استعدادها و بهتر شدن و در نتیجه کسب درآمد بیشتر است.

۴. هوشمندانه تصمیم بگیرید.

هنگام برخورد با مشکلات هوشمندانه تصمیم بگیرید. اگر می‌خواهید دائماً عملکرد خود را در کسب‌وکاران بهبود ببخشید، اصل چهارم کایزن می‌گوید که با مسائل هوشمندانه‌تر مواجه شوید. هوشمندانه به معنای توانایی تفکر و عمل با کمک دانش، تجربه، درک، عقل سلیم و بینش قوی است.

۵. نگرش مثبت.

حفظ نگرش مثبت یکی از مهم‌ترین اصول کایزن است. فقط با کمک ذهن مثبت می‌توانید فرصت‌های جدید را ببینید. فرصت‌هایی که به رشد خودتان و سازمانتان منتهی می‌شود. با حفظ چشم‌انداز مثبت می‌توانید انگیزه برای اعمال تغییرات و بهبود محیط سازمان‌تان را تقویت کنید.

۶. بهانه نیاورید و نتوانستن را از فرهنگ لغات خود حذف کنید.

اصل ششم کایزن می‌گوید که به جای فکر کردن به اینکه چرا نمی‌توانید کاری را انجام دهید به این فکر کنید که چطور آن را انجام دهید. هر چقدر هم ذهنیت مثبتی داشته باشید ممکن است شرایط را همانطور که هست بپذیرید و باور کنید که بهبود به سادگی امکان‌پذیر نیست. اما این طرز فکر کاملاً اشتباه است. در این شرایط می‌توانید از تغییر دیدگاهتان در ارتباط با امکان‌پذیر نبودن تغییر در فرآیندی خاص شروع کنید. مطمئن باشید که حتماً راهی برای انجام آن وجود دارد! زاویه‌ی دیدتان را تغییر دهید به دنبال موارد زیر باشید:

- * ساده‌تر شدن
- * سریع‌تر شدن
- * راه‌حل‌های ارزان‌تر
- * راهکارهای بهتر
- * ایجاد روابط کارآمدتر

۷. خلاقیت از هزینه مهم‌تر است.

در رویکرد کایزن نیازی به سرمایه‌گذاری بزرگ نیست. کافی است که از خلاقیت خود استفاده کنید. به خاطر داشته باشید که اگر انگیزه‌ی کافی وجود نداشته باشد هیچ راهی برای ایجاد تغییر نخواهید یافت. اما اگر انگیزه‌ی کافی وجود داشته باشد، ایده‌های خلاقانه‌ی زیادی برای تغییر وجود خواهد داشت.

۸. از همه ایده بخواهید

در عصر اطلاعات لازم است که اطلاعات دقیقی را در سازمانتان به کار بگیرید. با این حال هرگز نباید در این مسیر به داده‌ها و اطلاعات یک فرد تکیه کنید. هر کسی تعبیر خاصی از جهان دارد و شرایط را از زاویه‌ای متفاوت می‌بیند. اصل هشتم کایزن می‌گوید که هرچه زوایای بیشتری را درک کنید، به واقعیت عینی نزدیک‌تر می‌شوید. هر چه ایده‌های بیشتری در اختیار داشته باشید به نتایج بهتری خواهید رسید.

۹. داده‌محور باشید

در اصل نه از رویکرد کایزن لازم است که داده‌ها را اصول کارتان بدانید. هر تغییری که انجام می‌دهید باید مبتنی بر داده‌ها باشد. در واقع باید برآورد کنید

که آیا واقعاً راه تازه‌ای برای بهتر انجام دادن کارها یافته‌اید یا نه. نمی‌توانید تنها بر مبنای فرضیات پیش بروید. به خاطر داشته باشید که تنها می‌توانید چیزهایی را بهبود بخشید که قادر به ارزیابی‌شان باشید. همیشه باید بدانید که چه چیزی را می‌خواهید بهبود ببخشید و این بهبود بر اساس کدام معیارها است.

۱۰. اقدام کنید

این اصل کایزن می‌گوید که نمی‌توانید تغییر را تنها بر اساس دانش نظری در سازمانتان پیاده‌سازی کنید. به همین علت لازم است تا اقدام کنید و در عمل بینش قابل استنادی در ارتباط با عملکردهایتان به دست آورید.

۱۱. راه‌حل ساده را انتخاب کنید نه کامل

این اصل از رویکرد کایزن این است که سادگی همیشه بهتر از پیچیدگی است. تغییر همیشه سخت است و تغییرات پیچیده سخت‌تر هم هستند. بنابراین راه‌حل ساده را انتخاب کنید تا بتوانید اجرای آن را فوراً شروع کنید. یک تغییر کوچک موفقیت‌آمیز در سازمانتان این انگیزه را ایجاد می‌کند تا تغییرات جدید و بزرگ‌تری را اعمال کنید.

۱۲. اگر اشتباه کردید، فوراً آن را اصلاح کنید

هنگام نوآوری و بهبود فرآیندها اشتباه امری اجتناب‌ناپذیر است. ممکن است دائماً شکست بخورید و گزینه‌هایی را ارائه کنید که کارآمد نیستند. اما به خاطر داشته باشید که همین شکست‌ها رمز موفقیت است. زمانی که در حال بهبود فرآیندها هستید مطمئناً دچار اشتباه می‌شوید. اما از اشتباهات و شکست‌ها نترسید. مهم این است که اجازه ندهید اشتباهات بزرگ و غیرقابل کنترل شوند.

۱۳. کایزن بی پایان است

مهم‌ترین نکته‌ای که در مورد رویکرد کایزن باید به خاطر بسپارید این است که پایانی برای این رویکرد وجود ندارد. مهم نیست که چقدر در سازمانتان تغییر ایجاد کرده‌اید، همیشه راهی برای بهتر شدن وجود دارد. اگر پیشرفت را متوقف کنید شروع به عقبگرد خواهید کرد.

۱۴. پیاده‌سازی کایزن را لذت بخش کنید

لذت بردن از اجرای اصول کایزن باید بخشی از فرهنگ سازمانتان شود. اگر از ایجاد تغییر در سازمانتان و بهبود در آن لذت نبرید کایزن تنها یک اجبار ناراحت‌کننده است که هیچکس تمایلی به انجامش نخواهد داشت. اما اگر رویکردی مثبت را در پیش بگیرید به کارگیری این شیوه برای همه خوشایند خواهد بود و به نتایج بهتری دست پیدا می‌کنید. فلسفه‌ی کایزن برای بهبود فرآیندهای تولید ایجاد شد و یکی از عناصری است که به موفقیت تولید در ژاپن منتهی شد. هدف اصلی کایزن بهبود در بهره‌وری، بازدهی و امنیت است. اما افرادی که از این رویکرد پیروی می‌کنند اغلب از مزایای فراوان دیگری نیز منتفع می‌شوند:

دستیابی به نتایج بهتر، اتلاف کمتر، رضایت بیشتر کارکنان، تعهد بیشتر، بهبود حفظ مشتری‌ها، متمایز شدن در رقابت، افزایش رضایت مشتری‌ها، بهبود فرآیند حل مشکلات بهبود عملکرد تیم‌ها، ضایعات را در فرآیند کسب و کار به حداقل می‌رساند، سبب تقویت کار تیمی و انسجام درونی مجموعه می‌شود، افراد را برای ارائه ایده‌های بیشتر تشویق می‌کند. سبب تقویت کار تیمی و انسجام درونی مجموعه می‌شود.

نتیجه‌گیری آنکه: یکی از موضوعاتی که در سازمان‌ها کمتر مورد توجه قرار می‌گیرد، توجه به تغییر به شکل مستمر و همیشگی است. رویکرد کایزن (Kaizen) با این ایده‌ی اصلی که همیشه راهی برای بهتر شدن وجود دارد می‌تواند نتایج مثبتی و قابل توجهی را برای سازمان‌ها به همراه داشته باشد.

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه /باجه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمابر	نام مسئول شعب/باجه‌ها
۱	آفریقا	۸۰۱	تهران، بزرگراه آفریقا، نرسیده به چهارراه جهان کودک، پلاک ۳۱	۸۸۷۴۴۵۷-۶۱	۸۸۷۳۷۳۷	نیما کیلانی
۲	مرکزی	۸۰۲	تهران، خیابان انقلاب، بین چهارراه کالج و چهارراه ولیعصر، پلاک ۸۰۳	۶۶۵۸۹۳۳-۶۶۵۹۰۵۰	۶۶۹۷۱۰۶۱	شاهرخ نیری
۳	اصفهان	۸۰۳	اصفهان، خیابان فردوسی، نبش خیابان منوچهری، ساختمان امیر، پلاک ۱۳	۰۳۱-۳۳۲۳۰۴۲۴-۷	۰۳۱-۳۳۲۳۰۴۲۸	جمشید باقری
۴	باغ فردوس	۸۰۴	تهران، خیابان ولیعصر، نرسیده به میدان تجریش، روبروی باغ فردوس، پلاک ۲۹۴۴	۲۳۷۴۰۷۷۵	۲۳۷۴۰۷۱۵	تیمور مظاهری
۵	پاسداران	۸۰۵	تهران، خیابان پاسداران، مقابل بوستان ششم، جنب برج سفید، پلاک ۲۵۰	۲۲۵۹۶۵۸	۲۲۵۹۷۵۰	مهدی عبدلی ویشه
۶	بازار	۸۰۶	تهران، بازار بزرگ، خیابان ۱۵ خرداد غربی، بین چهارراه گل‌بندک و خیابان ابوسعید، پلاک ۶۸۱	۵۵۵۷۵۷۳۸-۹	۵۵۵۷۶۴۹۵	امین بیگلری
۷	صادقیه	۸۰۷	تهران، ضلع جنوب شرقی فلکه اول صادقیه، پلاک ۹۱۸	۴۴۲۵۴۵۱۸-۲۰	۴۴۲۵۴۵۱۷	شادمان غفوری
۸	اقدسیه	۸۰۸	تهران، خیابان اقدسیه (موجود دانش)، نبش کوچه نسیم، پلاک ۶۳	۲۳۸۳۳۲۴۹-۵۶-۲۳۸۳۳	۲۳۸۳۳۲۴۵	حیدررسالی فر
۹	میرداماد	۸۰۹	تهران، خیابان میرداماد، نرسیده به میدان مادر، پلاک ۱۴۸	۲۳۹۳۴۵۱-۴	۲۳۹۳۴۶۳	مهدی عامری
۱۰	دکتر فاطمی	۸۱۰	تهران، خیابان دکتر فاطمی، روبه‌روی خیابان کاج، نبش کوچه ششم (شیخ‌الر)، پلاک ۱۴۰	۸۸۹۸۲۱۸۱-۸۴	۸۸۹۸۲۱۹۴	نغمه خسروی
۱۱	سعادت آباد	۸۱۱	تهران، خیابان سعادت آباد، میدان کاج، پلاک ۱۳	۲۳۰۸۶۱۹۵-۲۰۰	۲۳۰۸۷۷۰۸	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	۴۴۹۶۵۰۱-۱۲	۴۴۹۶۵۲۲۸	حمزه قننات
۱۳	خیابان دولت	۸۱۳	تهران، خیابان دولت، نرسیده به چهارراه پاسداران، پلاک ۱۸	۲۳۷۶۴۲۸۲-۷	۲۳۷۸۱۰۶۹	مریم یددی
۱۴	میدان وتک	۸۱۴	تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از میدان وتک، 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	۸۸۵۷۷۶۰-۵-۱۰	۸۸۵۷۱۲۱۵	فرشته قانع
۱۶	اریکه ایرانیان	۸۱۶	تهران، بلوار فرحزادی، نبش اردغوان غربی، مجتمع اریکه ایرانیان، پلاک ۱	۲۳۵۹۲۷۵-۷۸	۲۳۳۵۳۵۱۶	آزاده روشن
۱۷	یافت آباد	۸۱۷	تهران، بزرگراه آیت اله سعیدی، یافت آباد شرقی، بازار میل ایران، پلاک ۲۰۲ و ۲۰۵	۶۶۲۱۱۰۱۴-۱۷	۶۶۳۳۷۱۱۰	-
۱۸	شهر ری	۸۱۸	شهری، میدان شهری، خیابان ۲۴ متری زکریای رازی(بیات)، پلاک ۲۵۷	۵۵۹۷۰۷۳۲-۵۵۹۷۰۷۳۸	۵۵۹۷۰۷۳۰	افشین فرج زاده
۱۹	ظفر	۸۱۹	خیابان ظفر، بعد از خیابان کازرون شمالی، پلاک ۱۲۸	۲۶۶۴۵۹۸۶-۲۶۶۴۵۷۱۵	۲۶۷۰۵۳۲۷	بهنام پویانفر
۲۰	آفریقای شمالی	۸۲۰	تهران، خیابان نلسون 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	۲۶۲۱۰۹۱۳-۱۴	۲۶۲۱۰۹۱۷	فرهاد عطائی فر
۲۲	پیروزی	۸۲۲	تهران، خیابان پیروزی، نبش خیابان عادلای	۳۳۳۳۳۱۴۷-۳۳۳۳۳۰۷۸	۳۳۳۳۳۱۴۳	فرخ فرجی
۲۳	ولنجک	۸۲۳	تهران، خیابان ولنجک، خیابان چهاردهم، پلاک ۷	۲۴۴۲۱۲۲۷-۳۱	۲۴۱۷۲۵۹۰	امیرعلی جدیدی
۲۴	خیابان آذربایجان	۸۲۴	تهران، خیابان آزادی، نبش خیابان آذربایجان، پلاک ۱۰۴۶	۶۶۰۶۷۸۸۲-۶۶۰۶۷۸۸۴-۶	۶۶۰۶۷۸۸۰	محمود لک
۲۵	شهرک اکباتان	۸۲۵	شهرک اکباتان، فاز یک، خیابان نفیسی، روبروی مخابرات، پلاک ۵۹	۴۷۰۰۵۰۴۱-۴۷۰۰۵۰۸۳	۴۴۶۵۴۳	نیما رسولی
۲۶	میدان آرژانتین	۸۲۶	تهران، میدان آرژانتین، اول خیابان بهمنی، پلاک ۲۱	۸۸۵۱۷۴۱۸-۸۸۵۱۷۶۶۴	۸۸۵۱۷۳۸۱	علیرضا رشیدی
۲۷	خیابان ملت اکباتان	۸۲۷	تهران، خیابان سعدی جنوبی، خیابان اکباتان، پلاک ۹۳	۳۳۹۹۸۰۰۵-۷ و ۱۲	۳۳۹۹۸۰۰۹	حسام حاجی حیدری
۲۸	قیطریه	۸۲۸	تهران، بلوار ۳۵ متری قیطریه، روبروی پارک قیطریه، پلاک ۸۵	۲۲۳۳۴۴۳۷-۸	۲۲۳۳۴۴۵۸	احسان کیانی
۲۹	ملاصدرا	۸۲۹	تهران، خیابان ملاصدرا، بعد از خیابان شیراز، پلاک ۱۳۲	۸۸۱۳۷۵۱۷-۸۸۱۳۷۴۴۸	۸۸۱۳۶۷۳۱	فاطمه حیاتی
۳۰	خیابان سید جمال الدین اسد آبادی	۸۳۰	تهران، خیابان سید جمال الدین اسد آبادی، نبش شمالی خیابان ۴۹، پلاک ۴۳۳	۸۸۱۷۱۹۳۵-۸۸۱۷۰۲۹۶	۸۸۶۸۲۸۳۷	بهنام عسگری علویچه
۳۱	میدان قزوین	۸۳۱	تهران، خیابان کارگر جنوبی، ضلع شمال شرقی میدان قزوین، پلاک ۱۸	۵۵۵۸۱۱۷۲-۴-۸	۵۵۴۸۱۱۷۹	مسلم مرتضوی فر
۳۲	خیابان دکتر بهشتی	۸۳۲	تهران، خیابان شهید دکتر بهشتی، بعد از چهارراه سهروردی، پلاک ۱۳۸	۸۸۵۱۲۶۰۳-۸	۸۸۷۶۶۶۹۹	سید محمد میرحسینی نیری
۳۳	خیابان کارگر شمالی	۸۳۳	تهران، خیابان کارگر شمالی، بالاتر از خیابان دکتر فاطمی، پلاک ۱۶۱۵	۰۲۱-۸۸۹۸۲۱۸۱-۵	۰۲۱-۸۸۹۸۲۱۹۴	-
۳۴	فلکه سوم تهرانپارس	۸۳۴	تهران، خیابان آیت اله خوشوقت، 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 آیت اله خوشوقت، نبش خیابان ۱۴۸ غربی، پلاک ۳۲	۷۷۷۲۳۲۵۰-۵۴	۷۷۷۲۳۲۵۵	سلیمان بیات
۳۷	بازار کفاشها	۸۳۷	تهران، بازار بزرگ تهران، سبزه میدان، بازار کفاشها، نبش بازار خیاطها، پلاک ۶۴	۵۵۱۵۱۸۰۲-۴-۵	۵۵۸۰۸۵۰۹	وحید میرزاخانی
۳۸	الهیه	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 ممیری، نبش بن بست ناطقی، پلاک ۵۳	۶۶۴۹۱۰۷۵-۸۵-۸۷	۶۶۴۹۱۰۷۳	رامتین سلیمانی
۴۰	شهرک راه آهن	۸۴۰	تهران، اتوبان همت غرب، شهرک گلستان، بلوار امیر کبیر، نرسیده به چهارراه کلهها، پلاک ۵۳	۴۴۷۳۸۹۵۹-۴۴۷۳۸۹۶۹	۴۴۷۳۷۸۸۸	محسن باقری نیا
۴۱	میدان نبوت	۸۴۱	تهران، بزرگراه رسالت، خیابان آیت، ضلع جنوب غربی میدان نبوت، پلاک ۵۲۰	۹-۷۷۹۴۰۴۲۸	۷۷۹۴۰۴۱۸	علی اکبر فتحی زاده
۴۲	دلاوران	۸۴۲	تهران، میدان رسالت، خیابان هنگام، بلوار دلاوران، بین چهارراه آزادگان و تکاوران، پلاک ۳۷۵	۷۷۲۱۳۸۴۸-۷۷۲۱۸۹۳۹۱	۷۷۲۱۳۷۷۷	زهره کسرانی پور
۴۳	شهران	۸۴۴	تهران، شهران، فلکه دوم شهران، ابتدای خیابان یکم، شماره ۴	۰۳۱-۴۴۴۹۵۲۳۸	۰۳۱-۴۴۴۹۵۲۳۸	-
۴۴	بلوار فردوس	۸۴۵	تهران، بزرگراه شهید ستاری، بلوار فردوس شرقی، پلاک ۴۳۴	۴۴۰۰۰۳۸۵-۶	۴۴۰۰۰۸۳۶	راحله خیر خواه
۴۵	فرودگاه امام خمینی	۸۴۶	تهران، ۳۰ کیلومتر تهران - قم، فرودگاه بین المللی امام خمینی، سان ورودی	۵۵۶۷۸۴۰۸-۹	۵۵۶۷۸۴۱۰	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	محمد رضا البرزی

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه/باجه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمای	نام مسئول شعب/باجه‌ها
۴۸	سرو	۸۴۹	تهران، سعادت‌آباد، بلوار سرو غربی، نبش شمال شرقی میدان سرو، پلاک ۷۷	۲۲۰۹۴۳۵۶	-	حسن رنجبر قلیچی
۴۹	ترمینال ۲ فرودگاه مهرآباد	۸۵۲	تهران، ابتدای جاده مخصوص کرج، ترمینال شماره ۲ فرودگاه مهرآباد پایین پارکینگ طبقاتی	۰۲۱-۴۴۶۹۵۳۴۳	۰۲۱-۴۴۶۹۵۳۴۳	-
۵۰	امین حضور	۸۵۳	تهران، میدان بهارستان، خیابان مصطفی خمینی، خیابان امیرکبیر شرقی، نبش کوچه جاویدی، پلاک ۱۴۰	۳۳۴۴۳۷۱۱-۳۳۴۴۳۷۰۴	۳۳۴۴۳۷۱۱	روح اله سیاوشی
۵۱	مولوی	۸۵۴	تهران، خیابان مولوی شرقی، نبش کوچه شهید علی اکبر قاسمی، پلاک ۵۱۸	۵۵۱۵۷۳۷۶-۵۵۱۵۷۱۰۹	۵۵۱۵۷۳۷۶	علی اکبر عینی
۵۲	خیابان لواسانی	۸۵۵	تهران، کلمرانیه، خیابان لواسانی غربی، نبش دوراهی آریا، پلاک ۳	۳۲۸۱۶۶۶۳-۳-۵	۳۲۸۱۶۶۸۹	حمید زرهونه
۵۳	تهرانسر	۸۵۶	تهران، تهرانسر، بلوار اصلی، نبش خیابان ۱۴	۴۴۵۸۷۵۹۶-۴۴۵۸۷۵۸۶	۴۴۵۱۷۶۶۲	مجید صادقی دستک
۵۴	هایر استار	۸۵۷	تهران، بزرگراه شهید باکری جنوب، مرکز خرید هایر استار	۰۲۱-۴۴۰۰۳۸۵-۶	۰۲۱-۴۴۰۰۶۸۲۶	-
۵۵	آصف	۸۵۸	تهران، زعفرانیه، بلوار یزدانی، نبش غربی خیابان ماکوئی پور، پلاک ۱۹	۲۶۸۰۲۳۲۷-۲۶۸۰۲۶۳۰	۲۶۸۰۲۹۰۱	علیرضا رحیمی خو
۵۶	میدان حسین آباد	۸۵۹	تهران، چهارراه پاسداران، میدان حسن آباد، ساختمان مهدی، پلاک ۱۲۰	۲۲۹۶۰۰۱۳-۲۲۹۵۹۹۷۹	۲۲۹۵۹۹۰۹	محمود احسنی
۵۷	مقدس اردبیلی	۸۶۱	تهران، خیابان مقدس اردبیلی، نبش خیابان فرخ، پلاک ۱	۳۶۸۰۲۴۵۳-۳۶۸۰۲۴۰۹	۳۶۸۰۲۴۶۱	میرحسین آقاجانی
۵۸	خیابان ولیعصر - زرتشت	۸۶۲	تهران، بالاتر از میدان ولیعصر، نرسیده به خیابان زرتشت، نبش کوچه ناصر، پلاک ۱۷۷۷	۸۸۸۰۵۷۳۳-۸۸۹۰۶۱۷۸	۸۸۸۰۷۵۹۲	مونا رضایی
۵۹	خیابان دزاشیب - سه راه عمار	۸۶۳	تهران، میدان قدس، انتهای خیابان شهید کبیری (دزاشیب)، سه راه عمار، پلاک ۱۵۸	۲۲۷۵۳۹۱۴-۱۸	۲۲۷۵۳۹۱۳	-
۶۰	خیابان جمهوری	۸۶۵	تهران، خیابان جمهوری، بین خیابان ولی عصر و شیخ هادی، پلاک ۸۵۲	۶۶۹۷۶۳۹۴-۶۶۹۷۶۳۹۲	۶۶۴۵۹۳۸	عباس دانش بقا
۶۱	بهشتی - قائم مقام	۸۶۶	خیابان شهید بهشتی، بعد از بزرگراه مدرس، پلاک ۲۷۵	۸۸۵۳۶۲۸۹-۸۶۱۲۲۱۶۰	-	رضا محمدقاسمی
۶۲	برج سامان	۸۶۷	خیابان شریعتی، بالاتر از پل سیدخندان، نرسیده به بزرگراه همت نبش کوچه آنو بانک، پلاک ۱۰۰۵، برج سامان، طبقه اول	۰۲۱-۲۲۳۳۰۰۰۰ داخلی: ۳۹۸۵۳۸۰	۰۲۱-۲۲۳۳۰۰۰۰ داخلی: ۳۹۸۵۳۸۰	فاطمه حاجی بابایی
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	۶۶۴۳۵۲۳۹-۶۶۴۳۵۲۱۶۲	۶۶۵۷۴۷۵	بهوش قاسمی
۶۵	پوتک	۸۷۰	تهران، بزرگراه اشرافی اصفهانی، بالاتر از میدان پوتک، نبش کوچه ۱۹، پلاک ۱	۴۴۴۶۲۵۱۰	۴۴۴۶۲۸۱۵	مهدی طلایی
۶۶	مژده	۸۷۱	تهران، خیابان نیاوران، خیابان شهید مقدسی (مژده)، خیابان میری، پلاک ۴	۲۲۷۱۶۵۱۶-۲۲۷۱۶۳۵۱	۲۲۷۱۶۲۹۳	احمد همدی
۶۷	لاله زار	۸۷۲	تهران، خیابان لاله‌زارنو، نرسیده به خیابان منوچهری، پلاک ۴۶۱	۳۸۷۰۲۳۱۷-۳۸۷۰۴۵۸	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، روبروی پارک باهنر، پلاک ۱۴۸	۳۶۱۱۷۱۹۲-۹۳	۳۶۱۱۷۱۹۵	واله سعیدی
۷۰	بلوار ۲۴ متری سعادت آباد	۸۷۵	تهران، سعادت‌آباد، میدان فرهنگ، بلوار ۲۴ متری، نبش کوچه چهارم غربی، پلاک ۱۸	۲۲۳۷۸۵۶۶-۷	۲۲۳۵۷۶۰۵	بناترین بابایی
۷۱	خیابان آقازری - الهیه	۸۷۶	تهران، الهیه، انتهای خیابان شهید آقازری، نبش خیابان حسن اکبری، پلاک ۸۸	۲۲۳۹۹۷۱۶ ۲۲۳۹۹۷۵۴	۲۲۳۹۱۰۷۱ ۲۲۳۹۹۷۵۴	مهدی سلطانی
۷۲	بزرگراه فتح	۸۷۷	تهران، بزرگراه فتح، جاده قدیم کرج، بعد از شیر باستو، مجتمع تجاری تهران، پلاک ۳۳۸	۶۶۸۱۵۹۶۹-۶۶۸۱۵۷۹۸	۶۶۸۱۶۰۰۸	عباس آهنگری کیوی
۷۳	شهر قدس	۸۷۸	شهر قدس، بلوار ۴۵ متری انقلاب، روبروی پارک آزادگان، پلاک ۳۶۸	۴۶۸۳۲۲۳۰-۴۶۸۳۲۲۳۸	۴۶۸۳۲۲۴۱	جبار رضائی دره نیجه
۷۴	دروس	۸۷۹	تهران، خیابان شریعتی، منطقه دروس، بلوار شهرزاد، خیابان شیدایی، کوچه اسپند، پلاک ۴	۰۲۱-۲۲۵۹۵۶۵۸	۰۲۱-۲۲۵۹۷۵۴۰	-
۷۵	بلوار مرزداران	۸۸۱	تهران، شهرک ژاندارمری، بلوار مرزداران، بین ایثار و دانش، پلاک ۱۳۶	۴۴۲۱۱۰۴۰-۴۴۲۱۲۶۲۹	۴۴۲۱۱۸۴۱	منصوره رضایان مقدم
۷۶	بلوار کشاورز	۸۸۲	تهران، بلوار کشاورز، بین خیابان وصال شیرازی و نادری، پلاک ۱۷۸	۸۸۹۸۳۱۵۴-۶	۸۸۹۸۳۱۵۷	روح اله صفری
۷۷	بلوار دریا	۸۸۳	تهران، خیابان سعادت‌آباد، بلوار دریا، نبش خیابان رامشه، پلاک ۵۰	۸۸۵۷۸۱۷۱-۸۸۰۷۱۲۰۲	۸۸۳۶۶۷۹	امیر گیلانی فر
۷۸	گیشا	۸۸۴	تهران، کوی نصر (گیشا)، نبش خیابان نوزدهم، پلاک ۲۶۲	۸۸۴۸۵۷۸۴-۵	۸۸۴۸۵۷۸۷	محمدرضا پیشگاه هادیان
۷۹	جهانشهر کرج	۹۰۱	کرج، میدان سپاه، اول بلوار جمهوری، نبش نیلوفر، پلاک ۱	۰۲۶-۳۴۴۶۶۱۱۵-۱۷۰۲۰	۳۴۴۸۱۴۴۵-۰۲۶	مهدی تک دهقان
۸۰	میدان توحید کرج	۹۰۲	کرج، خیابان شاه عباسی، بین میدان توحید و میدان قدس، برج سامان، طبقه همکف	۰۲۶-۳۲۲۰۶۴۷۱-۴	۰۲۶-۳۲۲۵۴۸۲۲	مرتضی باغستانی
۸۱	شهریار	۹۰۴	شهریار، خیابان ولیعصر، ضلع شرقی میدان امام خمینی (نبش خیابان محسنی)	۶۵۶۹۰۲۱۰-۲۳-۲۶	۶۵۶۲۸۹۶۲	جواد علی بخشی
۸۲	مهرشهر کرج	۹۰۵	کرج، مهرشهر، بلوار شهرداری، فاز دو، نبش خیابان ۲۰۸، پلاک ۵۴۳	۰۲۶-۳۳۴۱۷۹۰۷	۰۲۶-۳۳۴۱۷۹۰۸	غلامعلی کریمی ایبازی
۸۳	قم	۹۰۰۱	قم، بلوار امین، نبش کوچه ۴۱	۰۲۵-۳۲۹۴۰۶۰۲ ۰۲۵-۳۲۹۳۱۱۳	۰۲۵-۳۲۹۱۶۶۱۶	اکبر مردانی
۸۴	فلکه جهاد - قم	۹۰۰۲	قم، فلکه جهاد، خیابان ۱۹ دی، پلاک ۵۵۵ و ۵۵۷	۰۲۵-۳۷۷۰۸۸۴۰-۲	۰۲۵-۳۷۷۰۵۹۴۹	حامد سرخوش
۸۵	شیراز	۹۱۰۱	شیراز، خیابان زند، حدفاصل خیابان‌های فلسطين و هفت تیر (۲۰ متری سینما سعدی)، ساختمان پاسارگاد، پلاک ۳۹۶	۰۷۱-۳۳۳۱۹۵۳۲-۵-۶-۷	۰۷۱-۳۳۳۱۹۵۱۳	روح الله پورمالک

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه/پایه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمایر	نام مسئول شعب/پایه‌ها
۸۶	قصر دشت	۹۱۰۳	شیراز، خیابان قصر دشت، سه‌راه 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	مهدی ملاشعید
۸۸	پاسداران شیراز	۹۱۰۵	شیراز، بلوار پاسداران، حد فاصل خیابان میثاق و تقاطع شهید مطهری، ساختمان سامان	۰۷۱-۳۸۳۳۸۱۱-۳	۰۷۱-۳۸۳۳۷۰۸۰	اصغر یاری
۸۹	بندر عباس	۹۱۲۱	بندر عباس، بلوار امام خمینی، سه‌راه دلتا، برج بلوئر، طبقه همکف	۰۷۶-۳۲۲۳۵۳۰۲-۳	۰۷۶-۳۲۲۳۵۳۰۳۰	-
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	مجید گزی
۹۲	قزوین	۹۲۰۱	قزوین، خیابان خیام شمالی، پلاک ۵۶۰	۰۲۸-۳۳۳۵۷۳۰-۶	۰۲۸-۳۳۳۵۸۰۹۵	محمد جهانگیری پاشاکی
۹۳	همدان	۹۲۲۱	همدان، خیابان جهان‌نما، روپرو خیابان آزاد همدانی، نبش کوچه سوداگر، پلاک ۱۵۳	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۹۰-۲	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۸۹	امیر فولادی
۹۴	کرمانشاه	۹۲۴۱	کرمانشاه، میدان فردوسی، جنب بیمارستان معتضدی، پلاک ۱۲	۰۸۳-۳۷۷۵۹۵۹۱-۶۱	۰۸۳-۳۷۷۵۹۵۹۷۱	مهرداد مرادی
۹۵	ایلام	۹۲۶۱	ایلام، خیابان طالقانی، روپرو فرمانداری، پلاک ۳۵۱	۰۸۴-۳۳۳۳۱۷۳	۰۸۴-۳۳۳۳۱۵۲	سجاد کلهر کاظمی
۹۶	سنندج	۹۲۷۱	سنندج، چهارراه فلسطین، بلوار سید قطب، پلاک ۳	۰۸۷-۳۳۲۴۵۴۳۲-۳	۰۸۷-۳۳۲۴۵۴۲۶	حسین عبدیان
۹۷	خرم آباد	۹۲۸۱	خرم آباد، خیابان علوی، نرسیده به میدان امام، پلاک ۴۲۲	۰۶۶-۳۳۳۳۵۵۹۰-۲	۰۶۶-۳۳۳۳۵۵۹۱	یژن ابراهیمیان
۹۸	مشهد	۹۳۰۱	مشهد، بلوار احمد آباد، ۳۰ متری اول احمد آباد (خیابان رضا)، نبش کوچه رضای دوم	۰۵۱-۳۸۴۴۳۲۰۳	۰۵۱-۳۸۴۴۳۹۱۴	محمد ممقانی
۹۹	مدرس مشهد	۹۳۰۲	مشهد، بلوار مدرس، نبش مدرس ۵، پلاک ۳۷	۰۵۱-۳۳۲۸۳۸۰۰-۵	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	بلوار شهید صامی، حدفاصل بلوار کوثر و هاشمیه، بین شهید صامی ۲۴ و ۲۶، پلاک ۱۵۸	۰۵۱-۳۸۸۴۳۳۶۷ ۰۵۱-۳۸۸۴۵۸۱۱	-	امیر رضا زره داران
۱۰۳	نیشابور	۹۳۱۶	نیشابور، خیابان امام خمینی (ره)، بین امام خمینی ۲۲ و ۲۴، پلاک ۱۳۸۸	۰۵۱-۳۳۴۴۹۴۱۳-۱۵	۰۵۱-۳۳۴۴۹۴۱۶	-
۱۰۴	بجنورد	۹۳۲۱	بجنورد، تقاطع بلوار امام خمینی (ره) و میرزا رضا کرمانی	۰۵۸-۳۳۲۴۴۳۲۰	۰۵۸-۳۳۲۴۷۳۴۸	یاسر محمود خانی
۱۰۵	گلکسار رشت	۹۴۰۱	رشت، ابتدای بلوار گلکسار، ضلع شرقی میدان باستانی شاعر	۰۱۳-۳۳۱۱۴۷۱۰-۱۲	۰۱۳-۳۳۱۱۴۷۱۳	مسعود تقی زاده
۱۰۶	ساری	۹۴۰۲	ساری، خیابان فرهنگ، بعد از سه‌راه قارن، به طرف میدان شهدا	۰۱۱-۳۳۳۵۹۷۲۰-۵	۰۱۱-۳۳۳۵۹۷۱۱	ابوذر اساسه
۱۰۷	بابل	۹۴۲۱	بابل، میدان ولایت، ابتدای خیابان مدرس، روپرو شهرداری	۰۱۱-۳۲۱۹۷۱۴۰-۴۱	۰۱۱-۳۲۱۹۷۱۴۸	سید عبدالمجید طاهری
۱۰۸	آمل	۹۴۳۱	آمل، خیابان امام خمینی (ره)، حد فاصل آفتاب ۱۸ و ۲۰	۰۱۱-۴۴۲۹۶۴۲۱-۲۷	۰۱۱-۴۴۲۹۶۴۳۵	-
۱۰۹	گرگان	۹۴۴۱	گرگان، خیابان ولیعصر (عج)، بین عدالت ۸ و ۱۰	۰۱۷-۳۳۳۶۹۰۰۳-۵	۰۱۷-۳۳۳۶۹۰۱۶	سمیه نظریان
۱۱۰	سمنان	۹۴۵۱	سمنان، میدان شاهپور، ابتدای بلوار قدس جنب بانک صادرات	۰۲۳-۳۳۳۶۳۱۸-۱۹-۲۲	-	حمید صوفی آبادی
۱۱۱	کرمان	۹۵۰۱	کرمان، خیابان سپهبد قرنی، نرسیده به میدان سپهبد قرنی، نبش کوچه قرنی ۸	۰۳۴-۳۳۳۳۳۸۶-۷	۰۳۴-۳۳۳۳۷۹۶۰	حسین شیعایی سیمکی
۱۱۲	میدان کوثر (کرمان)	۹۵۰۲	کرمان، میدان کوثر، ابتدای بلوار آزادگان	۰۳۴-۳۴۴۷۶۶۱	۰۳۴-۳۴۴۷۶۶۴۲	ملیحه تبریزیان
۱۱۳	رفسنجان	۹۵۱۱	رفسنجان، ابتدای خیابان مطهری، بعد از پل فجر، ساختمان محمد عسگری	۰۳۴-۳۴۳۲۱۰۳-۵	۰۳۴-۳۴۳۲۱۰۲	-
۱۱۴	زاینده رود	۹۵۲۱	اصفهان، خیابان توحید میانی، نبش کوچه شهید تقی آبادی، پلاک ۵	۰۳۱-۳۶۲۸۲۵۷۴	۰۳۱-۳۶۲۸۶۴۰۹	احسان جمشیدیان
۱۱۵	چهارباغ بالا	۹۵۲۲	اصفهان، میدان آزادی، خیابان چهارباغ بالا، نبش کوچه بهار آزادی، پلاک ۱۶۹	۰۳۱-۳۱۳۳۷۴۴۲-۳	۰۳۱-۳۶۲۸۶۰۷۹	مجید سیف الدینی
۱۱۶	هشت بهشت اصفهان	۹۵۲۳	اصفهان، خیابان زرگهر، خیابان هشت بهشت شرقی، پلاک ۵۴۶	۰۲۱-۳۳۳۸۷۸۰-۸۱ ۰۲۱-۳۳۳۸۸۱	-	سمیرا سبزه زار
۱۱۷	خانه اصفهان	۹۵۲۴	اصفهان، شهرک خانه اصفهان، خیابان گلستانه، پلاک ۶۰	۰۲۱-۳۴۳۷۲۲۷۱	۰۲۱-۳۴۴۱۳۶۸۸	علیرضا مستاجران
۱۱۸	سیتی سنتر اصفهان	۹۵۲۵	اصفهان، بزرگراه شهید وحید دستجردی، مقابل ورودی جنوبی شهرنیا، 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	-	محمد رضا زارع
۱۲۱	اراک	۹۵۶۱	اراک، خیابان شهید رجایی، پلاک ۸۸۲۷	۰۸۶-۳۳۲۱۴۴۰۴-۵	۰۸۶-۳۳۲۲۵۹۵۷	محمد فرح بخش
۱۲۲	تبریز	۹۶۰۱	تبریز، خیابان امام، بالاتر از چهارراه شهید بهشتی، نبش کوی فرهنگ، پلاک ۵۲۱	۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۰۰-۲۰	۰۴۱-۳۳۳۷۵۱۶۰	ابراهیم پایداره
۱۲۳	ولیعصر تبریز	۹۶۰۲	تبریز، خیابان ولیعصر (عج)، حدفاصل فلکه بازار و ایرادک، پلاک ۱۶	۰۴۱-۳۳۳۲۲۴۰۹	۰۴۱-۳۳۳۰۱۱۵۵	محمدعلی رضایی اقدم
۱۲۴	۱۷ شهریور تبریز	۹۶۰۳	تبریز، خیابان ۱۷ شهریور جدید، بلوار شهید قاضی طباطبایی، پلاک ۸۳	۰۴۱۳۵۵۶۰۹۴۱ ۰۴۱۳۵۵۷۳۱۷۲	۰۴۱-۳۵۵۷۳۱۷۳	اروج میرزانی
۱۲۵	استاد شهریار تبریز	۹۶۰۴	تبریز، ابتدای جاده اتل گلی، نبش کوی الهی‌پرست، پلاک ۳	۰۴۱-۳۳۲۹۳۳۶۲	۰۴۱-۳۳۲۹۳۳۶۰	علیرضا محمودی
۱۲۶	بازار تبریز	۹۶۰۵	تبریز، خیابان جمهوری اسلامی، ابتدای خیابان دارانی (شهید مدنی)، پلاک ۱۴۲۷	۰۴۱-۳۵۲۴۴۰۴۹	۰۴۱-۳۵۲۴۴۶۲۳	احمد رنجبری
۱۲۷	ارومیه	۹۶۲۱	ارومیه، خیابان کاشانی، روپرو 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	۰۶۱-۳۳۹۲۰۵۲۴۰۶	۰۶۱-۳۳۹۲۰۷۴۵۵	حسنت سپندار
۱۳۲	کیش	۹۸۰۱	کیش، خیابان فردوسی، مرکز تجاری کیش، طبقه همکف	۰۷۶-۴۴۴۵۴۹۰۰-۹۵	۰۷۶-۴۴۴۵۴۲۵۹	محمد سلگی
۱۳۳	قشم	۹۸۲۱	قشم، بلوار ولیعصر (امام قلی خان)، روپرو مجتمع تجاری خلیج فارس، ساختمان گل‌دیس	۰۷۶-۳۵۲۴۶۶۴۰-۴۱	۰۷۶-۳۵۲۴۶۶۴۰۳۵۰	عباس اطهری
۱۳۴	اروند	۹۸۵۱	آبادان، بلوار شهید منتظری (شاپور سابق)، نبش خیابان امیر کبیر (امیری)	۰۶۱-۵۳۲۲۶۷۲۴-۵	۰۶۱-۵۳۲۲۶۷۳۱	حمید گنجیزیان

شعب بانک سامان پاسخگوی همیشگی شما

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

سرپرستی‌ها

ردیف	عنوان سرپرستی	نام سرپرست	نشانی	شماره تلفن
۱	سرپرستی ناحیه ۱	اله میرزایی	تهران، میدان تجریش، خیابان شهرداری، پلاک ۸۱، طبقه سوم	۲۶۸۵۹۲۰۶-۲۶۸۵۹۱۱۵-۲۶۸۵۹۱۱۸
۲	سرپرستی ناحیه ۲	متین اقبال زاده		
۳	سرپرستی ناحیه ۳	علی حمیدیا	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	بابک برومند		۷۷۹۱۰۱۱۲
۶	سرپرستی ناحیه ۶	مهدی باقی	خیابان سید جمال الدین اسدآبادی، نیش کوچه چهل و نهم، پلاک ۴۳۳، نیم طبقه شعبه سیدجمال الدین اسدآبادی - کد پستی: ۱۴۳۴۹۳۵۷۳	۸۸۶۱۶۴۸۵-۸۸۶۲۹۰۶۷-۸۸۰۴۲۳۱۴
۷	سرپرستی ناحیه ۷	مریم طرفی نژاد		۸۸۰۳۳۱۴۳-۸۸۰۶۲۸۸۳
۸	سرپرستی ناحیه ۸	مجتبی قنبرزاده	بزرگراه همت غرب، شهرک گلستان، بلوار امیر کبیر، نرسیده به چهارراه گلها، پلاک ۵۳، طبقه فوقانی شعبه شهرک راه آهن - کد پستی: ۱۴۹۴۷۱۴۴۴۱	۴۴۷۳۹۱۱۱-۴۴۷۶۸۷۸۹
۹	سرپرستی ناحیه ۹	مهدی احمدی		۴۴۷۳۷۹۸۰-۴۴۷۶۸۷۴۷
۱۰	سرپرستی ناحیه ۱۰		برج سامان، طبقه ۱۵، مدیریت جذب و فروش	
۱۱	سرپرستی شعب استان‌های شمال	محمود ملکی	ساری خیابان فرهنگ بعد از سه راه قارن به طرف میدان شهدا	۰۱۱-۳۳۲۵۹۷۸۱-۳۳۲۵۹۷۸۶-۳۳۲۵۹۷۸۴
۱۲	سرپرستی شعب استان‌های شمال غرب	غلامرضا نیکمهد	تبریز خیابان امام بالاتر از چهارراه شهید بهشتی نیش کوی فرهنگ پلاک ۵۲۱	۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۴۰-۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۳۸
۱۳	سرپرستی شعب استان‌های شرق و شمال شرق	مهدی تونزنده جانی	مشهد، بلوار سجاد، نیش سجاد ۸، ط اول	۱۱۲-۱۱۴-داخلی ۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۴۴۰۵
۱۴	سرپرستی شعب استانهای مرکز	مجاهدی	اصفهان خیابان توحید میانی نیش کوچه شهید تقی آبادی پلاک ۵	۰۳۱۳-۶۲۸۲۱۱۲-۰۳۱۳-۶۲۸۲۱۱۰
۱۵	سرپرستی ناحیه ۱۵		برج سامان، طبقه ۱۵، مدیریت جذب و فروش	
۱۶	سرپرستی شعب استان‌های جنوب و جنوب غرب	مهرزاد نظری	شیراز-بلوار پاسداران (زرهی)، حدفاصل خیابان بعثت و تقاطع مطهری، ساختمان سامان، طبقه اول کد پستی: ۷۱۸۵۷۷۳۳۹۵	۰۷۱-۳۸۴۴۶۶۷۲-۰۷۱-۳۸۴۴۶۶۷۰-۷۲
۱۷	سرپرستی استانهای جنوب شرق		کرمان، خیابان سپهبد قرنی، نرسیده به میدان سپهبد قرنی، نیش کوچه قرنی ۸	۰۳۴۴-۲۲۳۸۷۹۴

دفاتر بانکداری اختصاصی

نام دفتر	نام مسئول دفتر	کد دفتر	نشانی	شماره تماس
سرپرستی دفاتر بانکداری اختصاصی	محمد حسین افضلی	-	تهران-خیابان شریعتی-بالاتر از سیدخندان-نیش کوچه اتوبانک- پلاک ۱۰۰۵-برج سامان- طبقه ۱۵	۰۲۱-۲۲۳۳۰۰۰۰ داخلی (۳۹۱۱)
دفتر بانکداری اختصاصی زعفرانیه	احسان مهدی پور	۸۶۴	تهران-زعفرانیه-خیابان یکتا- ابتدای خیابان طاهری-پلاک ۳	۰۲۱-۲۲۷۱۶۵۳۸
دفتر بانکداری اختصاصی تبریز	نادر جهانگیرزاده سوره	۸۶۴۱	تبریز-خیابان ولیعصر- فلکه ایرداک- اول خیابان سعدی- برج مبین - طبقه ۸	۰۴۱-۳۳۳۱۶۲۲۰
دفتر بانکداری اختصاصی مشهد	حمید طوسی	۸۶۴۲	مشهد- بلوار سجاد- نیش سجاد هشتم- ساختمان بانک سامان- طبقه هفتم	۰۵۱-۳۷۶۸۱۷۱۶
دفتر بانکداری اختصاصی قم	امیر محمد هاشمی	۸۶۴۳	قم-بلوار امین-نیش کوچه ۴۱ ساختمان بانک سامان-طبقه دوم	۰۲۵-۳۲۴۰۰۴۴۱
دفتر بانکداری اختصاصی اصفهان	صابر ملبوس باف	۸۶۴۴	اصفهان-خ توحید جنوبی- بعد از چهار راه پلیس - ساختمان ژبوار- طبقه پنج - واحد ۵۱	۰۳۱-۳۱۳۲۲۴۴۷

دفاتر بانکداری شرکتی بانک سامان

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

جایزه‌های گل یا پوچ (زمستان)

۳ کد هدیه ۱۰ میلیون تومنی، ۳ کد هدیه ۵ میلیون تومنی
و کدهای هدیه ۱۰۰ هزار تومنی خرید از دیجی کالا
۳ عدد مودم سامانتل



۱ جایزه بزرگ
۱۰۰ میلیون تومانی

تارا دستمالچی

شماره مشتری: ۸۴۱۷۲۸

اسامی برندگان

سور آذرماه سامانیوم

برای مشاهده اسامی برندگان ۱۰ جایزه ۱۰ میلیون تومانی و
۱۰۰ جایزه ۵۰۰۰ سامانی QR code زیر را اسکن کنید.





کسب سطح یک توانگری مالی بیمه سامان
برای سیزدهمین سال متوالی