



آفتاب

نشریه داخلی بانک خاورمیانه • شماره دوم • اسفندماه ۱۳۸۲

- بانک بازوی توانمند پیمانکاران برای سازندگی
- صنعت بانکداری؛ تحولات و چالش‌های استراتژیک
- اقتصاد رقابتی، آزمون بحران و رتبه‌بندی
- نظام آراستگی و هفت‌سین مدیریت



بانک در بازار سرمایه

نظام مالی، شبکه‌ای است متشکل از بازار مالی، بازرگانان، دولت و سایر مؤسسه‌ها که در این نظام مشارکت می‌کنند و عملیات آن‌ها براساس مقررات خاصی انجام می‌شود. این مجموعه جریان پول و انواع سپرده‌ها و اوراق بهادار و ابزارهای پول و سرمایه را با کمک معیارهای تحت کنترل خود در اختیار گروه‌های مختلف بازار در بخش حقیقی اقتصاد قرار می‌دهند. می‌توان گفت بخش مالی، تأمین‌کننده و عامل گردش سرمایه در بخش حقیقی اقتصاد است. این مجموعه از طریق فراهم آوردن خدمات پرداخت، تأمین منابع و سپرده‌ها، تخصیص اعتبار و کنترل ریسک و نوسان‌های قیمت در عمل فعالیت‌های حقیقی اقتصاد را تسهیل و جریان این فعالیت‌ها را متحول می‌کند.

نظام مالی کشور ما از دو بازار پول (بانک‌ها و مؤسسات مالی و اعتباری) و بازار اوراق بهادار (بازار سرمایه) تشکیل شده است که در شرایط کنونی کفه بازار پول نسبت به بازار سرمایه سنگین‌تر است.

بازارهای سرمایه از دو گروه بازارهای اوراق بهادار اولیه و ثانویه تشکیل می‌شوند. بازار اولیه دارای دو ویژگی عمده است: تشکیل سرمایه در آن انجام می‌شود و اوراق بهادار منتشر شده شرکت‌ها برای نخستین بار در این بازار عرضه می‌شوند.

یکی از وظایف مهم بازارهای مالی تسهیل تشکیل سرمایه است. شرکت‌هایی که به دنبال تأمین مالی هستند اوراق بهادار خود را در این بازار مبادله می‌کنند و سرمایه واقعی به دست می‌آورند. همچنین در بازار اوراق بهادار اولیه شرکت‌ها می‌توانند دارایی‌های مالی خود را با منابع مالی درازمدت مبادله کنند.

برای تحقق این امر اغلب شرکت‌ها از بانک‌های سرمایه‌گذاری استفاده می‌کنند. بانک‌ها با تضمین و انتشار اوراق بهادار به شرکت‌ها کمک می‌کنند تا منابع سرمایه‌ای خود را جمع‌آوری کنند.

بازار ثانویه آن بخش از بازار سرمایه است که در آن اوراق بهاداری که قبلاً در بازار عرضه شده‌اند داد و ستد می‌شوند. وجود این بازار موجب دوام و انسجام بازار مالی است. مهمترین وظیفه بازار ثانویه ایجاد امکان خرید و فروش اوراق بهادار برای سرمایه‌گذاران است. همچنین تعیین قیمت اوراق بهادار جدید که قرار است در بازار اولیه به فروش برسد در این بازار انجام می‌شود.

بانک‌ها نیز به عنوان مؤسسات مالی معتبر، به منظور تأمین سرمایه اولیه در بازار سرمایه حضور می‌یابند و در طول مدت فعالیت بخشی از منابع خود را در این بازار سرمایه‌گذاری می‌کنند. به دلیل الزامات قانونی که شرکت‌های بورسی ملزم به رعایت آن هستند، بانک‌هایی که در بورس و فرابورس حضور دارند شفافیت عملکرد بالایی از خود نشان می‌دهند و سهامداران، سپرده‌گذاران و نهادهای نظارتی با اطمینان بیشتری بر رفتار آن‌ها اشراف دارند. استمرار حضور بانک در بورس مستلزم تداوم سودآوری و پیروی از قوانین و مقررات مرتبط است که به عنوان تضمینی بر سلامت بانک محسوب می‌گردد و قانون‌مداری را توسعه می‌بخشد.



در این شماره می‌خوانید

- ۲ بانک بازاری توانمند پیمانکاران؛ گفت و گو با منوچهر ملکبانی فرد
- ۴ صنعت بانکداری تحولات و چالش‌های استراتژیک
- ۶ بورس؛ بازاری ۲۰۰ ساله
- ۷ چرا در فرابورس هستیم
- ۸ مدیریت ارتباط با مشتری محور موفقیت در بانکداری شرکتی
- ۹ طراحی یک شعبه؛ گفت و گو با سینا نابی
- ۱۰ اقتصاد رقابتی، آزمون بحران و رتبه بندی
- ۱۲ اینفوگرافی؛ پیش‌تازان بازار سرمایه
- ۱۴ اشتراک دانش برای نتیجه‌گیری
- ۱۵ باهوش‌تر می‌شویم
- ۱۶ نظام آراستگی و هفت سین مدیریت
- ۱۸ قفل‌های موفقیت را باز کنیم
- ۲۰ اینفوگرافی؛ چگونه سازنده باشیم
- ۲۲ بازسازی ذهن در نوروز
- ۲۳ تلاش جهانی برای حفظ یوز پلنگ آسیایی
- ۲۴ خاورمیانه در نصف جهان

آفتاب خاورمیانه آماده دریافت پیشنهادات و نظرات ارزشمند شماست. لطفاً نظرات و مقالات خود را از طریق ایمیل یا نشانی پستی برای ما ارسال نمایید.

نشانی پستی: تهران، میدان ونک، انتهای خیابان خدای، تقاطع خیابان آفتاب، پلاک ۳

www.middleeastbank.ir

کد پستی: ۱۹۹۴۸۳۴۵۷۱

Info@middleeastbank.ir

دورنگار: ۸۸۶۲۳۷۵۹ پیام کوتاه: ۲۰۰۰۳۷۶۰ تلفن: ۴۲۱۷۸۰۰۰

- آفتاب خاورمیانه، یک نشریه داخلی و مستقل است و تمامی حقوق آن متعلق به بانک خاورمیانه می‌باشد.
- مسؤلیت متون نشریه با پدیدآورندگان است و انتشار آن‌ها الزاماً به معنی تأیید تمام یا بخشی از آن نیست.
- نقل مطلب از نشریه، با ذکر منبع بلامانع است.



شماره ۲، اسفند ۱۳۹۲، مارچ ۲۰۱۴

زیر نظر: مدیریت ارتباطات بانک خاورمیانه
طراحی و اجرا: شرکت آذر نگار شرق

رئیس هیأت مدیره انجمن صنفی شرکت‌های ساختمانی

بانک؛ بازوی توانمند پیمانکاران برای سازندگی

نرگس زند



برای آغاز صحبت، کمی درباره فعالیت‌های اعضای انجمن شرکت‌های ساختمانی توضیح دهید.

درباره فعالیت‌های اعضای این انجمن برای کسانی که با آن آشنا نیستند، سوء تفاهم‌هایی وجود دارد. اعضای این انجمن ضرورتاً سازندگان ساختمان‌های مسکونی، آنطور که از شنیدن نام ساختمان در ابتدا به ذهن متبادر می‌شود، نیستند.

فعالیت‌های اعضا طیف وسیعی از ساخت و ساز و یا به معنای کلی کلمه، سازندگی را شامل می‌شود.

سازندگان به این معنی، پیشقراولان توسعه کشور هستند چرا که ساختن یک راه و یا پروژه‌ای عمرانی گسترش حیطه تمدن صنعتی در جامعه و در نهایت رفاه را به همراه دارد. اگر آن چه را که طی این سال‌ها توسط مهندسان و پیمانکاران ساخته شده است از این کشور بگیریم چیزی جز بیابانی بی آب و علف باقی نمی‌ماند.

تصور ذهنی از جایی مثل «انجمن شرکت‌های ساختمانی»، محیطی خشک و رسمی و پُر از آدم‌هایی است که جز به مصالح ساخت و ساز به چیز دیگری نمی‌اندیشند؛ درست همان تصویری که پیش از ورود به ساختمان این انجمن در خیابان برادران مظفر، در ذهن ما بود. ساختمان قدیمی و پُر نور انجمن که گیاهان سبز سر تا سر پلکان آن را تزئین کرده بودند، نشان از فضای دیگری داشت. از گفته‌های اعضای انجمن در همان پلکان زیبا متوجه شدیم که این گیاهان، قدمتی به اندازه ساختمان دارند؛ چیزی حدود ۴۰ سال. گفت‌وگو با «منوچهر ملکبانی فرد» از پیمانکاران صاحب نام کشور و رئیس این انجمن، که از مشتریان بانک خاورمیانه نیز هست، در چنین ساختمانی لطف خاصی داشت. او تمام زندگی حرفه‌ای خود را یعنی پس از فارغ‌التحصیلی از دانشگاه تهران در سال ۱۳۵۱ در مقطع کارشناسی ارشد راه و ساختمان، به این کار اختصاص داده و معتقد است که پیمانکاران چون باغبان‌هایی، بذری توسعه را در نقطه نقطه این سرزمین می‌کارند. شرح این گفت‌وگو را در باره نقش پیمانکاران و بانک‌ها در سازندگی کشور در ادامه می‌خوانید.



نقش بانک‌ها در این سازندگی چیست؟

بانک بهترین همکار پیمانکار در این سازندگی است؛ چون شریکی است که می‌تواند خطرهای این راه را بپذیرد و تضمین کند. بانک‌ها در تمام مراحل شرکت در مناقصه، گرفتن ضمانت‌نامه، بستن قرارداد، تضمین اجرای تعهدات، تضمین پیش‌پرداخت به کارفرما و ... همراه و شریک شرکت‌های پیمانکاری هستند و در مجموع ۳۸ درصد مبلغ قرارداد را در حین اجرای کار تضمین می‌کنند. بیان کردن این جزئیات کمک می‌کند تا باور عمومی نسبت به بانک‌ها که تنها کارکرد آن را دریافت پول و پرداخت سود می‌دانند، تغییر کند.

با این توصیف کدام بانک‌ها در راه توسعه و سازندگی کشور موفق‌تر عمل می‌کنند؟

به نظر من بانک‌هایی در سیستم سازندگی برای همکاری با پیمانکاران موفق‌ترند که ماهیت این حرفه را بهتر بشناسند و بر عمق قوانین و مسائل حقوقی بین پیمانکار و کارفرما مسلط باشند. البته باید گفت که متأسفانه اکثر بانک‌ها بر این امور واقف نیستند. روابط حقوقی بین کارفرما و پیمانکار از نظر من روابطی بسیار ناعادلانه شامل قراردادهایی خشک و یک‌جانبه است. جملات «کارفرما می‌تواند و پیمانکار باید یا متعهد است» بارها و بارها در قراردادهای تکرار می‌شوند، در حالی که کارفرماها در هیچ کجا متعهد و مسئول وظایف خود نیستند. خوشبختانه در چند سال اخیر با قانون «بهبود مستمر محیط کسب و کار»، زمینه برای تغییر این شرایط فراهم شده است. دولت هم اصرار بر پیاده کردن این قانون دارد و بحث‌هایی نیز در وزارتخانه‌های اجرایی و سایر قسمت‌ها همچون اتاق بازرگانی مطرح شده است که به ایجاد شرایط عادلانه قراردادی بین سازندگان، مجریان طرح و دستگاه‌های اجرایی اشاره دارد. اگر این قانون درست اجرایی شود، در آینده از خطر بانک‌ها نیز برای حمایت از پیمانکاری و سازندگی کاسته خواهد شد.

حمایت‌های بانکی دقیقاً در چه بخش‌هایی است؟ فکر می‌کنید این حمایت‌ها کامل است و یا به بهترین شکل انجام می‌شود؟

حمایت بانک‌ها از پیمانکاران به چندین روش از جمله تضمین انجام می‌شود. در این میان تضمین‌های میانی خارج از حوزه عرف بانک است. مثلاً بانک‌ها در مورد تضمین اجرای

تعهدات ۱۰ تا ۱۵ درصد و برای پیش‌پرداخت ۱۰ درصد دریافت می‌کنند؛ اما پرداخت ۱۵ درصد برای تضمین‌های میانی برای پیمانکار ممکن نیست. بنابراین در این مورد بانک‌ها باید با پایین آوردن حجم نقدینگی، پیمانکاران را یاری کنند که برای این کار نیز روش‌های مختلفی چون ضمانت‌نامه‌های مشروط وجود دارد. راه دیگر حمایت بانک‌ها از این حرفه سرمایه‌گذاری درست است.

متأسفانه برخی از بانک‌ها خود اقدام به تأسیس شرکت‌های ساختمانی می‌کنند تا بتوانند سود دو جانبه ببرند، در حالی که این اشتباه بزرگی است. این سرمایه‌گذاری‌ها بیشتر در پروژه‌های بزرگی انجام می‌شود که تجربه و تخصص در آن‌ها حرف اول را می‌زند و شرکت‌های تازه تأسیسی که به علم و عمق سازندگی واقف نیستند نمی‌توانند در آن‌ها موفقیتی داشته باشند.

حقیقت این است که امروز ساخت و ساز به جای مهندسان در دست سرمایه‌گذاران است؛ که نتیجه آن، اتلاف وقت، انرژی و سرمایه ملی خواهد بود. راه سوم دیگری هم برای حمایت بانک‌ها از پیمانکاران وجود دارد که پایین آوردن میزان سود است. البته بانک در این میان به تنهایی تصمیم‌گیرنده نیست، چرا که در کشوری با تورم بالای ۲۰ درصد، هیچ پیمانکاری نمی‌تواند از امکانات بانکی با سود زیر ۲۷ درصد استفاده کند.

در نتیجه نقش بانک به عنوان کمک‌دهنده در افزایش و گسترش حیطه ساخت و ساز بسیار محدود می‌شود.

این سود در سایر کشورها نیز همین مقدار است؟

خیر. سود بانکی در کشورهای خارجی بسیار کمتر از این است. به عنوان مثال یک بانک آمریکایی چنین تسهیلاتی را به دلیل پایین بودن تورم، با سود ۳ تا ۴ درصد پرداخت می‌کند؛ در نتیجه با ورود پول، سود بیشتری به دست می‌آید. بنابراین پیمانکاران اینگونه کشورها بسیار راحت‌تر از پیمانکاران ایرانی از خدمات بانکی استفاده می‌کنند و به همین دلیل بانک حرف اول و آخر را در سازندگی آن‌ها می‌زند.

با وجود شرایطی که آن را توصیف کردید، پیمانکاران ترجیح می‌دهند که چه بانک‌هایی را برای همکاری انتخاب کنند؟

بانک‌ها نرخ سود را با توجه به نرخ تورم و نیز هزینه‌های بانکی خود محاسبه می‌کنند. بنابراین هر چه هزینه بانک کمتر باشد، پول بانک ارزان‌تر خواهد بود و رقم سود نیز پایین‌تر خواهد آمد. به عنوان مثال آقای دکتر عقیلی - مدیرعامل بانک خاورمیانه - به عمده فروشی اعتقاد دارند و از تأسیس شعبه بیشتر خودداری می‌کنند، طبیعتاً بار سنگین کارمند بر دوششان کمتر است و هزینه‌های بانکی پایین‌تری دارند. همچنین پیمانکاران انتظار دارند، زمان خریدهای میانی که مجبور به گرفتن پول یا ضمانت‌نامه‌هایی از بانک هستند، تا جایی که امکان دارد، با تجدید نظر در اعتبارها و با شناخت شرکت‌ها، تسهیلات بیشتری در اختیار پیمانکاران بگذارند. به نظر من بانک‌ها با شرایط فعلی کشور نباید به سود آبی توجه داشته باشند، بلکه باید با در نظر گرفتن منافع ملی همگام با سازندگان دامنه ریسک خود را بالاتر ببرند تا دوران شکوفایی زودتر از راه برسد.

و در پایان بانک خاورمیانه را در این میدان چگونه ارزیابی می‌کنید؟

بآن که مدیران بانک خاورمیانه سابقه مدیریتی در بانک‌های دیگر را دارند و کارنامه آن‌ها روشن است اما این بانک هنوز در آغاز راه است و قضاوت در مورد آن باید بنا به عملکرد آینده‌اش باشد. اما می‌توانم بگویم که آقای دکتر عقیلی و گروه ایشان خورشیدی برای سازندگی کشور هستند و با دانش بانکداری‌شان می‌توانند قدم‌های بزرگی در راه پیشرفت بردارند.

قانون «بهبود مستمر محیط کسب و کار» به ایجاد شرایط عادلانه قراردادی بین سازندگان، مجریان طرح و دستگاه‌های اجرایی اشاره دارد. اگر این قانون اجرایی شود، در آینده از خطر بانک‌ها نیز برای حمایت از پیمانکاری و سازندگی کاسته خواهد شد



صنعت بانکداری تحولات و چالش‌های استراتژیک

با در نظر گرفتن چالش‌های بی‌سابقه دهه اخیر در نظام مالی بین‌المللی، تعجبی ندارد که سیستم بانکداری سنتی را در آستانه یک تحول عمیق بدانیم. انقلاب جدید در این صنعت یقیناً مدل‌های عملیاتی بانکداری سنتی را در چهار بخش فنی، اقتصادی، حقوقی و مشتریان تحت تأثیر قرار خواهد داد که به نوبه خود واکنش‌هایی زنجیره‌ای را موجب می‌شوند و آثار آن بر همه زمینه‌های فعالیت و مدل‌های جاری دیده می‌شود.

دکتر داریوش روزبهانه

رئیس هیات مدیره کارگزاری بانک خاورمیانه

بحران مالی ۲۰۰۸ نشان داد که موسسات مالی و واسطه‌ای بزرگ، پیچیده و با ارتباطات سازمانی درونی فراگیر می‌توانند بصورت بالقوه ریسکی غیرلازم را در ثبات مالی اقتصادها به بار آورده و پول به معنی گسترده آن و حقوق شهروندان را تحت الشعاع قرار دهند. در نتیجه قانون‌گذاران و سایر سیاست‌گذاران مالی هم نظر هستند که موسسات موسوم به:

Systemically Important Financial Institutions یا سازمان‌های مهم مالی باید معیارهایی کارآمدتر را برای مدیریت ریسک در عملیات خود در نظر بگیرند. در اینجا تأکید دوباره بر ایجاد یک دیوار غیرقابل عبور بین فعالیت‌های سرمایه‌گذاری و بانکی نیست که در گذشته شاهد بوده ایم؛ بلکه تعریف خلاقانه و کارآمد از ارتباط این دو در بستر یک سازمان بانکی پویا به شکل موثرتری می‌تواند پدیده ریسک را کنترل کند. بحران نشان داد که مناطق خاکستری گوناگونی در حوزه‌های عملیاتی، محصول،

است. با این کار، شوک وارده به بخش بحران زده به کل سیستم سرایت نخواهد کرد. به همین دلیل مدل‌های عملیاتی جدید باید انعطاف لازم را در عین صرفه‌جویی لازم دارا باشند. تأکید صرف بر سیاست‌های کوچک سازی صحیح نیست. سیستم‌های کاملاً مجتمع بانکی از نظر عملیاتی با محیط جدید همخوانی ندارند و با نگرش سازماندهی بانک حول محصول در تناقض قرار می‌گیرند.

تناقض اخیر که ذکر آن رفت، پدیده SOA (Service Oriented Architecture) را در دستور کار قرار می‌دهد. زیر ساخت‌های ملی به تدریج چنین امکانی را فراهم می‌کنند اما خلق مزیت از نظر هزینه‌ای بیش از پیش به یک مسئله راهبردی تبدیل می‌شود. به عنوان نمونه اطلاعات نگهداری شده یک مشتری توسط یک بانک باید با فرمتی معین باشد به ترتیبی که برای هر بانک دیگر و یا هر ساختار احتمالی دیگری مانند یک شرکت پرداخت واسطه‌ای قابل CPF (Central Payments Facilitator) استفاده گردد.

تقسیم بانک‌های جهانی به دویبخش اصلی بانک سرمایه

شیوه کار و تعریف از مشتری و خطوط کسب و کار بانکی وجود دارند که باید در مورد آن‌ها دقت کرد. به ویژه در بانکداری تجاری که در ابتدای این تحولات هستیم.

این موضوع از منظر سیستم‌های عملیاتی می‌تواند در بستر تحولات عمومی صنعت بانکداری بررسی شود. در دو دهه اخیر بانکداری جهانی (universal banking) تقریباً بدون استثنا یک استراتژی واحد عملیاتی را تعقیب کرده است که خصوصیت عمده آن از یک سو تمرکز بر فعالیت در مقیاس بزرگ از طریق ارائه خدمات در نواحی ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی و از سوی دیگر بهره‌گیری از هم‌افزایی‌های مراکز عملیاتی و سکوهای مشترک برای ارائه محصولات متنوع با هدف افزایش اثربخشی بوده است.

عدم تمرکز، موضوع اصلی تجدید ساختار آتی بهره‌وری خواهد بود.

به عنوان مثال در انگلستان برخی بانک‌ها در صدد انتقال عملیات مرکزی به واحدهای کسب و کار استراتژیک در قالب زیرمجموعه‌های خود هستند. در مثال دیگری، یک بانک آمریکایی، واحد فن‌آوری خود را به صورتی غیر متمرکز پیرامون محصولات خود سازماندهی کرده

آنچه در صنعت بانکداری در حال رخ دادن است معیارهای کنترل و کاهش هزینه را به صورت طبیعی به شکلی متفاوت از گذشته با مسأله سودآوری مرتبط می‌کند؛ معیاری که در آن، اندازه بانک به لحاظ مفهوم شعبه و معیارهای ساختار، مانند تمرکز و عدم تمرکز و سطح پیچیدگی و یا عمودی و افقی بودن آن بر مبنای محصول، باز تعریف می‌شود

سیستم‌های کارت اعتباری تا وام‌های رهنی و بیمه‌های عمر و عمومی و اشکال شناخته شده‌ای از محصولات بانکی را شامل می‌شود. مباحثی از این دست پیش فرض دیگری هم دارد و آن حاکمیت نظام بازار به شکلی تقریباً کامل بر پول و سرمایه، آزاد بودن نرخ‌های بهره، استقلال بانک‌های مرکزی در اعمال سیاست‌های پولی و تعیین حجم پول و تنوع در ابزارهای بدهی برای اعمال این سیاست‌هاست که به سریع‌ترین شکل ممکن می‌تواند پول را منقبض یا منبسط نماید. این‌ها در چهار زیرگروه اصلی اشاره شده به محیط قانونی و حقوقی نظام بانکی یک کشور اشاره دارند. به عبارت دیگر از نظر مرحله تاریخی رشد و توسعه، همانگونه که در ابتدای این نوشته اشاره شد، سیستم‌های بانکی در ایران از جنس دیگری هستند و بر زمینه تعیین نرخ سود بانکی، مطالبات معوق و تاحدودی زیرساخت‌ها متمرکز هستند. در جهان این مورد آخر به اصلی‌ترین چالش در کنترل هزینه و در نتیجه افزایش سودآوری و حفظ یا تحکیم موقعیت رقابتی منجر می‌شود.

آنچه در صنعت بانکداری در حال رخ دادن است معیارهای کنترل و کاهش هزینه را بصورت ارگانیک بامسئله سودآوری مرتبط می‌سازد. در این معیار جدید، اندازه بانک به لحاظ مفهوم شعبه، و به لحاظ معیارهای ساختاری مانند تمرکز و عدم تمرکز و سطح پیچیدگی باز تعریف می‌شود. کنترل ریسک که به طور خاص در ترازنامه یک بانک، از معیارهای سودآوری است، از طریق "عملیات مناسب" بر توانایی مدیریت بانک‌ها می‌افزاید که این با سودآوری در ارتباط است. عوامل یادشده معیار موفقیت یک بانک به حساب می‌آیند. این معیارها شامل درک کنترل موثر هزینه‌های عملیاتی، کاهش نهاده‌های انسانی در عملیات قابل انتقال به مشتری، راهبرد ارائه همه محصولات در یک "نقطه تماس" از قابلیت‌های تاثیر گذار در آینده بانکداری به شمار می‌روند.

گذاری و بانک خرده‌فروشی پایان این مسیر نیست. استراتژی "بزرگ‌ها شکست نمی‌خورند" در حال تغییر است و یکی از راه‌کارهایی که این ایده را عملی می‌کند، جداسازی عملیات براساس محصول است.

از جنبه‌های مالی تمرکز بر معیارهایی نظیر بازده حقوق صاحبان سهام یا سود هر سهم به عنوان مشخصه‌های ارزیابی عملکرد یک بانک کافی نیست. نسبت‌های نقدینگی، کفایت سرمایه و معیارهای اندازه‌گیری انواع ریسک‌های اعتباری، نکول، نقدشوندگی و ورشکستگی همواره در مرکز توجه بوده‌اند. واقعیت این است که عناصر زنجیره ارزش در قالب‌های محصول محور شامل بازاریابی، فروش، عملیات، مدیریت ریسک، مدیریت تامین مالی و فناوری‌های اطلاعاتی از اهم عناصر زنجیره سیستم بانکداری جدید هستند که اکنون به فکر اصلی مدیران سیستم‌های بانکی بدل گشته‌اند. بخشی از جدیدترین استراتژی‌های عملیاتی برای کنترل و کاهش هزینه در محورهای زیر بیان می‌شود.

STP (Straight Through Processing)

به طور متوسط بیش از ۵۰ درصد هزینه‌های بانکی بطور مستقیم و غیرمستقیم به نیروی انسانی مربوط است. این پدیده بیش از آنچه به تقلیل میزان نیاز به نیروی انسانی مربوط باشد از کمترین نیاز به نهاده‌های انسانی هم در بخش مشتری و بخش پرسنل سخن می‌گوید.

Self-service Channel Usage

مفهوم مرکزی این پدیده ارائه خودمختاری و مسئولیت بیشتر به مشتری در انجام امور بانکی اوست که فراتر از ایستادن در مقابل یک دستگاه خود پرداز می‌باشد.

First Time Transaction

خروجی مورد نیاز مشتری از دریافت تسهیلات، تا سرمایه‌گذاری و دریافت مشاوره و محصولات دیگر را در "اولین نقطه تماس" مشتری با سیستم ارائه می‌کنند. تفاوتی در اینکه نقطه تماس، فضای مجازی یا شعبه یک بانک باشد وجود ندارد.

مقایسه اجمالی چالش‌های سیستم

بانکداری ایران و جهان

پیش فرض اساسی در امکان

صرفه جویی در هزینه‌ها بر

اساس انعطاف عملیاتی،

محیطی است که در آن

بصورت پیش فرض تنوع

محصول رخ داده باشد.

نگاهی به تعداد محصولات

بالمقوله یک بانک مدرن

امروزی می‌تواند حوزه

مباحث محصول محور را

روشن تر سازد.

۲۵ محصول فرعی در

چهار طبقه بندی وجود

دارند که یک بانک فراگیر

براساس محصولات مزبور

می‌تواند سازمان

خود را شکل

دهد تا بتواند

به موقعیت

رقابتهای معنی داری دست

پیدا کند. این محصولات از

ادغام شرکت‌ها، تامین مالی،





بورس؛ بازاری ۲۰۰ ساله

قاسم جمارانی

بانک توسعه صنعتی و معدنی ایران (بعد ها بانک صنعت و معدن) اولین شرکتی است که در بازار بورس تهران پذیرش شده و به دنبال آن، شرکت های نفت پارس، اوراق قرضه دولتی و اسناد خزانه و اوراق قرضه عباس آباد در بورس پذیرش شدند. تا سال ۱۳۵۷ نزدیک به ۱۴۰ شرکت برای فعالیت در بورس تاییدیه گرفتند. از این زمان با شروع اعتصابات و پیروزی انقلاب اسلامی، بورس دچار سردرگمی شد و با ملی شدن بانک ها و صنایع و تملک دولت بر بخش های عمده اقتصادی، اکثر شرکت ها از بورس خارج شدند و تا سال ۱۳۶۱ معاملات تقریباً متوقف بود. از این سال به بعد تا سال ۱۳۶۷ که جنگ ایران و عراق پایان یافت، قانون جدید مالیاتی تصویب شد و برنامه اول پنج ساله توسعه تدوین و تصویب گشت، وضعیت بورس تغییری نکرد. ولی از آن پس شرایط بهتری برای توسعه بازار سرمایه ایجاد گشت. در ادامه روند توسعه ای بورس در ایران، در سال ۱۳۷۷ شرایط بهتری برای توسعه این شریان حیاتی اقتصاد بازار آزاد، فراهم شد. در سال ۱۳۸۴ قانون بازار اوراق بهادار جمهوری اسلامی ایران توسط مجلس هفتم تصویب شد. در بند ۳ ماده ۱ این قانون آمده: "بازاری متشکل و خودانتظام است که اوراق بهادار در آن توسط کارگزاران و یا معامله گران طبق مقررات این قانون، مورد دادوستد قرار می گیرد. بورس اوراق بهادار در قالب شرکت سهامی عام تأسیس و اداره می شود."

در ادامه این تحولات و برای تسهیل حضور شرکت های بیشتر در بورس با شرایط آسان تر فرابورس ایران در سال ۱۳۸۸ آغاز به کار کرد. با توجه به نیازمندی های بازار سرمایه، اهداف و استراتژی فعالیت فرابورس ایران به گونه ای طراحی شده تا بخش عمده ای از متقاضیان منابع مالی امکان بهره مندی از مزایای آن را داشته باشند و مهمترین ویژگی آن، سهولت رویه ها در مراحل پذیرش و انجام معاملات اوراق بهادار است. فرابورس ایران با هدف ایجاد بازاری کارآمد، منصفانه و شفاف، تمهیدات و بستر سازی لازم را در زمینه انتشار سریع و عادلانه اطلاعات با همکاری سازمان بورس و اوراق بهادار انجام داده تا صاحبان سرمایه با آگاهی و شناخت بیشتر در خصوص انواع اوراق بهادار، در جات ریسک و سایر شاخص های مهم، به سرمایه گذاری بر روی اوراق بهادار پذیرفته شده در این بازار اقدام کنند. تلاش در راستای رشد و اعتلای بازار سرمایه، تنوع بخشی به محصولات بازار سرمایه اعطای فرصت جدید به صاحبان صنایع نوپا و نیازمند به منابع مالی، افزایش مشارکت های مردمی و افزایش سهم دارایی های مالی در سبد سرمایه گذاری ها، رسالت فرابورس ایران محسوب می شود.

تاریخچه انتشار سهام یک شرکت به قرن ۱۷ میلادی در هلند برمی گردد. در سال ۱۶۰۲ شرکت هلندی هند شرقی که از آن به عنوان اولین شرکت چند ملیتی یاد می شود، سهام خود را جهت معامله منتشر کرد. این شرکت با کمپانی هند شرقی بریتانیا متفاوت است. کمپانی هند شرقی بریتانیا در سال ۱۶۰۰ با فرمان الیزابت اول ملکه انگلستان امتیاز تجارت در هندوستان را کسب کرد و تأسیس شد.

بورس های مهم دنیا محل داد و ستد سهام شرکت هایی است که بر اقتصاد جهانی بیشترین تأثیرات را می گذارند. بورس های محلی نیز دارای ارزش هستند ولی اهمیت بورس های بزرگ جهانی است که روزانه سرنوشت اقتصادی را رقم می زند.

بازار بورس لندن معروف به (Financial Times Stock Exchange) FTSE در سال ۱۸۰۱ تأسیس شده و از آن زمان تقریباً به شیوه امروزی اداره شده است. بازار بورس نیویورک در سال ۱۸۱۷ تأسیس شده و در حال حاضر با ارزش بالغ بر ۱۵ هزار میلیارد دلار، غول بزرگ بورس های جهانی است. حجم معاملات روزانه در این بورس ۱۵۰ میلیارد دلار است.

بورس های، نزدک (NASDAQ: National Association of Securities Dealers Quotations) توکیو، پاریس، یورونکست (Euronext) شانگهای، هنگ کنگ، تورنتو و فرانکفورت مهم ترین بازار های بورس دنیا هستند و ارزش سهام شرکت هایی که در آن ها معامله می شوند، بالغ بر ۳۰ هزار میلیارد دلار است.

در ایران فکر تشکیل بازار بورس به سال ۱۳۱۵ خورشیدی برمی گردد. کارشناسانی از بلژیک و هلند به درخواست دولت ایران مطالعاتی را برای تشکیل بازار سرمایه انجام دادند. به دلایلی از جمله آماده نبودن شرایط و در گرفتن جنگ جهانی دوم در ۱۳۱۸ فکر تشکیل بورس در ایران تا سال ۱۳۳۳ مسکوت ماند. در این سال ماموریت مطالعه در مورد تشکیل بازار بورس به اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران و وزارت بازرگانی محول شد. این ماموریت تا سال ۱۳۴۵ ادامه یافت تا در ۲۷ اردیبهشت این سال مجلس بیست و یکم مشروطه، لایحه تشکیل بورس را تصویب کرد. از این زمان تا ۱۵ بهمن ۱۳۴۶ که اولین شرکت در بورس اوراق بهادار تهران پذیرش شد، زمینه شروع کار آماده می شد.



چرا در فرا بورس هستیم؟

ایجاد می‌شود و از نتایج ارائه اطلاعات، شفافیت بیشتر عملکرد مدیران شرکت‌ها خواهد بود. همچنین با ارائه گزارش‌های مالی دوره‌ای تحت نظر حسابرسان معتمد سازمان بورس و اوراق بهادار، سهامداران و سایر سرمایه‌گذاران به اطلاعات حساسی شده دسترسی پیدا می‌کنند.

امکان وثیقه‌گذاری سهام و اخذ تسهیلات بر روی سهام شرکت‌های پذیرفته شده در این بازار امکان پذیر است. چون با پذیرش سهام شرکت در فرا بورس، یک مرجع رسمی بر انجام معاملات شرکت نظارت دارد و قیمت سهام در شرایط عادلانه عرضه و تقاضا تعیین می‌شود، لذا سیستم بانکی با شرایط ساده‌تری اقدام به وثیقه گرفتن سهام شرکت می‌کند.

بانک خاور میانه نیز به عنوان یک بانک جدید و به لحاظ رعایت شرایط قانونی برای ورود به بازار سرمایه حضور در فرا بورس را جزو برنامه‌های اصلی خود قرار داد و با فاصله دو ماه از تاسیس نماد آن در بازار پایه فرا بورس گشایش یافت. با گذشت یک سال از حضور در بازار پایه مدیر پذیرش فرا بورس از ارتقای بانک خاور میانه از بازار پایه به بازار دوم فرا بورس خبر داد.

بانک خاور میانه ضمن رعایت شرایط و مقررات و احراز ویژگی‌های لازم برای ارتقا موفق شد موافقت هیات پذیرش فرا بورس را برای حضور در بازار دوم به دست آورد. با توجه به این که سهام عادی با نام بانک به دلیل ثبت در بازار پایه فرا بورس محدودیتی برای نقل و انتقال ندارد و با گذشت یک سال از تاسیس بانک، امیدنامه شرکت و برنامه استراتژیک بانک و عملکرد جاری آن مورد تایید هیات پذیرش قرار گرفت. بانک خاور میانه به منظور شفاف سازی عملیات، همواره آخرین صورت‌های مالی خود را مطابق مقررات قانونی، استانداردهای حسابداری و گزارشگری مالی تهیه کرده و به اطلاع سازمان بورس و سهامداران رسانده است.

برای درج و نقل و انتقال سهام شرکت‌هایی است که بر اساس الزام بند ب ماده ۹۹ قانون برنامه پنجم توسعه مشمول ثبت نزد سازمان بورس و اوراق بهادار هستند ولی شرایط پذیرش در یکی از بازارهای بورس اوراق بهادار تهران یا فرا بورس ایران را ندارند.

مزایای پذیرش شرکت‌ها در فرا بورس

تمام مزایای موجود برای شرکت‌های پذیرفته شده در بورس، برای اوراق بهادار و سهام شرکت‌های پذیرفته شده در فرا بورس نیز تعریف شده‌اند. مهمترین آن‌ها تجهیز، جمع‌آوری و هدایت پس‌اندازهای کوچک مردم برای اجرای طرح‌های بزرگ اقتصادی است تا شرکت‌ها با شرایطی آسان‌تر بتوانند از مزایای تامین منابع ارزان قیمت از طریق بازار سرمایه، استفاده کنند. شرکت‌ها با شرایط ساده‌تری می‌توانند در این نهاد پذیرش شوند. از مزیت‌های بازار منسجم و شفاف بهره‌مند شوند و سهام آن‌ها به سادگی نقد شود. شرکت‌های پذیرش شده در فرا بورس ایران مشمول مزایای مالیاتی قابل توجهی خواهند شد. شرکت‌هایی که سهام آنها برای معامله در بازارهای خارج از بورس داخلی یا خارجی پذیرفته شود در صورتی که در پایان دوره

مالی به تایید سازمان بورس حداقل ۲۰ درصد سهام شناور آزاد داشته باشند معادل ۲ برابر معافیت‌های فوق از بخشودگی مالیاتی برخوردار می‌شوند. نقل و انتقال سهام شرکت‌های پذیرفته شده به سهولت انجام می‌گیرد. قیمت سهام شرکت‌ها در فرا بورس مبین شرایط روشنی برای وضعیت مالی شرکت است و در همه معاملاتی که شرکت یا سهامداران آن انجام می‌دهند، می‌تواند مبنای عمل قرار گیرد. همچنین می‌تواند مبنای وثیقه‌گذاری و اعتباردهی شرکت‌ها باشد.

پس از پذیرش سهام شرکت‌ها در فرا بورس، مکانیسم قانونی و مراجع رسمی برای اعلام اطلاعات شرکت

گروه کارشناسان مالی بانک خاور میانه

ورود شرکت‌ها به بازار سرمایه همواره نشان‌دهنده رشد شرکت و معرفی آنها در سطح کشور است. شرکت‌هایی که سهامشان در بازارهای مالی مورد داد و ستد قرار می‌گیرد از درجه اعتبار بالاتری برخوردار هستند.

بنابراین ورود به بازار اوراق بهادار از جمله اهداف شرکت‌ها محسوب می‌شود. اما این واقعیت که دستیابی سریع و آسان به بازار اوراق بهادار برای تعداد عمده‌ای از شرکت‌های سهامی فعال در کشور میسر نیست و این شرکت‌ها از مزایای بازار سرمایه محروم می‌شوند.

برای جبران این محرومیت فرا بورس ایران با ساختار و جایگاه قانونی مشابه بورس ولی با شرایط پذیرش و معامله ساده‌تر ایجاد گردید تا بازار سرمایه کشور را گسترش دهد. مهم‌ترین وظیفه فرا بورس ایران، ساماندهی و هدایت بخشی از بازار سرمایه است که شرایط ورود به بورس اوراق بهادار را ندارند یا تمایل دارند سریع‌تر به بازار سرمایه وارد شوند.

نام این بازار از معادل انگلیسی آن **Over The Counter** گرفته شده است. به همین دلیل به این بازار به اختصار **OTC** نیز گفته می‌شود. سازمان بورس اوراق بهادار به عنوان نهاد ناظر بر فعالیت‌های مالی و عملیاتی شرکت‌های بورس، بر فرا بورس و بورس کالا نیز نظارت کامل دارد.

با توجه به نیازمندی‌های بازار سرمایه اهداف و استراتژی فعالیت فرا بورس ایران به گونه‌ای طراحی شده تا بخش عمده‌ای از متقاضیان منابع مالی امکان بهره‌مندی از مزایای آن را داشته باشند و مهمترین ویژگی آن سهولت رویه‌ها در مراحل پذیرش و انجام معاملات اوراق بهادار است.

فرا بورس ایران دارای پنج بازار به شرح زیر است:

بازار اول، بازار دوم، بازار سوم (عرضه یکجا)، بازار ابزارهای نوین مالی و پایه.

پذیرش اوراق بهادار شرکت‌های سهامی عام در بازار اول و بازار دوم و پذیرش دیگر اوراق بهادار صرفاً در بازار ابزارهای نوین مالی انجام می‌شود. بازار سوم نیز برای عرضه یکجا و پذیرهنویسی اوراق بهادار؛ و بازار پایه هم

با توجه به نیازمندی‌های بازار سرمایه، اهداف و استراتژی فعالیت فرا بورس ایران به گونه‌ای طراحی شده تا بخش عمده‌ای از متقاضیان منابع مالی امکان بهره‌مندی از مزایای آن را داشته باشند و مهمترین ویژگی آن، سهولت رویه‌ها در مراحل پذیرش و انجام معاملات اوراق بهادار است

«مدیریت ارتباط با مشتری» محور موفقیت در بانکداری شرکتی

دارابوشهری

ب) نظارت ادواری بر عملکرد مشتریان شامل اخذ و تحلیل صورت‌های مالی میان دوره‌ای و پایان سال، بازدید از کارخانه، کارگاه، انبار و محل کسب و کار مشتری، عملکرد حساب‌های بانکی مشتری، میزان تعامل با فروشندگان و خریداران مشتری. (ج) حصول اطمینان از صحت و سلامت عملکرد مشتریان و رعایت ضوابط و چارچوب‌های قوانین ابلاغی مانند دستورالعمل مبارزه با پولشویی و ... (د) حصول اطمینان از تحقق شروط ناظر بر اعطای تسهیلات (ه) پاسخگویی به شکایات مشتریان در راستای نگهداشت مشتری و رفع موانع عملیاتی. در این حالت مدیر ارتباط با مشتری ابتدا نسبت به رفع مشکل خدمت رسانی از طریق کانال مربوطه اقدام و سپس با ثبت مورد شکایت یا نقصان در خدمت رسانی، نسبت به انعکاس موضوع به مدیر کانال خدمات رسانی مربوطه و مدیریت بانک جهت حل و فصل ساختاری مشکل اقدام می‌نمایند.

(و) رفع موانع عملیاتی با ایجاد ارتباط موثر با ارائه‌کنندگان محصولات و خدمات بانک و جلب رضایت مشتری

ز) تهیه پیشنهاد کاهش؛ تغییر ساختار تسهیلات بانکی به استناد برداشت مدیر ارتباط با مشتری از شواهد و ریسک‌های محتمل شامل شناخت و پیگیری علایم هشدار زودهنگام مدیریتی، عملیاتی، مالی، بازار و ...، اطلاع به هنگام به مدیریت ریسک و اعتبارات و مدیریت بانک، ارزیابی به هنگام و وثایق و تضمین‌ها و عکس‌العمل سریع تر از رقبای در تحکیم نسبی وضعیت تضمین‌ها.

۲) توسعه کسب و کار از راه بهره‌وری بیشتر از مشتریان موجود و جذب مشتریان جدید که در برگیرنده موارد ذیل می‌باشد:

الف) شناخت جامع کسب و کار و نیاز مشتریان و تلاش جهت پیشینه کردن ارزش مشتری بانک به صورت ترغیب جهت استفاده از تسهیلات مصوب، افزایش‌های موردی و فصلی تسهیلات، افزایش سقف تسهیلات، جایگزینی بانک‌های رقیب، ارائه سایر خدمات بانکی.

ب) تهیه پیشنهاد اعطای تسهیلات بانکی با نگرش بر ساختار مدیریتی، عملیاتی، مالی و ساختار اعتباری مشتری.

ج) شبکه‌سازی و تلاش جهت جذب مشتریان جدید.

۳) ارزیابی و شناخت سایر نیازهای مشتریان موجود و بازاریابی و فروش محصولات کسب و کارهای جنبی بانک که در برگیرنده موارد ذیل می‌باشد:

الف) شناخت جامع کسب و کار و نیاز مشتریان و تلاش جهت بازاریابی و فروش محصولات کسب و کارهای جنبی بانک شامل بیمه، تامین سرمایه، لیزینگ، صرافی، کارگزاری و ...

ب) ایجاد ارتباط موثر با ارائه‌کنندگان محصولات و خدمات جنبی بانک و تلاش جهت ایجاد هم‌افزایی و جذب مشتریان.

بانکداری شرکتی زاینده ایجاد نگرش «مشتری محور» در بانکداری می‌باشد. نگرشی که در بانکداری خرد (بانکداری اشخاص حقیقی) به شکل بانکداری اختصاصی و در بانکداری کلان (بانکداری اشخاص حقوقی) به شکل بانکداری کسب و کار یا بانکداری شرکتی متجلی می‌گردد.

در این نگاه بانک با گروه بندی مشتریان و تقسیم‌بندی آنان به زیرگروه‌های مختلف به فراخور جغرافیا یا کسب و کار ایشان و اختصاص «مدیران ارتباط با مشتری» تلاش می‌کند با ایجاد ارتباطی موثر نسبت به شناخت مشتری، درک کامل از فرآیند کسب و کار مشتری، نیازهای مشتری به تامین مالی و ... اقدام نماید. این اتفاق موجب تبیین تصویر درستی از ریسک تامین مالی و در نتیجه تلاش بانک جهت ارائه راهکارهای مناسب پوشش ریسک تامین مالی شرکت می‌باشد.

در بانکداری شرکتی با ارزیابی فرآیند کسب و کار مشتری، تامین مالی «کسب و کار محور» جایگزین تامین مالی «تضمین محور» می‌گردد. بدین معنی که تامین مالی بانگه‌به کسب و کار و محاسبه نوع و میزان دقیق سرمایه در گردش، تسهیلات تجاری، تعهدات، ... نسبت به تعیین ساختار تامین مالی شرکت اقدام می‌نماید. کسب و کار شرکت و توان بازپرداخت تسهیلات و تعهدات بانک از ارکان پایه‌ای در پوشش ریسک تامین مالی می‌باشند.

انتصاب «مدیران ارتباط با مشتری» مجرب با دانش بانکی، فهم کسب و کار، مهارت‌های تجزیه و تحلیل مالی و ... بعنوان رکن اساسی در پیاده‌سازی رویکرد بانکداری شرکتی، موجبات تسهیل ارتباط کلان مشتری با بانک می‌گردد. در بانکداری شرکتی علاوه بر ارکانی از بانک که به طور سنتی به خدمات رسانی به مشتری اشتغال داشته‌اند، مدیران ارتباط با مشتری، تعاملات شرکت در ابعاد کلان را برنامه‌ریزی، هدایت و مدیریت می‌نمایند تا کارایی و اثر بخشی همکاری بین مشتری و بانک حفظ و شرایط برد-برد برای طرفین این تعامل تداوم یابد.

«مدیر ارتباط با مشتری» مسئولیت نگه‌داشت، پایش و توسعه سبده از مشتریان بانک را به شرح ذیل بر عهده دارد:

۱. ایجاد ارتباط موثر با مشتریان موجود جهت نگه‌داشت و پایش مشتریان که در بر گیرنده موارد ذیل می‌باشد:

الف) شناخت جامع مشتریان و کسب و کار آنها شامل مالکیت، مدیریت، مدل کسب و کار، حلقه ارزش، وضعیت صنعت، جایگاه مشتری در صنعت، تحلیل مالی، شناخت فروشندگان به مشتری، شناخت خریداران از مشتری، اطلاع از بانک‌های ارائه دهنده سرویس به مشتری، اطلاع از تسهیلات دریافتی از سیستم بانکی، بهینه‌سازی ساختار اعتباری، بررسی منابع بازپرداخت، شناخت فرصت‌های درآمدی بانک

گفت‌وگو با سینانایی طراحی یک شعبه



وحیده کلانتری

که این اتفاق نیز افتاد. مادر نهایت از یک شعبه مدرن فراتر رفتیم تا یک فضای مجلل در اختیار کاربران و مشتری‌ها قرار دهیم. زمان در این فضای معناست و سرویس دهی نیز محدودیتی ندارد. این نبود محدودیت به معنای حذف میزها و کانترها نیست بلکه چون بانک خصوصی هدف تعامل با مشتری‌های ویژه خود را دارد، فضاهای ویژه و خصوصی بسیار درخشان شده‌اند.

از گفته‌های شما به خوبی می‌توان فهمید که تفاوت‌هایی میان طراحی برای بانک و دیگر مکان‌ها وجود دارد، این تفاوت چه موارد خاصی را شامل می‌شود؟
طراحی برای بانک تا اندازه‌ای با دیگر طراحی‌ها متفاوت است. عناصر معماری به کار گرفته شده در بانک، از عملکرد و اهداف آن بانک پیروی می‌کند؛ ضمن اینکه در کنار این مسیر، طراح باید نگاهی دائمی به نیازهای مردم برای استفاده از بانک داشته باشد. به طور اجمالی در مورد بانک خاورمیانه می‌توان گفت که از رنگ‌ها و عناصر قالب بر ایران زمین که به سمت رنگ‌های گرم و تا حدودی رنگ‌های قهوه‌ای و خاکی می‌رود، استفاده نکرده‌ایم و تمام سعی خود را بر استفاده از شکل‌های مینی‌مال ولی در نهایت کارآمد گذاشته‌ایم.

طراحی فضای بانکی در دنیا از چه استانداردهایی پیروی می‌کند؟ ما تا چه حد باین استانداردها فاصله داریم؟

در سیستم بانکداری اروپایی بخش کوچکی از فضای بانک در اختیار خدمات مالی و بقیه در اختیار خدمات همکاری، ایده دادن و حل مشکلات اقتصادی یک بنگاه و یا یک شخص حقیقی است.

در شعبه نیابوران بانک خاورمیانه نیز یک فضای بزرگ VIP برای افراد علاقه‌مند به مذاکره با بانک، اختصاص داده شده است و بیش از ۹۰ درصد شعب نیز این امکان را به صورت ویژه در اختیار مراجعه‌کنندگان قرار می‌دهند. البته حذف حضور مشتری در بانک بی‌معناست اما کم کردن آن کارآمد است. در این زمینه بانک‌های خصوصی با در نظر گرفتن عناصر بومی مسیر مناسبی را پیش گرفته‌اند و می‌توان گفت آینده خوبی پیش روست.

در نهایت طراحی بانک خاورمیانه چطور به این خروجی رسید؟

در اصل اهداف بانک و نیازهای آن ما را به یک طرح اصلی سوق داد. مطالعه طراحی روی چند بانک داخلی و خارجی ما را به اینجاست رساند که برای هر کدام از نیازهای شعب، طراحی خاصی انجام دهیم. شخصیت یک مؤسسه باید اثری از خود در معماری بر جای بگذارد. به عنوان مثال اگر لوگو نارنجی بوده، ما باید عناصری را از این رنگ‌ها و لوگو هرچند اندک ولی تأثیرگذار در دید بصری ناظر به وجود بیاوریم؛ هم‌اکنون نیز رنگ نارنجی در شعب بانک بخش کوچک ولی جدانشدنی از سیستم را به خود اختصاص داده است و می‌توان گفت که در نهایت بستری خنثی در اختیار مشتری قرار می‌گیرد.

در نهایت امضای خاص بانک خاورمیانه که به لحاظ بصری و طراحی آن را از سایر بانک‌ها متمایز می‌کند، چیست؟

یکپارچگی و خلوصی که از نمای بانک وارد فضای داخلی ساختمان می‌شود، می‌تواند نقطه عطف این طراحی باشد که اشاره به یک دستی ظاهر و باطن بانک دارد.

بی‌گمان بسیاری در این اندیشه بوده‌اند که همزمان با ورود سیستم‌های پیشرفته کامپیوتری و رشد و توسعه بانکداری الکترونیک و مراجعات غیر دیداری، جنبه‌های عملیاتی شعب بانک‌ها از اهمیت کمتری نسبت به گذشته برخوردار خواهد بود و ساختمان شعب کارایی و عملکرد را از دست خواهند داد.

اما علیرغم فراگیر شدن تجهیزات مدرن و مبتنی بر تکنولوژی‌های سایبرنتیک و رواج محیط‌های مجازی و دسترسی سهل و آسان مشتریان به خدمات بانکی از راه دور و بدون نیاز به حضور فیزیکی در شعب، ساختمان‌های بانک‌ها (اعم از شعب و ساختمان‌های اداری) همچنان بعنوان سمبل قدرت و عملکرد بانک‌ها شناخته می‌شوند و اغلب معماری شعب بانک‌ها ملاک ارزیابی بانکداران قرار می‌گیرد. از این رو طراحی شعب بانک فرایندی بسیار حساس و در عین حال تخصصی به شمار می‌آید که در آن می‌بایست به الزامات جغرافیایی منطقه، تأثیرات فرهنگی بنا بر محیط پیرامون (منظر شهری بنا)، کارایی و انطباق عملکرد فضا با فاکتورهای انسانی و عوامل متنوع دیگری نیز توجه کامل داشت. بانک خاورمیانه به عنوان بانکی نوین بر اساس سیاست‌های تعیین شده از سوی مالکین و بنیان‌گذاران آن با مدنظر قراردادن الگوهای مدرن در زمینه بانکداری با بهره‌گیری از شبکه بانکی کشور ایران نهاده است و با توجه به استراتژی تعیین شده علاوه بر توجه به بازارهای داخلی، نگاهی جدی به بازارهای منطقه‌ای و بین‌المللی نیز دارد. لذا بر اساس این تکرش سعی نموده است تا با تکیه بر رسالت اصلی خود به عنوان یک بانک تجاری به جنبه‌های تخصصی‌تری از جمله مشتریان خاص، بانکداری الکترونیک، بانکداری شرکتی و سایر خدمات نوین بانکداری که در روش‌های سنتی چندان مورد توجه نمی‌باشند نیز پردازد. در این راه با استفاده از نظرات مشاورین مجرب و توانمند در زمینه طراحی فضاهای بانکی و تزریق تفکر خلاق و به روز معماران جوان سعی در به وجود آوردن فضاهایی متناسب با تفکرات مدیران بانک و برنامه‌های اجرایی آن نموده است که نمونه آن در طراحی نما و چیدمان داخلی شعب و مخصوصاً شعبه نیابوران بانک خاورمیانه به صورت کاملاً واضحی مشهود است. این فرآیند که برای به ثمر رسیدن آن زمان زیادی صرف شده است، حاصل در آمیختن تجربه گرانبهای بانکداران خبره و نگاه تیزبین و متفاوت معماران جوان، با هدف عینیت بخشیدن به ایده‌آل‌های ذهنی بنیان‌گذاران بانک و فراهم آوردن بستر لازم جهت ارائه خدمات بانکی متفاوت و بر اساس استانداردهای روز بانکداری است.

مصاحبه زیر با جناب آقای مهندس سینانایی به عنوان سرپرست تیم طراحی داخلی و ایده پرداز اصلی نمای شعب بانک صورت گرفته و در آن سعی شده تا ضمن تشریح مسیر نحوه شکل‌گیری و چگونگی پدید آمدن ایده اصلی کار نیز بیان شود.

در آغاز درباره چگونگی همکاری با بانک خاورمیانه توضیح دهید.

این همکاری از زمان رایزنی‌ها و تلاش‌های نخستین برای دریافت مجوز بانک شکل گرفت. پس از آن مطالعاتی درباره طراحی رایج فضای بانکی به ویژه بانکداری بین‌المللی رایج در کشورها و مقایسه آن با بانکداری داخلی انجام شد.

ایده‌های اجرای طراحی بانک خاورمیانه از کجا شکل گرفت؟

خوشبختانه مدیران ارشد بانک دست ما را در طراحی باز گذاشتند؛ اما اهدافی مانند سیستم بانکداری شرکتی و بانکداری خصوصی باید در تفکر معماری ما تزریق می‌شد



اقتصاد رقابتی آزمون بحران و رتبه‌بندی

دکتر مرتضی بینا
مدیر ریسک بانک خاورمیانه

رتبه‌بندی در بازار سرمایه

هدایت پس اندازهای مردم به سمت سرمایه‌گذاری در کسب و کارهایی که بازده متناسب با ریسک مربوطه را داشته باشند، یک مسئله ساده بانکی نیست، بلکه یک مسئولیت دراز مدت اجتماعی است. مردم می‌خواهند قدرت انتخاب برای هدایت پس اندازهایشان به سمت کسب و کارهای مناسب و باب میل خود را داشته باشند و دسترسی به نهادهای نظارتی لازم برای جلوگیری از هدایت سرمایه‌هایشان به سمت کسب و کارهای پرخطر و یا سواستفاده‌های افراد بانفوذ آسان تر شود و رواج یابد.

برای انتخاب درست محل سرمایه‌گذاری باید بتوان شرایط کسب و کار مربوطه را بررسی و ریسک‌های سرمایه‌گذاری را اندازه‌گیری کرد. این کار دارای هزینه است و نیاز به تخصص دارد. بخش بزرگی از سرمایه‌گذاری در شرکت‌های بزرگ از طریق خرید اوراق قرضه (اعطای وام) به آن‌ها صورت می‌گیرد. سرمایه‌گذاران باید از قابلیت پرداخت بدهی این شرکت‌ها اطمینان خاطر حاصل کنند و چنانچه شرکتی دارای وضعیت مناسب تری باشد، سرمایه‌گذاران حاضر خواهند بود قیمت بالاتری برای اوراق قرضه آن شرکت پرداخت کنند؛ یا به عبارتی حاضر خواهند بود به آن شرکت با نرخ بهره کمتری وام بدهند.

شرکت‌های رتبه‌بندی قابلیت شرکت‌های بزرگ و دولت‌ها را برای پرداخت بدهی‌هایشان بررسی و گزارش می‌کنند. این شرکت‌ها از یک طرف خصوصی هستند و از طرف دیگر قابل اعتماد. بدون حضور فعال شرکت‌های رتبه‌بندی در بازار سرمایه، هزینه بررسی صورت‌های مالی برای کل جامعه بالاتر خواهد رفت. به همین دلیل هر چند در جریان بحران مالی ۲۰۰۸، مردم و سرمایه‌گذاران متوجه شدند که کار شرکت‌های رتبه‌بندی بی‌عیب و نقص نیست اما همچنان این شرکت‌ها مهمترین نقش‌ها را برای خرید اوراق قرضه شرکت‌های بزرگ و دولت‌ها ایفا می‌کنند. شرکت‌های بزرگ و شناخته شده این قابلیت را دارند که مستقیماً وارد بازار سرمایه بشوند و هزینه جمع‌آوری سرمایه مورد نیاز خود را از طریق

خدمات و کالا (۷) بازار کارا برای نیروی کار (۸) بازار مالی پیشرفته (۹) آمادگی تکنولوژیک و (۱۰) اندازه بازار

اقتصادهای بر مبنای نوآوری

(۱۱) خبرگی در کسب و کار و (۱۲) کیفیت بالای آموزش و خلاقیت
خوشبختانه ایران دارای وضعیت کم و بیش مطلوبی در شاخص‌های مربوط به زیرساخت‌ها، بهداشت و آموزش ابتدائی، آموزش عالی و اندازه بازار است. در مورد ایران، از این ۱۲ شاخص، بازار مالی پیشرفته تنها موردی است که می‌توان با یک اراده قوی به سرعت بهبود بخشید. تمام موارد دیگر نیاز به زمان زیاد و یا تغییرات اساسی در ساختار نهادهای کشوری دارند. با ایجاد یک بازار مالی پیشرفته، از بین رفتن موانع بین‌المللی، ایران قابلیت رقابت با دیگر کشورهای در حال توسعه برای استفاده از سهم خود از تجارت عظیم جهانی را خواهد یافت.

طبق گزارش اجلاس جهانی اقتصاد، بازار مالی پیشرفته در یک اقتصاد رقابتی باید دارای شرایط زیر باشد:

- هدایت درست منابع پس انداز شده به سمت کسب و کارهایی که بازده آنها متناسب با ریسک آن‌ها است.
- عدم هدایت منابع به سمت فعالیت‌های متصل به افراد خاص.
- فراهم بودن بازار کارا برای جمع‌آوری سرمایه و توزیع مجدد این سرمایه در میان کسب و کارها.
- وجود بازارهای بورس کارا.
- داشتن شفافیت مالی و وجود اعتماد مردمی به سیستم بانکی.
- تصویب قوانین مؤثر و برنامه‌های مدون برای حفاظت از سرمایه‌گذاران خرد و کلان اقتصادی.
- اندازه‌گیری ریسک‌های سرمایه‌گذاری و گزارش شفاف آن‌ها رکن اصلی تمام موارد ذکر شده فوق را تشکیل می‌دهد. ریسک‌های متداول و شناخته شده سرمایه‌گذاری عبارتند از ریسک قیمت، ریسک نکل، ریسک نقد شوندگی، ریسک دیگر ریسک‌ها مانند ریسک‌های عملیاتی، از دست دادن شهرت خوب و امثالهم.

هزینه‌ای که شرکت‌های رتبه‌بندی از مشتریان دریافت می‌کنند بالا است و عمدتاً برای شرکت‌های خیلی بزرگ که به انتشار اوراق قرضه در حجم بالا اقدام می‌کنند مناسب است. به این دلیل که نرخ وام‌دهی در بازار سرمایه بسیار پایین‌تر از نرخ وام‌دهی بانکی است. وام‌دهی به شرکت‌های کوچک‌تر از طریق سیستم بانکی صورت می‌گیرد

طبق گزارش ۲۰۱۴-۲۰۱۳ اجلاس مجمع جهانی اقتصاد با توجه به ادامه بحران حوزه یورو و انتظار رشد کم در آمریکا و ژاپن، کشورهای در حال توسعه غیر از ترکیه، برزیل، و چین موتور اقتصادی دنیا خواهند بود. از این گزارش می‌توان نتیجه گرفت که برای جذب سرمایه‌های آماده ورود به کشورهای در حال توسعه از جمله ایران و قرار گرفتن در قسمت‌های بالاتر زنجیره تولید، باید نشانه‌های خوبی از رقابتی بودن وضعیت کسب و کار نشان داد.

مراحل پیشرفت در اقتصاد کشورها و رقابتی شدن را به سه گروه زیر می‌شود تفکیک کرد:

اقتصاد رقابتی بر مبنای مواد خام و نیروی کار ارزان (مثل چین)، اقتصاد رقابتی بر مبنای کارایی (مثل ژاپن)، و اقتصاد رقابتی بر مبنای خلاقیت و نوآوری (مثل آمریکا). این در حالی است که بیشترین حجم پولی تجارت جهانی در زنجیره تولید و در تبادل محصولات نیمه تمام، قبل از رسیدن محصولات تمام شده به دست مصرف‌کننده نهایی صورت می‌گیرد. اجزاء یک پیراهن معمولی شامل تولید پنبه، مواد نفتی برای نایلون، تولید رنگ، بافت پارچه، تولید دستگاه بافت، دستگاه دوخت، طراحی، برش، دوخت، بسته‌بندی، توزیع، فروش و غیره ممکن است در ده‌ها کشور دست به دست شده باشند تا یک پیراهن برای مصرف نهایی آماده شود. بیشترین سود در زنجیره تولید متعلق به اقتصادهایی است که در قسمت بالای زنجیره یعنی خلاقیت و نوآوری قرار دارند (برندهای مطرح طراحی پیراهن) و کمترین سود در زنجیره تولید متعلق به اقتصادهای متکی به نیروی کار ارزان و مواد خام هستند. برای گذار از یک اقتصاد بر مبنای مواد خام و نیروی کار ارزان باید در قسمت‌های بالاتری از زنجیره تولید جهانی به طور رقابتی قرار گرفت.

برای داشتن یک اقتصاد رقابتی ۱۲ شاخص انتخاب شده‌اند:

- اقتصادهای بر مبنای نیروی کار ارزان و مواد خام**
- (۱) نهادهای قوی (۲) زیرساخت‌های مناسب (۳) شرایط خوب اقتصاد کلان (۴) بهداشت و آموزش ابتدائی.
 - اقتصادهای مبتنی بر کارایی**
 - (۵) آموزش عالی و تربیت متخصص (۶) بازار کارا برای ارائه

از انجام آزمون بحران بانک‌های اروپایی توسط بانک مرکزی اروپا، بانک‌ها مجبور خواهند شد که بیش از یک تریلیون یورو سرمایه با کیفیت بالا جمع‌آوری کنند. این رسانه اقتصادی پیش‌بینی کرده با مقررات جدید، بازدهی سرمایه در بانک‌ها به شدت پائین خواهد آمد و بانکداری به سمت مدل‌های تخصصی بانکداری روی خواهد آورد. همچنین، طبق گزارشی که رویترز بر مبنای صحبت‌های رئیس بانک مرکزی اروپا تهیه کرده، برخی بانک‌ها نخواهند توانست سرمایه با کیفیت بالا برای قبولی در آزمون بحران را جمع‌آوری کنند و همراه با پائین آمدن بازدهی سرمایه به دلیل مقررات جدید مجبور خواهند شد که خود را به بانک‌های قوی‌تر واگذار و یا در آنها ادغام شوند.

در بانکداری مدرن، رتبه‌بندی اعتباری باعث حرکت از «تسهیلات‌دهی روابطی» به «تسهیلات‌دهی معاملاتی» شده است. تسهیلات‌دهی روابطی در جوامع کوچکی که تسهیلات‌دهنده و تسهیلات‌گیرنده با یکدیگر ارتباط شخصی دارند بسیار مناسب است

آزمون بحران و رتبه‌بندی
برای محاسبه وضعیت یک بانک در شرایط بحران اقتصادی، مهم‌ترین مسئله قابلیت بازپرداخت بدهی‌های مشتریان بانک است. در شرایط بحران احتمال نکول به صورت تصاعدی بالا می‌رود و ارزش وثیقه‌ها به شدت پائین می‌آید به طوری که زیان بانک‌ها در شرایط بحران از دو جهت به صورت تصاعدی بالا می‌رود و ارزش دارایی‌ها و میزان کفایت سرمایه به شدت افت می‌کنند. برای محاسبه کفایت سرمایه در شرایط بحران مهم‌ترین نکته احتمال نکول وام‌ها می‌باشد. برای محاسبه احتمال نکول وام‌ها باید یک طبقه‌بندی از شرکت‌های وام‌گیرنده وجود داشته باشد. بدون طبقه‌بندی متقاضیان وام و محاسبه احتمال نکول امکان تطبیق با مقررات جدید بین‌المللی وجود ندارد.

بانک مرکزی ایران و سیاست اجرایی کردن آزمون بحران

اخیراً بانک مرکزی ایران رهنمودی در انجام آزمون بحران ارائه داده و به نکات مهمی اشاره کرده که اجرایی کردن آن‌ها در پیشرفت مدیریت ریسک بانک‌ها و کم کردن خطرات ناشی از بحران‌های مالی بسیار مؤثر خواهد بود. مدل نمونه‌ای که در این رهنمود ارائه شده می‌تواند شروع خوبی باشد ولی نکات مورد بحث از جمله تغییر فاکتورهای اقتصاد کلان، احتمال‌های نکول، زیان در اثر نکول، گسترش اعتباردهی، تمرکز اعتباردهی و غیره را در نظر نمی‌گیرد، در این زمینه بانک خاورمیانه در ایران پیشرفت‌های قابل ملاحظه‌ای داشته که می‌تواند تجربیاتش را در اختیار دیگران بگذارد. بانک ما مرحله رتبه‌بندی وام‌ها را اجرایی کرده و در حال اجرایی کردن چند مدل پیشرفته برای آزمون بحران است. یکی از این مدل‌ها توسط محققین بانک جهانی ارائه شده و با همه پیچیده‌گی‌هایی که دارد کاملاً برای ایران مناسب و قابل اجرا است.

خلاصه

برای ورود رقابتی ایران به تجارت جهانی و گرفتن سهم شایسته خود از حجم عظیم تجارت، بانک‌های ایران هر چه زودتر تطبیق با مقررات بین‌المللی را در دستور کار قرار خواهند داد. برای این کار، آزمون بحران و در نتیجه رتبه‌بندی وام‌ها همراه با محاسبه احتمال زیان در اثر نکول از ارکان اصلی تطبیق با مقررات کفایت سرمایه بازل خواهند بود. رقابتی که بین بانک‌های توانا باعث پیشرفت بیشتر خواهد شد.

بانکداری سنتی، بانکداری مدرن، و رتبه‌بندی اعتباری

در بانکداری سنتی، تسهیلات‌دهندگان با توجه به فاکتورهای شخصیت، توانایی، سرمایه، وثایق، و شرایط بازار، قضاوت‌هایی عمدتاً شخصی درباره مشتریان می‌کنند. این قضاوت‌ها بر اساس تجربه شخصی آنها می‌باشد و نه تنها اطلاعات تاریخی، بلکه یک نظر آینده‌نگرانی در بر می‌گیرد. نکته اصلی در اینجا دستیابی به اطلاعات از طریق ارتباط (نزدیک) با مشتریان است، و این باعث می‌شود که مشتریان به سختی بتوانند کسب و کار خود را به جای دیگری منتقل کنند. در بانکداری مدرن، رتبه‌بندی اعتباری باعث حرکت از «تسهیلات‌دهی روابطی» به «تسهیلات‌دهی معاملاتی» شده است. تسهیلات‌دهی روابطی در جوامع کوچکی که تسهیلات‌دهنده و تسهیلات‌گیرنده با یکدیگر ارتباط شخصی دارند بسیار مناسب است، اما در جوامع بزرگتری که مشتریان دائماً در حال حرکت و جابه‌جایی می‌باشند و شبکه پولی و مالی گسترده بوده و رقابت موسسات مالی تنگاتنگ می‌باشد بسیار نامناسب است. در عین حال حرکت از تسهیلات‌دهی مبتنی بر وثایق و ضمانت‌ها (Secured Lending) به سمت تسهیلات‌دهی بدون وثیقه و ضمانت (Unsecured Lending) که مبتنی بر اطلاعات می‌باشد، باعث بالا رفتن شدید اهمیت رتبه‌بندی و تحلیل داده‌ها شده است. اطلاعات (داده‌ها) جایگزین تجربه شده است یا به عبارت دقیق‌تر به کمک تجربه آمده است که این منجر به کاهش استفاده منحصراً از قضاوت انسانی شده است. نکته مهم این است که اساس رتبه‌بندی نیز بر فاکتورهای شخصیت، توانایی، سرمایه، وثایق، و شرایط بازار قرار دارد، که تلاش بر استفاده بهینه از اطلاعات در دسترس را دارد، و خروجی آن مستدل و به دور از ناستواری‌های قضاوت‌های انسانی می‌باشد.

مقررات بازل، و آزمون بحران

بعد از بحران مالی اخیر، یک سونامی از مقررات بانکی بین‌المللی شکل گرفته و بزودی برای پیدا کردن جایگاه مناسب در اقتصاد جهانی، ایران مجبور خواهد بود این مقررات را اجرا کند. از مقررات جدید که بر آن تأکید بسیار زیادی می‌شود قبولی در آزمون تست بانکی است. آزمون بحران بانکی یک مدل ریاضی-اقتصادی است که کفایت سرمایه یک بانک را در شرایط بحران بررسی می‌کند. مقررات جدید بازل بانک‌ها را ملزم می‌کند که مقدار سرمایه و کیفیت دارایی‌ها را آنقدر بالا ببرند که در شرایط بحران ضریب کفایت سرمایه از ۲ درصد کمتر نشود. بسیاری از بانک‌های اروپایی در این امتحان نمره قبولی نمی‌آورند و مجبور خواهند شد با فروش دارایی‌ها و تبدیل آنها به دارایی‌های با کیفیت بالاتر، و جمع‌آوری سرمایه‌های جدید، وضعیت خود را به حد نصاب مورد نظر کمیته بازل برسانند. اندازه کفایت سرمایه که در آن به هر نوع از دارایی‌های شرکت ضریب ریسک خاصی تعلق می‌گیرد اهمیت ویژه‌ای دارد و سپس سرمایه با کیفیت شرکت نسبت به دارایی‌ها با احتساب ضریب ریسک محاسبه می‌شود. دارایی‌های با کیفیت دارای ضریب ریسک کمتر هستند و ارزش بیشتری دارند. این همان جداسازی بانکداری سرمایه‌گذاری از سایر فعالیت‌های بانکی و ایجاد سپر محافظ مکفی برای فعالیت‌های کلاسیک بانکی در برابر فعالیت‌های پرخطر سرمایه‌گذاری می‌باشد. طبق برآورد مجله اکونومیست بعد

انتشار اوراق قرضه پائین بیابوند. برای این کار، شرکت‌های وام‌گیرنده، شرکت‌های رتبه‌بندی را استخدام می‌کنند تا وضعیت مالی آنها را بررسی کنند و در اختیار سرمایه‌گذاران قرار بدهند. شرکت‌های رتبه‌بندی با دریافت هزینه‌های مربوطه، اقدام به بررسی وضعیت مالی شرکت متقاضی می‌کند و با اعلام نظر خود باعث بالا رفتن یا پائین آمدن ارزش اوراق قرضه، بستر تغییر نرخ بازدهی سرمایه‌گذاری از طریق وام دادن به این شرکت‌ها فراهم می‌سازند. قوی بودن و استقلال مالی شرکت‌های رتبه‌بندی بسیار مهم است. اخیراً استقلال مالی شرکت‌های رتبه‌بندی به دلیل دریافت هزینه‌های بررسی سنگین از مشتری، مورد سؤال قرار گرفته است.

رتبه‌بندی داخلی بانک‌ها

هزینه‌ای که شرکت‌های رتبه‌بندی از مشتریان دریافت می‌کنند بالا است و عمدتاً برای شرکت‌های خیلی بزرگ که به انتشار اوراق قرضه در حجم بالا اقدام می‌کنند، مناسب است. یکی از دلایل این است که نرخ وام‌دهی در بازار سرمایه بسیار پائین‌تر از نرخ وام‌دهی بانکی است. وام‌دهی به شرکت‌های کوچکتر از طریق سیستم بانکی صورت می‌گیرد. بانک‌ها با جمع‌آوری پس‌اندازهای خرد، منابع لازم را برای دادن وام به شرکت‌های متوسط و کوچک تهیه می‌کنند. چون بانک‌ها مستقیماً از منابع پس‌اندازی برای وام دادن استفاده می‌کنند، مسئولیت بزرگی را بر دوش می‌کشند. آن‌ها باید منابع مذکور را به درستی مصرف کنند. سپرده‌ها عمدتاً نتیجه سال‌ها تلاش و زندگی آنها می‌باشد، نباید با وام دادن به شرکت‌های کم‌توان و یا ناتوان در بازپرداخت وام‌ها به خطر بیافتد. به بیان دیگر همانطور که مدیران بانک در مقابل سهامداران مسئول سودآوری هستند، در مقابل پس‌اندازکنندگان هم مسئول حفظ منابع هستند. بانک‌ها با بررسی صورت‌های مالی متقاضیان وام، و با شناختی که از شهرت و قابلیت پرداخت بدهی متقاضی پیدامی‌کنند ممکن است اقدام به گرفتن وثیقه متناسب با میزان وام درخواستی و وضعیت متقاضی بکنند. همچنین با در نظر گرفتن وضعیت مالی متقاضی، میزان وام، نرخ بهره، نوع و میزان وثیقه و دیگر نکاتی که ممکن است برای هر بانکی متفاوت باشد، ضرایب ریسک متعددی برای تسهیلاتی که داده شده در نظر می‌گیرند.

در مرحله اول بانک‌ها متقاضیان وام را از چند نظر که شامل وضعیت مالی، قابلیت مدیریت، وضعیت استراتژی یک و رقابتی، و قابلیت پرداخت بدهی است طبق‌بندی می‌کنند. این طبقه‌بندی به بانک‌ها اجازه می‌دهد که با مطالعه سوابق مشتریان، میزان و کیفیت وثیقه، احتمال نکول در پرداخت وام برای متقاضی در نظر بگیرند. با توجه به احتمال نکول و میزان و کیفیت وثیقه، نرخ بهره وام مورد نظر تعیین می‌شود. هر چقدر که وضعیت مالی و شهرت متقاضی را در پرداخت بدهی بهتر و دارای وثیقه بهتری باشد، احتمال نکول و زیان ناشی از نکول کمتر می‌شود و در نتیجه نرخ بهره کمتری برای وام در نظر گرفته می‌شود.

رعایت نکات فوق باعث می‌شود که مدیران کسب و کارها در بهبود وضعیت مالی شرکت خود تلاش کنند، و برای ایجاد و یا حفظ دسترسی به منابع مالی بانکی بانرخ بهره مناسب، به طور شفاف عمل کنند.

کسب و کارهایی که توانایی بهبود وضعیت خود را نداشته باشند و یا پنهان‌کاری کنند، با بالا رفتن هزینه تأمین سرمایه مواجه می‌شوند و از گردونه رقابت بیرون می‌افتند و جای خود را به کسب و کارهای شفاف و رقابتی می‌دهند.

بانک‌های بورسی:

این بانک در بهمن ۱۳۸۲ وارد بورس شد و هم‌اکنون ۱۱۰ سهامدار حقوقی و ۱۱ هزار و ۲۲۹ سهامدار حقیقی دارد. [بانک اقتصاد نوین]

پارسیان بادر اختیار داشتن ۴۵ درصد از کل منابع بانک‌های خصوصی و سهم ۴۲ درصدی از کل تسهیلات اعطایی توسط این بانک‌ها، عنوان بزرگترین بانک خصوصی ایران را از آن خود کرده است. قیمت هر سهم آن ۴۲۲۵ ریال است. [بانک پارسیان]

این بانک به عنوان یکی از اعضای قوی شرکت‌های بانکی بورس، مردادماه سال ۱۳۹۰ وارد بورس شد. قیمت هر سهم این بانک ۲۸۷۹ ریال است. [بانک پاسارگاد]

بانک‌های بورسی ایران

پیش‌تازان بازار سرمایه

[بانک تجارت] بانک تجارت دومین بانک دولتی بورسی است که در اردیبهشت سال ۱۳۸۸ وارد بورس اوراق بهادار شده است. هر سهم این بانک ۳۶۰۰ ریال ارزش گذاری شده است.

[بانک سینا] این بانک پیش از این با نام مؤسسه مالی و اعتباری بنیاد فعالیت می‌کرد که در سال ۱۳۸۷ در بازار سرمایه به بخش خصوصی واگذار شد البته همچنان سهامدار عمده این بانک، بنیاد مستضعفان انقلاب اسلامی است. ارزش هر سهم این بانک ۳۲۶۹ ریال برآورد می‌شود.

[بانک صادرات] صادرات به عنوان هفتمین بانک بورسی کشور در خرداد ۱۳۸۸ وارد بورس اوراق بهادار شده است. قیمت هر سهم این بانک ۱۰۷۹ ریال است.

تصمیم بر اساس یک تجربه جهانی

بحث ورود بانک‌ها به بورس از دهه ۸۰ میلادی در کشورهای مختلف دنیا آغاز شده و با تجربه‌ی موفق نیز همراه بوده است. در ایران نیز آیین‌نامه‌ی شرایط و ضوابط پذیرش سهام بانک‌ها و مؤسسه‌های اعتباری در سازمان بورس و اوراق بهادار، در ششم خردادماه سال ۱۳۸۱ به تصویب رسید.

بانک‌های خصوصی و گام‌های نخست ورود به بورس

نخستین بانک خصوصی بورسی ایران یعنی کارآفرین، در سال ۱۳۸۱ مجوز ورود به بازار بورس را دریافت کرد و در ابتدای ورود نیز عملکرد قابل توجهی از خود نشان داد. پس از آن بانک اقتصاد نوین در همان سال و بانک پارسیان در سال ۱۳۸۶ وارد بورس شدند تا بانک‌ها بیشتر قدرت خود را در بازار سرمایه به رخ بکشند.

واگذاری بانک‌های دولتی به مردم

حضور بانک‌های کشور در بورس اوراق بهادار، از پایان سال ۱۳۸۷ و با واگذاری بانک ملت به عنوان نخستین بانک دولتی پررنگ‌تر شد. در این میان می‌توان سال‌های ۸۹ و ۹۰ را نیز به دلیل ورود چشم‌گیر بانک‌های قوی خصوصی به بورس، سال‌های طلایی بانک‌های بورسی خواند.

۳۰ درصد معاملات در مشت بانک‌ها

برخی از مخالفان معتقدند به دلیل قدرت بانک‌ها و قصد جدی آنها در افزایش سود خود در بازار سرمایه، حضور آنها در بورس می‌تواند این بازار را تحت تأثیر جدی قرار دهد به ویژه اینکه سازمان خصوصی سازی سهام بانک‌های دولتی را، سنگین به بازار عرضه می‌کند. با این وجود بانک‌ها تا ۳۰ درصد حجم معاملات را به خود اختصاص داده‌اند.

بانک‌ها؛ اصلی‌ترین محور بورس

پیش از حضور جدی بانک‌ها عده‌ای معتقد بودند که بدهی سنگین دستگاه‌های دولتی به بانک‌ها از کارایی آنها در بازار سرمایه کم خواهد کرد اما پس از آنکه بانک‌ها حجم زیادی از معاملات بورس را به خود اختصاص دادند این موضوع مطرح شد که کم عمق بودن بازار سرمایه، بانک‌ها را به اصلی‌ترین محور بورس تبدیل کرده است.

رشد دو برابری در شش ماه نخست سال

سهام بانک‌ها در شش ماهه‌ی نخست سال جاری مورد توجه ویژه اهالی تالار شیشه‌یی قرار گرفت تا جایی که به رشد دو برابری قیمت سهام این بانک‌ها منجر شد.

تأثیر منفی سیاست‌ها بر نماد بانک‌ها

در هفته‌های منتهی به اسفندماه سال جاری با توجه به پیشنهاد افزایش ۵ برابری نرخ خوراک پتروشیمی‌ها و صف سنگین عرضه سهام این شرکت‌ها، نمادهای حاضر در گروه بانک‌ها نیز منفی شده و با صف فروش مواجه شدند. این در حالی است که در دی ماه سال جاری اکثر بانک‌ها طبق نظر سازمان خصوصی سازی برای جذب نقد پنگی، عرضه‌های سنگینی داشته‌اند.

این بانک که اسفندماه ۱۳۸۷ وارد بورس اوراق بهادار شده است، نخستین بانک دولتی است که از ۵ درصد سهام عرضه شده آن در عرضه نخست، ۵۰ درصد خریداری شد. قیمت هر سهم این بانک ۲۵۴۳ ریال است.

[بانک ملت]

بانک کارآفرین بیش از ۱۱ سال پیش، یعنی سال ۱۳۸۱ با حضور در بورس اوراق بهادار، نام خود را به عنوان نخستین بانک حاضر در بازار سرمایه ثبت کرد. قیمت هر سهم این بانک ۲۹۲۹ ریال است.

[بانک کارآفرین]

پست بانک که هدف اصلی آن خدمت‌رسانی به نقاط محروم و مناطق روستایی تعریف شده، چهارمین و آخرین بانک دولتی ملحق شده به بورس است. قیمت هر سهم این بانک ۸۲۴۳ ریال برآورد می‌شود.

[پست بانک]

بانک انصار یازدهمین بانک خصوصی ایران است که پیش از این بانام مؤسسه مالی و اعتباری انصار فعالیت می‌کرد. انصار شهریور ۱۳۹۰ وارد بورس شد و هر سهم آن ۲۹۱۴ ریال ارزش گذاری شده است.

[بانک انصار]

بانک‌های فرابورسی:

این بانک توسط شهرداری تهران تأسیس شده و بیشتر سهام آن متعلق به شهرداری‌های شهرها و کلان‌شهرها، کارکنان شهرداری و بخشی از مردم است. بانک شهر به عنوان دوازدهمین بانک خصوصی در ۱۳۹۰ وارد بازار پایه توافقی فرابورس شد.

[بانک شهر]

نماد بانک سامان در آبان ماه ۱۳۹۰ در نرخ‌های بازار اول فرابورس درج شد اما به علت استفاده نکردن سهامداران عمده و مسئولان بانک از مهلت ۶ ماهه عرضه سهام در این بازار نام این بانک در بازار پایه‌ی فرابورس قرار گرفت.

[بانک سامان]

قوامین به عنوان هشتمین بانک در سال ۱۳۹۱ وارد بازار پایه توافقی فرابورس شد.

[بانک قوامین]

بانک سرمایه در آبان ماه ۱۳۹۱ وارد فرابورس شد و تاکنون بیشترین حجم معاملات را در بازار اول فرابورس به خود اختصاص داده است.

[بانک سرمایه]

این بانک وابسته به بنیاد شهید و امور ایثارگران انقلاب اسلامی است که به عنوان سومین بانک فرابورسی در تیرماه ۱۳۹۰ وارد بازار دوم معاملات شده است.

[بانک دی]

خاورمیانه در دی ماه ۱۳۹۱ وارد بازار پایه فرابورس شد و پس از آن به علت دارا بودن شرایط مورد نظر فرابورس، به بازار دوم ارتقا پیدا کرد.

[بانک خاورمیانه]

اولین بانک تخصصی و خصوصی در زمینه گردشگری در ایران است که با واگذاری ۴۰ درصد از سهام خود در آذرماه سال ۱۳۸۹ فعالیت خود را در بازار دوم فرابورس آغاز کرد.

[بانک گردشگری]

ایران زمین که پیش از این بانام مؤسسه مالی و اعتباری مولی‌الموحدین فعالیت می‌کرد در اردیبهشت ۱۳۹۰ فعالیت خود را به عنوان بانک آغاز کرد و در مهرماه ۱۳۹۰ وارد بازار دوم فرابورس شد.

[بانک ایران زمین]

بانک حکمت که پیش از این در قالب صندوق تعاون بتاجا و پس از آن مؤسسه مالی و اعتباری حکمت ایرانیان فعالیت می‌کرد به عنوان ۴۶ امین نماد فرابورس بهمن ماه ۱۳۹۰ وارد بازار پایه شد.

[بانک حکمت]

بانک تات به عنوان چهارمین بانک در سال ۱۳۹۰ به بازار پایه فرابورس راه پیدا کرد اما پس از مدتی منحل شد و با ادغام با مؤسسه مالی و اعتباری صالحین و مؤسسه مالی و اعتباری آتی بانام بانک آینده به فعالیت خود ادامه داد.

[بانک آینده]

ارزش سهم هر بانک در تاریخ ۴ اسفند ۹۲ درج شده است.

اینفوگرافی: پوریا امیرزاده

چه دانش‌هایی را برای چه تصمیم‌گیری‌هایی نیاز دارم؟ اشتراک دانش برای نتیجه‌گیری

فرزانه رجایی

سرپرست مدیریت طرح و توسعه بانک خاورمیانه

افراد بدون آنکه با مفهوم مدیریت دانش آشنایی داشته باشند، آن را در زندگی روزمره خود به کار می‌برند. هر کدام از ما ضمن داشتن اندوخته‌ای از دانش، آموخته‌ها و تجارب، برای حل مسائل و استفاده از فرصت‌ها، در تعامل و تبادل دانش و تجربه با دوستان و همکارانمان هستیم. به طور کلی مدیریت دانش، درباره جمع‌آوری دانش از کل نیروی کار و کاربرد مناسب آن برای تسهیل تصمیم‌گیری و رسیدن به اهداف سازمان صحبت می‌کند. از آنجایی که قسمت عمده دانش سازمان در ذهن نیروی کار سازمان است، ایجاد محیطی که در آن افراد به خلق، یادگیری، اشتراک و کاربرد دانش در کنار یکدیگر و در جهت اهداف و استراتژی‌های سازمان تشویق شوند در اولویت قرار دارد.

امروزه سازمان‌ها به منظور حفظ بقا، رشد و سودآوری به دنبال مزیت‌های رقابتی هستند. بسیاری از شرکت‌ها این مزیت رقابتی را در هزینه تولید کمتر و یا محصولات متمایز جستجو می‌کنند. با توجه به تغییرات سریع و اجتناب ناپذیر محیط پیرامون، توجه به دارایی‌های غیرقابل لمس چون خلاقیت و دانش برای احراز مزیت‌های رقابتی مورد نظر، در رأس استراتژی‌های یک سازمان قرار می‌گیرد. با در نظر گرفتن دانش به عنوان یکی از دارایی‌های کلیدی سازمان، مدیریت دانش به منظور به کارگیری و توسعه دانش سازمان به کمک آمده است. مدیریت دانش، ذخیره دانش، رشته‌ای و شامل فرایندهای خلق دانش، ذخیره دانش، اشتراک دانش و کاربرد دانش است. نکته اساسی بحث مدیریت دانش این است که مقادیر متعدد دانش درباره مشتریان، فرآیندها، محصولات و خدمات در ذهن کارکنان و یا بر روی سیستم‌ها موجود است و اگر این دانش بتواند یکجا جمع شده و انتقال داده شود، منجر به موفقیت سازمان خواهد شد.

در مدیریت دانش تفاوت‌هایی بین سه سطح داده، اطلاعات و دانش وجود دارد. داده، اولین سطح در مدیریت دانش که شامل وقایع خام، اعداد و نمودارها است که به خودی خود هیچ معنایی در بر ندارند. اطلاعات دومین سطح مدیریت دانش را تشکیل می‌دهند که نتیجه پالایش، گروه‌بندی، سازماندهی و

مربوط شدن داده‌های خام به هم است. دانش به عنوان سطح سوم، پیوندی است که افراد میان اطلاعات و کاربردهای آن برقرار می‌کنند و می‌توان گفت دانش درک قوانینی است که برای تفسیر اطلاعات لازم است. به عنوان مثال (۱۸، ۱۶، ۲۰، ۱۱، ۱۰، ۹، ۱۳) داده‌های خامی هستند که گروه‌بندی شده و به عنوان نمرات کلاس درس A در سطح اطلاعات قرار می‌گیرند. این اطلاعات به معلم درس A داده می‌شود. تحلیل آن فرد بر روی این اطلاعات و کاربرد آن، در سطح دانش است که می‌تواند منجر به تصمیم برای برگزاری و یا عدم برگزاری مجدد کلاس شود. با همین مثال روشن می‌شود که دانش یکی از نزدیک‌ترین لایه‌ها به تصمیم‌گیری است و پس از آن اقدامات سازمان در لایه بالاتری انجام می‌شود. در واقع مدیریت دانش موفق به سازمان کمک می‌کند تا تصمیمات هوشمندانه‌تری اتخاذ نموده و از انجام اقدامات تکراری و نامناسب در امان باشد.

دانش را در سازمان معمولاً به دو دسته تقسیم می‌کنند: دانش صریح و دانش ضمنی.

دانش صریح یا دانش آشکار (Explicit Knowledge) دانشی است که به راحتی دریافت، مکتوب و ذخیره شده و به افراد و سیستم‌ها منتقل می‌شود، مانند دستورالعمل‌ها، رویه‌ها و یافته‌های تحقیقاتی.

دانش ضمنی یا دانش تلویحی (Tacit knowledge) به دانشی اشاره دارد که در پی تجارب، مهارت‌ها و دانایی‌های شخصی، در اذهان افراد جوامع پدید می‌آید و به آسانی تن به نمایش و بیان صریح نمی‌دهد. دانش ضمنی نوعی دانش است که فرد دارد ولی نمی‌تواند آن را به سادگی توضیح داده و یا به دیگران انتقال دهد. در این مرحله اشتراک‌گذاری به انتقال دانش کمک می‌کند. هرچند که مدیریت دانش ضمنی، به مراتب مشکل‌تر از دانش صریح است، نقش آن در خلاقیت و کسب مزایای رقابتی در سازمان، بیشتر است.

اگر مدیریت دانش را شامل فرآیندهای

خلق، ذخیره، اشتراک و کاربرد دانش بدانیم، ابزارها و روش‌هایی برای هر کدام وجود دارد که می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد.

■ طوفان فکری: روش ساده‌ای که کمک می‌کند افراد به خلق و ایجاد ایده‌های تازه بپردازند.

■ مرورهای بعد از انجام کار: درس‌ها و تجربیات فراگرفته شده در حین و پس از انجام فعالیت‌ها و پروژه‌ها مورد بحث قرار گرفته و به اشتراک گذاشته می‌شود.

■ انجمن‌های تسهیم دانش: افراد به هم مربوط شده و به توسعه و اشتراک دانش حول موضوعات خاصی می‌پردازند.

■ بازرسی دانش سازمان: فرایند نظام‌مندی که نیازمندی‌ها و منابع و جریان‌های دانش سازمان را بر این اساس مشخص می‌کند که مدیریت دانش در کجا و چگونه می‌تواند منجر به ایجاد ارزش افزوده گردد.

■ توسعه استراتژی‌های مدیریت دانش: برنامه‌ای برای مدیریت دانش سازمان تدوین می‌شود که در جهت استراتژی‌های کلان سازمان است.

■ مصاحبه با نیروهای جدا شده: دانش افرادی که قصد جدایی از سازمان را دارند، با استفاده از ابزارهای مناسب به دست می‌آید.

■ شناسایی و اشتراک بهترین آموخته‌ها (Best Practices): بهترین آموخته‌ها

در جاهای مختلف سازمان شناسایی شده و در جهت افزایش بهره‌وری در اختیار عموم قرار می‌گیرد.

■ مراکز دانش: مانند کتابخانه است با این تفاوت که افراد را نیز به هم متصل نموده و اطلاعات را در اختیار آن‌ها قرار می‌دهد.

■ مشاور همکار: فرآیندی که در طی آن اعضای تیمی که قرار است بر روی پروژه یا فعالیتی کار کنند، جلساتی را با تیم‌های دیگر برگزار می‌کنند تا قبل از شروع پروژه و یا فعالیت، از تجربیات و دانش دیگران بهره‌مند شوند.

■ داستان‌گویی: از هنر داستان‌گویی در جهت اشتراک دانش به نحو کارا تر و پر معناتری استفاده می‌شود.

داده‌ها، اولین سطح در مدیریت دانش هستند که شامل وقایع خام، اعداد و نمودارها می‌شود. اطلاعات، دومین سطح از مدیریت دانش می‌باشند که شامل نتیجه پالایش، گروه‌بندی، سازماندهی و مربوط شدن داده‌های خام به یکدیگر است. دانش به عنوان سطح سوم پیوندی است که افراد میان اطلاعات و کاربردهای آن برقرار می‌کنند

نگاهی به کتاب افزایش هوش مالی اثر رابرت کیوزاکی

باهوش تر می شویم

نوعی به مسئله خرد و توازن میان واقعیت و دانش اشاره می کند که بخشی از مدیریت دانش است. در تمامی مراحل داشتن سطح هوشیاری بالا می تواند تمایز و برتری را سبب شود.

نویسنده این یادداشت به شما با اطمینان می گوید که بهره گیری از اطلاعات این کتاب در زندگی مالی و اجتماعی می تواند به یاری ما بیاید. با مرور این کتاب ترس ما از ریسک می ریزد و همزمان می توانیم با کنترل ریسک فعالیت های مختلف، پشتوانه ای برای تصمیم گیری هایمان ایجاد کنیم.

در شماره بعدی خلاصه ای از این کتاب به چاپ خواهد رسید که می تواند به ایجاد یک دید باز تر نسبت به گفته ها و تجربیات کیوزاکی در ذهن کمک کند. تا آن زمان می توانید با تهیه این کتاب، تجربیات شخصی خودتان را در امور اقتصادی بررسی کرده و آن مواردی که می تواند به دیگران کمک کند، برای ما بفرستید تا آن ها را منتشر کنیم و به اشتراک بگذاریم.

«رابرت کیوزاکی» از افرادی است که در زمینه هوش مالی و افزایش آن تألیفات گوناگونی داشته است و توانسته با استفاده از این دانش به فردی ثروتمند بدل شود. وی که یک آمریکایی ژاپنی تبار است تلفیق خوبی از دو فرهنگ شرقی و غربی ارائه می دهد

همانطور که خودش در کتاب "چگونه هوش مالی خود را افزایش دهید" صریحا اشاره می کند، در دهه دوم و سوم زندگی اش درآمد چندانی نداشته. ولی از آن پس با تمرکز و بهره گیری از افزایش دانش و توسعه هوش توانسته ثروتی بالغ بر ۱۰۰ میلیون دلار به هم زند و با داندل تراپی مشغول همکاری در پروژه های بزرگ باشد.

دانستن دانش مالی و افزایش هوش در این زمینه برای پیشرفت و جلوگیری از ورشکستگی دارای اهمیت است. نه فقط دانستن ریاضی می تواند به درآمد بیشتر کمک کند و نه تنها دانستن چگونگی فروش یک محصول. هماهنگی میان اعداد و شرایط و توانایی تحلیل مسائل گوناگون، با توجه به سرعت زیاد تحولات اجتماعی اقتصادی، با افزایش توانمندی های فکری در جنبه های متفاوت عملی از ویژگی های هوش است.

کار کرد کتاب افزایش دانش است. برای کسانی که موفق هستند و می خواهند موفق تر باشند و یا کسانی که به دنبال موفقیت هستند دانایی مالی مهم است. رابرت کیوزاکی، از افرادی است که در زمینه هوش مالی و افزایش آن تألیفات گوناگونی داشته و با توجه به دانشی که داشته توانسته است به فردی ثروتمند بدل شود.

کیوزاکی، ۱۵ کتاب تألیف کرده که از آن جمله کتاب "پدر پول دار، پدر فقیر" از خوش اقبال ترین کتاب ها قلم داد می شود. کتاب های کیوزاکی مجموعاً ۲۵ میلیون نسخه فروش رفته اند. او یک آمریکایی ژاپنی تبار است که توانسته تلفیقی از دو فرهنگ شرقی و غربی را به خوبی به نقطه ای مرتفع و پر بازده برساند.

وی در این کتاب به اهمیت دانستن ریاضیات برای افزایش هوش مالی تأکید می کند. آن چه اغلب در کشور ما به نظر می رسد این است که افراد توانا در به کارگیری علم ریاضی به نفع پیشرفت جامعه و خودشان کمتر به چشم آمده اند و همین مشکل باعث بروز تصمیم های غلط و ورشکستگی های بزرگ و کوچک شده که علاوه بر تبعات اقتصادی بر جامعه تأثیرات گسترده نامطلوبی می گذارد.

کیوزاکی در کتاب، ۵ سطح برای هوشیاری مالی بر می شمرد که مبتنی بر تجربیات بشری است و زمانی که شما هر صفحه از این کتاب را به صورت تصادفی باز کنید می بینید که در آن نکاتی هست که بدون توجه به صفحات قبل و بعدش به درد می خورد. شاید به این دلیل که علاوه بر اهمیت ریاضیات و دانش مالی، آن چه همزمان اهمیت دارد تجربیات افراد است که آن ها را برای تصمیم گیری های دیگر آماده می سازد.

سطح اول از هوش مالی، کسب پول بیشتر است. سطح دوم حفاظت از پول است. سطح سوم بودجه بندی و برنامه ریزی است.

در سطح چهارم پول به اهرمی بدل می شود که برای رسیدن به اهداف به کار می آید و در سطح آخر افزایش هوشیاری و آگاهی مالی اهمیت دارد. در این سطح به



نظام آراستگی و هفت سین مدیریت

با یادی از شادروان مجتبی کاشانی

رویا طاهری

جهان مورد توجه قرار گرفت. پذیرش نظام آراستگی در کشورهای مختلف به این معنی است که مفاهیم نظام آراستگی با فرهنگ‌های گوناگون سازگاری دارد و یا قابلیت سازگارش را داراست. از مهم‌ترین اهداف پیاده‌سازی این نظام، کاهش ریسک، گسترش بهداشت، توسعه بهره‌وری، صرفه‌جویی در هزینه‌ها، افزایش کیفیت و پیشگیری از خرابی‌ها است.

این نظام از واژه‌های ابتدایی ۵ کلمه ژاپنی است که معادل انگلیسی آن‌ها عبارتند از:

Sort: جدا کردن

Set In Order: نظم و ترتیب

Shine: پاکیزگی

Standardize: حفظ وضع مطلوب

Sustain: سامان یافتگی

در سال ۱۳۸۲ و با هدف بومی‌سازی مفاهیم 5S و ارتباط دادن آن با مفاهیم فرهنگی در بحث هفت سین صنعتی توسط زنده یاد مجتبی کاشانی مطرح شد. با توجه به کار ژاپنی‌ها که مفهوم 5S را از فرهنگ آمریکایی گرفته و در قالب فرهنگ ژاپنی ارائه دادند، وی مفهوم مدیریت را از شرکت‌های ژاپنی گرفته و آن را با مفهوم هفت سین ایرانی ترکیب و با نام هفت سین نظام صنعتی مطرح کرد. هفت سین مدیریت عبارتند از:

سین اول: سوا کردن

در این مرحله شناسایی اقلام ضروری از غیر ضروری، دور کردن غیر ضروری‌ها از محیط کار، تعمیرات جزئی و برطرف کردن نواقص انجام می‌شود. امروزه اکثر سازمان‌ها سعی در زیبا کردن محیط کار خود دارند. آن‌ها در یافته‌اند که این موضوع نقش مهمی در جذب و جلب مشتری بازی می‌کند. در بانکداری باید سعی شود تا اجزا و لوازم شعبه به سمت استاندارد این حرفه که از آن جمله می‌توان به نظم در همه امور اعم از کارهای نوشتاری، امور روزمره، نظم روی میز و اتاق کار اشاره کرد، حرکت کنند.

سین دوم: سامان دادن و چیدمان

بعد از جدا کردن ضروری‌ها از غیر ضروری‌ها، باید آنچه از محل کار باقی می‌ماند در وضعیتی سازمان یافته

آشنایی با نظام آراستگی آشنایی با مدیریت مناسب و دقیق محیط کار است. در ابتدا اینگونه به نظر می‌رسد که اجرای نظام آراستگی، کاری پرهزینه است و انجام آن به سازمان فشار می‌آورد؛ اما بهتر است بگوییم برای انجام هر طرحی پرداخت هزینه‌های فکری، اهمیت بیشتری از تأمین بودجه مالی آن دارد و بدون ایجاد یک اراده و صرف هزینه مالی برای انجام این دست طرح‌ها، قطعاً بی‌اثر و بد اثر خواهد بود. پیاده‌سازی نظام آراستگی با اصول پنجگانه آن نیاز به هزینه مالی زیادی ندارد. ما می‌توانیم با اجرای این اصول با کمترین هزینه، شرایط را در محل کار خود بهبود بخشیم. نگاهی به شرکت‌های موفق دنیا نشان می‌دهد که از سال‌ها قبل این نظام به عنوان اصول همیشگی پیاده شده و ادامه پیدا کرده است.

بنابر این اجرای نظام آراستگی، یک انتخاب ضروری است

شرایط حاکم بر بازارهای مختلف باعث شده است تا فعالان بازارها بیشتر به عواملی که بر جلب و جذب مشتریان تأثیر دارند توجه کنند تا بتوانند سهم بازار خود را افزایش دهند. از جمله این عوامل، موضوع آراستگی محل کار است. به همین دلیل شرکت‌های موفق دنیا، اجرای نظام آراستگی و اصول پنجگانه آن را از سال‌ها پیش آغاز کرده و برای توسعه و گسترش آن

برنامه‌ریزی کرده‌اند. در این میان بانک‌ها نیز از این موضوع غافل نبوده‌اند، زیرا وضعیت ظاهری ساختمان‌ها و شواهد فیزیکی و طراحی داخلی شرکت‌ها نقش مؤثری در جلب و جذب مشتریان و انگیزه و دلگرمی در کارکنان آنان دارد و در مجموع می‌تواند در سر نوشت آن‌ها مؤثر باشد. این نظام در سازمان‌های تولیدی و خدماتی کشورهای مختلف جهان مورد استفاده قرار گرفته و نتایج ارزشمندی در سازماندهی، مرتب کردن محیط‌های کاری، ایجاد عادت‌های مطلوب و مشتری‌مداری داشته است. این سیستم در برخی از سازمان‌های ایران نیز به اجرا در آمده است. این نظام در ژاپن تکامل یافت و پس از آن در همه نقاط

پذیرش نظام آراستگی در کشورهای مختلف به این معنا است که مفاهیم نظام آراستگی با فرهنگ‌های گوناگون سازگاری دارد و یا قابلیت سازگارش را داراست. از مهم‌ترین اهداف پیاده‌سازی این نظام، کاهش ریسک، گسترش بهداشت، توسعه بهره‌وری، صرفه‌جویی در هزینه‌ها، افزایش کیفیت و پیشگیری از خرابی‌ها است



و مرتب قرار گیرد. نتیجه به دست آمده از اجرای این مرحله ساماندهی محیط کار، ابزارها و لوازم است. هدف این مرحله جلوگیری از اتلاف وقت برای جستجوی وسایل مورد نیاز و اهمیت در نظر گرفتن مکانی مناسب برای وسایل و لوازم است؛ به گونه‌ای که وسایل مورد نیاز در زمان مورد نیاز در دسترس باشند. به عنوان نمونه می‌توان از تجهیز کردن میزهای اداری با ملزومات اداری، دسترسی به مدارک و هماهنگی در شیوه بایگانی کردن نامه‌ها، مدارک، چیدمان صحیح لوازم و وسایل شخصی نام برد.

سین سوم: سپیدی و پاکیزگی

منظور همان پاکیزگی افراد، ماشین، ابزار، مواد و محیط کار است. پاکیزگی از وظایف کلی افراد در سازمان است و هر فرد در هر سطحی از سازمان که باشد جزئی از وظایف او به حساب می‌آید. پاکیزگی نوعی بازنگری و از مهم‌ترین معیارها است زیرا در این مرحله اشکالات جزئی و نیازهای تعمیراتی مشخص می‌شود. پاکیزگی با هدف پاک کردن آلودگی و غبار از سطح میزها، فایل‌ها، داخل زونکن‌ها، استفاده از ظروف جداگانه به منظور جمع‌آوری کاغذهای باطله از دیگر زباله‌ها و شناسایی منابع آلودگی و سعی در حذف آن‌ها انجام می‌شود. موردی که می‌توان در مورد سازمان‌های ایرانی به آن

محیطی مناسب است. بدون سخت کوشی نمی توان نظام آراستگی را در محیط کار پیاده کرد. باید با تلاش و افزایش انگیزه در کارکنان در برخورد با موانع و مشکلات اقدام کرد. هر چیزی که جدید باشد به تلاش بیشتری برای از میان برداشتن مشکلات نیازمند است.

سین هفتم: سماجت در انجام کار درست

سماجت به معنای پیگیری مداوم جهت استقرار نظام آراستگی و ایجاد عادت های متناسب با سازمان است. همانطور که می دانیم شکستن عادت ها بسیار سخت و همراه با مقاومت است؛ در نتیجه برای شکست عادت ها نباید از هیچ تلاشی دریغ کرد. اجرای سین ششم و هفتم برای ادامه و حفظ پنج سین دیگر لازم است. اگر سین ششم و هفتم پیاده نشود تداوم سایر سین ها امکان پذیر نخواهد بود. انجام درست کار با استفاده هوشمندانه از منابع یک امر بسیار جدی است. سازمان بهره وری آسیایی (APO) تا کنون ۲۰ عضو دارد. کشور ماز سال ۱۹۶۵ به عضویت این سازمان در آمده است. برای افزایش بهره وری در سازمان ها، روش هایی به نام روش های بهبود بهره وری وجود دارد که با بکارگیری این فنون می توانند با ایجاد سازمانی کیفی در انجام سریع و درست فعالیت ها بکوشند. لازم به یادآوری است سازمان هایی که در مسیر استقرار یک سیستم مدیریت کیفیت بر اساس استاندارد ISO 9001:2000 یا سایر استانداردها گام برمی دارند، باید بدانند که ایجاد نظام ساماندهی محیط کار و یا نظام 5S زیربنای فعالیت های بعدی است و باید این حداقل را در سازمان خود داشته باشند. امروزه سازمان ها با ارتقا ۵ سین مدیریت به ۷ سین مدیریت، آن را مطابق با فرهنگ خود بومی سازی کرده اند تا بتوانند آن را در سازمان ها و کارخانه ها پیاده کنند. هفت سین مدیریت شروع یک کار مطمئن است که می توان کارکنان و مدیران را ترغیب به اجرای آن در محیط کار و زندگی کرد. بهتر است این نکته همواره در محیط توجه ما قرار داشته باشد که «انگیزه سازی و هم جهت نمودن اهداف سران سازمان با کارکنان» کلید پیشرفت پایدار است. هفت سین مدیریت زیربنای اجرای مدیریت کیفیت در سازمان ها است و به عنوان اساس ارتقای کیفیت و بهره وری سازمان ها از آن نام برده می شود. روز به روز بر اهمیت هفت سین مدیریت افزوده شده به طوری که امروزه در همه سازمان ها و کارخانه ها از آن بهره می برند.

تویوتا نمادی است از مدیریت موفق، که از نظام آراستگی در سازمان خود بهره برده است. در شرکت تویوتا موتورز، همه کارکنان از مدیریت ارشد تا کارکنان ساده موظف هستند در ساماندهی محیط کار که همان جلوگیری از اتلاف منابع است، مشارکت کنند. برای جلوگیری از اتلاف منابع در این سازمان، اقلام به دو دسته ضروری و غیر ضروری تقسیم شده و پس از آن عملیات پاکسازی و نظم انجام می شود. نظم یعنی چه اقلامی، کجا و به چه میزان مورد نیاز هستند. این امر به کارکنان اجازه می دهد تا به سهولت به اقلام مورد نیاز دسترسی پیدا کنند. در این شرکت کنترل و اصلاح دائمی صورت می گیرد و استانداردسازی بیشتر متوجه مدیریت است؛ به نحوی که وی بتواند با استاندارد کردن مقررات، نوآوری و خلاقیت، محیط کار را به گونه ای استاندارد نماید که همواره همه عوامل با سرعت و دقت از آن بهره ببرند. مرحله نهایی آموزش شیوه های مناسب و تمرین دادن کارکنان است، به طوری که با وضع مقررات و پیگیری جدی، این قوانین بتوانند به صورت رویه های دائمی در شرکت ها محقق شوند.



اجرای استانداردهای تعیین شده
بهبتر نمودن استانداردهای تعیین شده
هدف از استانداردسازی نوعی ثبت، نگهداری و پیشگیری است.

سین پنجم: سازمان یافتگی و انضباط

عادت به انجام کارهای درست به کمک آموزش و فرهنگ سازی به این معناست که افراد با تمرین، کارها را به طور طبیعی و به درستی انجام دهند. به گونه ای عادت های نادرست را تغییر داده و عادت هایی مطلوب را جایگزین آن کنیم. این سیستم به لحاظ دستاوردهای بسیار ارزشمند خود به سرعت به بنگاه های اقتصادی کشورهای جهان مانند: مالزی، چین، تایلند، سنگاپور، انگلیس، اسپانیا و ... راه پیدا کرد و مورد بهره برداری قرار گرفت.

سین ششم: سخت کوشی

سخت کوشی به معنای تلاش مداوم در مواجهه با موانع و مشکلات برای ایجاد

اشاره کرد و خصوصاً در برخی از ادارات بیشتر به چشم می آید، عبور سیم از روی دیوار یا زمین یا بهره گیری از بدیهی ترین شیوه ها در چیدمان محل است. اگر ارباب رجوع یا مشتری احساس خوبی در محیط نداشته باشد قبل از ارائه خدمت، ذهن او را با بی نظمی عجین کرده ایم.

سین چهارم: سعی در حفظ وضع

مطلوب و تداوم آن

هدف از این مرحله نگهداری همه چیز در شرایط ایده آل و رعایت ایمنی در محیط کار است. برای داشتن محیطی ایده آل باید برنامه ای مشخص داشته باشیم. تدوین و استاندارد کردن روش ها از جمله کارهای ضروری است. هر سازمانی می تواند استانداردهایی برای خود تعریف کند. برای پیاده سازی، این اقدامات لازم است:

- یافتن روش هایی که نیاز به استاندارد شدن دارند.
- توافق با کارکنان جهت اجرای این روش ها
- انتشار استانداردهای تعیین شده

🔍
امروزه سازمان ها با ارتقا ۵ سین مدیریت به ۷ سین مدیریت، آن را مطابق با فرهنگ خود بومی سازی کرده اند تا بتوانند آن را در سازمان ها و کارخانه ها پیاده کنند. هفت سین مدیریت شروع یک کار مطمئن است که می توان کارکنان و مدیران را ترغیب به اجرای آن در محیط کار و زندگی کرد



قفل‌های موفقیت را باز کنیم

یک فرد یا جریان را دوست داشته باشند و حس عمل به خواسته‌های او را در خود بیابند. این هنر فرد یا جریان است که بتواند نیازهای همه‌گیر گروه‌های اجتماعی را شناسایی کرده و به آن‌ها پاسخ دهد.

چگونه دکتر مارتین لوتر کینگ به ما کمک می‌کند کار آفرین بهتری شویم

پیروان، رهبران کارزماتیک را بر اساس عملکردهای متقابل می‌شناسند و به آنها هویت می‌دهند. رهبران کارزماتیک ممکن است ریسک‌های شخصی بالایی را بپذیرند و در مقابل با از خود گذشتگی، هزینه‌هایی را متحمل شوند تا به اهداف مشترک برسند. این رهبران مهارت خود را در فراتر رفتن از نظام موجود و از طریق به کاربردن ابزارهای نامتعارف و استثنایی به اثبات می‌رسانند. مارتین لوتر کینگ از جنبه‌های مهمی یک رهبر بزرگ و کارزماتیک بود: یک رهبر حقوق مدنی، مذهبی و همزمان یک آفریقایی آمریکایی. آنچه می‌توان از یک پدیده یا جریان آموخت و به کار انداخت، بی‌نهایت است و می‌شود از نتایجی که به دست می‌آید همزمان راه‌های تازه‌ای برای بهبود عملکرد فردی و گروهی یافت.

■ دهه طوفانی در ایالات متحده آمریکا که بر کشتی دنیا تاثیر بزرگی بعد از جنگ جهانی دوم و حتی جنگ سرد گذاشت، دهه ۶۰ میلادی است. این دهه با انتخاب جان اف کندی به ریاست جمهوری و ایجاد خواسته‌های دموکراتیک جدید در جهانیان آغاز شد با افزایش تنش‌های غرب و شرق در بحران اتمی کوبا و قرار گرفتن دنیا در آستانه نبرد اتمی، قتل مرموز جان کندی، تشدید جنگ ویتنام و آغاز مبارزات جنبشی ادامه یافت. قتل رابرت کندی و کمی پیش از آن ترور مارتین لوتر کینگ در ۳۹ سالگی و نهایتاً تیراندازی مرگبار و باور نکردنی در دانشگاه ایالتی کنت در ۱۹۷۰، دهه پر بر خورده را رقم زد که تاثیر جنبش‌های ناشی از آن ۳۰ سال بعد با تجلی بخشی از آن خواسته‌ها در انتخاب او با ما به ریاست جمهوری، پایان جنگ‌های مداخله گرانه آمریکا و حتی توافق ژنو، نمایان شد.

مریم ذوالفقار
کارشناس ارتباطات بانک خاورمیانه

مارتین لوتر کینگ، کشیش بلند آوازه‌ای بود که از جرعه نافرمانی رُزا پارکس در اتوبوسی در مونتگومری آلاباما، آتشی ساخت که چون آتش نمرود بر ابراهیم، نه تنها نسوزاند بلکه با صبر و تلاش، به نتیجه رسید و هنوز هم در حال پیشروی است. تلاش‌های او در کنار تمامی برابر خواهان جهان، چون گاندی و ماندلا قرار گرفته و باقی خواهد ماند. تنها کاریزما نیست که قابلیت افراد یا جریان را در رهبری، توسعه می‌بخشد. کاریزما اکتسابی است و مبتنی بر توسعه جنبه‌های مورد علاقه اقشار مختلف. به نحوی که طبقات و گروه‌های مختلف با وجود تفاوت‌هایشان بتوانند،

اعتراف کند احساس شرمساری نکرد. او نگران بود حرف‌هایش آن گونه که انتظار دارد پذیرفته نشوند و افراد دست به اعمال خشونت بزنند. بسیاری از افراد، به خصوص آقایان، از کودکی و جوانی یاد گرفته‌اند که نباید ترسید؛ اما حقیقت این است که همه ما ترسی در وجودمان داریم و این هیچ اشکالی ندارد. همان طور که کینگ به ما می‌آموزد، بهتر است که به ترس خود اذعان داشته باشیم و با وجود آن راهی بیابیم تا شجاعانه عمل کنیم. به عنوان یک کارآفرین، موارد بسیاری عامل ترس هستند. تمام شدن بودجه مالی، کار نکردن محصول، استعفا یک کارمند کلیدی و موارد دیگر؛ اما اگر این ترس‌ها را بپذیریم، می‌توان یک به یک راه‌های عبور از آن را کشف و اجرا کرد.

همه را درگیر کنید

مارتین لوتر کینگ توانست یک جنبش واقعی با قابلیت حضور بسیاری از افراد همراه با حس خوب عضویت در گروهی بزرگ را شکل دهد. یک کارآفرین، این توانایی را دارد که همه را درگیر کرده و حتی از دیگران چیزی یاد بگیرد؛ اگر به هر کارمند یا مشتری اجازه بیان دهید، اندوخته باارزشی برای یاد دادن به شما دارد. و اگر همه کارمندان خود را در هدف گذاری و تدوین استراتژی درگیر و همراه کنید، هیچ‌گاه نمی‌دانید ایده فوق العاده بعدی از کجا خواهد آمد.

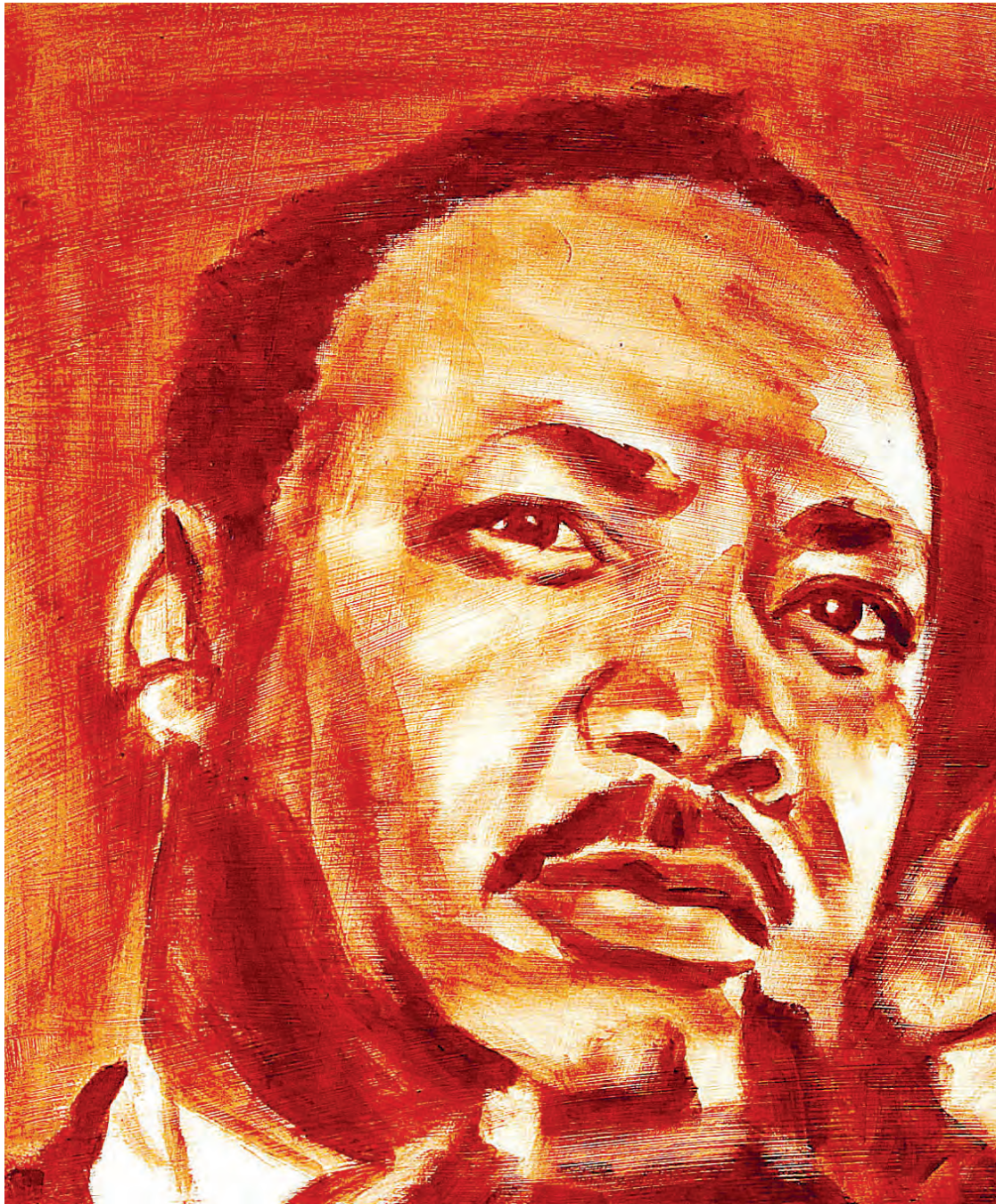
یک حس اضطرار ایجاد کنید

دکتر کینگ در سخنرانی «رویایی دارم» خود گفت: «ما همچنین به این مکان تقدیس شده آمده‌ایم تا شدت اضطرار موقعیت کنونی را به آمریکا خاطر نشان کنیم. امروز زمان آن نیست که وقت خود را صرف اقدامات تجملی مانند خونسردی یا تزریق داروی مسکن پیشرفت تدریجی کنیم. وقت آن رسیده است که وعده‌های واقعی تری بدهیم. وقت برخاستن از تاریکی و گودال مهلک جدایی نژادی و گذار به جاده روشن عدالت نژادی فرا رسیده است. امروز روز رهایی کشور از ریگ‌های روان بی‌عدالتی نژادی و کشاندن آن به زمین استوار برادری است. امروز وقت تحقق بخشیدن به عدالت برای همه فرزندان خداست.»

برای شما هم وقتش فرا رسیده است. اکنون وقت آن رسیده است که تیم خود را رهبری کنید، اکنون وقت آن رسیده است که چیزی بامعنا خلق کنید، به کاری که به آن باور دارید و انجام می‌دهید، شورمندانه عشق بورزید و از این طریق آن حس اضطرار را ایجاد کنید. حس اضطرار همراه با شوق رفتن. برای رسیدن باید بروی.

الهام بخش افراد باشید

دکتر کینگ الهام بخش بسیاری از افراد که رویای چنین نفوذی را در سر می‌پروراند است. اما کار شما به عنوان یک کارآفرین کارساز، به عنوان یک رهبر، الهام بخشیدن است. کار شما این است که الهام بخش کارکنانتان، سرمایه‌گذاران و دنیا باشید و نسبت به مأموریت، محصولات و خدماتتان، شوری در دل آن‌ها ایجاد کنید.



اما ما روز به روز شاهد بی‌اثر شدن این روش هستیم. بهترین راه برای مجاب کردن افراد و انجام کارهایی که می‌خواهید این است که رؤف، پرشور، مشوق، همراه و سپاسگزار باشید.

چیزی به افراد بدهید که به آن باور داشته باشند

دکتر کینگ یکی از بهترین رهبران تاریخ مدرن بود که توانست افراد را به داشتن رویا ترغیب کند. او توانست به گونه‌ای برای آرمانش تبلیغ کند که افراد پذیرا و حامی چشم انداز و مأموریت او باشند. شما هم باید آنچه را که باور دارید به افراد انتقال دهید تا با شما همگام شوند. این باور می‌تواند ارزش‌های کلیدی یا مأموریت سازمان شما باشد.

ترس را بپذیرید و در هر حال شجاعانه رفتار کنید

کینگ هرگز از این که به ترس خود

رویاهایی بزرگ داشته باشید

«رویایی دارم» سخنرانی تاریخی و مشهور دکتر کینگ در راهپیمایی واشنگتن در سال ۱۹۶۳ بود. داشتن رویا، و مهم‌تر از آن رویاهایی بزرگ، ضرورت کارآفرین است. شما باید به این فکر کنید که بهتر است چه رویایی را انتخاب کنید. رویایی داشته باشید، آن هم رویایی بزرگ. اگر به دنبال راهنمایی بیشتری هستید می‌توانم به شما بگویم در مورد آن چه دوست دارید اتفاق بیافتد فکر کنید و راه‌های رسیدن به آن را پیدا کنید. این نقطه شروع دویدن است.

بدون اعمال قدرت افراد را متقاعد کنید

دکتر کینگ با بهره‌گیری از رویکرد غیرخشونت آمیز نافرمانی مدنی، توانست میلیون‌ها آمریکایی را متقاعد کند تا به جنبش حقوق مدنی بپیوندند و از رویای او حمایت کنند. در حقیقت او توانست در جامعه‌ای که بر طبقات استوار بود، ایده بی‌مفهوم بودن طبقه را مطرح کند. به عنوان یک کارآفرین، شما باید افراد بسیاری را متقاعد کنید؛ سرمایه‌گذاران، مشتریان و مهم‌تر از همه کارکنان. شما می‌توانید به رویکرد تهاجمی اعمال قدرت متوسل شوید و به معنای سنتی «رئیس» باشید؛

🔍

داشتن رویا، و مهم‌تر از آن رویاهایی بزرگ، ضرورت کارآفرین است. شما باید به این فکر کنید که بهتر است چه رویایی را انتخاب کنید. رویایی داشته باشید؛ آن هم رویایی بزرگ. اگر به دنبال راهنمایی بیشتری هستید می‌توانم به شما بگویم در مورد آنچه دوست دارید اتفاق بیافتد فکر و راه‌های رسیدن به آن را پیدا کنید. این نقطه شروع دویدن است

راه‌هایی ب چه گونه سازند



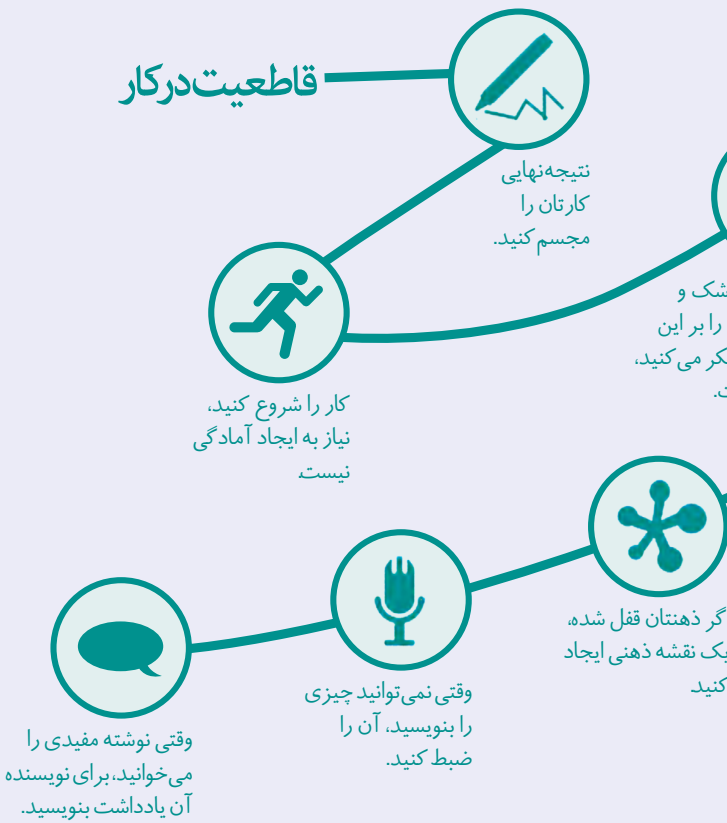
فناوری‌ها



پوشاک

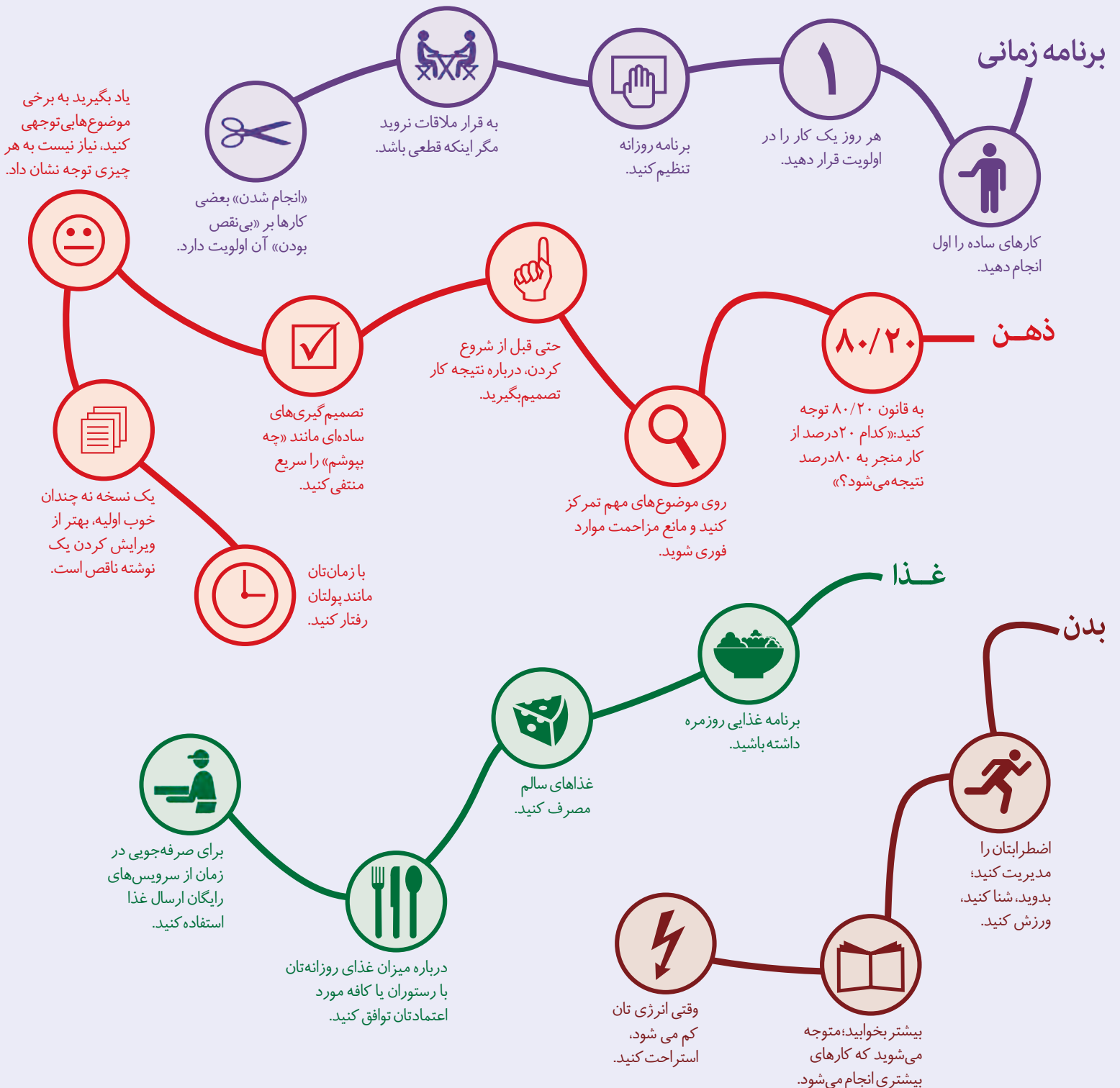


قاطعیت در کار



دهه باشیم؟

اینفوگرافی: پوریا امیرزاده



بازسازی ذهن در نوروز

سازمان میراث فرهنگی، راهنمایان آموزش دیده نیز در این مکان‌ها مستقر می‌شوند تا با ارائه اطلاعاتی کامل و جامع، جنبه آموزشی این بازدیدها را نیز بالا ببرند.

فرهنگسراها

هر سال در ایام نوروز برنامه‌های مختلف فرهنگی در این مجموعه‌ها تدارک دیده می‌شوند که به تناسب شهرها و میزان مسافری بودن آنها متفاوت است. به عنوان مثال فرهنگسراهای سطح شهر تهران در نوروز ۹۳ برنامه فرهنگی «فصل دل‌تکانی» با انواع خدمات فرهنگی خیابان هنر، پرده خوانی، مسابقات گسترده، نمایشگاه‌های میدانی و همچنین ارائه بیش از ۲۰ محصول فرهنگی را برای اقشار مختلف جامعه برگزار خواهند کرد.

جشنواره‌ها

برگزاری جشنواره‌های متنوع در تمام استان‌های کشور نیز از جمله برنامه‌های همیشگی نوروزی است. جشنواره‌هایی که با هدف معرفی و حمایت تولیدات محلی، صنایع دستی و تأکید بر زنده نگه داشتن آداب و رسوم ایرانی برگزار می‌شوند. برپایی ۱۷ نمایشگاه صنایع دستی همراه با سیاه چادرهای عشایر و غذاهای محلی در کرمانشاه، جشنواره‌های نوروزی اقوام ایرانی در میدان آزادی و جشنواره برج میلاد از جمله آن‌هاست.

رسیدگی به کارهای عقب‌افتاده

شاید این مورد با پیشنهادهای قبلی کمی متفاوت باشد اما واقعیت این است که برنامه‌ریزی برای کارهای عقب‌افتاده، بار فکری شما را برای آغاز دوباره کار سبک‌تر خواهد کرد. نوروز بهترین فرصت برای رسیدگی به کارهایی است که هیچ وقت فرصت انجام دادن آنها را پیدا نمی‌کنید، اما همیشه در گوشه ذهنتان به آن‌ها فکر می‌کنید!

پیشنهاد ویژه

برای کسانی که در تهران زندگی می‌کنند و یا قصد سفر به این شهر را دارند پیشنهاد ویژه‌ای داریم. باغ ملی گیاه‌شناسی در بلوار پژوهش تهران، گزینه مناسبی برای بازدید است. طرح جامع باغ ملی گیاه‌شناسی به نحوی پیش‌بینی شده است که نشان‌دهنده‌ی الگوی باغ ایرانی باشد. در این باغ سعی بر آن است تا طبیعت تمام نقاط ایران (خرز، البرز، جنوب و...) و چند کشور دیگر جهان (چین، ژاپن، آمریکا، مدیترانه، هیمالیا) شبیه‌سازی شوند. نوروز فرصت مناسبی برای بازدید از این مکان است اما پیش از مراجعه باید هماهنگی‌های لازم با مدیران آن از طریق تماس تلفنی انجام شود.

نوروز همواره برای همه ما هیجان‌انگیز بوده است؛ آنقدر هیجان‌انگیز که گاهی فراموش می‌کنیم طولانی‌ترین تعطیلات سال ما نیاز به برنامه‌ریزی ویژه‌ای دارد. یک برنامه‌ریزی درست که بتواند آن را برای ما خاطر‌ساز کند و یا به کارهای معمول و همیشگی ما جلوه‌ای نوبیخشد. گاهی نداشتن یک برنامه‌ریزی خوب و یا برداشتن نادرست ما از تعطیلات نوروزی باعث می‌شود که بیشترین زمان خود را صرف کارهای بدون هدف کنیم و یا به رسم هر سال زمان خود را تنها به کارهای معمول و همیشگی نوروز اختصاص دهیم. دید و بازدید، سفر و یا ماندن در خانه و تماشای سریال‌های نوروزی، تکرار است که گاهی سبب می‌شود در پایان از شیوه گذراندن تعطیلات خود ناراضی باشیم. این سردرگمی در روزهای تعطیل ما را به شدت دچار رخوت می‌کند؛ احساسی که تاکنون بارها آن را تجربه کرده‌ایم.

ملیکا زندگی

کنسرت‌ها و هزینه خرید بلیت آنها نیز بهترین روش مراجعه به وبسایت‌های خرید آنلاین بلیت و یا وبسایت‌های شخصی هنرمندان است.

سفرهای یک‌روزه

اگر امکان سفرهای چندروزه را ندارید. سفرهای یک‌روزه راهکاری کارآمد برای بازسازی ذهن است؛ روشی که ما را از دغدغه‌های فکری و کاری روزمره جدا می‌کند و ذهن پر تلاطم را تا حدی به آرامش می‌رساند. ایران کشوری است با طبیعت ناب و زیبا. نوروز نیز به دلیل تقارن با آغاز بهار، بهترین فرصت برای پر مشغله‌هاست که بار زندگی یک‌روزه را ببندند و ساعاتی را با شادابی در دامان طبیعت بگذرانند.

بازدید از موزه‌ها

برخلاف تصور عده‌ای که فکر می‌کنند در نوروز به دلیل تعطیلی، در مکان‌های عمومی به روی آن‌ها بسته است، نه تنها تمام موزه‌ها در ایام نوروزی باز هستند، بلکه ساعت کار آنان به تناسب حضور علاقه‌مندان قابل تغییر و افزایش است و حتی بر تعداد راهنمایان آن‌ها نیز افزوده خواهد شد. تمامی موزه‌های کشور برای ایام نوروز که می‌تواند شلوغ‌ترین روزهای کاری آن‌ها در طول سال باشد، برنامه‌های ویژه‌ای دارند که می‌توانید با مراجعه به وبسایت و یا تماس با روابط عمومی آن‌ها از این برنامه‌ها مطلع شوید.

بازدید از اماکن تاریخی و مذهبی

مدیران اماکن تاریخی و مذهبی پیش از رسیدن نوروز، به بازسازی و احیای امکانات عمومی آن‌ها می‌پردازند تا به بهترین شکل میزبان بازدیدکنندگان نوروزی باشند. با تأکید

فراغت از هر کار و فعالیتی نه مقدور است و نه مطلوب. طولانی بودن تعطیلات می‌تواند فرصتی برای کسب انرژی دوباره باشد. انرژی‌ای که انتظار می‌رود ما را با ذهنی باز تر و روحیه‌ای افزون، به فضای کار و زندگی پیش از تعطیلات بازگرداند. هشت پیشنهادی که در ادامه آمده است می‌تواند تا اندازه زیادی تعطیلات را به گونه‌ای پیش‌برد تا در انتها نه رخوت که جانی تازه برای ادامه زندگی کاری داشته باشیم.

سینما و تئاتر

افزون بر رادیو و تلویزیون که در ایام نوروزی برنامه‌های متنوعی دارند، فیلم‌های سینمایی و اجراهای صحنه‌های تئاتر نیز می‌توانند جزو برنامه‌های نوروزی ما قرار گیرند و اوقات خوشی را بر ایمان رقم بزنند. به عنوان مثال بهترین فیلم جشنواره سی و دوم فیلم فجر با نام «آذر، شاهدخت، پرویز و دیگران» به کارگردانی بهروز افخمی یکی از فیلم‌هایی است که اگر آن در نوروز ۱۳۹۳ قطعی شده است.

کنسرت‌های نوروزی

یکی از برنامه‌های معمول نوروزی کنسرت‌هایی است که در این روزها از سوی هنرمندان مختلف و با سفر به نقاط گوناگون کشور برگزار می‌شود. این سفرها و کنسرت‌ها بهترین فرصت برای شماس است که بتوانید به صورت زنده از هنر هنرمندان مورد علاقه‌تان لذت ببرید. برای آگاهی از زمان این



تلاش جهانی برای حفظ یوزپلنگ آسیایی

نام «یوزپلنگ آسیایی» را ایرانی‌ها در چند ماه اخیر بسیار شنیده‌اند. هر چند که سال‌هاست بحث حفاظت از این گونه نادر در حیات وحش مطرح شده، اما موضوع حفاظت از آن پس از طرح نماد جام جهانی ۲۰۱۴ و نیز گذشت چوپان فداکار از تیراندازی به یوزی که گوسفندان او را دریده بود، در میان عوام نیز جانی تازه به خود گرفته است.

یوزهای آسیایی سال‌ها پیش از این، در مناطق آفریقا، آسیای مرکزی و شبه‌قاره هند زندگی می‌کردند؛ حیوانات زیبایی که هم‌اکنون تنها زیستگاه‌هایی در نواحی محدودی از دشت‌های مرکزی ایران، در اختیار دارند.

مطالعه درباره تعداد و مناطق زیستی یوزپلنگ‌های ایران در اواخر سال ۱۳۶۰ آغاز شد؛ طرحی که از منطقه نایبندان استان خراسان جان گرفت و در نهایت در سال ۱۳۷۵ به آغاز نخستین فاز حفاظت بین‌المللی یوزپلنگ آسیایی، در سال ۱۳۷۵ انجامید. در ادامه همین طرح بود که در سال ۱۳۸۸ پروژه «حفاظت از یوزپلنگ آسیایی و زیست‌بوم‌های مرتبط» در سازمان تسهیلات جهانی (GEF) تصویب شد.

پیش از این پروژه هیچ اطلاعات مدونی درباره تعداد یوزپلنگ‌های موجود در ایران و تعداد زیستگاه‌های آنها وجود نداشت و کمتر از ۴۵ محیط بان وظیفه حفاظت از چند میلیون هکتار عرصه یوزخیز را بر عهده داشتند. البته در این سال‌ها نه تنها در حوزه یوزپلنگ‌ها بلکه برای سایر حیوانات نیز تجربه حفاظتی خاصی وجود نداشت و به طور متوسط هر سال دو قلاده یوز در نقاط مختلف کشور کشته می‌شد. این بی‌اطلاعی تا اندازه‌ای بود که حتی برخی معتقد بودند که نسل یوز آسیایی در ایران نیز منقرض شده است.

هر چند هنوز هم یوزهای ایرانی به طور دقیق قلاده‌شماری نشده‌اند اما به گفته محمد درویش - فعال محیط زیست - زندگی ۷۰ قلاده یوز در دشت‌های ایران، تخمین زده می‌شود؛ یوزهایی که

اگر تعداد آن‌ها به ۲۰۰ قلاده نرسد، همچنان در خطر شدید انقراض قرار دارند. سرعت حرکت این گربه‌سان به سمت انقراض همچون سرعت دویدن آن در طبیعت، بالاست. سرنوشتی که شیر ایرانی و ببر مازندران به آن دچار شدند. این حیوان زیبا طبق گزارش مجله Scientific American یکی از ۶ گربه‌سان در معرض انقراض دنیاست.

یوزپلنگ‌های ایران را هم‌اکنون خطرات بسیاری مانند، سگ‌های گله، تخریب زیستگاه‌ها با عملیات عمرانی، چرای بیش از اندازه دام در زیستگاه‌های آنها و کاهش تعداد طعمه‌هایشان به دلایل مختلف، تهدید می‌کند.

هر چند که هم‌اکنون عزم تمام دستگاه‌ها برای حفاظت از این جانور جزم شده است اما آغاز این حرکت اجتماعی از پروژه بین‌المللی حفاظت از یوزپلنگ آسیایی بود که توسط یک سازمان مردم‌نهاد بنیان نهاده شد. این پروژه یکی از فعالیت‌های شاخص ایران در حفاظت از این گونه در معرض انقراض است که چندی پیش فاز دوم آن نیز آغاز شد.

اعضای این گروه بین‌المللی برای نخستین بار طرح استفاده از تصویر یوزپلنگ ایرانی بر روی پیراهن تیم ملی در جام جهانی ۲۰۱۴ برزیل را مطرح کردند؛ طرحی که هدف اصلی آن معرفی یوزپلنگ آسیایی به عنوان نماد اصلی جام جهانی ۲۰۱۴ بود. هر چند که یوزپلنگ ایرانی در جام جهانی تنها بر روی پیراهن تیم ملی خود را نشان خواهد داد اما این اقدام شجاعانه و پیگیرانه، یوز ایرانی را مورد توجه مخاطبان بزرگ‌ترین و پربیننده‌ترین رقابت ورزشی جهان قرار داد.

طبق مطالعات کارشناسان محیط زیست مهم‌ترین مشکل حفاظت از یوز ایرانی، اشغال زیستگاه‌ها از سوی دامداران و اجرای طرح‌های عمرانی، معدن‌کاری و جاده‌کشی است. هر چند که سال آینده در ادامه فعالیت‌های سازمان یافته اجتماعی برای حفاظت از این یوزها، مطالبی درباره آنها به کتاب‌های درسی نیز افزوده خواهد شد اما برای عملیات اجرایی کاهش مخاطرات زیستگاه‌ها، اقدامات جدی و مداوم مدیران ارشد، الزامی است.

یوزپلنگ آسیایی که هم‌اکنون بسیاری آن را یوزپلنگ ایرانی می‌نامند، در صورت تداوم تجاوز به حریم زیستی، سرنوشتی چون شیر ایرانی و ببر مازندران پیدا خواهد کرد؛ گونه‌ای که حفظ آن نه به اقدامات دولت فعلی و بعدی و سال‌های آینده، بلکه به نگاه امروز جامعه ما وابسته است.

طرح آفتاب



بانک خاورمیانه
Middle East Bank

طرح آفتاب ۹۲

طرح آفتاب خاورمیانه ۹۲ یکی از طرح‌هایی است که بانک خاورمیانه به منظور تبلیغ شفاهی بانک میان مشتریان به اجرا درآورده است.

هدف این طرح تقدیر از مشارکت مشتریان وفادار بانک در معرفی بانک خاورمیانه است. مدیریت بانک مصمم است به جای اجرای تبلیغات محیطی و رسانه‌ای، بخشی از هزینه‌های تبلیغاتی را به منظور قدردانی در اختیار مشتریان وفادار بانک قرار دهد.

طرح آفتاب خاورمیانه این فرصت را فراهم می‌کند که مشتریان به انتخاب خود از جایزه متعلقه یا معادل آن، بهره‌مند شوند. شرکت کنندگان در این طرح با تشریح خدمات و کیفیت محصولات بانک به سایرین، امتیازهایی را کسب می‌کنند و در پایان هر دوره متناسب با بیشترین امتیاز کسب شده به تعدادی از آنان جوایزی اهدا می‌شود. مرحله اول این طرح از اول تیرماه تا ۳۰ آذر ۱۳۹۲، ادامه داشت. از میان ۱۵۲ نفر که امتیاز لازم برای شرکت در مرحله نهایی را به دست آوردند، در هر شعبه ۳ نفر برنده جوایز شدند.

امتیاز مشتریان بر اساس میانگین موجودی حساب خودشان و همچنین موجودی حساب افرادی که به بانک معرفی کرده‌اند، محاسبه می‌شود. موجودی حساب افراد از ضریب یک و موجودی فرد معرفی شده از ضریب سه برخوردار است.

جوایز در نظر گرفته شده در این مرحله برای نفرات اول، سفر سه روزه به اسپانیا برای ۲ نفر، سفر دوم سه روزه به ترکیه برای ۲ نفر و سفر سوم سه روزه به جزیره زیبای کیش برای ۲ نفر است. برندگان می‌توانند معادل ریالی این جوایز را به نام خودشان به مؤسسات خیریه هدیه کرده و یا به صلاحدید خودشان از آن بهره‌برداری نمایند.

در نخستین مرحله علاوه بر این جوایز، از میان افرادی که واجد شرایط شرکت در این طرح بودند ولی امتیاز کافی برای بردن جوایز اصلی را کسب نکردند، طی قرعه‌کشی، ۷ نفر برنده ۱۰۰ میلیون ریال جایزه نقدی شدند. این افراد در معرفی مشتریان جدید به بانک تلاش قابل توجهی داشتند. مراسم قرعه‌کشی روز ۲۷ دی ماه ۱۳۹۲ با دعوت جمعی از مشتریان بانک که در این طرح شرکت کرده بودند و با حضور مدیرعامل بانک برگزار شد. در این مراسم مشتریان بانک از نزدیک با یکدیگر آشنا شدند و مراسم قرعه‌کشی برای انتخاب ۷ نفر برنده دیگر برگزار گردید. همچنین دکتر پرویز عقیلی کرمانی در سخنان کوتاهی از حضور مشتریان در مراسم و کمک به پیشبرد طرح آفتاب خاورمیانه تشکر کردند.

خاورمیانه در نصف جهان

بانک در اولویت نیست و باید به کیفیت ارائه خدمات توجه کرد. او با بیان اینکه بر اساس این باور، بانک خاورمیانه به دنبال راه‌اندازی صدها شعبه در پایتخت و استان‌های سراسر کشور نیست، گفت: برنامه بانک خاورمیانه این است که بیش از ۲۵ شعبه در استان‌های کشور در اختیار نداشته باشیم؛ بنابراین به جز تهران، این بانک در استان‌های صنعتی کشور به صورت تک شعبه‌ای فعالیت خواهد کرد.

وی با بیان اینکه پرداخت تسهیلات به شرکت‌های تولیدی، بازرگانی، خدماتی و تجاری، اولویت نخست بانک خاورمیانه است، اضافه کرد: به دنبال آن هستیم تا برای فعالان اقتصادی کشور، زمینه لازم را فراهم آوریم؛ بنابراین منابع ما به شرکت‌هایی تخصیص داده می‌شود که اقدام به کارآفرینی و اشتغال‌زایی می‌کنند.

مشاور بانکی استاندار اصفهان که در این مراسم حضور داشت با تأکید بر اینکه یکی از مهم‌ترین وظایف بانک‌ها، تجهیز و تخصیص منابع است، گفت: بانک، یک مؤسسه رقابتی است و سیستم بانکی کشور ما نیز به شدت تحت تأثیر رقابت قرار گرفته است؛ بنابراین باید شرایطی فراهم آید که مشتریان حق انتخاب داشته باشند و به سوی بهترین بانک هدایت شوند.

مراد علی صدر با تأکید بر اینکه تنها کاری که می‌توان در زمینه رقابت انجام داد رقابت‌های معقول و منطقی است، اظهار داشت: باید از رقابت‌های غیرمنطقی که برخی بانک‌ها ایجاد کرده‌اند، گذر کنیم؛ البته لازم است این موضوع را نیز در نظر بگیریم که رقابت‌های غیرمنطقی در عرصه بانکداری، خودکشی خودخواسته است و بانک را به شرایط بسیار نامطلوبی هدایت می‌کند.

مشاور مدیرعامل بانک در استان اصفهان نیز با بیان اینکه این بانک با جذب نیروهای انسانی کارآمد و خلاق، نسبت به خدمت‌رسانی به مشتریان خود اقدام می‌کند، گفت: این بانک با شناخت فرصت‌های استفاده از ظرفیت‌های خالی در بازار و فضای کسب و کار، حفظ منافع مشتریان را دنبال می‌کند و جلب رضایت و اعتماد آنان و برآوردن انتظارات سهامداران را در سرلوحه فعالیت‌های خود قرار داده است.

ابطحی با تأکید بر اینکه شعبه بانک خاورمیانه در اصفهان تلاش می‌کند تا به تمامی مشتریان خود به دیده خدمت‌گذاری نگاه کند، افزود: این بانک با تأکید بر منشور رفتاری و اخلاق حرفه‌ای، شرایطی را برای صنعتگران، کارآفرینان و فعالان عرصه تجارت، خدمات و بازرگانی فراهم خواهد کرد تا مثل همیشه اصفهان سرآمد دیگر استان‌های کشور در عرصه کار، تولید و اقتصاد باشد.



شعبه مدرن بانک خاورمیانه در اصفهان به عنوان نخستین شعبه خارج از مرکز، طی یک گردهمایی رسمی در ۱۹ بهمن افتتاح شد.

این شعبه در میدان فیض اصفهان قرار دارد و در کنار دانش‌آموختگان مستعد و جوان از مدیریت حرفه‌ای و پر تجربه بانکی بهره می‌برد.

مراسم گشایش رسمی این شعبه با حضور مسئولان رسمی استانداری، اتاق بازرگانی، جمعی از صاحبان کسب و کار و صنایع استان و مدیران ارشد بانک برگزار شد.

مدیرعامل بانک خاورمیانه که در آیین افتتاح رسمی شعبه این بانک در اصفهان سخن می‌گفت، تأکید کرد که این بانک قرار است با دیگر بانک‌های فعال در کشور متفاوت باشد. مدیریت بانک معتقد است که گسترش کمی فعالیت‌های