

سال بیستم، شماره ۲۱۱
دی ۱۴۰۳

بانک سامان
Saman Bank



سی سال نوآوری...
سی امین سالگرد تأسیس شرکت تندر نور



زنگ طلایی تسهیلات

باشما هستیم

مرکز سامان ارتباط: ۰۲۱-۶۴۲۲
www.sb24.ir

مدیران مدارس غیردولتی به گوش باشید.



گروه مالی سامان

بانک سامان

خیابان شریعتی، پایین تر از بزرگراه شهید همت، نبش کوچه اتو بانک، پلاک ۱۰۰۵، برج سامان
تلفن: ۰۲۱-۲۲۳۳۰۰۰۰ نمابر: (داخلی ۳۶۰۶) ۰۲۱-۲۲۳۳۰۰۰۰ مرکز سامان ارتباط: ۰۲۱-۶۴۲۲-۲۱
www.sb24.ir



پروژه الکترونیک سامان کیش

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



بیمه سامان

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



کارگزاری بانک سامان

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



صرافی سامان

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



اعتبارسنجی حافظ سامان ایرانیان

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



خدماتی آفتاب تجارت سامان

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



تأمین سرمایه کاردان

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



کیش سل پارس

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



پردازشگران سامان

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



تندر نور

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





سی سال نوآوری...
سی امین سالگرد تأسیس شرکت تندر نور

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.
- پی‌نوشت و هرگونه توضیح در مورد منابع در انتها قرار گیرد.
- کلماتی که مخفف نوشته می‌شود، یک بار کامل درج شود.
- تیترو سوتیترهای مناسب به وسیله نویسنده مشخص شود.
- مطالب چاپ شده الزاماً نظر رسمی مجله نیست.
- نا حد امکان از کلمات خارجی استفاده نشود و معادل فارسی به کار رود.
- اعداد به صورت عدد ریاضی نوشته شود.
- در نوشتن کلمات از رسم الخط جدا سازی استفاده شود.
- از چاپ مقاله با ۲ امضا معذور هستیم.
- مجله در ویرایش و تلخیص مقالات آزاد است.

نشانی اداره مرکزی و مدیریت روابط عمومی

و صدای مشتریان بانک سامان:

تهران، خیابان شریعتی، نبش کوچه اتوبانک، برج سامان

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

Email: samanbankmag@gmail.com

نشانی دفتر مجله سامان:

خیابان قائم مقام فراهانی، مقابل خیابان فجر، پلاک ۷۴

تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۴۸۸۷۹ فاکس: ۰۲۱-۸۸۸۳۷۴۸۳

- ۶ یادداشت سردبیر.....
- ۸ هنگام بروز تراکنش ناموفق بانکی یا مغایرت چه کنیم؟.....
- ۱۰ هوش مصنوعی در بازاریابی.....
- ۱۲ مذاکره با آلمانی ها.....
- ۱۶ ساخت چارچوب تحلیل مدیریت کسب و کار سازمانی بر اساس فناوری کلان داده (بخش اول).....
- مدیریت ریسک اعتباری- زبان مورد انتظار وام و تمرکز ریسک در اعطای وام به بنگاه های
- اقتصادی کوچک و متوسط (SME) ها (قسمت دوم).....
- ۲۰ برندگان سور سامانی.....
- ۲۴ طبیعت های بی جان.....
- ۲۶ تبانگور.....
- ۲۸ قدم های عینی برای یادگیری اصیل.....
- ۳۰ تندر نور ۳۰ ساله شد.....
- ۳۳ نقش بازاریابی و توسعه محصول در تحول بانکداری مدرن.....
- ۳۶ روز مادر مبارک.....
- ۳۷ گفتگو با همکاران شعبه ولنجک.....
- ۴۳ حرکات اصلاحی در محل کار (بخش دوم).....
- ۴۴ ارتباط بیمه سامان با دانشگاه ها و مراکز پژوهشی تقویت می شود.....
- ۴۴ اساتید بین المللی، نمایندگان بیمه سامان را آموزش دادند.....
- ۴۵ بیمه سامان حامی دوازدهمین دوره ماراتون برنامه نویسی تلفن همراه کشور.....
- ۴۵ گام بلند بیمه سامان به سوی دیجیتالی شدن با برگزاری دوره علم داده.....
- ۴۶ "سامانیر" طرحی جدید و متنوع با امکان تبدیل بیمه عمر به مستمری.....
- ۴۶ سخنرانی مدیران ارشد شرکت بیمه سامان در همایش بیمه دیجیتال دی.....
- ۴۷ مراسم ترحیم یکی از پیشکسوتان سامان.....
- ۴۷ بیمه سامان، بیشترین مقاله را به همایش بیمه و توسعه فرستاد.....
- ۴۸ تمدید گواهینامه سیستم مدیریت شکایت مشتری در بانک سامان.....
- ۴۹ بانک سامان حامی فعالان حوزه انرژی های تجدید پذیر.....
- ۵۰ پایان برگزاری چهارمین دوره MBA (۱۴۰۲-۱۴۰۳) آکادمی سامان.....
- ۵۱ حضور بانک سامان در دو همایش تخصصی سرمایه انسانی.....
- ۵۲ لزوم ثبت اطلاعات متقاضیان صدور دسته چک، در سامانه ملی املاک و اسکان کشور.....
- ۵۳ همکاری بانک سامان با بیمارستان بهارلو (مرکز آموزشی، پژوهشی و درمانی بهارلو).....
- ۵۴ معرفی کتاب.....
- ۵۵ قدرت پنهان آدم های بسیار حساس در جهان پیچیده امروز.....
- ۵۶ پرسش و پاسخ.....
- ۵۸ کافه تک.....
- ۶۰ ارزیابی کیفیت رشد جهانی اقتصاد.....
- ۶۱ سرنوشت بیت کوین و دیگر ارزهای دیجیتال در سال ۲۰۲۵.....

بانک همذات انسان امروز



ناصر بزرگمهر

nbozorgmehr@yahoo.com

به نام او که هر چه بخواهد همان می شود

شاید بتوان اعتبار و قرض دادن را سومین مرحله بانکداری تاریخی نامگذاری کرد، زیرا یکی از نیازهای همیشگی بشر، دسترسی به منابع مالی در زمان ضرورت بوده است و همیشه عده ای بودند که نیازمند بودند و عده ای هم به دیگران قرض می دادند.

بانکداری به نوعی بازتاب طبیعت اجتماعی و همکاری انسان است. همکاری های اقتصادی، سیستم های وام دهی گروهی و جمع آوری سپرده های خرد مردم و استفاده از آن در تسهیلات کلان، نمونه این رابطه هستند. پیشرفت تکنولوژی و تطبیق انسان ها با زمان، بانکداری نوین را بوجود آورد، و به مرور زمان همگام با پیشرفت تکنولوژی تغییر کرد و به نیازهای اساسی انسان پاسخ کامل تری داد.

از مبادله کالا در قدیم تا ارزش های دیجیتال در دنیای امروز، بازتابی از تطبیق پذیری مردم یا مشتریان با سیستم تاسیس بانک ها است. وقتی می نویسم که بانک در جهان امروز همذات انسان است، براین نکته تاکید دارم که بانکداری نه فقط یک سیستم اقتصادی، بلکه یکی از ابزارهای بنیادی و طبیعی انسان برای بقا و پیشرفت است و زندگی بدون بانک امکان پذیر نیست.

بانک ها به عنوان یکی از مهم ترین نهادهای اقتصادی در زندگی انسان ها نقش بسزایی ایفا می کنند که تأثیر آن ها را می توان از جنبه های مختلف بررسی کرد،

بانک ها به افراد کمک می کنند تا سرمایه خود را ذخیره کرده و نگهداری پول در بانک به جای خانه یا محل کار، امنیت بیشتری را برای افراد فراهم می کند و در

تسهیل مبادلات اقتصادی با ارائه خدمات پرداخت، نقل و انتقال،

در یادداشت حمایت از تولیدکنندگان اشاره کردم که بانک در یک رابطه دو طرفه با همه تولیدکنندگان کوچک و بزرگ، از لحظه تاسیس و تولد هر کسب و کاری با تولیدکننده و فروشنده در ارتباط است، حتی به عبارت دیگر، شاید قبل از شروع کار، همراه و همدم موسسین بوده و خواهد بود، و حتی با سایر عواملی که بعدها به جمع اولیه افزوده می شوند همراه و همگام است.

در ادامه آن یادداشت نوشتم که امروزه زندگی اجتماعی بدون بانک معنا و مفهوم درستی ندارد، بانک مثل هوا و غذا با انسان اجتماعی لازم و ملزوم شده است.

حالا می خواهم بگویم، چرا بانک مثل آب و غذا در زندگی ما الزامی شده است،

تیترا انتخابی من یعنی «بانکداری و یا بانک، همذات انسان» به یک مفهوم خاص اشاره دارد و به رابطه عمیق بین فعالیت های بانکی و نیازهای بنیادی انسان می پردازد.

انسان ها در طول تاریخ، از زمان های بسیار دور، وقتی دوران اولیه را پشت سر گذاشتند و زندگی ابتدایی شهرنشینی و همجواری با دیگران را آغاز کردند، به ارزش های مادی اشیا پی بردند و فهمیدند که با مبادله کالا، می توان بهتر زندگی کرد و این موضوع منجر به پیدایش اولین اشکال بانکداری شد.

در مرحله بعد انسان متوجه اهمیت امنیت و اعتماد در مدیریت منابع خود گردید و این کار را در معابد یا خزانه ها به عنوان مکان هایی برای نگهداری امن اموال عمل در سطح پادشاهان و بزرگان و روحانیون انجام داد.

کارت‌های اعتباری، چک و یا انتقال آنلایین، تجارت و زندگی روزمره را آسان‌تر می‌کنند.

به عبارت دیگر بدون بانک‌ها، انجام مبادلات اقتصادی و زندگی اجتماعی با سرعت و سهولت کنونی امکان‌پذیر نبود.

بانک‌ها به افراد حقیقی و شرکت‌ها و تجار و شخصیت‌های حقوقی امکان دسترسی به منابع مالی بزرگتر را برای تولید و تجارت فراهم می‌کنند و با ارائه وام و اعتبار به افراد و کسب‌وکارها امکان دستیابی به منابع مالی مورد نیاز را فراهم می‌کنند. این امر نقش کلیدی در تحقق اهداف مالی جوامع، راه‌اندازی کسب‌و کار و خرید کالاهای بزرگ مانند مسکن و خودرو دارد.

بانک‌ها به رشد اقتصادی دولت‌ها کمک می‌کنند، زیرا سرمایه‌گذاری‌های بزرگ بدون حمایت مالی ممکن نیست.

بانک‌ها با تأمین مالی کسب‌وکارها، در ایجاد شغل و تقویت اقتصاد ملی نقش مهمی ایفا می‌کنند، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و پروژه‌های کلان معمولاً از طریق بانک‌ها تأمین می‌شود.

بانک‌ها گزینه‌های متنوعی مانند حساب‌های سودده، صندوق‌های سرمایه‌گذاری و سپرده‌های بلندمدت ارائه می‌دهند که به افراد کمک می‌کند پول خود را در شرایط امن‌تری افزایش دهند.

امروزه بانکداری دیجیتال و آنلایین، زندگی افراد را متحول کرده و دسترسی آسان‌تر به خدمات مالی و اجتماعی را فراهم کرده است.

بانک‌ها نه تنها ابزارهایی برای مدیریت پول هستند، بلکه به عنوان موتورهای رشد اقتصادی، رفاه اجتماعی و نوآوری نقش کلیدی در زندگی افراد و جوامع ایفا می‌کنند. بدون بانک‌ها، زندگی مالی پیچیده‌تر و اقتصاد جهانی یکپارچه نمی‌شود.

جایگاه بانکداری در زندگی انسان معاصر بسیار حیاتی و بنیادین است، زیرا این صنعت با پیشرفت فناوری و نیازهای روزافزون اقتصادی، نقشی گسترده‌تر و عمیق‌تر پیدا کرده است.

بانکداری مدرن، خدماتی مانند کارت‌های اعتباری، نقل و انتقال آنلایین، پرداخت موبایلی و دستگاه‌های خودپرداز را ارائه می‌دهد که انجام امور مالی را ساده‌تر، سریع‌تر و قابل دسترسی‌تر کرده است.

زندگی معاصر، بدون خدمات بانکداری دیجیتال و آنلایین، دشوار و

زمان‌بر خواهد بود.

ظهور فناوری‌های پیشرفته مانند بانکداری آنلایین، پرداخت‌های دیجیتال و ارزش‌های دیجیتال، جایگاه بانک‌ها را بیش از پیش به یک مرکز دیجیتال برای خدمات مالی تبدیل کرده است.

انسان معاصر، از طریق بانکداری دیجیتال، به صورت ۲۴ ساعته و از هر نقطه‌ای به خدمات مالی دسترسی دارد.

اقتصاد معاصر، وابسته به ارتباطات مالی و بانکی میان کشورهاست که توسط شبکه بانکی مدیریت می‌شود.

در دنیایی که دهکده جهانی شده، بانک‌ها نقشی کلیدی در تسهیل تجارت بین‌المللی از طریق انتقال ارز، تأمین مالی صادرات و واردات و نقل و انتقال ارزی دارند و امکان جابه‌جایی پول، مدیریت پرداخت‌ها، و معاملات بین‌المللی را فراهم می‌کنند. بدون بانک‌ها، این فرآیندها بسیار زمان‌بر و پرهزینه خواهد بود.

زندگی بدون بانک‌ها، اگرچه ممکن است، اما بسیار پیچیده‌تر و دشوارتر خواهد بود. بانک‌ها به‌عنوان یکی از ستون‌های اصلی اقتصاد مدرن عمل می‌کنند.

در نبود بانک‌ها، سیستم‌های جایگزینی مانند مبادله کالا به کالا یا ارزش‌های دیجیتال ممکن است مورد استفاده قرار گیرند، اما این سیستم‌ها توانایی پوشش نیازهای پیچیده اقتصادی را ندارند و باید مجدداً بانک‌های نوین شکل بگیرد.

زندگی امروز بدون بانک، مزایا و معایبی دارد، اما معایب آن بسیار زیاده‌تر است، کاهش امنیت مالی، افزایش ریسک سرقت، فرصت کلاهبرداری‌های بیشتر، کاهش شفافیت و کارآمدی در معاملات بزرگ و بین‌المللی، دشواری در تأمین اعتبار و سرمایه‌گذاری و خیلی اتفاقات دیگر که اصلاً نمی‌توان زندگی بدون بانک را تصور کرد.

شاید بعضی‌ها بگویند که زندگی بدون بانک هم ممکن است، اما به نظر می‌رسد که غیرعملی و پرچالش خواهد بود. بانک‌ها نقش اساسی در امنیت مالی، تسهیل مبادلات و رشد اقتصادی دارند.

در زندگی انسان معاصر، بانکداری نه تنها یک ضرورت اقتصادی، سیاسی، اجتماعی است، بلکه یک ابزار برای بهبود کیفیت زندگی و رفاه جامعه با صرف‌فصل تسهیل‌گری و ایجاد فرصت‌های جدید است.



هنگام بروز تراکنش ناموفق بانکی یا مغایرت چه کنیم؟

ظرف ۷۲ ساعت کاری به صورت خودکار انجام شده و وجه کسر شده به حساب مبدأ عودت داده می‌شود که این گونه از مغایرت‌ها معمولاً در تراکنش‌های شتابی رخ می‌دهد. بررسی مغایرت به صورت دستی، شامل مغایرت‌هایی است که به طور سیستماتیک قابلیت رفع شدن نداشته و می‌بایست طی فرایندهای مغایرت‌گیری شناسایی شوند. فرایند مغایرت‌گیری توسط کارشناسان مربوطه به نوع تراکنش انجام و حداکثر ظرف مدت یک هفته در این خصوص بررسی لازم صورت می‌گیرد. در برخی موارد مغایرت‌ها قابل شناسایی نبوده و در فرایندهای مغایرت‌گیری توسط کارشناسان یافت نمی‌شود که در این موارد می‌بایست مغایرت توسط مشتریان ثبت تا مشکل به وجود آمده، پیگیری و رفع گردد. مغایرت‌ها بر اساس نوع تراکنش نیز به چند دسته زیر طبقه‌بندی می‌شوند:

تهیه و تولید محتوا: اداره رسیدگی به صدای مشتریان
یکی از مهم‌ترین و پرتکرارترین موضوعاتی که مشتریان هنگام استفاده از خدمات بانکی با آن مواجه می‌شوند تراکنش ناموفق بانکی یا به عبارتی مغایرت است. اهمیت این موضوع به سبب تماس مکرر مشتریان با اداره رسیدگی به صدای مشتریان و اداره سامان ارتباط یا در برخی موارد مراجعه حضوری مشتریان به شعب و پرسش در این خصوص، نمایان می‌گردد. در این مقاله حداکثر تلاش برای بررسی زوایای مختلف این موضوع به عمل آمده و امید است مطالبی که در ادامه بیان خواهد شد سبب آگاهی بیشتر همکاران عزیز و متعاقباً مشتریان گرامی بانک سامان شود. امکان بروز مغایرت در حالت‌های مختلفی وجود دارد که در ذیل به اختصار اشاره خواهد شد. به‌طور کلی مغایرت‌ها به دو صورت بررسی می‌شوند: سیستمی یا دستی. بررسی مغایرت به صورت سیستمی اغلب

فرایند ثبت مغایرت
در بانک سامان مطابق
تصویر روبه رو است:



۱) مغایرت در برداشت وجه از دستگاه های خودپرداز :

هنگامی که مشتری به یکی از دستگاه های خودپرداز بانک سامان که در نقاط مختلف کشور مستقر است مراجعه نموده و قصد برداشت وجه نقد از کارت خود را داشته باشد، در صورتی که پول از حساب مشتری برداشت شود اما وجه نقد به دلیل خطای دستگاه به مشتری تحویل نگردد، ظرف ۷۲ ساعت کاری مبلغ برداشت شده به حساب مشتری عودت داده خواهد شد و در غیر این صورت پس از گذشت مدت زمان اعلام شده و عدم واریز وجه، مشتریان می توانند مطابق روش مشروح در بخش قبل، مغایرت ثبت نموده تا بررسی های لازم توسط کارشناسان مدیریت حسابداری و خزانه داری انجام گردد. در مواردی که به دلیل تعلل مشتری در برداشت وجه نقد، دستگاه وجه مذکور را ضبط نماید تا زمانی که فرایند پول گذاری خودپرداز انجام نشود مغایرت گیری صورت نخواهد گرفت و وجه به حساب مشتری عودت داده نمی شود. در این گونه موارد در صورتی که پول گذاری دستگاه مربوطه با تأخیر همراه شده و عودت وجه انجام نشده باشد، مشتریان می توانند از روش های مورد اشاره در قسمت قبل و برای بررسی موضوع، مغایرت ثبت نمایند.

۲) مغایرت در انتقال وجه :

در صورتی که انتقال وجه توسط مشتریان انجام شود و مبلغ مورد نظر از حساب مشتری کسر اما به حساب مقصد منتقل نشود و همچنین وجه مورد نظر به حساب مبدأ نیز عودت نگردد، بسته به هریک از حالات زیر می بایست اقدامات لازم صورت پذیرد:

- کارت به کارت: در صورتی که تراکنش ناموفق باشد و ظرف ۷۲ ساعت کاری وجه مورد نظر به حساب مبدأ عودت نشود، کارت مبدأ متعلق به هر بانکی باشد پیگیری می بایست از بانک مبدأ انجام گردد. در صورتی که کارت مبدأ متعلق به بانک سامان باشد جهت ثبت مغایرت توسط مشتری مطابق رویه مشروح در بخش قبل اقدام گردد. همچنین هنگامی که در انتقال وجه ناموفق (تراکنش های شتابی) کارت مبدأ یا مقصد متعلق به بلوبانک سامان باشد، پیگیری می بایست از بلوبانک انجام گردد. (تماس با شماره ۸۷۶۴۱ یا ۶۴۲۲، داخلی ۳)

• انتقال وجه سه جانبه: مغایرت های ایجاد شده برای تراکنش هایی که سه بانک در انجام تراکنش دخیل باشند (کارت مبدأ، درگاه پذیرش و کارت مقصد مربوط به بانک های متفاوت باشند)، می بایست از بانک صادرکننده

کارت مبدأ یا بانک صادرکننده کارت مقصد پیگیری گردد.

- ساتنا و پایا: مغایرت های این دسته به صورت روزانه توسط کارشناسان مدیریت حسابداری و خزانه داری بررسی شده و در صورت بروز هرگونه مشکل در این بخش می بایست با شماره ۶۴۲۲ داخلی ۵ تماس حاصل گردد.
- پل: اگر انتقال وجه ناموفق به روش پل صورت گرفته باشد و وجه به حساب مبدأ عودت نگردد، این موضوع می بایست از طریق تماس با شماره ۶۴۲۲، بخش دریافت پشتیبانی و اطلاعات (داخلی ۵) توسط مشتری اعلام گردد.

- انتقال وجه به بلوبانک سامان: موارد مربوط به انتقال وجه ناموفق از سپرده متعلق به بانک سامان به بلوبانک سامان و عدم عودت وجه به حساب مبدأ، می بایست به روش های اشاره شده در بخش قبل (نمودار) مغایرت ثبت گردد.

۳) مغایرت در خرید از دستگاه کارت خوان یا درگاه اینترنتی :

در صورتی که خرید از پایانه فروشگاهی یا وبسایت های خرید اینترنتی انجام شده باشد، پیگیری می بایست از پایانه ای که تراکنش از آن طریق انجام شده است، صورت پذیرد. به طور مثال در صورتی که خرید از درگاه اینترنتی یا دستگاه کارت خوان متعلق به شرکت پرداخت الکترونیک سامان انجام شده باشد می بایست با شماره ۸۴۰۸۰ یا ۶۴۲۲ داخلی ۴ برای پیگیری تراکنش تماس حاصل شود. تراکنش های مشابه که درگاه های متعلق به سایر شرکت ها یا بانک ها انجام شده باشد نیز می بایست به همین روش پیگیری شود.

۴) مغایرت در خرید شارژ یا پرداخت قبض : :

در صورتی که عملیات خرید شارژ یا پرداخت قبض از طریق موبایل یا نت بانک سامان صورت پذیرد و تراکنش ناموفق بوده و وجه به حساب مبدأ عودت نشده باشد، می بایست مطابق فرایند ثبت مغایرت در بانک سامان که در بخش قبل اشاره شد، اقدام به عمل آید.

لازم به ذکر است برخی موضوعات نظیر شارژ سپرده، سرویس یاقوت توسن بوم، بن کارت، تنخواه کارت، کارت اعتباری و... در دسته سرویس های خاص تعریف شده که مغایرت های این گروه می بایست از طریق تماس با ۶۴۲۲ داخلی ۵ (دریافت پشتیبانی و اطلاعات) پیگیری شود.

نویسنده: محمد حامد ارجمند

کارشناس اداره رسیدگی به صدای مشتریان

هوش مصنوعی در بازاریابی



| آیدا بروسان، مدیر بازاریابی سامانتل |

۱. مقدمه

در دنیای پرسرعت و رقابتی امروز، بازاریابی دیگر تنها هنر جلب توجه مشتریان نیست؛ بلکه به علمی تبدیل شده که با تحلیل داده‌ها، پیش‌بینی رفتار مشتری و ایجاد تجربه‌های شخصی‌سازی شده، کسب‌وکارها را به موفقیت می‌رساند. هوش مصنوعی (AI) به عنوان یکی از ابزارهای قدرتمند قرن ۲۱، نقش کلیدی در تحول استراتژی‌های بازاریابی ایفا می‌کند. از تحلیل کلان‌داده‌ها گرفته تا به کارگیری ربات‌های گفتگو (Chatbots) و تبلیغات هدفمند، AI توانسته است چالش‌های سنتی بازاریابی را به فرصت‌هایی بی‌نظیر تبدیل کند.

در این مقاله، به بررسی کاربردهای عملی هوش مصنوعی در بازاریابی، چالش‌های پیش‌رو و آینده این فناوری خواهیم پرداخت. همچنین، نمونه‌هایی از برندهای پیشرو که به طور موفقیت‌آمیز از AI بهره‌برداری کرده‌اند، ارائه خواهد شد.

۲. تاریخچه کوتاه AI در بازاریابی

ورود هوش مصنوعی به عرصه بازاریابی به اوایل دهه ۲۰۱۰ بازمی‌گردد، زمانی که شرکت‌ها دریافته‌اند تجزیه و تحلیل داده‌ها می‌تواند الگوهای پنهانی از رفتار مشتریان را آشکار کند. با پیشرفت فناوری‌های یادگیری ماشین (Machine Learning) و پردازش زبان طبیعی (Natural Language Processing) (NLP)، برندها توانستند کمپین‌های بازاریابی خود را به صورت دقیق‌تری هدف‌گذاری کنند. امروزه، ابزارهای هوشمند بازاریابی به کسب‌وکارها کمک می‌کنند تا نه تنها نیازهای فعلی مشتریان را شناسایی کنند، بلکه نیازهای آتی آن‌ها را نیز پیش‌بینی نمایند.

۳. کاربردهای عملی AI در بازاریابی

این کاربردها به برندها کمک می‌کنند تا با کاهش هزینه‌ها و افزایش بهره‌وری، استراتژی‌های بازاریابی خود را بهینه کنند و تجربه‌ای بهتر برای مشتریان خلق کنند.

• تحلیل داده‌ها و پیش‌بینی رفتار مشتری

هوش مصنوعی با تحلیل کلان‌داده‌ها، به بازاریابان کمک می‌کند تا الگوهای رفتاری مشتریان را شناسایی کرده و تصمیمات استراتژیک‌تری اتخاذ کنند. این تحلیل‌ها شامل شناسایی علایق مشتریان، پیش‌بینی نرخ بازگشت سرمایه (ROI) و بهینه‌سازی کمپین‌های تبلیغاتی است.

• شخصی‌سازی محتوا

با استفاده از الگوریتم‌های AI، بازاریابان می‌توانند محتوای شخصی‌سازی شده برای هر مشتری ایجاد کنند. این شخصی‌سازی می‌تواند در ایمیل‌ها، پیشنهادها و تبلیغات نمایان شود.

• چت‌بات‌ها و خدمات مشتری

چت‌بات‌های هوشمند به عنوان نمایندگان خدمات مشتری عمل کرده و

می‌توانند به صورت ۲۴ ساعته به سؤالات مشتریان پاسخ دهند. این فناوری باعث کاهش هزینه‌ها و افزایش رضایت مشتری می‌شود.

• تبلیغات هدفمند

AI به بازاریابان کمک می‌کند تا تبلیغات خود را به افرادی که احتمال بیشتری برای خرید دارند نشان دهند. این کار با تحلیل داده‌های رفتاری و دموگرافیک انجام می‌شود.

• اتوماسیون بازاریابی

ابزارهای مبتنی بر AI وظایف تکراری مانند ارسال ایمیل‌های تبلیغاتی و انتشار محتوا در شبکه‌های اجتماعی را به صورت خودکار انجام می‌دهند که باعث افزایش کارایی و صرفه‌جویی در زمان می‌شود.

۴. چالش‌های پیش‌روی هوش مصنوعی در بازاریابی

هوش مصنوعی به رغم تمامی مزایا و کاربردهایش، همچنان با چالش‌هایی روبرو است که می‌تواند مانع بهره‌وری کامل از این فناوری شود:

• حریم خصوصی و امنیت داده‌ها

جمع‌آوری و تحلیل داده‌های مشتریان توسط هوش مصنوعی، نگرانی‌هایی در مورد حریم خصوصی و امنیت داده‌ها ایجاد کرده است. بسیاری از مشتریان نگران نحوه استفاده از اطلاعات شخصی خود هستند.

• وابستگی به داده‌های باکیفیت

عملکرد هوش مصنوعی به شدت وابسته به داده‌های دقیق و باکیفیت است. داده‌های ناقص یا نادرست می‌توانند منجر به تصمیم‌گیری‌های اشتباه شوند.

• مقاومت سازمانی در برابر تغییر

برخی از کسب‌وکارها در پذیرش فناوری‌های نوین مانند AI مقاومت می‌کنند. این موضوع ممکن است ناشی از ترس از ناشناخته‌ها یا هزینه‌های اولیه بالا باشد.

• پیچیدگی فناوری

پیاده‌سازی و مدیریت سیستم‌های هوش مصنوعی نیاز به تخصص و مهارت‌های پیشرفته دارد که ممکن است در هر سازمانی در دسترس نباشد.

• مسائل اخلاقی

استفاده از هوش مصنوعی در بازاریابی ممکن است مسائل اخلاقی مانند دست‌کاری رفتار مصرف‌کننده یا استفاده نادرست از داده‌ها را به همراه داشته باشد.

۵. آینده هوش مصنوعی در بازاریابی

آینده بازاریابی هوش مصنوعی شامل توسعه بیشتر تجزیه و تحلیل پیش‌بینی، استفاده از فناوری‌های نوظهور مانند واقعیت افزوده (AR)، واقعیت مجازی (VR) و اتوماسیون کامل چرخه بازاریابی خواهد بود.

بازاریابی هوش مصنوعی دیگر یک انتخاب نیست؛ بلکه یک ضرورت برای کسب‌وکارهایی است که می‌خواهند در دنیای رقابتی امروز پیشرو باشند. با

استفاده از AI، بازاریابان می‌توانند ارتباط عمیق‌تری با مشتریان برقرار کنند و بازدهی بالاتری از کمپین‌های خود داشته باشند.

• توسعه ابزارهای هوشمندتر

با پیشرفت مداوم الگوریتم‌های AI، ابزارهای بازاریابی هوشمندتر و کارآمدتر خواهند شد.

• یکپارچگی بیشتر با فناوری‌های نوظهور

AI در کنار فناوری‌هایی مانند اینترنت اشیا (IoT) و واقعیت افزوده (AR) تجربه مشتری را به سطح جدیدی خواهد رساند.

• افزایش تمرکز بر تجزیه و تحلیل پیش‌بینی‌کننده

بازاریابان به طور فزاینده‌ای از AI برای پیش‌بینی رفتار مشتری و روندهای بازار استفاده خواهند کرد.

• بهبود حریم خصوصی و امنیت

با توسعه فناوری‌های رمزگذاری و امنیت سایبری، نگرانی‌های مربوط به حریم خصوصی کاهش خواهند یافت.

• نقش استراتژیک‌تر بازاریابان

هوش مصنوعی وظایف عملیاتی را به عهده می‌گیرد و بازاریابان می‌توانند بر تصمیم‌گیری‌های استراتژیک‌تر متمرکز شوند.

۶. ابزارهای مهم هوش مصنوعی

دسته‌بندی	ابزار هوش مصنوعی	کاربردها
NLP	OpenAI GPT (ChatGPT) Google Cloud Natural Language Amazon Comprehend	چت‌بات‌ها، مشاوره خودکار، تولید محتوا پردازش و استخراج اطلاعات از متون تحلیل احساسات متون، شناسایی کلمات کلیدی
Machine Learning	TensorFlow H2O.ai DataRobot	تحلیل داده‌ها، ساخت مدل‌های یادگیری ماشین مدل‌سازی داده‌ها، پیش‌بینی روندها و تحلیل ریسک پیش‌بینی داده‌ها، تحلیل ریسک، یادگیری ماشین
Data Analytics	Google Analytics Tableau Power BI	تحلیل عملکرد وب‌سایت، پیگیری ترافیک، تحلیل داده‌ها تجزیه و تحلیل داده‌ها، نمایش بصری داده‌ها تحلیل داده‌ها، ساخت گزارش‌ها و داشبوردهای تصویری
Marketing Automation	HubSpot Marketo Mailchimp	خودکارسازی کمپین‌های بازاریابی، تجزیه و تحلیل داده‌ها اتوماسیون ایمیل، تبلیغات آنلاین و مدیریت روابط با مشتری ارسال ایمیل‌های تبلیغاتی، خودکارسازی کمپین‌ها
Chatbot Tools	Drift Intercom ManyChat	پشتیبانی خودکار از مشتریان، اتوماسیون مکالمات ارتباط با مشتریان، اتوماسیون پشتیبانی چت‌بات برای واتس‌آپ، اینستاگرام، و فیس‌بوک
Graphic Design	Canva Adobe Sensei Crello (VistaCreate)	طراحی گرافیک برای شبکه‌های اجتماعی، بنرها، اینفوگرافیک‌ها ویرایش تصاویر با ابزارهای هوشمند طراحی گرافیک‌های متحرک، بنرها، و پست‌های اجتماعی

۷. برندهای پیشرو استفاده AI در بازاریابی

قبل از بررسی نمونه‌ها، باید توجه داشت که هر برند بسته به نیازها و اهداف خود از هوش مصنوعی به شکل منحصربه‌فردی استفاده می‌کند. برخی برندها از الگوریتم‌های پیشرفته برای شخصی‌سازی تجربه کاربری بهره می‌برند، درحالی‌که برخی دیگر تمرکز خود را بر بهینه‌سازی فرایندهای داخلی و بهبود خدمات مشتری گذاشته‌اند. در ادامه به نمونه‌هایی از برندهای پیشرو می‌پردازیم:

• **Netflix:** با استفاده از الگوریتم‌های هوش مصنوعی، تاریخچه تماشاگر کاربران تحلیل شده و پیشنهاد‌های شخصی‌سازی‌شده‌ای برای فیلم و سریال ارائه می‌شود که تجربه کاربری بهتری ایجاد می‌کند.

• **Amazon:** این شرکت از AI برای تجزیه و تحلیل الگوهای خرید کاربران استفاده می‌کند تا محصولات مرتبط و پیشنهادی دقیق‌تری به مشتریان ارائه دهد.

• **Starbucks:** این برند از داده‌های مشتریان برای پیش‌بینی نیازها، ارائه پیشنهاد‌های ویژه و طراحی کمپین‌های بازاریابی استفاده می‌کند.

• **Coca-Cola:** با استفاده از تحلیل احساسات در شبکه‌های اجتماعی، به

درک عمیق‌تری از احساسات مشتریان نسبت به محصولات خود می‌رسد و استراتژی‌های بازاریابی خود را بر اساس آن تنظیم می‌کند.

• **Nike:** این برند از هوش مصنوعی برای طراحی سفارشی کفش‌های ورزشی و ارائه پیشنهاد‌های شخصی‌سازی‌شده به مشتریان استفاده می‌کند.

• **Spotify:** این پلتفرم از AI برای تجزیه و تحلیل ترجیحات موسیقی کاربران استفاده می‌کند و پلی لیست‌های شخصی‌سازی‌شده‌ای ارائه می‌دهد که تجربه شنیداری جذاب‌تری را فراهم می‌کند.

• **Sephora:** این برند از چت‌بات‌های هوش مصنوعی برای مشاوره زیبایی آنلاین و ارائه توصیه‌های محصول به مشتریان استفاده می‌کند.

منابع:

• AI in Marketing: The Future of Personalized Advertising." Marketing AI Institute. 2023

• Kumar, V., & Shah, D. (2022). Artificial Intelligence in Marketing. Springer

• Marketing AI Institute. (2024). AI Marketing Trends Report



ابراهیم زارع پور
دکتری مدیریت
بازرگانی و مدرس
آکادمی سامان

Zarepour.TMU@gmail.com

مذاکره با آلمانی ها

رفتار تجاری در آلمان

نمایندگان فروش تاجر در رفتار تجاری آلمانی ها با تفاوت های میان شمال/ جنوب و (به ویژه) شرق/ غرب مواجه می شوند که هر کدام نسخه های عمومی، حرفه ای و فردی خود را دارند. باتوجه به این مسئله، در پروفایل زیر به توصیف گرایش های عمومی مهم در رفتار تجاری می پردازم که در هامبورگ یا مونیخ، لایپزیگ و کلن با آنها مواجه خواهید شد. زبان تجارت: امروزه بسیاری از تاجران آلمانی به زبان انگلیسی مسلط هستند. شرکت های بزرگتر هم، سخنگویان ماهر انگلیسی زبان را استخدام می کنند. اما چون زبان تجارت زبان مشتری است، تیم حرفه ای فروش صادرات باید شامل مترجم هم زمان مسلط به زبان آلمانی باشد. معامله گرا: آلمان تمایل دارند در تجارت معامله محور باشند و آماده اند بر اساس مزایای درک شده معامله پیشنهادی به مذاکره بپردازند. آنها به توسعه روابط فردی نزدیک قبل از صحبت در مورد مسائل تجاری نیازی نمی بینند که یکی از رسوم مهم در فرهنگ های رابطه گرا محسوب می شود. در عوض زمانی به ایجاد روابط می پردازند که با طرف مقابل در مورد معامله صحبت می کنند. نمایندگان فروش می توانند انتظار داشته باشند که بعد از چندین دقیقه مکالمات معمول به سراغ مسائل تجاری بروند.

گرایش به زمان: آلمان ها خیلی برای وقت شناسی ارزش قائل هستند. وقت شناس بودن به این معنی است که چندین دقیقه زودتر برسید، چون تأخیر نشانه غیرقابل اطمینان بودن شماست. اگر برای یک ملاقات نیم ساعت تأخیر داشته باشید شرکت شما برای تحویل کالا ۱۵ روز تأخیر خواهد داشت. بنابراین اگر در شرایطی قرار گرفتید که تأخیر اجتناب ناپذیر است حتماً با همتای خود در اسرع وقت تماس بگیرید تا زمان ملاقات را مجدداً هماهنگ کنید. دستور جلسات و برنامه ها زمان بندی شده اهمیت زیادی دارند؛ به ندرت در جلسات تجاری وقفه ایجاد می شود.

انتظار پیروی از یک دستور جلسه مشخص را داشته باشید. به ندرت اتفاق می افتد که جلسه شما به خاطر تماس تلفنی یا ملاقات کنندگان غیرمنتظره متوقف شود. در حقیقت من از سال ۱۹۶۳ در بیش از ۱۰۰ جلسه ای که با آلمان ها داشتم حتی یک مثال را هم به یاد نمی آوردم که در آن در گفتگوهای تجاری وقفه ای جدی ایجاد شده باشد.

تشریفات، سلسله مراتب و شأن اجتماعی: جامعه آلمان سطحی از تشریفات اجتماعی را دارد که در آداب و رسوم تجاری آن منعکس می شود. رفتار رسمی و رعایت تشریفات راهی برای نشان دادن احترام مناسب به مردم است. استفاده از القاب برای افراد عالی رتبه و کسانی که



به نشان دادن احساسات خود در جمع ندارند، اگرچه مردمان جنوب آلمان کمی برون‌گراتر هستند. آلمان‌ها بر خلاف مردمان اروپای لاتین و آمریکای لاتین از اشارات یا حالات سرزنده صورت معدودی استفاده می‌کنند و میان صحبت دیگران حرف نمی‌زنند.

ارتباطات کلامی: اعلام درک مطلب هدف اصلی ارتباطات آلمان‌ها است، آنها به‌خاطر صراحت کلامشان به خودشان می‌بالند. درحالی‌که مردمان رابطه‌گرا اغلب از ارتباطات غیرمستقیم بهره می‌برند آلمان‌ها برای زبان مستقیم، رک و حتی بی‌پرده ارزش قائل هستند. نمایندگان فروشی که از فرهنگ‌های پر محتوا می‌آیند تشخیص می‌دهند که صراحت توتنی و رک‌گویی بدین خاطر نیست که می‌خواهند عمداً به آنها توهین نمایند. یک مدیر تابعه آلمان که در کشوری دیگری مدیریت می‌کرد در کارگاه مدیریت جهانی اخیر ما در آمریکا شرکت کرده بود. زمانی که در مورد غیرمستقیم بودن کلام مردمان شرق آسیا در حین مذاکرات یک مثال زدم، یک فرار کلامی برای اجتناب از شرمسار کردن و توهین به دیگران، اولریچ اعتراض کرد: ولی این دروغ بود! واکنش وی شبیه واکنش من بعد از سال‌ها زندگی کردن و تجارت در آلمان بود.

ارتباطات غیرکلامی آلمان‌ها

دست‌دادن: انتظار دست‌دادن محکم با یک یا دو فشار محکم‌تر، تماس

مدارج تحصیلی بالاتری دارند از اهمیت بسزایی برخوردار است. این مسئله اهمیت دارد چون مدیران آلمانی بیشتر از سایر مدیران در جهان مدارج دکترا دارند - در حدود ۴۰٪ از اعضای هیئت‌مدیره ۱۰۰ شرکت بزرگ آلمانی مدارج دکترا دارند.

دکتر ولهم اش‌میت را دکتر اش‌میت یا "هر داکتر" (آقای دکتر) خطاب قرار دهید. همکار مؤنث وی را که دکترا دارد "فرائو داکتر" (خانم دکتر) صدا کنید. برای رعایت ادب بهتر است رابط‌های تجاری با مدارج کمتر را با القاب "هر (آقا)، فرائو (خانم) و فرائولین (دوشیزه)" و سپس نام خانوادگی آنها خطاب قرار دهید که شامل منشی‌ها هم می‌شود. درحالی‌که منشی را مثلاً در اسکاندیناوی و آمریکا با نام کوچک خطاب قرار می‌دهند در آلمان همیشه آنها را "فرائو براون" و نه "والترات" (نام کوچکش) صدا می‌کنند. زنان بیست‌ساله یا مسن‌تر را فرائو صدا می‌کنند فرقی نمی‌کند مجرد یا متأهل باشند.

تشریفات آلمانی در ملاقات و خوشامدگویی هم به چشم می‌خورد. هنگام ورود یا خروج دست بدهید. دست‌دادن همیشه همراه با لبخندزدن نیست: بسیاری از آلمان‌ها برای دوستان و خانواده لبخند می‌زنند و به لبخندزدن به غریبه‌ها به‌عنوان یک رسم احمقانه نگاه می‌کنند.

سبک ارتباطات تجاری: آلمان‌ها نسبتاً محافظه‌کار هستند، تمایلی



آلمانی در صورت دریافت هدایای گران بها احساسات ناراحتی می کنند. اگر می خواهید به آنها هدیه ای کوچک بدهید یک آیتم لوگودار با کیفیت و باسلیقه یا یادبودی معروف از کشور یا منطقه خودتان را انتخاب کنید.

صرف شام و نوشیدنی: آلمان ها زندگی کاری و خصوصی خود را کاملاً تفکیک می کنند. اگرچه در میزبانی عالی هستند، در مقایسه با نمایندگان فروش فرهنگ های رابطه گرا تأکید کمتری بر تفریحات تجاری دارند. همتای آلمانی شما دوست ندارد در حین صرف صبحانه در مورد مسائل تجاری صحبت کند: صبحانه نیروبخش هنوز تأثیری مهمی بر جمهوری فدرال نگذاشته است. زمانی که برای صرف ناهار یا شام می روید قبل یا بعد از صرف غذا و نه در حین صرف غذا در مورد مسائل تجاری صحبت خواهید کرد مگر اینکه همتای آلمانی شما بخواهد در حین غذا خوردن در مورد مسائل تجاری صحبت کند.

آداب اجتماعی آلمان

دعوت به صرف شام: اگر یک آلمانی شما را برای صرف شام به خانه اش دعوت کرد حتماً بپذیرید. زودتر از موقع زنگ درب منزل را نزنید، ۱۰ تا ۱۵ دقیقه بعد از زمان معین شده به آنجا بروید. هدایای میزبان: اگر تصمیم گرفتید نوشیدنی ببرید، فقط یک نوشیدنی



چشمی مستقیم هنگام سلام کردن و هنگام خداحافظی کردن را داشته باشید.

حرکات و اشارات: اشارات دست و بازو محدود هستند. اگر درحالی که به طرف مقابل نگاه می کنید به پیشانی خود بزنید (یعنی: تو یک احمق!) هم کارتان از ادب به دور است و هم از قوانین تخلف کرده اید.

سازگار ارائه تجاری شما

محتوا: آلمان ها به ارائه مفصل با حقایق زیاد بهترین واکنش را نشان می دهند. آنها به دنبال سوابق کامل و اطلاعات پیش زمینه هستند و اهمیتی زیادی به ارائه بصری جالب نمی دهند. از اسناد کامل استفاده کنید.

شوخی: در ارائه خود از شوخی استفاده نکنید. ترجمه شوخی به ندرت درست از آب در می آید و ارائه برنامه تجاری در آلمان مسئله ای جدی است.

آداب و رسوم تجاری در آلمان

لباس: کت و شلوار برای مردان، حداقل در اولین جلسه ملاقات؛ کت و شلوار یا لباس رسمی برای زنان. آلمان ها تمایل دارند تا در مورد مردان بر اساس شرایط کفش های آنها قضاوت کنند، باید کفش هایتان تمیز و واکس زده باشد. هدایای تجاری: در این فرهنگ هدیه دادن مرسوم نیست. مذاکره کنندگان



سبک مذاکره در آلمان

دامنه چانه‌زنی: آلمانی‌ها تمایل دارند تا به پیشنهاد اولیه واقع‌بینانه واکنش خوبی نشان بدهند و از تاکتیک "بالا - پایین" اجتناب می‌کنند. آنها به چانه‌زنی به سبک بازاری واکنش منفی نشان می‌دهند. در پیشنهاد اولیه‌تان حاشیه اندکی را برای موارد غیرمنتظره در نظر بگیرید ولی نباید پیشنهاد اولیه‌تان به صورت غیرمعتولی بالا باشد.



سبک مذاکره: مذاکره‌کنندگان آلمانی مانند ژاپنی‌ها به خاطر آماده‌سازی کامل خود معروف هستند. آنها همچنین به خاطر تأکید بر مواضع خود در مواجهه با تاکتیک‌های ترغیب و فشاری هم مشهور شده‌اند.

تصمیم‌گیری: آلمان‌ها برای تصمیم‌گیری و رایزنی با همکاران مسئول خود قبل از تصمیم‌گیری‌های مهم به زمان نیاز دارند. تصمیم‌گیری آنها بیشتر از آمریکایی‌ها طول می‌کشد ولی به‌اندازه فرایند تصمیم‌گیری ژاپنی‌ها و بیشتر اقوام آسیایی طولانی نیست.

منبع:

Cross-Cultural Business Behavior: Marketing, Negotiating and Managing Across Cultures by Richard Gesteland

خوب از طبقه بالای بخش نوشیدنی‌ها را انتخاب کنید. گل نیز انتخاب خوبی است ولی از بردن رز قرمز (فقط برای عشاق) و گل نیلوفر و داوودی (ویژه مراسم ختم) خودداری کنید. تعداد گل‌ها فرد باشد (به‌استثنای ۶ و ۱۲) ولی هرگز ۱۳ نباشد و به‌خاطر بسپارید که پوشش دور گل‌ها را قبل از دادن آنها به میزبان بردارید. اگر این رسوم شما را گیج می‌کند یک جعبه شکلات با کیفیت جایگزین بسیار مناسبی خواهد بود.

رفتار مناسب: مردان زودتر از زنان وارد رستوران یا سایر اماکن عمومی می‌شوند و هنگامی که بیرون هستند در سمت چپ زنان حرکت می‌کنند. زمانی یک مرد مسن، یک خانم یا یک فرد عالی‌رتبه وارد اتاق می‌شود بهتر است بایستید.

تعارفات: آلمان‌ها از تعارفات زیادی که در فرهنگ‌هایی مانند آمریکا متداول هستند احساس ناراحتی می‌کنند. به همین نحو نمایندگان فروش آلمانی نیز از تعارفات بیش از حد ذوق‌زده نخواهند شد ولی یک استثنای مهم وجود دارد: آلمانی‌ها دوست دارند از تلاش نمایندگان فروش برای صحبت به زبان آنها قدردانی کنند.

آلمان‌ها تجارت را جدی می‌گیرند: تجارت، تجارت و نوشیدنی، نوشیدنی است. آنها از همتایان خود نیز انتظار مشابهی دارند.

ساخت چارچوب تحلیل مدیریت کسب و کار سازمانی بر اساس فناوری کلان داده (بخش اول)



مترجم: فاطمه فراهانی، پژوهشگر حوزه بانکداری و بازرگانی
نویسندگان: Liyuan bao و Jinqian Peng

چکیده

با پیشرفت علم و فناوری، مردم مفهوم جدیدی به نام کلان داده را معرفی کرده‌اند که در حال حاضر موضوع مورد توجه بسیاری است و تغییرات بزرگی را در محیط مدیریت کسب و کار شرکت‌ها ایجاد کرده است. در حال حاضر، بیشتر کارهای مدیریت کسب و کار شرکت‌ها عمدتاً بر اساس منابع انسانی است و فعالیت‌های شرکت از طریق دانش تخصصی کارکنان مدیریتی مربوطه اداره می‌شود. با این حال، به دلیل عوامل ذهنی انسانی، اثر مدیریتی ناپایدار است؛ بنابراین، این مقاله یک سیستم مدیریت کسب و کار سازمانی بر اساس فناوری داده هوشمند طراحی کرده و یک چارچوب تحلیلی برای مدیریت کسب و کار سازمانی ایجاد می‌کند. این سیستم می‌تواند به مدیران کمک کند تا هنگام اجرای اقدامات مدیریتی، بهترین برنامه را تدوین کنند و کارایی مدیریت تولید، مدیریت فروش، مدیریت مالی، مدیریت ساختار سازمانی پرسنل و غیره را بهبود بخشند تا مدیریت کسب و کار را علمی‌تر کنند. نتایج آزمایشی نشان داد که الگوریتم بهبود یافته C_{4.5} در سیستم مدیریت کسب و کار پیشنهادی در این مقاله، هزینه مصرف سوخت شرکت کشتیرانی A را حداقل ۲۱،۲۲۰ یوان و حداکثر ۱۲،۱۱۰۵۰ یوان کاهش داد که در مجموع هزینه مصرف سوخت پنج سفر شرکت را ۱۳۳۴۹،۰۹ یوان کاهش داد. این نشان می‌دهد که الگوریتم بهبود یافته C_{4.5} در مقایسه با الگوریتم‌های سنتی C_{4.5} دقت بالاتر و کارایی زمانی بهتری دارد. در عین حال، مدیریت بهینه‌سازی شده سرعت کشتی به طور موثری هزینه مصرف سوخت پروازها را کاهش می‌دهد و سود عملیاتی شرکت را افزایش می‌دهد. این مقاله امکان‌پذیری الگوریتم‌های بهبود یافته بر اساس درخت‌های تصمیم در سیستم‌های مدیریت کسب و کار سازمانی را اثبات می‌کند و تأثیر پشتیبانی تصمیم‌گیری خوبی دارد.

کلمات کلیدی: فناوری کلان داده، مدیریت کسب و کار سازمان، ساخت چارچوب تحلیلی، توسعه سیستم مدیریت کسب و کار.

۱. مقدمه

با توسعه سریع فناوری اطلاعات و بلوغ تدریجی فناوری کلان داده، مدیریت سازمانی نیز با چالش‌های بیشتری روبرو می‌شود. در این

زمینه، ساخت یک چارچوب تحلیلی مدیریت سازمانی بر اساس فناوری کلان داده به جهت مهمی برای توسعه سازمان‌ها تبدیل شده است. مدیریت سنتی سازمان‌ها عمدتاً بر آمار، تحلیل و تصمیم‌گیری دستی متکی است که ناکارآمد بوده و مستعد خطا است. در عین حال، به دلیل منابع و ساختارهای متفاوت داده‌ها، داده‌های داخلی سازمان‌ها اغلب پراکنده و غیرمتمرکز هستند که یکپارچه‌سازی و استفاده از آن‌ها دشوار است. این امر تأثیر قابل توجهی بر عملکرد کارآمد و توسعه پایدار سازمان‌ها داشته است. با این حال، ظهور فناوری کلان داده فرصت‌های متعددی را برای مدیریت سازمانی به ارمغان آورده است. با جمع‌آوری ذخیره‌سازی، پردازش و تحلیل داده‌های داخلی و خارجی، امکان درک و بینش عمیق نسبت به عملیات داخلی، پویایی‌های بازار، نیازهای مشتریان و سایر جنبه‌های سازمان فراهم می‌شود و در نتیجه پشتیبانی قدرتمندی برای تدوین استراتژی، بهینه‌سازی عملیات و نوآوری محصول ارائه می‌گردد. هم‌زمان، کاربرد فناوری کلان داده در زمینه‌های هوش مصنوعی، یادگیری ماشین، پردازش زبان طبیعی و سایر حوزه‌ها، سازمان‌ها را قادر می‌سازد تا داده‌کاوی، تحلیل و تصمیم‌گیری را با کارایی بیشتری انجام دهند و در نتیجه کیفیت و بهره‌وری مدیریت سازمانی را بیش از پیش بهبود بخشند؛ بنابراین، ساخت یک چارچوب تحلیلی مدیریت سازمانی بر اساس فناوری کلان داده، جهت مهمی برای توسعه فعلی سازمان‌ها است. با انجام داده‌کاوی و تحلیل عمیق داده‌های داخلی و خارجی، و همچنین مقایسه و ارزیابی جامع داده‌های چندبعدی، می‌توان پشتیبانی تصمیم‌گیری کامل‌تر، دقیق‌تر و کاربردی‌تری را برای سازمان‌ها فراهم کرد. در عین حال، این امر مستلزم آن است که سازمان‌ها از سطح معینی از قدرت فنی، توانایی‌های مدیریت داده و ذخایر استعداد برخوردار باشند تا بتوانند در رقابت‌های بازار آینده مزیت رقابتی خود را حفظ کنند. هدف این مقاله نمایش ساخت یک چارچوب تحلیلی مدیریت کسب و کار بر اساس فناوری کلان داده است. نوآوری این مقاله در بحث سیستماتیک درباره مکانیسم، چارچوب و اجزای کلیدی کسب و کار مدیریت سازمانی از طریق فناوری کلان داده است، به گونه‌ای که یک نظریه کامل و سیستم کاربردی مدل مدیریت کسب و کار را ایجاد می‌کند. بر این اساس، معماری مدیریت کسب و کار سازمان مورد مطالعه قرار گرفته و ترکیب اجزای آن و مکانیسم عملکردش بررسی می‌شود.

۲. کارهای مرتبط

در زمینه توسعه سریع علم و فناوری، پژوهشگران مختلف مطالعاتی انجام داده و به دستاوردهایی در مورد چگونگی سازگاری با روند زمانه، حفظ موقعیت پیشرو و تضمین مزیت رقابتی دست یافته‌اند. برای مثال، یوهانس دی تحلیل تجربی درباره شیوه‌های مدیریت مالی شرکت‌های کوچک دولتی در شهر هاواسا انجام داد و دریافت که شیوه‌های مدیریت مالی خوب می‌تواند پایه‌ای برای سودآوری، موفقیت و گسترش شرکت‌های کوچک فراهم کند [۱]. یوهان ای با هدف تعمیق مزایای کسب و کار در مدیریت سازمانی در زمینه توسعه سازمانی و اقتصادی، یک مجموعه

سیستم ارزیابی کمی برای تحلیل عملیات سازمان مدیریت کسب و کار ایجاد کرده است [۲]. نی اچ معتقد بود که مدیریت کسب و کار می تواند باعث رشد سریع شرکت شود و نوآوری در مدیریت سازمانی می تواند نشاط جدیدی به شرکت بیاورد. او همچنین درباره توسعه سازمان ها بحث کرد، تأثیر نوآوری علمی و فناوری را تحلیل نمود و راهکارهای اجرای نوآوری علمی و فناوری را در سه سطح مورد بحث قرار داد [۳]. سیچوا ای ان نظریه مکانیسم انگیزشی کارکنان را در مرحله توسعه اقتصادی روسیه به کار گرفت و خلاصه کرد. او معتقد بود که با بهبود مکانیسم پاداش کارکنان پیشنهادی، شرکت می تواند جو تیمی خوبی ایجاد کند و حجم معاملات را افزایش دهد، و نتایج به دست آمده می تواند مرجعی برای مدیر شرکت در تدوین برنامه هایی برای بهبود سیستم مدیریتی شرکت باشد [۴]. وانگ جی تحلیل مقایسه ای از مدل های مدیریتی کشورهای مختلف را از دیدگاه های اهداف مدیریت، تصمیم گیری های مدیریتی، روش های مدیریت، ساختار سازمانی و غیره انجام داد. در نهایت، مدل پایه مدیریت پویای سازمانی را از سه دیدگاه ادراک، عمل و تحول پیشنهاد و مورد مطالعه قرار داد [۵]؛ بنابراین، بسیاری از محققان انواع مختلفی از مدل های مدیریت کسب و کار را برای جبران کاستی های روش های مدیریتی سنتی بررسی کرده اند، اما آنها به طور سیستماتیک تحقیقات عمیقی در مورد مدیریت کسب و کار سازمان ها انجام نداده اند. با توسعه سریع فناوری شبکه، فناوری ترکیب شده با فناوری کلان داده به طور گسترده در حاکمیت شرکتی مورد استفاده قرار گرفته و به سرعت توسعه یافته است. برای مثال، یان وای عملیات و مدیریت شرکت های تولیدی را در عصر کلان داده مطالعه کرد. او بر اساس روش تصمیم گیری چندمعیاره فازی، عملکرد شرکت های تولیدی را تحلیل کرد و یک سیستم ارزیابی مدیریت عملکرد سازمانی ایجاد نمود [۶]. وان دلیو بحث کرد که آیا مدیریت منابع انسانی مبتنی بر توانمندسازی و مجوزدهی کلان داده می تواند به طور موثر کارآفرینی داخلی کارکنان را ترویج دهد و بر عملکرد نوآوری شرکت های پلتفرمی تأثیر بگذارد [۷]. لی ال کاربرد حسابرسی کلان داده در کسب و کار اشتراک مالی را تحلیل کرد، با امید به ارائه مرجع مفیدی برای مدیریت سازمانی جهت استفاده از فناوری کلان داده برای حسابرسی کلان داده [۸]. رن اس مکانیسم کلان داده در تصمیم گیری مدیریت مالی را بر اساس نظریه عدم تقارن اطلاعات و نظریه مدیریت ریسک مطالعه کرد [۹]. زو تی با استفاده از فناوری های پیشرفته مانند انبار داده، تحلیل آنلاین و داده کاوی، تحقیق و توسعه عمیقی در زمینه مدیریت بازاریابی انجام داد [۱۰]. شهرهای هوشمند از تحلیل کلان داده برای استفاده کارآمد از منابع استفاده می کنند، و پذیرش تحلیل کلان داده با چندین مانع روبرو است. هدف اصلی خان اس بررسی موانع اصلی تحلیل کلان داده در توسعه شهرهای هوشمند است. برای دستیابی به این هدف، ابتدا ۱۳ مانع استفاده از تحلیل کلان داده شناسایی شد و سپس از روش بهترین-بدترین برای اولویت بندی استفاده شد. نتایج تحقیق نشان می دهد که پیچیدگی داده ها، پذیرش چارچوب های تحلیل کلان داده و فقدان تکنیک های تحلیل کلان داده، موانع مهمی هستند که ادغام تحلیل کلان داده در توسعه شهرهای هوشمند را مختل می کنند [۱۱]. به عنوان بخشی از تلاش برای تحول دیجیتال، سازمان ها به دنبال راه حل های بیشتر و بهتری برای رفع چالش های دیرینه مدیریت محتوای سازمانی هستند. چنین راه حل هایی به ندرت رابطه بین کار روزانه کارگران دانشی در ثبت اطلاعات و درک یا ارزش واقعی

اطلاعات برای سازمان را طبق استراتژی مدیریت محتوای تعیین شده بررسی می کنند. متیو سی تلاش می کند با مدل سازی شیوه های کارگران دانشی یک سازمان که معمولاً محصولات کار روزانه خود را تولید، ذخیره و بعداً بازاریابی می کنند، شکاف بین شیوه ها و سیاست های مدیریت محتوا را شناسایی کند. متیو سی انواع مختلف مدل های ایجاد، توصیف و ذخیره سازی اشیاء دیجیتال را مشخص می کند و استراتژی های اساسی برای حفظ ارزش های کارگران دانشی مطابق با دستورالعمل های سازمانی برای بهبود قابلیت جستجو و استفاده مجدد از محتوای سازمانی ارائه می دهد [۱۲]. می توان دید که بسیاری از فناوری ها و نظریه های مرتبط با فناوری کلان داده هنوز در سطح مفهومی هستند، بنابراین هنوز زمان بیشتری لازم است تا فناوری کلان داده واقعاً به مرحله عمل درآید.

۳. طراحی سیستم مدیریت کسب و کار سازمانی

۳.۱. مدیریت سازمانی

مدیریت سازمانی به مدیریت جامع و سیستماتیک استراتژی ها و تصمیمات مختلفی اشاره دارد که سازمان ها برای دستیابی به اهداف مورد انتظار در فعالیت های روزمره کسب و کار خود تدوین می کنند. این استراتژی ها و تصمیمات شامل امور مالی، منابع انسانی، بازاریابی، مدیریت زنجیره تأمین و غیره می شود که هدف آنها بهینه سازی تخصیص منابع سازمانی، بهبود بهره وری تولید و سودآوری، و همچنین پاسخگویی به تغییرات بازار و مدیریت ریسک است. مدیریت موفق کسب و کار نیازمند توجه به جنبه های زیر است:

اولاً باید یک استراتژی و اهداف تجاری روشن وجود داشته باشد. یک شرکت نیاز دارد مأموریت و چشم انداز خود را مشخص کند، اهداف تجاری بلندمدت و کوتاه مدت را تعیین کند و برنامه ها و طرح های اجرایی متناسب را تدوین نماید. تنها از طریق استراتژی ها و اهداف تجاری روشن می توان به سازمان ها در برنامه ریزی بلندمدت و تخصیص مؤثر منابع کمک کرد و اطمینان حاصل کرد که آنها در مسیر درستی قرار دارند.

ثانیاً باید به آموزش و توسعه کارکنان توجه شود. کارکنان دارایی های اصلی یک شرکت هستند و کیفیت ها و توانایی های آنها برای توسعه شرکت بسیار مهم است؛ بنابراین، سازمان ها باید فرصت های خوبی برای آموزش و توسعه به کارکنان ارائه دهند تا به آنها کمک کنند به استعداد های حرفه ای با روحیه نوآوری، توانایی کار تیمی و اجرای کارآمد تبدیل شوند و از این طریق رقابت پذیری اصلی سازمان را بیشتر افزایش دهند. ثالثاً، ما باید بازاریابی و برندسازی را تقویت کنیم. بازاریابی و برندسازی وسایل مهم ارتباطی بین سازمان ها و دنیای خارج هستند و همچنین عوامل کلیدی برای تضمین توسعه بلندمدت سازمان ها محسوب می شوند؛ بنابراین، سازمان ها باید به طور فعال تحقیقات بازار انجام دهند، تقاضای مصرف کنندگان و روندهای بازار را درک کنند، استراتژی های بازاریابی و برنامه های برندسازی مناسب را تدوین کنند و اثربخشی فعالیت های بازاریابی و کنترل هزینه ها را تضمین نمایند. چهارم، باید به مدیریت زنجیره تأمین و کنترل ریسک توجه شود. مدیریت زنجیره تأمین وسیله مهمی برای هماهنگی منابع داخلی و خارجی در سازمان ها است که شامل چندین مرحله مانند تدارکات، تولید، انبارداری، لجستیک و غیره می شود. در این مراحل، ممکن است خطرات و مشکلات بالقوه مختلفی بروز کند، مانند کیفیت ناپایدار تأمین کنندگان و انباشت موجودی. بنابراین، سازمان ها نیاز دارند یک مکانیسم مدیریت ریسک قوی ایجاد

کنند، به طور مداوم فرایندها و روش‌های مدیریت زنجیره تأمین را بهینه‌سازی کنند و کارایی عملیاتی و سطح کیفیت سازمان را تضمین نمایند. به طور خلاصه، مدیریت سازمانی نیاز به در نظر گرفتن عوامل متعددی دارد، از تدوین استراتژی و برنامه‌ریزی هدف گرفته تا آموزش و توسعه کارکنان، بازاریابی و برندسازی، مدیریت زنجیره تأمین و کنترل ریسک که همه این‌ها نیازمند مدیریت و نوآوری سیستماتیک هستند.

تنها با بهینه‌سازی مداوم روش‌ها و فرایندهای مدیریتی می‌توان در رقابت بازار که روبه‌روز شدیدتر می‌شود، موقعیت پیشرو را حفظ کرد و به توسعه پایدار بلندمدت دست یافت.

۳.۳. طراحی معماری سیستم

به‌طور کلی، سیستم مدیریت تنظیمات لایه نمایش و لایه داده را روی ایستگاه کاری انجام می‌دهد و فقط می‌تواند در فایل سرور به اشتراک گذاشته شده با پایگاه داده ذخیره شود [۱۴، ۱۵]. وقتی سرور پیامی دریافت می‌کند، پایگاه داده پس از دریافت آن را پردازش می‌کند، پایگاه داده سرور را جستجو می‌کند، معماری پردازش را به سرور ارسال می‌کند و نتایج پردازش را برای به‌روزرسانی به پایگاه داده ارسال می‌کند.

حالت توسعه سیستم معمولاً شامل دو معماری است:

۱. مشتری/سرور (C/S)

۲. مرورگر/سرور (B/S) [۱۶]

این دو معماری روش‌های مختلفی برای ساختاردهی و اجرای سیستم‌های مدیریت ارائه می‌دهند. هر کدام مزایا و معایب خاص خود را دارند که بسته به نیازهای خاص پروژه و سازمان انتخاب می‌شوند. همان‌طور که در شکل ۲ می‌بینید:

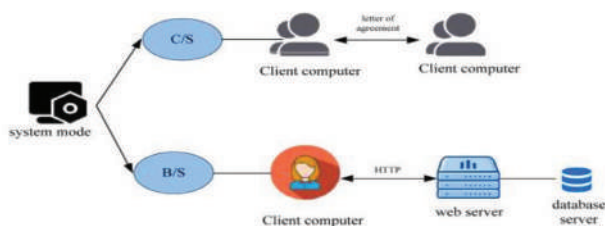


Fig. 2. Block diagram of system development mode.

۱. برنامه به دو فرآیند خدمات مشتری متفاوت تقسیم می‌شود:

- فرانت‌اند (بخش جلویی): یک رابط کاربری مبتنی بر پردازش داده است.

۲. معماری C/S (مشتری/سرور):

- مشتری درخواست‌ها را به سرور ارسال می‌کند.
- پردازش در سمت سرور انجام می‌شود.
- نتایج به مشتری برگردانده و نمایش داده می‌شود.

۳. معماری B/S (مرورگر/سرور):

- درخواست‌های ارسالی از مشتری‌ها روی وب عمدتاً از سرور دریافت و برگردانده می‌شوند.

۴. مزایای معماری C/S:

- رابط کاربری مشتری دوستانه است.
- نگهداری پایگاه داده ساده است.

- سرعت پاسخگویی و توانایی پردازش قوی است [۱۷]

این ساختار نشان می‌دهد که هر دو معماری روش‌های متفاوتی برای پردازش درخواست‌ها و ارائه نتایج دارند، با C/S که تمرکز بیشتری بر

از شکل ۱ می‌توان دید که سطح مدیریتی در مدیریت کسب و کار سازمانی از سه بخش اصلی تشکیل شده است. زیر مدیریت سطح پایه، به پنج دپارتمان تقسیم می‌شود:

۱. دپارتمان فناوری و کیفیت: مسئول تحقیق محصول و توسعه فناوری سازمان است.

۲. دپارتمان تدارکات و لجستیک: مسئول تهیه مواد اولیه برای تولید و لوازم مصرفی روزانه دفاتر است.

۳. دپارتمان بازاریابی: مسئول عملیات بازاریابی محصولات سازمان است و جزو دپارتمان‌های کلیدی شرکت محسوب می‌شود.

بنابراین، دو دپارتمان دیگر عبارت‌اند از:

۴. دپارتمان مالی: مسئول آمار مالی تمام فعالیت‌های شرکت است.

۵. دپارتمان لجستیک اداری: مسئول مدیریت روزانه لجستیک شرکت است.

این دپارتمان‌های مدیریتی مجموعاً به‌عنوان مدیریت کسب‌وکار



Fig. 1. Enterprise business management structure.

بنابراین، دو دپارتمان دیگر عبارت‌اند از:

۴. دپارتمان مالی: مسئول آمار مالی تمام فعالیت‌های شرکت است.

۵. دپارتمان لجستیک اداری: مسئول مدیریت روزانه لجستیک شرکت است.

این دپارتمان‌های مدیریتی مجموعاً به‌عنوان مدیریت کسب‌وکار

پردازش سمت سرور و B/S که بیشتر بر ارتباطات مبتنی بر وب تکیه دارد.
 باتوجه به اطلاعات ارائه شده:

۱. معماری B/S (مرورگر/سرور):

- این معماری یک نوآوری و توسعه از معماری C/S است.
- مبتنی بر خدمات کاربردی وب است.
- به درخواست‌های مرورگر پاسخ می‌دهد.

۲. ویژگی‌های ساختار B/S:

- می‌تواند در سطح رابط بین کاربران و سیستم ساخته شود.
- ۳. انتخاب معماری برای سیستم مدیریت کسب و کار سازمانی:
 - سیستم طراحی شده در این مقاله از ساختار B/S استفاده می‌کند [۱۸، ۱۹]

این انتخاب نشان می‌دهد که طراحان سیستم مزایای معماری B/S را برای نیازهای خاص مدیریت کسب‌وکار سازمانی مناسب‌تر تشخیص داده‌اند. معماری B/S معمولاً برای سیستم‌هایی که نیاز به دسترسی گسترده، قابلیت مقیاس‌پذیری بالا و نگهداری آسان‌تر دارند، ترجیح داده می‌شود. این معماری همچنین امکان دسترسی به سیستم از طریق مرورگرهای وب استاندارد را فراهم می‌کند که برای کاربران نهایی راحت‌تر است.
 بر اساس اطلاعات ارائه شده، سیستم مدیریت کسب‌وکار سازمانی از چهار لایه اصلی تشکیل شده است:

۱. لایه ذخیره‌سازی داده
۲. لایه منطق کسب و کار
۳. لایه میان‌افزار
۴. لایه ارائه کسب و کار

معماری B/S در این سیستم یک معماری سه‌لایه است:

۱. مرورگر به عنوان کلاینت (مشری) عمل می‌کند.
 ۲. درخواست‌های مرورگر توسط سرور معماری B/S اجرا می‌شود.
- شکل ۳ معماری کاربردی سیستم مدیریت کسب و کار سازمانی را نشان می‌دهد.

می‌شود. استفاده از معماری B/S با مرورگر به‌عنوان کلاینت، دسترسی آسان و گسترده به سیستم را از طریق اینترنت یا اینترنت سازمانی امکان‌پذیر می‌سازد، بدون نیاز به نصب نرم‌افزارهای خاص روی دستگاه‌های کاربران.
 بر اساس اطلاعات ارائه شده، ساختار سیستم مدیریت صنعتی و تجاری شرکت از سه لایه اصلی تشکیل شده است:

۱. لایه داده
۲. لایه منطق کسب و کار
۳. لایه ارائه کاربر

ویژگی‌های این ساختار:

۱. ارتباط منطقی: این سه لایه از نظر منطقی به هم متصل هستند.
۲. استقلال اجزا: در عین حال، اجزای واحد هر لایه از یکدیگر مستقل هستند

در سیستم مدیریت کسب‌وکار سازمان

- از سرور وب و سرور برنامه استفاده می‌شود.
- تمام کارها از طریق سرور برنامه انجام می‌شود [۲۰، ۲۱].

این ساختار سه‌لایه چندین مزیت دارد:

۱. تفکیک مسئولیت‌ها: هر لایه وظایف خاص خود را دارد که باعث سازماندهی بهتر و مدیریت آسان‌تر سیستم می‌شود.
 ۲. انعطاف‌پذیری: تغییرات در یک لایه تأثیر کمتری بر لایه‌های دیگر دارد.
 ۳. مقیاس‌پذیری: امکان گسترش هر لایه به طور مستقل وجود دارد.
 ۴. امنیت بیشتر: جداسازی لایه‌ها امکان اعمال سیاست‌های امنیتی خاص برای هر لایه را فراهم می‌کند.
- استفاده از سرور برنامه برای انجام تمام کارها، مدیریت متمرکز و کارآمد عملیات سیستم را امکان‌پذیر می‌سازد.
 بر اساس توضیحات شما درباره شکل ۴ و ساختار سیستم:



Fig. 4. Three-layer structure of management system.

۱. سرور وب:

- به درخواست کاربر پاسخ می‌دهد.
 - نتایج پردازش سرور را به کلاینت بازخورد می‌دهد.
- ### ۲. نرم‌افزار کاربردی در سیستم:
- به شکل B/S (مرورگر/سرور) ارائه می‌شود.
 - رابط کاربری با استانداردهای یکپارچه طراحی شده است.

۳. سرور برنامه:

- به پایگاه‌های داده و سرورهای فایل در مکان‌های فیزیکی مختلف از طریق پروتکل‌های خاص دسترسی دارد.
- خدمات یکپارچه برای تمام سرورهای برنامه کاربردی پیچیده ارائه می‌دهد.
- پردازش داده‌ها را انجام می‌دهد.

۴. ساختار سه لایه سیستم مدیریت کسب و کار سازمانی در شکل ۴ نشان داده شده است.

این ساختار چند مزیت کلیدی دارد:
 - جداسازی وظایف بین لایه‌های مختلف که باعث مدیریت بهتر و نگهداری

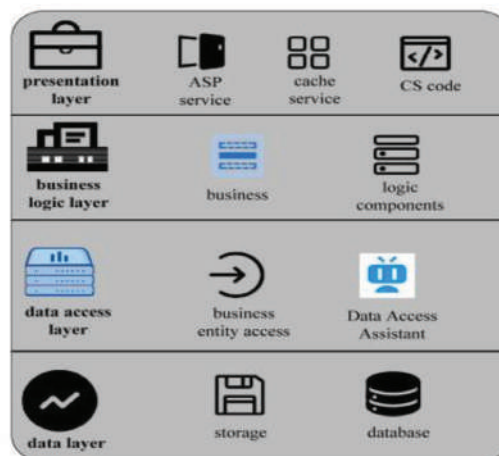


Fig. 3. Application architecture of enterprise business management system.

این ساختار چندلایه امکان جداسازی عملکردها را فراهم می‌کند که منجر به مدیریت بهتر، انعطاف‌پذیری بیشتر و قابلیت نگهداری آسان‌تر سیستم

آسان تر می شود.

- قابلیت مقیاس پذیری بالا، زیرا هر لایه می تواند مستقلاً گسترش یابد.
- امنیت بیشتر به دلیل جداسازی لایه ها.
- انعطاف پذیری در توسعه و به روز رسانی، زیرا تغییرات در یک لایه تأثیر کمتری بر لایه های دیگر دارد.
- استفاده از معماری B/S همچنین دسترسی آسان از طریق مرورگرهای وب استاندارد را امکان پذیر می سازد که برای کاربران نهایی راحت تر است.
- باتوجه به اطلاعات ارائه شده، در فرایند استفاده از سیستم مدیریت کسب و کار سازمانی:

۱. یکپارچه سازی ارگانیک:

- جریان افراد
- جریان اطلاعات
- جریان فناوری
- جریان تصمیم گیری
- جریان مواد

۲. نتیجه این یکپارچه سازی:

- ایجاد یک مدل مدیریت زنجیره تأمین که مدیریت داخلی و خارجی را یکپارچه می کند.

۳. مزایای این مدل یکپارچه:

- دستیابی به منافع کوتاه مدت و بلندمدت سازمان
 - به حداکثر رساندن منافع محلی و جهانی سازمان [۲۲، ۲۳].
 - این رویکرد یکپارچه چندین مزیت کلیدی دارد:
 - ۱. بهبود هماهنگی: بین بخش های مختلف سازمان و همچنین با شرکای خارجی.
 - ۲. تصمیم گیری بهتر: با دسترسی به اطلاعات جامع و به روز.
 - ۳. بهینه سازی منابع: از طریق مدیریت بهتر جریان مواد و اطلاعات.
 - ۴. انعطاف پذیری بیشتر: توانایی پاسخگویی سریع به تغییرات بازار و نیازهای مشتری.
 - ۵. دید کلی: امکان بررسی همزمان اثرات محلی و جهانی تصمیمات.
- این سیستم یکپارچه به سازمان ها کمک می کند تا عملکرد خود را در کوتاه مدت بهبود بخشند، درحالی که همزمان برای موفقیت بلندمدت برنامه ریزی می کنند.
- بر اساس توضیحات شما درباره مهندسی مجدد فرایند کسب و کار و شکل ۵:

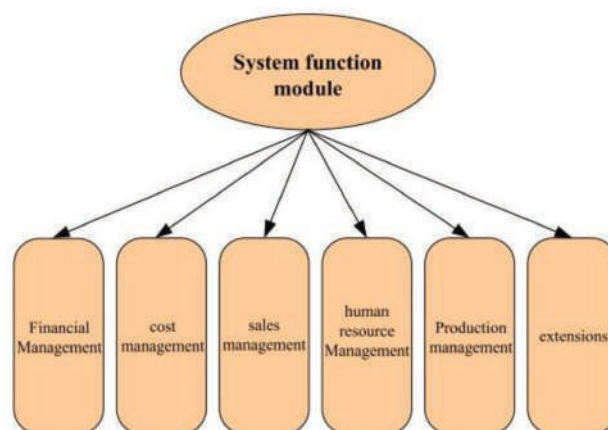


Fig. 5. Basic functions of enterprise business administration system.

۱. مزایای مهندسی مجدد فرایند کسب و کار:

- کاهش هزینه های غیر ضروری
 - کاهش شدت کار
 - کاهش موجودی
 - بهبود کارایی کار
 - بهبود کیفیت کار
 - تنظیم به موقع تولید بر اساس نیازهای مشتری
 - تخصیص بهینه منابع
۲. این مزایا از طریق استفاده از فرآیندهای تولید استاندارد شده به دست می آیند.

۳. شکل ۵ عملکردهای اساسی سیستم را نشان می دهد.

این رویکرد به مهندسی مجدد فرایند کسب و کار نشان می دهد که سیستم مدیریت کسب و کار طراحی شده برای بهینه سازی عملیات در چندین سطح تلاش می کند:

- افزایش کارایی عملیاتی
- بهبود کیفیت محصول
- انعطاف پذیری در پاسخ به نیازهای مشتری
- مدیریت بهتر منابع

عملکردهای اساسی نشان داده شده در شکل ۵ احتمالاً این جنبه های مختلف مدیریت کسب و کار را پوشش می دهند، اما برای جزئیات دقیق تر، نیاز به دیدن خود شکل است.

بر اساس توضیحات شما، دو عملکرد اساسی دیگر سیستم و یک عملکرد گسترش یافته عبارتند از:

۱. مدیریت فروش:

- شامل آمار فروش
- حفظ ارتباط با مشتریان

۲. مدیریت تولید:

- برنامه محور و تولید محور است
- اهداف:

- * کاهش موجودی
- * بهبود کارایی تولید

۳. عملکرد گسترش یافته:

- هدف: یکپارچه سازی و بهینه سازی این بخش ها در جنبه های مختلف
- کمک به مدیران و کارکنان بخش های سازمان در اتخاذ بهترین تصمیمات

این عملکردها نشان می دهند که سیستم مدیریت کسب و کار یک رویکرد جامع به مدیریت عملیات سازمان دارد:

- مدیریت فروش بر ارتباط با مشتری و تحلیل داده های فروش تمرکز دارد که برای درک بازار و نیازهای مشتری حیاتی است.
- مدیریت تولید بر بهینه سازی فرایندهای تولید تمرکز دارد، با هدف کاهش هزینه ها و افزایش کارایی.

- عملکرد گسترش یافته نشان می دهد که سیستم برای ایجاد هم افزایی بین بخش های مختلف طراحی شده است که منجر به تصمیم گیری بهتر در سراسر سازمان می شود.

این رویکرد یکپارچه می تواند به بهبود عملکرد کلی سازمان، افزایش انعطاف پذیری در پاسخ به تغییرات بازار، و استفاده کارآمدتر از منابع کمک کند.



مدیریت ریسک اعتباری - زیان مورد انتظار وام و تمرکز ریسک در اعطای وام به بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط (SME) ها (قسمت دوم)

۱. مدیریت ریسک اعتباری

شاید مرور مقاله‌ی نشریه اکونومیست در سال ۱۹۹۸ آموزنده باشد که ادعا می‌کند:

«الگوهای ریسک اعتباری بانک‌ها بسیار پیچیده هستند. اما پرسشی که آن‌ها باید به آن پاسخ دهند بسیار ساده است: چه میزان از وام بانک ممکن است با نکول مواجه شود؟ بانک‌ها با داشتن پاسخ مناسب می‌توانند در بدترین شرایط، مطمئن باشند سرمایه کافی برای تأمین تعهدات خود کنار گذاشته‌اند».

«البته، هیچ الگویی نمی‌تواند تمام احتمالات را در نظر بگیرد. الگوهای ریسک اعتباری سعی می‌کنند تا به این نکته توجه ویژه مبذول کنند که یک بانک تا چه میزان باید به‌طور واقع‌بینانه در ۹۹ درصد، یا همین حدود، از اوقات که شرایط عادی است باید انتظار زیان داشته باشند. این نیازمند برآورد سه چیز مختلف است: این احتمال که هر گیرنده‌ی وام مفروض نکول خواهد کرد، مبلغ در معرض ریسک و مبلغی که احتمالاً وصول می‌شود - در صورت نکول». (The Economist: ۲۸ February ۱۹۹۸)

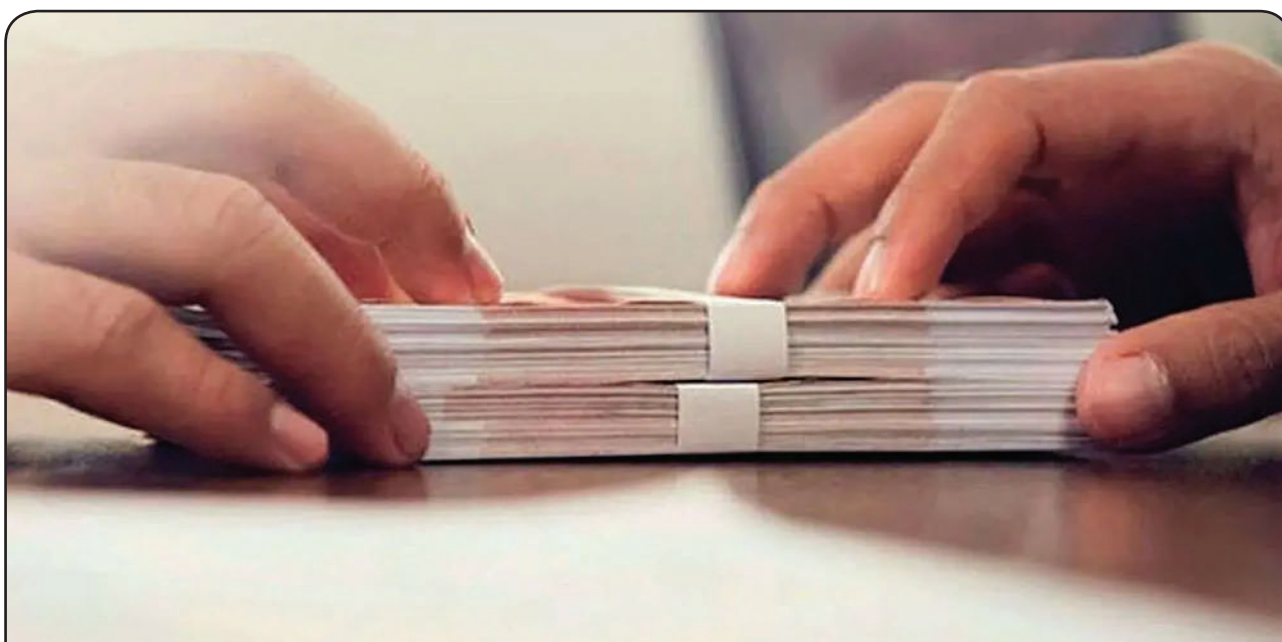
این مقاله عوامل کلیدی را مشخص و تعیین می‌کند که مبلغ در معرض زیان یک بانک چقدر باید باشد. این سه عامل احتمالاً عبارت‌اند از:

احتمال نکول (PD)، زیان در صورت نکول (LGD) و مبلغ در معرض نکول (EAD). «فرمول معروفی» که این سه عامل را به هم پیوند می‌دهد به شرح زیر است:

$$EL = PD \times LGD \times EAD$$

که در این فرمول PD و LGD به صورت درصد و EAD به صورت مبلغ پولی هستند. این فرمول بسیار ساده است اما یک فرض بسیار قوی را در نظر می‌گیرد که PD و LGD همبسته نیستند. این فرض همان‌طور که در فصل یکم شرح دادیم زیاد واقعی نیست. چندین پژوهشگر نشان داده‌اند که PD و LGD به رویدادهای اقتصاد کلان مربوط‌اند.

برای مثال، در زمان رکود اقتصادی همراه با دوره‌های بیکاری بالا و تقاضای کم مصرف‌کنندگان، SMEها به نوعی درآمد فروش کمتری را تجربه می‌کنند و با ثابت بودن دیگر شرایط، سودآوری کمتر و توانایی کمتر در بازپرداخت تعهدات وامی خود. به علاوه، ارزش دارایی‌ها معمولاً در این شرایط کاهش می‌یابد که به کاهش ارزش وثایق منجر می‌شود. بنابراین، در موارد وام با پشتوانه و بدون پشتوانه، LGD افزایش خواهد یافت. مضافاً بر اینکه، LTV (نسبت وام به ارزش دارایی وثیقه) افزایش خواهد یافت و موجب افزایش احتمال نکول PD می‌شود. این نشان می‌دهد که LGD و PD رابطه مستقیمی دارند.



موضوع برای ذخیره‌گیری زیان تسهیلات پیامدهای ضمنی در بردارد و بر RAROC (بازده سرمایه تعدیل شده به‌ریسک) تأثیر نامستقیم می‌گذارد. مبلغ EL (زیان مورد انتظار)، داده ورودی مهمی در الگوی ساده ریسک تمرکز در پورتفوی وام بانک به‌شمار می‌رود. در رابطه با ریسک تمرکز برای مدیر ریسک، ارزیابی اینکه آیا وام پیشنهادی به SME به‌طور معناداری به‌تمرکز ریسک پورتفوی وام کمک می‌کند، مهم است.

۲. ریسک تمرکز در اعطای وام به SMEها

BCBS (کمیته بازل در مورد نظارت بانکی) در سال ۲۰۰۶ چنین بیان می‌کند که «تمرکز ریسک اعتباری در پورتفوی دارایی»، یکی از دلایل عمده پریشانی بانک محسوب می‌شود. در واقع، بازل ۲ الگویی را پیشنهاد کرد که ریسک اعتباری، پورتفوی وام را برآورد می‌کند و فرض می‌کند که تعداد وام‌گیرندگان و نیز اندازه وام در پورتفوی وام بانک به‌اندازه کافی بزرگ هستند که رفتار هیچ‌یک از گیرندگان وام بتواند تأثیری بر ارزش پورتفوی وام در کل بگذارد. یعنی، بانک‌ها باید از تنوع‌سازی متناسب اطمینان حاصل کنند (تعریف در معرض ریسک قرار گرفتن‌های عمده بانک در بخش ۸ ارائه شده است).

ریسک تمرکز در پورتفوی وام بانک به‌پذیرش ریسک اضافی توسط بانک اشاره دارد که تعداد زیادی از وام یا وام بیش از حد بزرگ در یک بخش، صنعت (تمرکز بخشی) یا منطقه جغرافیایی یا حتی در یک بنگاه (مرکز تک‌نام که به‌دانه‌دانه بودن موسوم است)، در پورتفوی تسهیلاتی خود دارد. تمرکز اعتباری در پورتفوی وام بانک زمانی ایجاد می‌شود که یکپارچگی بزرگ در وام‌ها با ویژگی‌های مشترک وجود دارد. در واقع، بخش ۷۷۳ بازل ۲ اعلام می‌کند که تمرکزها شامل موارد زیر هستند:

- در معرض ریسک قرار گرفتن‌های قابل توجه نسبت به‌طرف مقابل یا گروهی از طرف‌های مقابل مرتبط.
- در معرض ریسک اعتباری قرار گرفتن در همان بخش اقتصادی یا حوزه جغرافیایی.
- در معرض ریسک اعتباری قرار گرفتن نسبت به‌طرف مقابلی که عملکرد مالی‌اش به‌همان فعالیت یا کالا بستگی دارد.

در صورت عدم تشخیص این امر که PD و LGD دارای رابطه مستقیم هستند، مبلغ زیان مورد انتظار یک وام کمتر از میزان واقعی برآورد می‌شود. ما این موضوع را در جدول زیر نشان می‌دهیم. فرمول آماری مورد نیاز برای این محاسبه در پانویس زیر آورده شده است.

در جدول زیر فرض می‌کنیم که مبلغ در معرض نکول (EAD) ۵ میلیون دلار با $PD = 1\%$ و $LGD = 80\%$ باشد، پس زیان مورد انتظار (EL) برابر است با:

$$EL = 0.01 \times 0.80 \times 5,000,000 = 40,000 \text{ دلار}$$

پس، فرمول سستی که PD و LGD را همبسته فرض نمی‌کند، زیان مورد انتظار ۴۰,۰۰۰ دلاری را رقم می‌زند. اینک موردی را در نظر می‌گیریم که PD و LGD همبسته هستند.

PD و LGD همبسته هستند

فرض می‌کنیم داده‌های ورودی به‌سه متغیر بالا به‌شرح زیرند:

جدول ۳-۵. ورودی‌ها برای متغیرها

مبلغ در معرض نکول (EAD)	۵,۰۰۰,۰۰۰ دلار
احتمال مورد انتظار نکول (PD)	۱٪
انحراف معیار (فراریت) PD	۹/۹۵٪
زیان مورد انتظار در صورت نکول (LGD)	۸۰٪
انحراف معیار (فراریت) LGD	۲۰٪
همبستگی بین PD و LGD	۵۰٪

بر اساس این ارقام، زیان مورد انتظار، $EL = 89,750$ دلار، که بیش از دو برابر میزانی است که فرض کردیم، اگر PD و LGD همبسته باشند. اگر همبستگی بین PD و LGD افزایش یابد (مثلاً ۶۰ درصد)، سپس مبلغ حاصله EL به‌میزان زیادی به $99,700$ دلار افزایش می‌یابد.

زمانی که از فرمولی استفاده می‌شود که در آن فرض عدم‌همبستگی بین PD و LGD وجود دارد، میزان EL بسیار کمتر برآورد می‌شود. این

● در معرض ریسک اعتباری قرار گرفتن نامستقیم ناشی از فعالیت‌های مدیریت ریسک اعتباری بانک (مثلاً، در معرض ریسک قرار گرفتن نسبت به نوع خاصی وثیقه یا پوشش اعتباری ارائه شده توسط طرف مقابل). پیامدهای ضمنی پورتنفوی وام غیرمتنوع (متمرکز) روشن است. بانک ممکن است نرخ‌های نکول همبسته (مرتبط) بالایی را میان گیرندگان وام

وام پرداختی به یک SME به شرط آنکه مرحله غربالگری را با موفقیت طی کرده و شرایط و ضوابط قیمتی و غیرقیمتی مناسب در مورد آن رعایت شده باشد، در صورتی وام مطلوبی تلقی می‌شود که تنوع پورتنفوی وام بانک را بیشتر کند. اما بانک باید تخصص لازم را در اعطای وام به این بخش داشته باشد.

۲-۱- کاهش ریسک تمرکز:

آلتمن و ساندرز (Altman and Saunders: ۱۹۹۸) چنین بیان می‌کنند که «رویکردهای اولیه»، به تجزیه و تحلیل ریسک تمرکز مبتنی بر یکی از موارد زیر بودند:

۱. تجزیه و تحلیل ذهنی که در آن کارشناسان در مورد حداکثر درصد وام تخصیصی به یک بخش اقتصادی یا محل جغرافیایی تصمیم می‌گرفتند.
۲. محدود کردن مبلغ در معرض ریسک در یک منطقه به درصد معینی از سرمایه (مثلاً ۱۰ درصد). این رویکرد اخیر بر مبنای نسبت مبلغ وام در معرض ریسک به سرمایه است.

چگونه یک بانک برای حداکثر مبلغ وام پرداختی به یک SME حد تعیین می‌کند؟

الگویی که حدود تمرکز را تعیین می‌کند توسط ساندرز و کورنت (Saunders and Cornett: ۲۰۱۱) ارائه شد و بر نسبت مبلغ وام در معرض ریسک به سرمایه مبتنی است. اقدامات لازم برای عملیاتی کردن این الگو به شرح زیرند:

(آ) حداکثر زیان قابل تحمل یک وام را که به صورت نسبت سرمایه مشخص می‌شود، تعیین کنید. این نسبت بیان‌کننده اشتباهی ریسک مدیریت است که برای حداکثر مبلغ وام در معرض ریسک برای یک وام به SME در آن بخش حد تعیین می‌کند.

(ب) میانگین تاریخی مبلغ زیان وام را که به صورت نسبت وام اعطایی (LGD) مشخص می‌شود، به دست آورید.

(پ). حد تمرکز که حداکثر مبلغ وام در معرض ریسک است برای یک SME خاص به عنوان درصدی از سرمایه، از رابطه زیر به دست می‌آید:

$$\text{اشتهای ریسک} \times \frac{\text{میانگین LGD بخش}}{\text{سرمایه}} \times \frac{\text{حد تمرکز}}{\text{سرمایه}}$$

مثال زیر را برای روشن شدن موضوع ارائه می‌کنیم:

مدیر ارشد یک بانک خردفروش حداکثر زیان یک درصدی را برای زیان‌های یک وام که به صورت نسبت سرمایه مشخص می‌شود، قرار می‌دهد. از لحاظ تاریخی، به طور میانگین از کل وام اعطایی به این بخش، ۴۰ درصد با زیان مواجه شده‌اند. از فرمول زیر چنین به دست می‌آید که: ۱٪ ≤ ۴۰٪ × (حد تمرکز برای یک گیرنده وام به عنوان درصدی از سرمایه)

به همین ترتیب، ۲/۵٪ = ۴۰٪ ÷ ۱٪ ≤ حد تمرکز

این بدان معناست که حداکثر مبلغ وام در معرض ریسک برای یک

SME تجربه کند. به این معنا که با داشتن نرخ بالای تمرکز اعتباری در یک صنعت، این ریسک وجود دارد که رویداد ناگوار می‌تواند به درصد بالایی از بنگاه‌ها در آن صنعت بینجامد که پرضمانی مالی را تجربه خواهند کرد. نوعی واگیری که ریسک اعتباری بسیار بالایی را برای بانک ایجاد می‌کند.

SME، ۲/۵ درصد سرمایه است. رویکردی که در بالا مطرح شد نشان می‌دهد که مدیریت بانک می‌تواند حدود تمرکز را برای هر گیرنده وام به نحوی تعیین کند که هم تراز با اشتباهی ریسک بانک برقرار شود. اما این تمرکز بخش احتمالی را در نظر نمی‌گیرد. محدود کردن مبلغ تسهیلات برای هر یک از گیرندگان وام الزاماً تنوع‌سازی پورتنفوی وام را افزایش نمی‌دهد. با این همه ممکن است تعداد زیادی از گیرندگان وام در همان بخش وجود داشته باشد. از این رو، توصیه می‌شود که بانک حداکثر حدود را برای مبالغ وام برای هر بخش اقتصاد تعیین کند.

در حالی که الگوهای مربوط به تنوع‌سازی بخشی، می‌تواند کاملاً پیچیده و فراتر از دامنه این بخش باشد، تأکید بر دو نتیجه مهم در مورد ریسک تمرکز بخشی برآمده از پژوهش‌های دانشگاهی با اهمیت است. این‌ها عبارت‌اند از:

(آ) ریسک تمرکز بخشی، نقش مهمی در سرمایه اقتصادی برای پورتنفوی‌های وام به هر میزان ایفا می‌کند. (Burton, Chomsisengphet, and Hadfield: ۲۰۰۵) این امر پیامدهای ضمنی برای PAROC (بازده سرمایه تعدیل شده به ریسک) پورتنفوی وام دارد که در آن، با ثابت فرض کردن دیگر شرایط، تخصیص بیشتر سرمایه اقتصادی PAROC را کاهش می‌دهد.

(ب) تمرکز بخشی می‌تواند واگیری قابل ملاحظه‌ای در نکول همراه با نرخ بالای زیان برای وام‌دهنده ایجاد کند. این موضوع برای معیارهای سودآوری وام بانک بسیار مهم است.

آموزه

بعضی از بخش‌ها در اقتصاد نسبت به تغییرات محیط کلی اقتصاد کلان حساس‌ترند. تمرکز بیش از حد وام‌ها در این بخش‌ها ممکن است نرخ‌های زیان وام بسیار متنوعی را همراه با احتمال تخصیص سرمایه برای ریسک اعتباری ایجاد کند.

فصل پایانی در این بخش با تأمین مالی جمعی، شکلی نوظهور از اعطای وام به بنگاه‌های کوچک و متوسط سر و کار دارد. ما راجع به موضوعاتی مانند اینکه چگونه تأمین مالی جمعی با مفهوم گسترده‌تر اعطای وام برخط تطبیق می‌کند و نیز در خصوص ریسک‌های کلیدی مربوط به اعطای وام همتا به همتا (Marketplace Lending) به عنوان کلاس جدیدی از دارایی بحث خواهیم کرد.



سامانیوم
Samanium

برندگان سورسامانی

۱ جایزه بزرگ
۱۰۰ میلیون تومانی

الهامه جعفرزاده مقدم
شماره مشتری: ۱۸۶۲۹۸۰



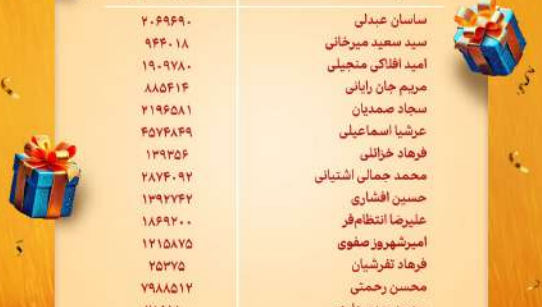
اسامی
برندگان

سور آذرمه سامانیوم



۱۰۰ جایزه
۱۰۰۰ سامانی

شماره مشتری	اسامی
۲۰۶۹۶۹۰	ساسان عبدلی
۹۴۴۰۱۸	سید سعید میرخانی
۱۹۰۹۷۸۰	امید افلاکی متجیلی
۸۸۵۴۱۴	مریم جان رایانی
۲۱۹۶۵۸۱	سجاد صمدیان
۴۵۷۴۸۴۹	عرشیا اسماعیلی
۱۳۹۳۵۶	فرهاد خراشلی
۲۸۷۴۰۹۷	محمد جمالی اشتیانی
۱۳۹۷۴۴۷	حسین افشاری
۱۸۶۹۲۰۰	علیرضا انتظام‌فر
۱۲۱۵۸۲۵	امیرشهرز صفوی
۲۵۳۲۷۵	فرهاد تفرشیان
۲۹۸۸۵۱۲	محسن رحمتی
۲۸۵۱۱۰	محمد مهدی داودی
۱۵۲۱۶۲۷	نسرین مائیلی



۱۰ جایزه
۱۰ میلیون تومانی

شماره مشتری	اسامی
۲۸۵۹۲۶۷	مجتبی عمرانی
۲۷۱۴۶۹۹	مجتبی خداوردیان
۶۷۳۴۵	میلاد طالبی
۲۹۲۷۹۰۱	حسن اسکندری
۴۴۴۷۴۵۳	وحید فاتحی پیکانی
۱۰۱۱۶۲۰	میلاد گلانتری
۱۴۳۴۸۹۸	امین نجفی
۳۷۴۸۴۵۰	محسن شیخی قهی
۸۸۶۹۴۴	میلاد رضائی
۹۱۸۴۲۰	مصطفی مهر علی



شماره مشتری	اسامی
۴۱۸۲۴۵	حسن سمیعانی
۲۶۸۱۰۱۱	نازنین احمدی
۳۰۹۸۲۴	شاهین هندی
۱۶۸۲۷۰۸	سیدناصر آقامیری
۴۳۸۸۱۴۰	علی عبدالهی
۲۸۷۹۹۰۵	سیداحمدرضا حسینی
۷۷۱۳۳۷	علیرضا بردبار
۸۸۵۲۳۴	مهدی اصفری فردر
۱۶۰۷۱۰	سیدعلیرضا طباطبائی
۲۸۵۱۵۱۴	فائزه آقائی
۱۶۷۲۳۸۹	مهدی پیکان حیرتی
۵۷۵۰۹	آرشا نیروستان
۴۳۵۲۳۱۶	کیان آقایی
۲۷۳۹۴۱۷	احمد عابدینی
۱۴۶۵۸۹۵	سمیه خسروآبادی
۱۰۶۹۸۶۲	مریم قدرتی
۲۳۰۵۸۴۵	ملینا طاهرخانی

شماره مشتری	اسامی
۲۴۳۳۰۲	مهدی وفائی نژاد
۳۶۶۲۳۸۰	سارا خداخواه
۲۰۲۲۲۸۷	حسین دلشاد
۴۱۹۱۹۶۸	سعید عطاراده
۹۸۳۶۱۱	محمدصادق خارا بااف
۸۹۵۷۰۸	جواد شهامتی
۱۱۶۶۶۱۹	فرامرز ملاحسین طهرانی
۱۵۵۵۲۵۹	اعظم خیرالهی
۳۰۷۷۷	عبدالرضا محمدطالبی
۳۵۱۳۰۴۶	کبری عرب سلمان آبادی
۳۳۴۰۵۵۰	سمانه میرزائی
۱۰۱۰۵۶۱	محبوبه عزیزیان
۴۳۸۲۸۹۴	المیرا حیدری
۴۶۸۵۲۶۴	مرضیه گرامیان
۲۱۸۸۶۰۶	مهدی رضائی
۳۹۱۵۶۴۹	مهوران عطاریان
۸۴۷۰۸۶	علی محمد بلندی

شماره مشتری	اسامی
۸۳۱۱۲۹۳۶	حسام الدین درفولی
۳۶۸۳۶۷۶	علی اکبر چالی تبارشقیعی
۳۲۰۲۸۶۳	محمد سعیدیان نژاد
۲۵۷۲۴۰۱	سیدفرهود کاظمی
۸۷۹۱۳۱	مسعود عبوش زاده خباز
۳۷۰۴۷۵۰	آیسان ملک زاده ثانی نویر
۲۳۸۱۲۸۶	میلاد پورهادی
۹۲۴۸۸۷	وحید حسینی
۴۴۱۱۷۳۹	سجاد عباسی
۹۶۰۳۲۰	مریم علیمردانی
۹۱۰۰۰۰۰۰	احمد صادق ویشکائی
۹۰۴۸۸۳	کیان کارگر
۳۹۲۰۸۱۰	مجید قاسمی
۱۷۸۳۲۰۵	غنامرضا اربابی نظری
۱۸۲۰۹۱۶	معین تندکار
۴۵۷۵۴۱۹	اکرم قرچی
۴۲۱۷۹۷۱	معصومه رضائی

شماره مشتری	اسامی
۳۸۶۱۸۶۷	زهرا سائاری
۱۹۳۵۴۷۱	مرضی سفیدی ساران
۴۶۱۰۴	علیرضا اسلامپور
۱۲۳۳۰۸۵	سیده فاطمه ذکری شاندیز
۳۳۰۲۰۳۷	آرش مقیمی
۱۵۶۶۸۸۶	حسین حق گونی
۱۴۷۲۹۶۴	آتنا گولوندسالوکی
۱۶۲۶۹۱۴	رویا داوری
۲۲۵۸۸۳۹	حسام جعفری
۲۳۷۲۹۵۰	سیدامران میرزیزگی
۱۸۲۱۳۶۲	امیرضا جبرائی
۷۱۲۴۶۰۷	یاسمین عباسیان
۱۲۶۱۳۳۴	شیرین کاشفی
۱۵۵۳۳۴۹	سیده آنا سیف تبریزی
۸۵۲۵۵۶	ایمان جلیلیان
۴۹۱۰	نعمه ابیکچی
۱۰۳۲۱۹۶	محمدرضا عیسوند

ما با همه برنده‌ها تماس می‌گیریم؛

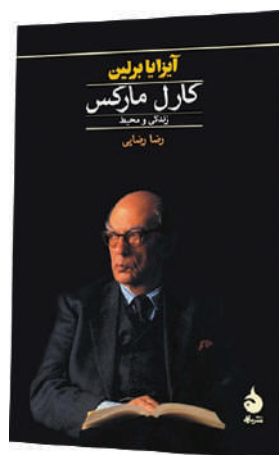
براشون پیامک برنده‌شدن رو حتماً می‌فرستیم؛

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

شماره مشتری	اسامی
۹۷۷۰۰۳۰	رحمان نقویان
۳۷۱۰۳۴۲	مرضیه بیگم هاشم‌زاده
۲۲۵۳۳۳۲	هادی قربانی
۸۸۲۱۵۰۵	ام‌البنین رضاراده برگی
۲۰۴۵۸۱۵	نوشین مهرآبتن
۱۲۲۸۶۸۰	بشیر کزازی
۲۲۰۳۱۹۵	مهدیه درخشان
۱۷۲۳۰۶	سیدحمیدرضا حسینی‌پور
۲۲۹۹۶۶۵	مهدی پالاسدار راسته‌کناری
۳۲۰۳۱۰۰	الهام مکنانی
۴۱۹۶۸۱۹	احسان زمانی
۲۲۲۲۸۶	وفا مستعان
۳۱۰۹۵۲۹	حمیدرضا وظیفه فره شیران
۱۶۰۰۳۳۸	هادی اردستانی محمدی
۶۰۲۷۹۶۷	ترگس نوبخت
۹۰۱۷۲۶۴	عزیزعلی محمدی
۲۱۱۹۶۰	رضا اکمالی

طبیعت‌های بی‌جان

یادداشتی بر کتاب "کارل مارکس؛
زندگی و محیط" نوشته آیزابا برلین



رضا ایران‌نژاد
کارشناس آکادمی سامان

نوشته‌های درون علامت نقل قول، متن اصلی کتاب هستند.

"هیچ متفکر قرن نوزدهم، آن تأثیر مستقیم، آگاهانه و قدرتمندانه را بر بشر نگذاشته است که کارل مارکس گذاشته است."

نمونه کوچک از جامعه انسانی برای اجرای آزمایش‌های ذهنی می‌تواند چنین باشد که یازده مرد و زن عصر حاضر را پس از فراموشی گرفتن و اما با همراهی توانایی سخن گفتن و برقراری ارتباط، درون محیطی بی‌حضور انسان‌های دیگر رها کرده و تنها اندوخته حافظه برای آنان را پس از بیداری بر گرد آتشی با سوخت هیزم و نه چیز دیگر، این آگاهی در نظر بگیریم که حیات شما در گرو روشن ماندن آتش است؛ آتش اگر خاموش شود، جان داده‌اید.

این انسان‌ها با راهنمایی عقل بر تداوم حیات آتش که هستی‌شان وابسته به آن است خواهند کوشید؛ پس زمان فراهم کردن هیزم است. با گذشت زمان، عده‌ای وظیفه تهیه هیزم را عهده گرفته و باقی مشغول امور دیگر خواهند شد و روزی هم می‌رسد که یک نفر از این انسان‌های فراموش‌کار، پاسدار آتش است تا در آینده با دیگری تعویض شود. در چنین شرایطی است که مفاهیمی چون فریب، خیانت، احساس مسئولیت، سیاست، وفاداری و ملزومات فکری دیگر تشکیل جامعه انسانی شکل می‌گیرد. اگر این انسان‌ها منفرد باشند چنین مفاهیمی محیط و شرایط لازم برای تولد را نداشته و تشکیل نمی‌شوند. اما می‌دانیم که در واقعیت، هسته‌ای که اجتماع بر گرد آن پدید می‌آید از آتش نیست؛ پس آن چیست که از دلش چیزی چون فریب و دروغ با گام‌های بلند بیرون آمده و جامعه انسانی را لگد می‌کند؟ ترس یا قدرت؟ یا چنین که کارل مارکس آن را بیان داشته است؛ "یکانه علت عامل که مردمانی را از مردمان دیگر متفاوت می‌سازد و مجموعه‌ای از نهادها و باورها را در تقابل مجموعه‌ای دیگر قرار می‌دهد، به اعتقاد مارکس عبارت است از محیط اقتصادی که این علت در آن عمل می‌کند... آناتومی جامعه مدنی را باید در اقتصاد سیاسی جست."

فساد موجود در جوامع انسانی از سود بی‌زحمت است. در جامعه آن آتش نمادین وجود ندارد و این طبقه بورژوا و یا طبقه‌های مودعی دیگر است که آتش دروغین را با حیل‌های گوناگون، حقیقی نشان داده و طبقه‌های پایین‌تر از خود را به مسئولیت روشن نگاه‌داشتن آتش می‌گمارند و حقیقت آنان، امنیت و آسایش آنان را در حیات آتش می‌دانند. اما شرایط هنگامی دشوار و پیچیده می‌شود که این طبقه با طبقه‌های بالادست و مکار دیگر ترکیب شده باشد. جوامع انسانی و تاریخ آن تقابل طبقات

آن بوده‌اند، به‌خصوص این دوطبقه اصلی؛ "هر دوران جدیدی با رهایی طبقه‌ای شروع می‌شود که پیش از آن سرکوب می‌شده است، هیچ طبقه‌ای هم بعد از نابودی نمی‌تواند بازگشت کند... و حالا فقط یک‌لایه از بقیه لایه‌ها پایین‌تر مانده است، پرولتاریای بدون زمین و بدون مالکیت... پرولتاریا با تحقق رهایی خودش کل بشر را آزاد و رها خواهد ساخت... اما سرمایه‌دار نقش خود را به پایان خواهد رساند و بعد از دور خارج خواهد شد. به سبب ویژگی‌های اساسی خودش که همان انباشتگری است تصفیه خواهد شد."

و همچنان که عقل همیشه راهنما بوده است و تخیل سرآغاز، درون جوامع انسانی نیز تنها عقل است که می‌تواند در روز روشن جوامع که پرورشگاه جهل و آسایشگاه هیولاهای بیرون‌کشیدن از شکم گرد همایی انسان‌ها هستند تا زمین را سیاه‌خانه کرده باشند، راهنمای آدمی شود برای مهار این آشفتگی و جنون یا فرار از آن؛ "فقر و بدبختی نتیجه بغرنج جهل است نه تنها به طبیعت بلکه جهل به قوانین اجتماعی... طبقه‌ای از انسان‌ها بوده‌اند که می‌فهمیده‌اند قدرتشان مبتنی بر جهل دیگران است و با هر جعل و تزویری که شده بی‌عقلی را ترویج می‌کرده‌اند."

درون نتایج درخشان تجمع بشری نیز هنوز هیولای تزویر و ریا در آرامش کامل به حیات خود خواهد پرداخت و شاید عقل نیز در ابتدا توان نابودی آن را در خود نبیند. سالوسیان از نمونه‌های اولیه انسان هستند که با قدرت، حیات خود را ادامه داده و تکثیر می‌شوند و با تن‌گندیده خود به شکم هیولای تزویر خوابیده بر جامعه باد می‌دمند. شاید از همین رو است که "به نظر مارکس در پی احساس‌های صادقانه بشردوستانه، بذرها نشناخته ضعف و خیانت جوانه می‌زنند که سبب میلی بنیادی به کنار آمدن با ارتجاع است، وحشتی نهانی از انقلاب و ترس از نابودی آسایش و امتیاز."

کارل مارکس آزادی را در تلاش انسان و تسلط بر نیروهای خلاف انسان می‌داند؛ "انسان این تسلط بر جهان را با افزایش شناخت از طریق تفکر به دست نمی‌آورد، بر خلاف آن چه ارسطو می‌گفت، بلکه با فعالیت به دست می‌آورد، با کار، با شکل دادن آگاهانه به محیط و دیگران." عجیب نیست که این مبارز بزرگ ضد سرمایه‌داری دشمن سرسختی به نام فقر را علیه خود بسیج می‌کند و بی‌پولی از شرایط دائمی زندگی ایشان می‌شود؛ "از سر استیصال از اداره راه‌آهن تقاضا کرد برای فروش بلیت استخدامش کنند، اما بعید بود لباس مندرس و قیافه پر هیبتش تأثیر خوبی بر کارفرمای بعدی‌اش در شغل بلیط‌فروشی بگذارد، و آخر سر هم به بهانه بدخطی درخواستش را رد کردند. قابل تصور نیست که اگر حمایت انگلس نبود، مارکس و خانواده‌اش این سال‌های مهیب را چگونه سپری می‌کردند. شاید سپری نمی‌کردند."

در تمام زندگانی کارل مارکس توجه به عقل و مطالعه اساس و هدف بوده است، چنان که در سال‌های پایانی عمر، شاگردانش نیز این درس زندگانی را از ایشان می‌آموختند؛ "او به تحقیق دقیق اعتقاد داشت و شاگردان بی‌میلش را به‌زور به سالن مطالعه بریتیش میوزیم می‌فرستاد. لیکنشست در خاطراتش وصف کرده که چطور روزهای پیاپی می‌شد عمله و اگره کمونیسیم بین‌المللی را دید زیر نظر شخص استاد با کمال حرف‌شنوی پشت میزهای سالن مطالعه نشستند. اصلاً هیچ جنبش اجتماعی یا سیاسی این‌همه بر پژوهش و دانش تأکید نکرده است."

کارل مارکس پس از دوره بیماری و پس از تحمل رنج فوت همسر و دختر، در حالت فقر مادی و انباشت سرمایه فکری که میراث ابدی او شدند، در صندلی اتاق کار خود به خواب ابدی فرو رفت؛ "انگلس بر مزار مارکس سخنرانی متین و تأثیرگذاری ایراد کرد. هنگامی که درگذشت، محبوب و مورد احترام بود و میلیون‌ها کارگر انقلابی سوگوارش شدند، از معادن سیبری گرفته تا سواحل کالیفرنیا، در همه نقاط اروپا و آمریکا نامش و کارش در طی اعصار پاینده خواهد ماند."

هر چه در گردهمایی انسان‌ها به‌عنوان جامعه دقیق می‌شویم و ساختار و بافت آن را می‌گشاییم، درمی‌یابیم در حال بررسی لایه‌های یک طبیعت بوده‌ایم. طبیعتی بی‌جان که توسط طبیعتی مجهول و درون طبیعت پایه به حیات همراه با بیماری خود ادامه می‌دهد.



تب‌انگور

رضا ایران نژاد، کارشناس آکادمی سامان |
دوش بستر تک انداخت و بی خواب برفت
به بر یار شتافت که چه بی تاب برفت
تا سحر غیبتش بود، که زو خواب گرفت؟
ز که نگاه بخواند؟ به چه آداب برفت؟
آمدش مست سرشار، هشی وار، دورنگ
قدم باد دواند، همه نایاب برفت
خوشه از سهم انگور تهی بود به دست
جسید تاک گذاشت، پی خواب برفت
بی گنه، طعنه انداز، نکونام بگفت
کوثر خواب نریخت پی میراب برفت
سینه گلرنگ و میگون لبی، آل دو دست
تن خمار رزاند، که چه شاداب برفت
کوزه از کتم کتمان به لیوان گرفت
همه به خاک بریخت که چه سیراب برفت
تا بگفتم چه اسرار از آن خانه ببرد؟
نظر شاد نشاند، لب او خواب برفت



سینا ایران نژاد در حین خلق اثر



قدم‌های عینی برای یادگیری اصیل

اولین و ساده‌ترین شکل از تولید را انجام داده‌ایم. در نگاه اول ما به عنوان خواننده متن از خود هیچ ساختار و جمله‌ای خلق نکردیم اما به‌واقع گام نخست را برداشتیم چون توانستیم متنی انگلیسی را با صدای خودمان تولید کنیم و تلفظ کلمات که بسیار هم حائز اهمیت است را در قالب جملات و پاراگراف شروع کردیم. اعتماد به نفسی که پس از خواندن چندین متن حاصل می‌شود قطعاً کمک‌کننده است و فراگیر را به سطح دیگری از خودباوری می‌رساند و همان‌طور که در شماره پیشین اشاره شد در گام‌های نخستین، فراگیری هر مهارتی جنبه‌های روان‌شناختی پیشرفت به‌مراتب از جنبه‌های شناختی موضوع مورد یادگیری به‌مراتب مهم‌تر هستند.

قدم دوم:

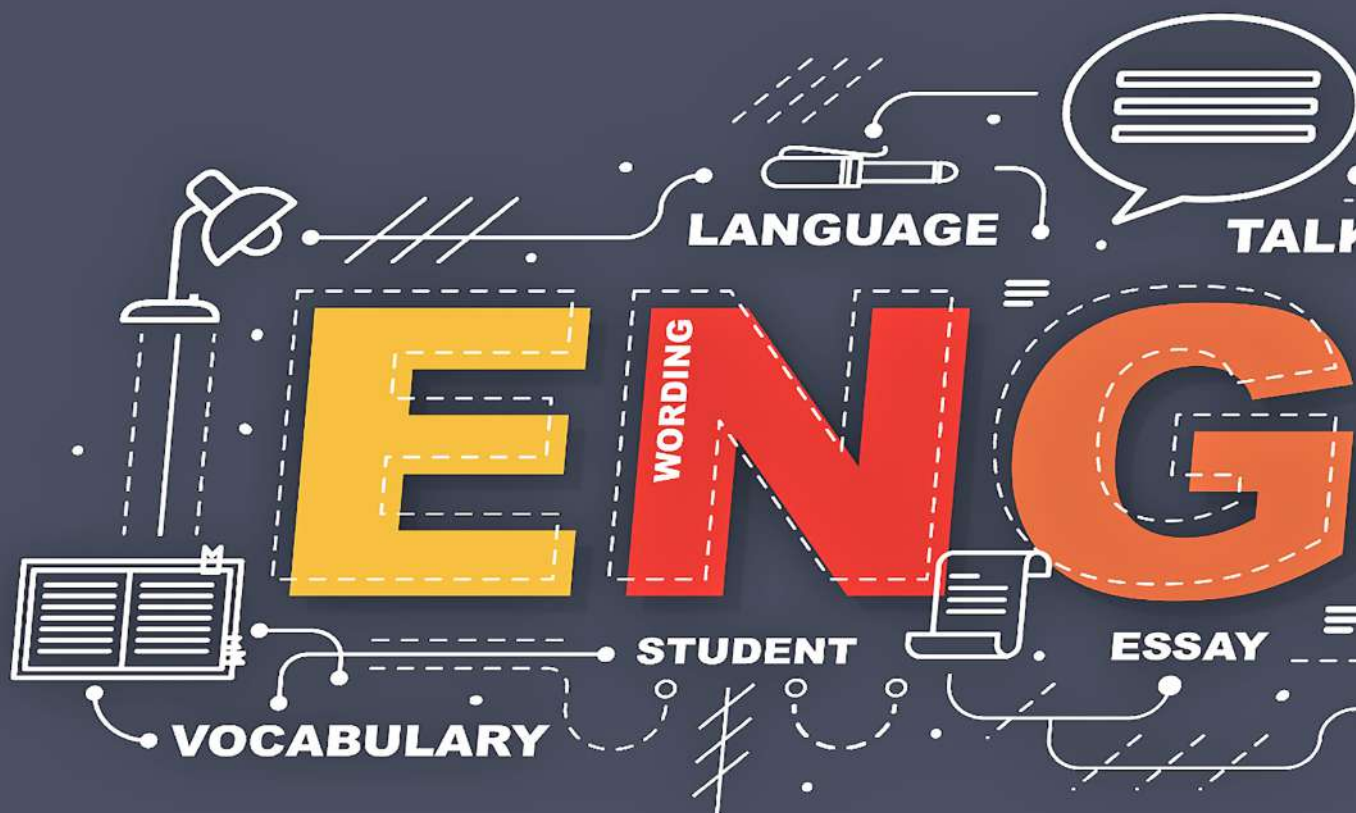
در مسیر خواندن یک متن یا شنیدن یک متن صوتی یا دیدن محتوایی ویدئویی، شما به‌عنوان فراگیر با لغات و اصطلاحات جدید و حتی ساختارهای زبانی تازه‌ای آشنا می‌شوید که باید آنها را در جایی ثبت کنید تا بتوانید در طول زمان آنها را در حافظه بلندمدت خود جاسازی کرده و حک کنید. صرفاً تکیه به ثبت کردن یا به اصطلاح نیت‌برداری کردن چاره کار نیست چون این مرحله آشنایی فقط در حافظه کوتاه‌مدت شما اتفاق می‌افتد و ظرف چند دقیقه تا چند ساعت و نهایتاً یک تا دو روز از حافظه کوتاه‌مدت شما محو می‌شود و اثری از آن نمی‌ماند. از آنجایی که غایت ما به‌عنوان فراگیر، تولید و استفاده از آنها در گفتارها و نوشتارهایمان

بعد از بررسی مقوله "استراتژی یادگیری زبان" و در گام بعدی تعیین اینکه روند یادگیری را چگونه شروع کنیم؟ به شکلی عینی‌تر و ملموس، نوبت به معرفی راهکارها یا همان تکنیک‌هایی است که در مسیر پیش رو در ۱۲ ماه آینده به کار می‌آیند. همان‌طور که در شماره پیشین اشاره شد قرار بر این است که ۴۸ موضوع در ۴۸ هفته مطالعه شود و واژگان، اصطلاحات و مفاهیم عمومی مربوط به این موضوعات ثبت شود. کل این فرایند تا بدین جای که دریافت محسوب می‌شود و مادامی که این نکات و لغات و اصطلاحات و مفاهیم ثبت شده توسط هر فراگیر بنا بر تجربه شخصی وی بکار گرفته نشود فرایند یادگیری زبان یک فرایند عقیم و شکست خورده باقی می‌ماند و انباشت واژگانی و مفاهیم بی‌فایده‌ای شکل می‌گیرد که نهایتاً باعث سرخوردگی و یأس فردی می‌شود. بنابراین، تولیدکردن یا تولیدنکردن، مسئله این است.

اما چگونه شروع به تولید کنیم؟ و تولید چه سطوحی دارد؟

قدم اول:

بلندخوانی کردن یا reading aloud دم‌دستی‌ترین و ساده‌ترین ولی در عین حالی مؤثرترین و روحیه‌بخش‌ترین اقدام برای شروع کار است. اگر متنی را بعد از یکی دوبار شنیدن و دیدن با صدای خود بخوانیم و صدای خود را ضبط کرده و دوباره گوش دهیم و به‌متور یا کسی که مدرس یا مسئول نظارت بر کار ما است ارائه دهیم تا بازخورد لازم را در مورد تلفظ و طنین خواندن کلمات و عبارات و جملات بگیریم



فلش کارت، می‌توانید به شکل صوتی و یا صوتی - نوشتاری یک جمله ابداعی توسط خودتان تولید کنید که این مفاهیم و لغات در آن بکار گرفته شده است و شما با صدای خودتان آن را در قالب جمله بخوانید و ضبط کنید و هم برای خودتان آن را ذخیره کنید و هم برای کسی که به‌عنوان مدرس یا متتور شماست بفرستید و یا در گروهی که در آن عضو هستید و بازخورد از سوی مدرس داده می‌شود به اشتراک بگذارید. شنیدن گاه‌وبیگاه صدای خودتان با موضوع آنچه که در روزها و هفته‌های قبل خواندید و تولید کردید تأثیر بسیار عمیقی در فرایند انتقال از حافظه کوتاه‌مدت به بلندمدت دارد. نکته جالب در این تکنیک این است که زمان صرف شده برای تولید یک جمله صوتی کمتر از ۱۰ ثانیه ولی تأثیرگذاری این ۱۰ ثانیه‌ها بسیار عمیق و باورنکردنی است. به منظور انجام تمرین‌ها و تصحیح اشکالات زبانی خود، با اسکن QR Code زیر به گروه ما در تلگرام بپیوند.



است لازمه این کار پیگیری تاکتیک درست برای پایدارسازی فرایند یادگیری است و تمام هم‌وغم ما باید این باشد که مهمان‌های خانه حافظه کوتاه‌مدتمان را با پلی به برج بلندمرتبه حافظه بلندمدت هدایت کنیم تا در هر بزنگاهی که لازم بود بتوانیم از آنها استفاده کنیم. ساده‌ترین و قابل‌اتکاترین روش استفاده از flashcards به‌عنوان ابزاری مطمئن است و دهه‌ها است که فراگیران زبان از آن استفاده می‌کنند. نرم‌افزارهای متعددی برای این کار وجود دارند که Anki شاید مهم‌ترینشان باشد. شما می‌توانید برای هر یک از ۴۸ موضوعی که در ۴۸ هفته آینده قرار است مطالعه کنید یک پرونده باز کنید و هر لغت و اصطلاح و مفهوم جدیدی که در هر یک از موضوعات با آنها مواجه می‌شوید را در آن ثبت کنید و بر اساس الگوریتمی که خود نرم‌افزار به شما ارائه می‌دهد به‌مرور آنها در بازه‌های زمانی روزانه یا هفتگی بپردازید تا بین حافظه کوتاه‌مدت و بلندمدتان پل بزنید.

قدم سوم:

در کنار استفاده از فلش کارت‌های کاغذی سنتی یا استفاده از نرم‌افزارهایی مثل anki که همان کار را انجام می‌دهند یک تکنیک بسیار مؤثر و کارآمد و سریع‌تر و مقرون‌به‌صرفه‌تر از نظر زمانی تکنیک شخصی‌سازی text-audio personalization در قالب جمله‌های شخصی است. بدین ترتیب که برای هر یک از لغات یا مفاهیم و حتی ساختارهای جدید انگلیسی که با آنها مواجه می‌شوید پس از ثبت در



تندرنور ۳۰ ساله شد

شرکت توانستیم کیفیت خدمات و تعمیرات را به نحو مطلوبی افزایش بدهیم به طوری که رضایت بانک سامان و شرکت سپ را جلب بکنیم. اکنون خانواده تندرنور بالغ بر ۱۶۰ نفر است و همچنان سعی می‌کنیم که در لبه تکنولوژی حرکت کنیم و همه اینها را مدیون پشتیبانی دائمی جناب آقای ضرابیه، بانک سامان و شرکت سپ هستیم.»

علی کاظمی، عضو هیئت‌مدیره تندرنور نیز اظهار کرد: «تولید در کشور چالش‌های زیادی دارد. اگر کسی وارد این حوزه می‌شود باید تمام چالش‌های آن را به جان بخرد. اکنون نیز تندرنور چه در تأمین

جشن سی‌امین سالگرد تأسیس شرکت تندرنور، بیستم دی‌ماه، با حضور مدیرعامل بانک سامان، اعضای هیئت‌مدیره، مدیرعامل و جمعی از کارکنان شرکت تندرنور در هتل اسپیناس پالاس برگزار شد.

در ابتدای این مراسم، هومن سپهری، مدیرعامل شرکت تندرنور ضمن سخنان خود گفت: «شرکت تندرنور در دی‌ماه سال ۱۳۷۳ تأسیس شد و امروز سی‌سال نوآوری را جشن می‌گیریم. در شهریور سال ۱۳۹۵ زمانی که من مدیرعامل این شرکت شدم در ابتدا با چالش‌های زیادی مواجه بودیم و در مرز ورشکستگی قرار داشتیم اما با تلاش‌های تیم ۱۵ نفره





نتایج آن در زندگی تک تک ما اثر دارد. امروزه در گروه سامان، شاهد جایگاه بالای شرکت تندر نور هستیم.»
احسان ترکمن، مدیرعامل شرکت پرداخت الکترونیک سامان (سپ) نیز ضمن تبریک ۳۰ سالگی شرکت تندر نور گفت: «تندر نور یکی از شرکتهایی هست که در حوزه سخت افزار و نرم افزار به ما کمک میکند تا رهبر بازار بمانیم»

داستان ۳۰ سال نوآوری

پس از فراز و نشیب های فراوان تا اواسط دهه نود، تندر نور با اعتماد

نیازمندی های شرکت سپ و چه در توسعه بازار داخلی به توسعه خوبی رسیده است.» علیرضا معرفت، مدیرعامل بانک سامان نیز سخنران دیگر این آیین بود که خطاب به حاضرین در مراسم عنوان کرد: «افراد زیادی در حوزه های اقتصادی فعال هستند؛ آنچه که باعث ماندگاری در توسعه کشور می شود، تولید است. در این سی سال، تندر نور فراز و فرودهای زیادی را تجربه کرده است. اگر اقدامات ما باعث افزایش تولید در کشور شود، نتایج آن به خود ما بازمی گردد. این استقامت و پایداری باعث شد شاهد شکوفایی این شرکت باشیم. هر چه این توسعه بیشتر اتفاق بیفتد،





ایران کیش و به پرداخت ملت، شتاب بیشتری گرفت. امروز ظرفیت تولید بالقوه این شرکت حدود ۶۰۰ هزار دستگاه در سال است که با تولید ۲۵۵ هزار دستگاه در سال ۱۴۰۲، رتبه اول تولید و فروش دستگاه‌های کارت‌خوان کشور، به تندر نور اختصاص یافت. گسترش فعالیت‌های سخت‌افزاری تندر نور متعاقباً نیازهای نرم‌افزاری ویژه‌ای را ایجاد کرد. در ابتدا سامانه مدیریت تعمیرات دستگاه‌های کارت‌خوان در واحد نرم افزار توسعه یافت. سپس با تولید نرم‌افزار دستگاه‌های کارت‌خوان برای شرکت‌های پرداخت الکترونیک، مأموریت جدیدی در این واحد به سرانجام رسید. همچنین در یک گام بزرگ و نوآورانه در راستای رفع نیاز بانک سامان در خصوص مدیریت اسناد، اولین سامانه مدیریت الکترونیکی اسناد به همت متخصصین تندر نور در بانک سامان تولید و عملیاتی شد.

تندر نور در ادامه‌ی مسیر تحولات خود، اقدام به طراحی کیوسک‌های بانکی کرد. با راه‌اندازی موفقیت‌آمیز خط تولید و فروش این محصول در سال ۱۴۰۲ تندر نور توانست محصول دیگری به سبد خدمت خود اضافه کند. امروز سرمایه انسانی تندر نور، شامل ۱۶۰ نفر از متخصصین خبره در دفتر مرکزی تهران و کارخانه این مجموعه در پارک فناوری پردیس و همچنین ۸ شعبه در مرکز استان‌های پرجمعیت کشور، مشغول خدمت‌رسانی به شرکت سپ، بانک سامان و صنعت پرداخت کشور هستند.

تندر نور در افق چشم‌انداز خود به این می‌اندیشد تا به لطف پروردگار و یاری خانواده بزرگ بانک سامان، با همت مضاعف یکایک عزیزان مستقر در این مجموعه، ضمن همگام‌شدن با خدمات نوین بانکی، بتواند مرزهای فعالیت خود را دگرگون کند و با ارائه خدمت به کشورهای همسایه، گامی جدید در مسیر تحول خود و سرافرازی ایران بردارد.

به دانش جوانان متخصص این مرز و بوم موفق شد توانمندی کمی و کیفی خود را در حوزه تعمیرات دستگاه‌های کارت‌خوان به طور قابل توجهی ارتقا دهد. اتفاقی که در طول سالهای گذشته آهسته و پیوسته سهم تندر نور از بازار تعمیر دستگاه‌های شرکت سپ را از ۱۰ درصد به ۱۰۰ درصد رساند.

همچنین این رخداد توانست توجه دیگر شرکت‌های بزرگ حوزه پرداخت چون ایران کیش و تاپکیش را به توان تعمیر شرکت تندر نور جلب کند. بی تردید امروز تندر نور با توان تعمیر ۲۰,۰۰۰ دستگاه در ماه، نقش مهمی در صنعت پرداخت کشور بازی می‌کند و در این حوزه برقیب است.

کوشش‌ها تنها به تعمیرات محدود نشد. با توجه به نیازهای شرکت پرداخت الکترونیک سامان، در سال ۱۳۹۶ بخش بازرگانی شرکت تندر نور فعالیت خود را گسترش داد. این واحد مأموریت خود را در انتخاب یک برند معتبر برای واردات دستگاه‌های کارت‌خوان به بهترین شکل ممکن انجام داد. رخدادی که منجر به واردات و فروش دستگاه‌های متنوع شرکت Newland شد؛ برگ زرینی میان موفقیت‌های شرکت تندر نور که دستاوردش خرید اولین ساختمان مرکزی مجموعه بود.

تندر نور همیشه به تولید دستگاه‌های کارت‌خوان توسط متخصصان خود می‌اندیشید و نهایتاً این رؤیای شیرین در سال ۱۳۹۹ به یاری بانک سامان و شرکت سپ به حقیقت پیوست. پروژه‌ای که در تیرماه ۱۴۰۰ با تولید ۴۰۰ دستگاه کارت‌خوان آغاز گردید.

پس از رفع نیاز شرکت سپ و بانک سامان، توسعه خدمت‌رسانی به شبکه پرداخت کشور، با تولید و فروش دستگاه‌های کارت‌خوان به مجموعه‌های آسان پرداخت (آپ)، سداد بانک ملی، سپهر صادرات،



نقش بازاریابی و توسعه محصول در تحول بانکداری مدرن

| جعفر تکبیری |

در عصر تحول دیجیتال و پیشرفت‌های چشمگیر در صنعت بانکداری، نقش بازاریابی و توسعه محصول به‌عنوان یکی از ارکان اساسی موفقیت بانک‌ها برجسته شده است. بانک سامان با تمرکز بر نوآوری و ارتقای تجربه مشتریان، گام‌های مؤثری در این زمینه برداشته است. در این مصاحبه، محمدرضا اقتصادیان، مدیر بازاریابی و توسعه محصول بانک سامان، از اقدامات، اهداف و برنامه‌های آینده این مدیریت سخن می‌گوید تا خوانندگان با اهمیت این حوزه و چشم‌انداز بانک سامان آشنا شوند. محمدرضا اقتصادیان، متولد سال ۱۳۵۵ از شهر زیبای بروجرد، مسیر حرفه‌ای خود را از وزارت بازرگانی آغاز کرده و سپس در بانک سامان به‌عنوان یکی از مدیران کلیدی به فعالیت پرداخته است. او از سال ۱۳۸۴ تاکنون، با پذیرش مسئولیت‌های گوناگون، در شکل‌گیری و توسعه بازاریابی و محصولات این بانک نقش داشته است.

آغاز مسیر حرفه‌ای

محمدرضا اقتصادیان در سال ۱۳۸۲ از دانشگاه علامه طباطبائی در رشته علوم اقتصادی در مقطع کارشناسی ارشد فارغ‌التحصیل شد. وی مسیر شغلی خود را از سال ۱۳۷۸ به‌عنوان کارشناس قیمت در وزارت بازرگانی آغاز کرد. پس از اتمام خدمت سربازی، به بانک سامان پیوست و از آن زمان تاکنون در حوزه‌های مختلف از جمله اداره حسابداری مدیریت، برنامه‌بودجه و برنامه‌های راهبردی دفتر مدیرعامل فعالیت کرده است. اکنون او مدیریت بازاریابی و توسعه محصول بانک سامان را بر عهده دارد.

مدیریت بازاریابی و توسعه محصول

این مدیریت شامل سه بخش اصلی است که هر کدام نقش ویژه‌ای در تحقق اهداف بانک ایفا می‌کنند:

- اداره طراحی و توسعه محصول: این بخش بر اساس نیاز مشتریان و

- کسب‌وکار، محصولات جدید بانک را طراحی و توسعه می‌دهد.
- اداره بازاریابی: با تحلیل داده‌های مربوط به مشتریان و ارائه لیست مشتریان هدف، در جذب مشتریان جدید و فروش محصولات جانبی نقش دارد.

- باشگاه مشتریان: این باشگاه با بیش از ۶۰۰ هزار عضو، از طریق سامانیوم در اپلیکیشن موبایل خدمات متنوعی ارائه می‌دهد.

برنامه‌های آینده

اقتصادیان از برنامه‌های مهم مدیریت خود می‌گوید: «یکی از اهداف اصلی ما تقویت برند "پلنت" و بهبود فرایند جذب و تبدیل ایده‌ها به محصولات نهایی است. همچنین، بهره‌گیری از هوش مصنوعی و یادگیری ماشینی برای ارتقای مدل‌های اعتبارسنجی داخلی و افزایش ظرفیت سرویس‌دهی باشگاه مشتریان در ارتباط با گروه مالی سامان در دستور کار قرار دارد.»

چشم‌انداز آینده بانک سامان

با تمرکز بر خدمات زنجیره تأمین، مدیریت بازاریابی و توسعه محصول نقش کلیدی در طراحی محصولات مرتبط با نیازهای مشتریان ایفا خواهد کرد. ابزارهای مدرن مانند هوش مصنوعی و یادگیری ماشینی، امکان توسعه هوشمندانه محصولات و بازاریابی مؤثرتر را فراهم می‌کنند.

ارتباط با محمدرضا اقتصادیان

اگرچه این مدیریت به‌صورت مستقیم با مشتریان در ارتباط نیست، اما در صورت نیاز می‌توانید از طریق ایمیل (m_eghtesadian@sb24.ir) با او تماس بگیرید.

سپاس و قدردانی

در پایان، محمدرضا اقتصادیان ضمن تشکر از همکاران خود، تأکید می‌کند که موفقیت‌های به‌دست آمده نتیجه همکاری و حمایت تمامی اعضای تیم در سطوح مختلف سازمانی بوده است.

همکاران مدیریت بازاریابی و توسعه محصول





سلام و درود به همکاران گرامی و دوستان سامانی عزیزم
 من رقیه عدلی هستم، اولین مادر در شرکت آفتاب تجارت سامان که
 به استخدام این شرکت در آمدم. دارای دو فرزند دختر به نام‌های مهسا
 و مهشید هستم و از سال ۹۰ به استخدام شرکت درآمدم. طی این چند
 سال، خاطرات شیرین زیادی از همکاری با بانک سامان در ذهنم جای
 گرفته. خیلی خوشحالم که در بانک سامان خدمت می‌کنم و سعی می‌کنم
 وظایفم رو به بهترین نحو انجام بدهم چون با جان و دل کارم رو دوست
 دارم و به آن افتخار می‌کنم. در این مدت در کنار دوستان سامانی‌ام خیلی
 چیزها یاد گرفتم و آنها را در زندگی خودم به کار بردم و موفق شدم.
 در سال ۱۳۹۷ در جشن سالگرد تأسیس بانک سامان که من هم شرکت
 داشتم استاد بزرگ جناب آقای محمد ضرابیه هنگامی که روی سن
 آمدند، فرمودند که انسان جای رشد کردن را دارد و می‌تواند. این
 موضوع، درسی برای زندگی‌ام شد و نتیجه آن را هم بعد چند سال دیدم.
 روزهایی رو به یاد دارم که برای آماده‌سازی برج سامان ۳ صبح ورود
 می‌زدیم تا ۷ شب مشغول به کار بودیم و شوق شروع به کار محیط زیبا
 و دلنشین برج را داشتیم. خدا رو شکر در حال حاضر هرچه دارم از سفره
 سامان دارم و از این بابت قدردان مدیران گذشته و فعلی شرکت آفتاب
 تجارت سامان هستم.
 روز مادر رو به تمامی مادران سامانی تبریک و تهنیت عرض می‌کنم و
 آرزوی موفقیت روزافزون برای دوستان عزیزم دارم.
 آسمانی پر ستاره و دشتی پر از گل تقدیم خاک پای تمامی مادرانی که
 مهرشان پایانی ندارد.



روز مادر مبارک

روز مادر مبارک

بانک سامان
SamanBank



گفتگو با همکاران شعبه ولنجک

جایی که مشتریان ویژه و همکاران متعهد معنای آفرینند

گفت و گو: جعفر تکبیری

به این گروه، بر شناسایی کسب و کارهای آنان و جذب اصناف جدید نیز تمرکز دارند.

در سال گذشته، شعبه ولنچک به دلیل عملکرد درخشان خود جزء «شعب سبز» بانک سامان شناخته شد. در این راستا، مراسمی با حضور مدیر جذب و فروش بانک و سرپرست ناحیه دو برگزار شد. جدیدی با قدردانی از حمایت‌های سرکار خانم اقبال‌زاده، سرپرست ناحیه، تأکید کرد: «این موفقیت نتیجه تلاش تیمی و همدلی میان همکاران است.» رئیس شعبه ولنچک با اشاره به چالش‌های ناشی از شرایط تورمی و رقابت سنگین میان بانک‌ها افزود: «با تلاش تیم بازاریابی شعبه، خروج منابع جبران و مشتریان جدید، به‌ویژه حقوقی، جذب شدند. این امر موجب بهبود وضعیت منابع و افزایش سهم منابع ارزان‌قیمت شعبه شده است.»

جدیدی نظم، همدلی و همکاری میان همکاران را عامل موفقیت شعبه دانست و گفت: «در شعبه ولنچک تمام فعالیت‌ها به‌صورت تیمی انجام می‌شود. حتی همکارانی که با مشکلات پزشکی دست‌وپنجه نرم می‌کنند، با تمام توان در کنار دیگر اعضای تیم فعالیت می‌کنند.» وی با اشاره به نقش مهم همکاران در تحقق اهداف بانک تصریح کرد: «همکاران مهم‌ترین دارایی بانک هستند. حمایت‌های مالی و اجتماعی از آنان و ایجاد حس ارزشمندی، زمینه رشد سازمان را فراهم می‌کند.» همچنین درباره مشتریان اظهار داشت: «تعامل حرفه‌ای، محترمانه و بدون تبعیض با مشتریان یکی از اصول اساسی شعبه است.» رئیس شعبه ولنچک برنامه‌محوری و نگاه بلندمدت بانک سامان را دلیل موفقیت این بانک دانست و افزود: «استراتژی سامان ۱۴۰۴ با تمرکز بر مشتریان ویژه، SME، اصناف و مشتریان ارزی، نشان‌دهنده مسیر شفاف و هدفمند بانک برای افزایش سودآوری و وفادارسازی مشتریان است.» جدیدی در پایان با قدردانی از تلاش‌های تمامی همکاران شعبه ولنچک خاطرنشان کرد: «باوجود چالش‌های مختلف، همکاران ما صادقانه تلاش می‌کنند تا جایگاه شعبه و بانک سامان درخشان باقی بماند.»

مسیر حرفه‌ای از تنکابن تا تهران

مریم ناظریان، معاون شعبه ولنچک بانک سامان، متولد ۲۵ دی ۱۳۶۰ در تهران است و مدرک کارشناسی مدیریت بازرگانی دارد. وی فعالیت خود در بانک سامان را از سال ۱۳۸۶، پس از کارآموزی در شعبه آفریقا، در شعبه تنکابن آغاز کرد. او پس از شش سال تجربه در بخش‌های کلر و الکترونیک، به حوزه اعتبارات وارد شد. در سال ۱۳۹۱، با خانواده به تهران نقل مکان کرد و در شعب بلوار فردوس و اریکه در زمینه فروش تخصصی و سپس در شعبه صادقیه در بخش‌های ارز و اعتبارات فعالیت کرد. در چهار سال اخیر، او در شعبه ولنچک به‌عنوان معاون شعبه مشغول به کار است. ناظریان درباره آغاز فعالیت خود در بانک می‌گوید: «همیشه به رشته‌های اقتصاد و مدیریت و چالش‌های این حوزه‌ها علاقه داشتم. ابتدا بانک را به‌عنوان محیطی امن و اقتصادی برای کار انتخاب کردم. ابتدا این شغل برایم بسیار جذاب و پرجالش بود، اما با گذر زمان متوجه شدم برای ماندن در مسیر پیشرفت باید مهارت‌هایم را به‌روز کنم. امروز



امیرعلی جدیدی - رئیس شعبه

هرکدام از اعضای بانک سامان داستانی برای گفتن دارند؛ داستانی از رشد، تلاش، چالش‌ها و موفقیت‌هایی که با همکاری و همدلی در این خانواده بزرگ رقم خورده است. این روایت‌ها تنها قصه شغلی نیستند؛ بلکه بازتابی از تعهد، عشق به کار، و تأثیرگذاری در زندگی مشتریان و همکاران است. با ما همراه باشید تا با بخشی از این داستان‌های انگیزه‌بخش از دل شعبه ولنچک آشنا شوید.

امیرعلی جدیدی، رئیس شعبه ولنچک بانک سامان، با مدرک کارشناسی ارشد مدیریت منابع انسانی، از سال ۱۳۸۵ به این خانواده پیوسته است. او ۸ سال در واحدهای ستادی و ۱۰ سال در شعب فعالیت کرده است.

شعبه ولنچک بانک سامان در سال ۱۳۸۶ تأسیس شده و در منطقه‌ای با بافت غالباً مسکونی واقع است. علاوه بر این، اصناف خرد، واحدهای اداری و بازرگانی نیز در این محدوده فعالیت دارند. همچنین از سال گذشته، مرکز خدمات نمایشگاه بین‌المللی تهران نیز زیرمجموعه این شعبه آغاز به فعالیت کرده است که علاوه بر تعامل با شرکت‌های فعال در نمایشگاه، در ایام برگزاری نمایشگاه‌ها بازاریابی و معرفی خدمات بانک به شرکت‌ها صورت می‌گیرد.

جدیدی در این خصوص توضیح داد: «۸۳ درصد منابع شعبه متعلق به مشتریان ویژه است. بانکداران ویژه شعبه ضمن ارائه خدمات مطلوب



مریم ناظریان - معاون شعبه

برنامه‌ریزی دقیق و بهبود ارتباطات بین همکاران است.»

۱۴۰۴ می‌گوید: «تمرکز اصلی من بر روی ارائه خدمات به مشتریان ویژه است. ارتباط مؤثر اولیه و حفظ این ارتباط از طریق روش‌های گوناگون، کلید موفقیت در جذب و حفظ مشتریان این گروه است.»

وی تعامل با مشتریان را از مهم‌ترین اولویت‌های خود می‌داند و توضیح می‌دهد: «تعامل مؤثر با مشتریان ویژه یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت بانکداران شعبه است. برقراری ارتباط حرفه‌ای و تداوم آن، رمز موفقیت در این بخش است.»

چریانی با لبخند به خاطرات کاری خود اشاره کرده و می‌گوید: «کار در شعبه ولنجک مملو از خاطرات خوب است. هر روز، به‌خصوص زمانی که تلاش‌های ما منجر به رضایت مشتریان می‌شود، برای من خاطره‌ای شیرین و ماندگار است.»

او در پایان می‌گوید: «زندگی همیشه پر از چالش‌هاست، اما با امید و تلاش می‌توانیم به موفقیت برسیم. امیدوارم با تلاش بیشتر، بتوانیم در آخرین روزهای سال ۱۴۰۳ اهداف بانکی و شخصی خود را با موفقیت به پایان برسانیم.»

شعبه ولنجک؛ محیطی صمیمی و حرفه‌ای

امیرحسین رضائی، فارغ‌التحصیل کارشناسی مدیریت مالی از دانشگاه

خوشحالم که با سامان شروع کردم، تلاش کردم و اکنون حرفه‌ای‌تر از همیشه با این خانواده همراه هستم.»

ناظریان چالش‌ها و جذابیت‌های کاری در شعبه را وابسته به محیط اطراف شعبه می‌داند و می‌گوید: «برای من، آشنایی با مشتریان جدید و کسب‌وکارهای متفاوت همیشه جذاب بوده است. همچنین پیدا کردن راه‌حل برای چالش‌های بانکی مشتریان بیشترین رضایت و انگیزه را برای من ایجاد می‌کند.»

وی در خصوص تعامل با همکاران و رئیس شعبه بیان می‌کند: «خیلی خوشحالم که در کنار آقای جدیدی، رئیس شعبه، تجربیات جدیدی را کسب می‌کنم. باور دارم هر انسانی مجموعه‌ای از تجربیات ناب است که می‌تواند به رشد ما کمک کند. در کنار همکارانم تلاش می‌کنم تجربیاتم را به اشتراک بگذارم و از نگاه آنان نیز بهره ببرم. از آنجاکه بخش زیادی از زندگی خود را در کنار همکاران سپری می‌کنیم، مهم است که این لحظات با همکاری، همدردی و درک متقابل همراه باشد.»

او درباره اهداف خود در راستای استراتژی سامان ۱۴۰۴ توضیح می‌دهد: «با توجه به اینکه مشتریان ویژه بخش عمده‌ای از مشتریان شعبه ولنجک را تشکیل می‌دهند و در گروه هدف این استراتژی قرار دارند، تمام تلاش ما بر جذب و ارائه خدمات به مشتریان جدید و حفظ مشتریان قدیمی متمرکز است. همچنین در تلاشیم تا سهم بیشتری از مشتریان گروه هدف را جذب کنیم.»

ناظریان درباره تعامل با مشتریان می‌گوید: «مشتریان بخشی از زندگی ما هستند. با آنان زندگی می‌کنیم، تجربه کسب می‌کنیم و با ارائه مشاوره و خدمات بانکی به آنان، شاد می‌شویم.»

وی در پایان به خاطرات خود اشاره کرده و می‌گوید: «شعبه مجموعه‌ای از خاطرات تلخ و شیرین است. پایان هر روز سعی می‌کنم شیرینی‌ها را به‌خاطر بسپارم و تلخی‌ها را فراموش کنم. کار در شعب مختلف و تعامل با دوستان و مشتریان جدید همیشه برای من جذاب و خاطره‌انگیز بوده است.»

آغاز مسیر حرفه‌ای در بانک سامان

نغمه چریانی زنجانی، فارغ‌التحصیل کارشناسی ارشد مهندسی صنایع، از سال ۱۳۹۴ فعالیت خود را در بانک سامان آغاز کرده و اکنون یکی از اعضای فعال شعبه ولنجک است.

او درباره احساس خود از روزهای نخست استخدام در بانک سامان می‌گوید: «شروع کار در بانک سامان برایم فرصتی ارزشمند و چالش‌برانگیز بود. امروز، پس از سال‌ها همکاری، این تجربه برای من به محیطی حرفه‌ای و غنی تبدیل شده که از آن بسیار آموخته‌ام.»

چریانی درباره امور روزانه خود در شعبه بیان می‌کند: «تعامل با مشتریان ویژه و پاسخگویی به نیازهای بانکی آنان، مهم‌ترین بخش کاری من است. این ارتباطات نه‌تنها چالش‌هایی به همراه دارد، بلکه جذابیت‌هایی نیز دارد که باعث می‌شود هر روز کاری من پویاتر باشد.»

او درباره تعامل با همکاران و رئیس شعبه می‌گوید: «همواره تلاش کرده‌ام با احترام و همکاری سازنده با همکاران، به‌ویژه ریاست شعبه، تعامل داشته باشم تا محیط کاری کارآمدی ایجاد کنیم. برگزاری جلسات منظم ماهانه به راهبری رئیس شعبه، فرصتی برای مرور اهداف،



شهرام رهدارپور



حمید ابراهیم پور



امیرحسین رضانی

انرژی مثبت و محیط صمیمی شعبه ولنچک همیشه انگیزه بخش من بوده است.»

رهبری مؤثر در فضای دوستانه

امیر آهنگری، فارغ التحصیل حسابداری از دانشگاه تهران، از سال ۱۴۰۰ به خانواده بانک سامان پیوسته است. او درباره آغاز فعالیت خود می گوید: «روزهای نخست استخدام با استرس و اضطراب همراه بود، اما با حمایت و صبوری همکاران شعبه سیدجمال الدین توانستم از این مرحله عبور کنم. اکنون این حس خوب را به همکاران جدیدالورود نیز منتقل می کنم.»

آهنگری علاقه زیادی به برقراری ارتباط با افراد مختلف دارد. او توضیح می دهد: «ارتباط با مشتریان مختلف یکی از جذاب ترین بخش های کاری من است. حضور در بخش مشتریان ویژه، این فرصت را برایم فراهم کرده تا با مشتریان خاص و برجسته شعبه بیشتر در ارتباط باشم. البته خودم را به این بخش محدود نمی کنم و در صورت امکان با سایر مشتریان حاضر در شعبه نیز ارتباط برقرار می کنم که معمولاً بازخوردهای مثبتی دریافت می کنم.»

او درباره تعامل با رئیس شعبه و همکاران می گوید: «وجود یک رهبر با انرژی و کاربرد برای موفقیت در هر کارگروهی ضروری است. با حضور آقای جدیدی، فضای شعبه دوستانه و صمیمی است، درحالی که جدیت برای رسیدن به اهداف نیز حفظ می شود. این تعادل کمک زیادی به رشد و پیشرفت تیم کرده است.»

آهنگری با افتخار از مسئولیت خود در بخش مشتریان ویژه صحبت می کند: «در این بخش، علاوه بر جذب سپرده ها، تلاش می کنیم کسب و کارهای مشتریان ویژه را نیز جذب کنیم. همچنین امور ارزی و ضمانت نامه ها را مدیریت می کنیم تا به منابع کوتاه مدت و ارزان قیمت شعبه کمک کرده و باعث ایجاد وفاداری بیشتر مشتریان شویم.»

او به اهمیت آموزش های حرفه ای برای برقراری ارتباط مؤثر اشاره کرده و می گوید: «برقراری ارتباط مؤثر یکی از مهم ترین وظایف بانکداران ویژه است که با آموزش های سالانه ارتقا می یابد. همچنین اپلیکیشن یوبانک، یکی از نقاط تمایز بانک سامان، نقش بزرگی در تسهیل امور مشتریان و ایجاد اطمینان خاطر دارد.»

تهران مرکز، پیش از ورود به بانک سامان تجربه کاری در حوزه فروش و بازاریابی داشته است. او می گوید: «قبل از استخدام در بانک سامان، در شرکت بقراط در حوزه فروش تلفنی و در فروشگاه های مارال چرم به عنوان کارشناس فروش فعالیت می کردم. سه ماه متوالی به عنوان تاپ سلر مارال چرم انتخاب شدم. اکنون افتخار دارم در شعبه ولنچک بانک سامان به عنوان بانکدار عملیات فعالیت کنم.»

رضانی درباره ویژگی های شعبه ولنچک توضیح می دهد: «شعبه ولنچک در خیابان چهاردهم این منطقه و در مرکز اداری - تجاری توچال واقع شده است. شعبه با ۱۲ نفر پرسنل محیطی بسیار صمیمی و هماهنگ دارد. مشتریان ما شامل اصناف تجاری مستقر در پاساژ توچال و شرکت های اداری هستند. خدمات متنوعی از جمله تسهیلات، چک و امور واریز و برداشت روزمره برای مشتریان ارائه می شود. در حوزه ارزی نیز شعبه در زمینه ارز مسافرتی فعال بوده و پاسخگوی مشتریان است.» وی به نوع مشتریان شعبه اشاره کرده و می گوید: «بیشتر مشتریان شعبه بومی این منطقه هستند و در گروه مشتریان ممتاز و ویژه قرار می گیرند. تعامل با این طیف از مشتریان نیازمند دقت و ارائه خدمات حرفه ای است.»

رضانی درباره تعامل خود با همکاران و مشتریان می گوید: «تمام تلاش من بر این است که در راستای اهداف شعبه با همکارانم تعامل داشته باشم و به آنها کمک کنم. در ارتباط با مشتریان نیز سعی می کنم با احترام و در چهارچوب شخصیت آنها رفتار کنم تا تجربه ای مثبت از بانک سامان داشته باشند. همچنین فروش بیمه نیز به صورت معمول در شعبه انجام می شود.»

او به اهمیت خدمات الکترونیک در شعبه ولنچک اشاره کرده و می گوید: «در راستای بهبود تجربه مشتریان و کاهش مراجعه حضوری، شعبه ولنچک بسیار فعال در استفاده از دستگاه های کشلس (Cashless) و تشویق مشتریان به استفاده از سامانه موبایلت است. این موضوع باعث افزایش بهره وری و رضایت مشتریان شده است.»

امیرحسین رضانی به اشتیاق به ادامه فعالیت های خود در بانک سامان می نگرد و می گوید: «هدف من این است که با همکاری همکارانم و ارائه خدمات باکیفیت به مشتریان، جایگاه شعبه و بانک را ارتقا دهیم.»



نغمه چرانی



امیر آهنگری

احترام متقابل و همکاری مؤثر با همکاران و رئیس شعبه داشته باشم. در ارتباط با رئیس شعبه، نقش مشاور را ایفا می‌کنم و همیشه در تحلیل مسائل و ارائه پیشنهادهای سازنده، در کنار ایشان هستم.»

او درباره برنامه‌های خود برای تحقق اهداف استراتژیک بانک سامان می‌گوید:

ایجاد و تقویت روابط با اصناف و کسب‌وکارهای متوسط: با ارائه خدمات متناسب و پیگیری‌های دقیق، اعتماد این گروه از مشتریان را جلب می‌کنم.

توسعه فروش متقاطع: با شناخت دقیق نیازهای مشتریان، تلاش می‌کنم مجموعه‌ای از خدمات متنوع بانک را به آن‌ها معرفی کنم.

ترویج فرهنگ سازمانی: با معرفی ارزش‌ها و مزایای بانک، در جذب استعدادها برتر به بانک سامان سهمی داشته باشم.

او درباره اهمیت ارتباط با مشتریان می‌گوید: «مشتریان برای من فراتر از مراجعه‌کننده هستند. تلاش می‌کنم با لبخند و احترام، نیازهای آن‌ها را به‌خوبی درک و بهترین خدمات را ارائه کنم. همچنین با استفاده از فرصت گفت‌وگو با مشتریان، خدمات متنوع بانک را به آن‌ها معرفی می‌کنم.»

حمید ابراهیم‌پور از یکی از خاطرات به‌یادماندنی خود می‌گوید: «در خرداد ۱۴۰۱، همزمان با دریافت حکم جدید به‌عنوان کارشناس فروش تخصصی، به مصاحبه‌ای در دفتر بانکداری اختصاصی دعوت شدم. جالب این بود که برای این مصاحبه هیچ درخواستی نداده بودم و این موضوع برایم شگفت‌انگیز بود.

در جلسه، به‌محض شروع صحبت‌ها، حکم فروش تخصصی‌ام را روی میز گذاشتم و با لبخند گفتم: "نمی‌دانم چطور برای این مصاحبه انتخاب شدم، چون خودم هیچ درخواستی نداده بودم." این جمله، فضای رسمی جلسه را تغییر داد و باعث شد همه بخندند. در نهایت، از این تجربه یاد گرفتم که بهترین تصمیم‌ها آن‌هایی هستند که با تمام وجود حس می‌کنیم درست‌اند، حتی اگر مسیرشان پر از چالش باشد.»

او در پایان می‌گوید: «امیدوارم همه اعضای خانواده بانک سامان همیشه سلامت، موفق و پرانگیزه باشند.»

چالش‌ها و جذابیت‌های کار در شعبه

آهنگری از یکی از خاطرات به‌یادماندنی خود می‌گوید: «شیرین‌ترین خاطره من در بانک، دیدار با احسان عبدی‌پور بود. او را از برنامه کتاب‌باز و پادکست‌هایش می‌شناختم و همیشه صحبت‌هایش برایم جذاب بود. دیدن او در شعبه، روز فوق‌العاده‌ای برایم رقم زد و انرژی زیادی گرفتم.»

او در پایان می‌گوید: «امیدوارم همه اعضای خانواده بانک سامان همیشه سالم و موفق باشند.»

چالش‌ها و جذابیت‌های کار روزانه

حمید ابراهیم‌پور، ۴۲ ساله، فارغ‌التحصیل رشته اقتصاد نظری، از سال ۱۳۹۰ به خانواده بانک سامان پیوسته است. او پیش از ورود به بانک، در حوزه فناوری اطلاعات فعالیت می‌کرد و با تأسیس یک شرکت رایانه‌ای در زمینه طراحی سایت و برنامه‌نویسی، تجربه ارزشمندی کسب کرده بود. اما با توجه به سرعت تغییرات در صنعت فناوری اطلاعات و نیاز به امنیت شغلی بیشتر، تصمیم به ورود به بانک گرفت.

ابراهیم‌پور می‌گوید: «این تصمیم، نقطه عطفی در زندگی من بود که با حمایت و همراهی همسر، مسیر جدیدی را آغاز کردم. اکنون بیش از دو سال و نیم است که در شعبه ولنچک به‌عنوان کارشناس فروش تخصصی فعالیت می‌کنم.»

او با اشتیاق از روزهای ابتدایی همکاری خود با بانک سامان یاد می‌کند: «ورود به بانک، برای من فصلی تازه بود که سرشار از شور و شوق بود. با گذشت زمان، این احساس رشد کرده و امروز، بانک سامان برای من فراتر از یک شغل است. این سازمان بخشی از هویت من شده است و هر موفقیت یا چالش بانک را مانند یک موضوع شخصی تجربه می‌کنم.»

حمید ابراهیم‌پور درباره وظایف روزانه خود می‌گوید: «کار در پست فروش تخصصی، ترکیبی از چالش و هیجان است. یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های من در سال‌های اخیر، مدیریت حجم انبوه تسهیلات برای تحقق اهداف شعبه بوده است. با این حال، این چالش‌ها جذابیت کار را دوچندان می‌کنند. تعامل با مشتریان و یافتن بهترین راه‌حل برای نیازهای آن‌ها، هر روز را به یک تجربه جدید و خاص تبدیل می‌کند.»

ابراهیم‌پور، تعامل با همکاران و رئیس شعبه را یکی از ارکان اصلی موفقیت می‌داند و می‌گوید: «همواره تلاش کرده‌ام روابطی مبتنی بر

دغدغه‌های ما شده است، که این موضوع برای همه همکاران مایه خوشحالی و دلگرمی است.»

رهدارپور درباره اهداف شغلی خود توضیح می‌دهد: «تمرکز من روی کسب‌وکارهای کوچک است. از طریق ارتباط با آن‌ها و بررسی چالش‌هایشان، می‌توان به درک عمیق‌تری از شرایط بازار دست یافت. این کسب‌وکارها مانند پل‌هایی به سمت بازارهای گسترده‌تر عمل می‌کنند و به نظر من، می‌توانند ابزار تبلیغاتی قوی‌تری نسبت به رسانه‌ها باشند. هدف من این است که از این طریق، شبکه ارتباطی بانک سامان را با بازار تقویت کنم.» او درباره تعامل خود با مشتریان می‌گوید: «همیشه تلاش کرده‌ام به مشتریان اطمینان خاطر بدهم که بانک سامان بهترین گزینه برای سپرده‌گذاری و مدیریت امور مالی آن‌هاست. از طریق ارتباط مؤثر، بررسی نیازها و ارائه راه‌حل‌های مناسب، سعی می‌کنم حس اعتماد و رضایت را در مشتریان ایجاد کنم.»

شهرام رهدارپور در پایان می‌گوید: «امیدوارم همه اعضای خانواده بانک سامان در مسیر پیشرفت و موفقیت، سلامت و پراورزی باشند. با همدلی و همکاری، می‌توانیم آینده روشنی را برای بانک و مشتریانمان رقم بزنیم.»

شهرام رهدارپور، ۳۶ ساله و کارشناس ارشد علوم اقتصادی و بانکداری، به‌عنوان کارشناس مسئول ۳ در بانک سامان فعالیت می‌کند. او می‌گوید: «روزهای نخست کاری‌ام با استرس همراه بود، زیرا هیچ تجربه‌ای در عملیات بانکی و اطلاعات مرتبط نداشتم. اما به مرور زمان و با یادگیری و کسب تجربه، توانستم به کارها مسلط شوم. امروز احساس راحتی بیشتری در انجام عملیات مختلف بانکی دارم، اما چالش‌های روزانه همچنان انگیزه یادگیری و رشد را در من زنده نگه می‌دارد.»

رهدارپور درباره چالش‌های کار در شعبه می‌گوید: «یکی از مهم‌ترین چالش‌ها این است که هر مشتری وقتی با مشکلی روبه‌رو می‌شود، همان لحظه برای ما نیز فرصتی برای یادگیری، مرور اطلاعات و انتقال دقیق آن به مشتری فراهم می‌شود. این فرآیند هم جذاب و هم چالش‌برانگیز است. همچنین، به‌روزرسانی دائمی اطلاعات و آمادگی ذهنی برای پاسخگویی سریع به مشتریان از ویژگی‌های ضروری این شغل است که برای من خوشایند است.»

او تعامل خود با رئیس شعبه را بسیار مثبت ارزیابی می‌کند و می‌گوید: «رئیس شعبه شخصیتی پیگیر، تحلیل‌گر و توانمند در بررسی موضوعات است. نزدیکی سنی ایشان به همکاران نیز باعث درک بهتر مسائل و



حرکات اصلاحی در محل کار (بخش دوم)

| الهه هدیه‌لو، کارشناس مدیریت روابط عمومی و صدای مشتریان |

حرکات باعث افزایش سطح انرژی و حس خوبی در فضای کاری می‌شوند. با انجام منظم و صحیح این تمرینات در محل کار، می‌توانید منطقه شانه و کتف خود را تقویت کرده و از مشکلاتی مانند درد و تنگی در این ناحیه جلوگیری کنید. به یاد داشته باشید که هنگام انجام تمرینات، از انجام حرکات ناگهانی و با استفاده از نیروی زیاد خودداری کنید تا از آسیب به بدن جلوگیری شود. برای تقویت و انعطاف‌پذیری منطقه شانه و دست، می‌توانید از تمرینات زیر در محیط کار استفاده کنید.



کشش شانه و دست هم‌زمان

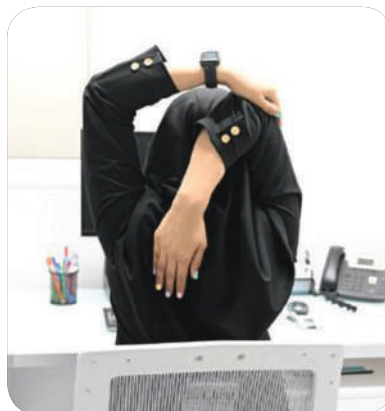
برای این تمرین، یک دست را به پشت برده و با دست دیگر آن را گرفته و به سمت مخالف کشش دهید. درعین حال، گردن را هم به همان سمت خم کنید. این حالت را برای هر دست ۱۰ تا ۲۰ ثانیه نگه دارید و سپس برای جهت مخالف نیز حرکت را انجام دهید. به یاد داشته باشید که از کشیدن شدید دست و خم کردن ناگهانی گردن خودداری کنید تا از آسیب به بدن جلوگیری شود.



کشش دست‌ها در حالت ایستاده

یکی از مؤثرترین و بهترین حرکات ورزشی مفید در محل کار، کشش دست‌ها در حالت ایستاده است. برای این تمرین، دست‌ها را به هم چسبانده و بدون بلند شدن روی پا، سعی کنید دست‌ها را تا جای ممکن بالا ببرید. این حالت را برای ۱۰ تا ۲۰ ثانیه نگه دارید و سپس به حالت اول بازگردید. این تمرین باعث تقویت عضلات منطقه شانه و دست می‌شود.

در بخش اول، تعدادی حرکات ورزشی مناسب کارمندان برای شما قرار دادیم. این بخش به‌عنوان بخش دوم چند حرکت تکمیلی را با هم مرور می‌کنیم. یادمون باشه سلامتی بدن و ذهن و روح ما مهمترین دارایی ما در زندگی است و نشستن و کار با کامپیوتر میتونه عوارض زیادی داشته باشه، از جمله: کمر درد، گردن درد، ضعف بینایی، چاقی، مشکلات قلبی و... این حرکات، به طور قابل توجهی احتمال بروز اختلالات اسکلتی عضلانی را کاهش می‌دهند و استرس‌های محل کار را کمتر می‌کنند. همچنین، این



کشش ناحیه شانه

یکی از بهترین حرکات ورزشی مفید در محل کار، کشش ناحیه شانه است. برای این تمرین، آرنج خود را در حالت خم شده تا راستای عمود بالا بیاورید. سپس با دست مخالف، آرنج خود را به سمت بدن نزدیک کنید تا کشش در ناحیه کتف احساس شود. این حالت را برای هر طرف ۱۰ تا ۳۰ ثانیه نگه دارید و سپس به حالت اول بازگردید. این تمرین باعث تقویت و انعطاف‌پذیری منطقه شانه می‌شود.



کشش شانه با استفاده از صندلی

برای این تمرین، روی صندلی نشسته و به یک سمت چرخیده و دست مخالف را دسته صندلی گرفته، اندکی به جلو خم شوید. سپس سعی کنید چانه خود را به جلو ببرید تا کشش در منطقه شانه احساس شود. این حالت را برای هر طرف ۱۰ تا ۲۰ ثانیه نگه دارید و سپس به موقعیت اول بازگردید. این تمرین باعث تقویت عضلات و افزایش انعطاف‌پذیری منطقه شانه و کتف می‌شود.



اساتید بین المللی، نمایندگان بیمه سامان را آموزش دادند

اولین سمینار آموزشی بین المللی شرکت بیمه سامان با هدف ارائه استراتژی های فروش سازمانی، ۲۲ آذرماه سال جاری در مرکز همایش های وزارت کشور برگزار و با استقبال بسیار خوب نمایندگان همراه شد. به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، آدرین فرهنگ از پیشتازان صنعت فروش دنیا به عنوان یکی از سخنرانان اصلی این رویداد، در خصوص استراتژی های سازمان فروش و رفتارشناسی در محیط کار، موضوعاتی را برای شبکه فروش تبیین کرد. برایان تریسی سخنران دیگر نیز با تمرکز بر مدیریت نیروهای فروش و نیز جذب، آموزش، توسعه و انگیزش سرمایه های انسانی شاغل در این حوزه، موضوعاتی را برای حضار تشریح کرد. این کارگاه آموزشی به مدت ۶ ساعت برگزار و با استقبال بسیار خوب حضار مواجه گردید. در ادامه این مراسم، معاون اجرایی شرکت بیمه سامان در خصوص خرده فروشی، آماده سازی زیرساخت های آن و استراتژی نفوذ در بازار، نکاتی را بیان کرد.

عبدالرسول عطایی با اشاره به سیاست های شرکت بیمه سامان درباره توجه به آموزش شبکه فروش، یادآور شد که بیمه سامان، همزمان استراتژی های بین المللی شدن خود را با عرضه محصولات و خدمات شرکت در سطح بین المللی در پیش گرفته و این مهم را با توسعه و آموزش شبکه فروش خود به صورت جدی دنبال می کند. به گفته وی، تلاش شرکت این است که با ارتقای سطح علمی نمایندگان و کارگزاران، اثربخشی اقدامات آنها در بازار بیمه کشور افزایش یابد.

در این مراسم، همچنین جشنواره سراسری «سامان کوین» نمایندگان برگزار شد. این کمپین با تمرکز بر رشته های استراتژیک سازمان و تقسیم بندی نمایندگان، مبنای حضور و مشارکت آنها، تعداد امتیازات کسب شده از محل فروش بیمه نامه و وصول حق بیمه اجرایی شد. لازم به ذکر است که این همایش با حضور مدیران ارشد اجرایی و فنی شرکت در کنار برخی از رؤسای شعب و بیش از ۱۴۰۰ نفر از نمایندگان شرکت برگزار شد.



ارتباط بیمه سامان با دانشگاه ها و مراکز پژوهشی تقویت می شود

معاون توسعه سازمان و سرمایه های انسانی شرکت بیمه سامان با تأکید بر این که باید ارتباط صنعت بیمه با دانشگاه و مراکز پژوهشی تقویت شود، گفت: شرکت بیمه سامان با همین چشم انداز، بورسیه تحصیلی دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد را از طریق کنکور سراسری و نیز به صورت مستقل آغاز کرده است.

به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، فرزاد فروغی در سومین کنفرانس بیم سنجی و مالی ایران، افزود: با کمک دانشگاه ها و مراکز علمی، می توان پروژه های تحقیقاتی و اجرایی تعریف کرد تا به نیازها و مسائل بیمه سامان پاسخ داده شود. وی، به برگزاری دوره های آموزشی برای کارکنان شرکت بیمه سامان با استفاده از توان مراکز دانشگاهی از جمله دانشگاه شهید بهشتی اشاره و خاطرنشان کرد: در همه دوره های آموزشی داخلی و حتی دوره های اعزام به خارج، هدف ما این است که دانش آموختگان، کمک کنند تا تصمیم های مدیران، بر اساس تحلیل ها و ابزارهای روزآمد باشد. فروغی، به درج ردیف بورسیه کنکور دانشجویان کارشناسی ارشد در حوزه های علم داده، هوش مصنوعی و اکچوئری توسط شرکت بیمه سامان و با حمایت سازمان سنجش آموزش کشور اشاره کرد و گفت: خوشحالیم که امروز، افرادی از همین مسیر در شرکت بیمه سامان کار خود را آغاز کرده و مورد حمایت ما قرار گرفته اند. به گفته وی، شرکت بیمه سامان و شرکت های زیرمجموعه آن، پذیرای فارغ التحصیلان در این رشته ها خواهند بود تا از این طریق، رویکردی نوین وارد سازمان شده و تحولی چشمگیر در فرایندها ایجاد شود. سومین کنفرانس بیم سنجی و مالی ایران با حمایت شرکت بیمه سامان و با همکاری انجمن محاسبات بیمه و مالی ایران، ۲۹ آذرماه در دانشگاه شهید بهشتی برگزار شد.



گام بلند بیمه سامان به سوی دیجیتالی شدن با برگزاری دوره علم داده

شرکت بیمه سامان در راستای توسعه مهارت‌های نیروی انسانی و انطباق با تحولات دنیای دیجیتال، دوره تخصصی «علم داده» را با همکاری دانشگاه تهران برگزار کرده است. به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، برنامه‌ریزی برگزاری این دوره که از اسفندماه ۱۴۰۲ آغاز شد، بخشی از استراتژی کلان بیمه سامان برای دیجیتالی شدن و استفاده بهینه از داده‌ها در فرایندهای تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی است.

این دوره، ابتدا با انتشار فراخوان داخلی برای شناسایی متقاضیان مستعد و علاقه‌مند انجام آغاز شد و سپس این افراد بر اساس خوداظهاری، سوابق شغلی و حرفه‌ای، ارزیابی شدند. آزمون کتبی این دوره در تاریخ ۱۰ خردادماه سال جاری در دانشگاه تهران برگزار شد و در ادامه، ارزیابی نهایی به روش مصاحبه محور توسط اساتید دانشگاه انجام گرفت. پس از پایان مراحل ارزیابی نیز فراگیران نهایی برای شرکت در دوره انتخاب شدند. این دوره که بر اساس نیازهای سازمانی و در قالب ۱۱ ماژول برنامه‌ریزی شده است، تاکنون ۹ ماژول را پشت سر گذاشته و ۲ ماژول باقی‌مانده تا پایان زمستان تکمیل خواهد شد.

هدف از این دوره، تقویت توانایی و مهارت کارکنان در تحلیل و مدیریت داده‌ها به‌منظور ارائه خدمات دقیق‌تر و هوشمندتر است. هم‌اکنون اولین دوره علم داده در حال برگزاری است و مقرر شده است فراگیران در ادامه دوره به‌صورت تیمی بر روی پروژه‌های سازمانی فعالیت کنند. در آینده، با حمایت مدیران ارشد و بر اساس علاقه‌مندی کارکنان، این دوره برای سایر همکاران بیمه سامان نیز تکرار خواهد شد. بیمه سامان با برگزاری این دوره درصدد است با کاهش هزینه‌ها و بهره‌برداری بهینه از داده‌ها، در بازار رقابتی عملکرد بهتری داشته و فرصت‌های نوآورانه بیشتری را به کار گیرد.



بیمه سامان حامی دوازدهمین دوره ماراتون برنامه‌نویسی تلفن همراه کشور

مدیر فناوری اطلاعات شرکت بیمه سامان، ضمن ابراز خرسندی از استقبال جوانان و دانشجویان از برگزاری دوازدهمین ماراتون برنامه‌نویسی تلفن همراه، گفت بیمه سامان با هدف ایجاد و جلب رضایتمندی و توسعه خدمات بیمه‌ای، همواره در این رویدادها به‌عنوان برگزارکننده و یا حامی حضور فعال دارد. به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، سید میثم بهشتیان در مراسم آغاز این رویداد، افزود: بیمه سامان به‌عنوان شرکتی پیشرو، همواره تلاش کرده تا با ارائه خدمات بیمه‌ای خود از جمله صدور بیمه‌نامه، ثبت و پرداخت خسارت آنلاین در کمترین زمان ممکن، موجبات افزایش رضایتمندی و اطمینان خاطر مشتریان را از خدمات بیمه‌ای ایجاد کرده که این امر، به‌طور قطع در توسعه و افزایش ضریب نفوذ بیمه در کشور تأثیرگذار است. وی، تصریح کرد شرکت بیمه سامان، در راستای فرهنگ‌سازی و آشنایی با مفاهیم بیمه‌ای و افزایش رضایتمندی از پرداخت خسارت در کوتاه‌ترین زمان در این دوره از مسابقات حضور یافته است. بهشتیان، ابراز امیدواری کرد که با استقبال مشارکت‌کنندگان از این رویداد، به نتایج خوبی در حوزه برنامه‌نویسی اپلیکیشن‌های تلفن همراه در حوزه صنعت بیمه دست یابیم. این رویداد مهم با حضور دکتر حمیدرضا ربیعی رئیس مرکز نوآوری علوم داده، دکتر سید عباس موسوی ریاست دانشگاه، دکتر حمید ضربایی زاده ریاست دانشگاه کامپیوتر و محمد کرباسی رئیس ستاد توسعه فناوری‌های اتصال‌پذیری و ارتباطات دانشگاه صنعتی شریف، ۲۲ آذر ماه آغاز به کار کرد. بر اساس این گزارش، تیم‌های مشارکت‌کننده در دوازدهمین دوره ماراتن برنامه‌نویسی تلفن همراه کشور در محل دانشگاه شریف به بیش از ۶۰ ساعت با یکدیگر به رقابت پرداختند. این گزارش حاکی است سید میثم بهشتیان مدیر فناوری و اطلاعات بیمه سامان با همکاری افرادی چون مهناز وکیلی، محمد رضا رشوند و محمد حسین غفارلوی مقدم به عنوان داور و راهنمای تیم‌های مشارکت‌کننده در این مسابقه حضور داشتند.

"سامانیار" طرحی جدید و متنوع با امکان تبدیل بیمه عمر به مستمری

بیمه‌نامه پس از ۵ سال از شروع، به بیمه‌نامه مستمری موقت قطعی، مستمری موقت به شرط حیات و یا مستمری مادام‌العمر تبدیل شود. معاون مدیر بیمه‌های زندگی شرکت بیمه سامان، با بیان اینکه در روش مستمری موقت قطعی (مدت معین)، بیمه‌گر متعهد است تا مستمری را تا پایان مدت بیمه‌نامه پرداخت کند، اظهار کرد: همچنین امکان ارائه تعدیل در مبالغ مستمری بین صفر تا ۳۰ درصد و پرداخت مستمری در صورت فوت بیمه شده تا انتهای مدت بیمه‌نامه بین ۵ تا ۳۰ سال با روش پرداخت‌های متفاوت وجود دارد. به گفته وی، در روش مستمری موقت به شرط حیات، مادامی که بیمه‌شده در مدت بیمه‌نامه در قید حیات باشد، بیمه‌گر متعهد است مستمری را به استفاده‌کننده پرداخت کند، بنابراین امکان ارائه تعدیل در مبالغ مستمری صفر تا ۳۰ درصد و دوره زمانی ۵ سال تا ۴۰ سال، از جمله مزایای این روش به شمار می‌رود.

معاون مدیر بیمه‌های زندگی بیمه سامان، گفت: امکان دریافت پوشش‌های اضافی بیمه‌نامه عمر و تشکیل سرمایه سامان به انتخاب بیمه‌گذار، امکان افزایش مدت بیمه‌نامه تا ۸۰ سالگی، امکان اعمال تعدیل حق بیمه و سرمایه فوت جهت کاهش اثر تورمی، امکان صدور آنالین بیمه‌نامه تا سقف سرمایه فوت ۱,۵ میلیارد تومانی، ضریب تعدیل حق بیمه و سرمایه فوت قابل انتخاب توسط بیمه‌گذار و دریافت وام و برداشت از اندوخته از سال دوم به بعد، از دیگر مزایای این طرح است. وی، اعلام داشت که مستمری مادام‌العمر، روش دیگری بوده که در این طرح در نظر گرفته شده و در هر سه روش، امکان بازخرید بیمه‌نامه مستمری قبل از پایان مدت بیمه‌نامه وجود دارد. مرادی، افزود: سامانیار به‌گونه‌ای طراحی شده که حق بیمه ۵، ۱۰، ۱۵ یا ۲۰ ساله به‌صورت یکجا پرداخت شود که این امر در قالب طرح امراض ممتاز، پوشش ۳۰ بیماری صعب‌العلاج با امکان دریافت خسارت تا ۳ برابر سقف سرمایه امراض هم مدنظر قرار گرفته است.



معاون مدیر بیمه‌های زندگی شرکت بیمه سامان، با بیان اینکه این شرکت با هدف تنوع‌بخشی به خدمات قابل ارائه در دوره سالخوردگی، طرح تازه‌ای را با عنوان «سامانیار» در قالب بیمه عمر طراحی کرده است، گفت: «سامانیار» طرحی بر مبنای پرداخت حق بیمه به‌صورت یکجا برای مدتی مشخص از بیمه‌نامه بوده که به افزایش سود و اندوخته بیمه‌نامه منجر می‌شود.

به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، پرویز مرادی در توضیح بیشتر مزایای «سامانیار»، افزود که این طرح امکان استفاده از همه پوشش‌های اضافی را داشته و قابلیت تبدیل شدن به بیمه‌نامه مستمری را هم دارد. وی، اذعان داشت: «سامانیار» شرایطی را فراهم کرده که



سخنرانی مدیران ارشد شرکت بیمه سامان در همایش بیمه دیجیتال دبی

«قائم‌مقام مدیرعامل» و «مدیر برنامه‌ریزی استراتژی» شرکت بیمه سامان در همایش بیمه دیجیتال در دبی سخنرانی کردند. به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، شیما آراء قائم‌مقام شرکت بیمه سامان در این همایش، مدیریت پل «از انتقال ریسک تا پیشگیری ریسک» را بر عهده داشت. وی همچنین درباره «تجربه‌ها و چالش‌های شرکت‌های بیمه در فرایند دیجیتالی شدن» و «تکنولوژی‌های به‌کاررفته در پرداخت خسارت بیمه‌های درمان» سخنرانی کرد. حمزه پوراصغریان، مدیر برنامه‌ریزی استراتژی شرکت بیمه سامان نیز در این همایش از تجربیات شرکت در حوزه دیجیتالی شدن سخن گفت. سال گذشته و در جریان برگزاری دومین دوره همایش بیمه دیجیتال دبی نیز، قائم‌مقام شرکت بیمه سامان به‌عنوان مدیر پل نسل آینده ارزیابی ریسک در بیمه حضور داشت. در نمایشگاه جانبی همایش امسال نیز تازه‌ترین دستاوردها در حوزه بیمه‌گری دیجیتال شامل اپلیکیشن‌ها، نرم‌افزارها و پلتفرم‌های جدید عرضه شد. همایش بیمه دیجیتال منا ۲۰۲۴ که با حضور بیش از ۲۰۰ شرکت‌کننده و ۷۰ سخنران از ۵۰ کشور مختلف منطقه منا، ۱۶ و ۱۷ دسامبر برگزار شد، محل مناسبی برای انتقال تجربیات و نیز ایجاد تعامل میان شرکت‌کنندگان بود.

مراسم ترحیم یکی از پیشکسوتان سامان

به مناسبت درگذشت ناگهانی و اندوهناک همکار عزیزمان، حسن صالحی کیا، رئیس شعبه منیریه، مراسم یادبود و بزرگداشت این سامانی پیشکسوت و محبوب با حضور خانواده داغدار آن متوفی، مدیرعامل بانک سامان، مدیران ارشد و جمع کثیری از همکاران برگزار شد و حاضران در مجلس، به خانواده آن مرحوم این غم بزرگ و فراموش ناشدنی را تسلیت و تعزیت گفتند.



بیمه سامان، بیشترین مقاله را به همایش بیمه و توسعه فرستاد

دبیرخانه سی و یکمین همایش ملی و دوازدهمین همایش بین‌المللی بیمه و توسعه، اعلام کرده که در مجموع ۲۵۳ مقاله پذیرفته شده داشته که از این تعداد، ۱۵۱ مقاله سهم کارشناسان شرکت بیمه سامان بود. به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، در این همایش که روز سه‌شنبه ۱۳ آذر ۱۴۰۳ با حضور رئیس‌جمهوری اسلامی ایران و جمعی از مدیران بلندپایه و کارشناسان صنعت بیمه با محوریت «رضایت‌مندی و اعتماد مردم به صنعت بیمه» برگزار شد، ۶۰ درصد مقالات سهم شرکت بیمه سامان بود. همچنین ۵ مقاله از ۱۶ مقاله ارائه شده در قالب سخنرانی، سهم شرکت بیمه سامان بود. ۵۷ مقاله از ۹۸ مقاله چاپ شده و ۸۹ مقاله از ۱۳۹ مقاله پوستری این همایش را نیز کارشناسان شرکت بیمه سامان تهیه کرده بودند. شرکت بیمه سامان که از فعال‌ترین شرکت‌های حاضر در سی و یکمین همایش ملی و دوازدهمین همایش بین‌المللی بیمه و توسعه بود، بر موضوع گسترش علم در صنعت بیمه و استفاده از تازه‌ترین دستاوردهای علمی در این حوزه متمرکز بوده است. این شرکت به‌تازگی خدمات بورسیه تحصیلی برای نوآوران به‌ویژه فعالان حوزه هوش مصنوعی را عملیاتی کرده تا با حمایت از دانشجویان مستعد، نخبگان و افراد علاقه‌مند به حوزه صنعت بیمه، راهی مطمئن برای ورود آنها به صنعت بیمه ایجاد کند. این شرکت همچنین در قالب امضای تفاهم‌نامه و همکاری نزدیک با دانشگاه‌های برتر کشور، به دنبال ایجاد ظرفیت‌های علمی و عملی برای رشد و توسعه صنعت بیمه کشور است.

ردیف	نام و نام خانوادگی	محل خدمت	
۱	سونیا مروت	شعبه کرمانشاه	
۲	سهیل میرزائی	شعبه اردبیل	
۳	یاسر عباسلو	شعبه اصفهان	

بانک سامان
Saman Bank

سپاس رفتار حرفه‌ای

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

با تشکر
مدیریت سرمایه انسانی بانک سامان

تمدید گواهینامه سیستم مدیریت شکایت مشتری در بانک سامان

- ایجاد یک خط‌مشی مشتری‌مدار و روشن برای رسیدگی به شکایات و اجرای آن در سازمان
- ایجاد یک روش اجرایی مناسب و تعیین مسئولیت‌ها و اختیارات هر یک از ارکان سازمان، برای رسیدگی به شکایات مشتریان

اداره رسیدگی به صدای مشتریان

باتوجه به مأموریت و استراتژی‌های بانک سامان و رویکرد مشتری‌مداری، از ابتدای دهه ۱۳۹۰ واحد رسیدگی به صدای مشتریان تشکیل شد. این اداره وظیفه دریافت خواسته‌های مشتریان اعم از شکایت، انتقاد، پیشنهاد و... را بر عهده دارد. این واحد باتوجه به شرح وظایف خود با ایجاد سازوکارهای مناسب و رویه‌های اجرایی اقدام به دریافت خواسته‌های مشتریان، دسته‌بندی، ارجاع به واحدهای متولی و پاسخگویی به خواسته‌های مشتریان می‌نماید.



بانک سامان با اجرای سیستم مدیریت رسیدگی به شکایات مشتریان موفق به تمدید آخرین ویرایش استاندارد ایزو ۱۰۰۰۲ شد.

به گزارش سامان رسانه، بانک سامان پس از اجرای موفق استانداردهای مربوط به برقراری ارتباط مؤثر و هدفمند با مشتریان و پیگیری دقیق شکایات آنها، برای نهمین سال متوالی موفق به تمدید گواهینامه بین‌المللی ایزو ۱۰۰۰۲ شد. در همین حال اخذ این گواهینامه، گام مهمی در مسیر حرکت مشتری محور بانک سامان است و این امکان را فراهم کرده تا رسیدگی به شکایات مشتریان در فرایندی اثربخش و مطلوب صورت پذیرد. گفتنی است، استاندارد بین‌المللی ایزو ۱۰۰۰۲، راهنمایی برای طراحی و پیاده سازی یک فرایند ثمربخش و کارا به منظور مدیریت و رسیدگی به شکایات‌ها برای انواع فعالیت‌های تجاری است.

دریافت ایزو: ISO 10002 2014 توسط بانک سامان

به‌منظور نظام‌مندشدن رویه رسیدگی به شکایات مشتریان و رعایت استانداردهای بین‌الملل، از سال ۱۳۹۵ بانک سامان اقدام به ایجاد بسترها و زیرساختهای لازم به منظور استقرار نظام رسیدگی به شکایات مشتریان با توجه به استاندارد ایزو ۱۰۰۰۲ نموده است. در خرداد ماه سال ۱۳۹۵ بانک سامان پس از انجام مراحل مختلف و انجام ممیزی صدور، موفق به اخذ گواهینامه: ISO 10002 2014 از موسسه TÜV NORD (توف نورد) گردید.

رئوس خط‌مشی رسیدگی به شکایات

و مدیریت رضایتمندی مشتریان بانک سامان

- ایجاد و توسعه سازوکارهای ارتباطی برای دریافت شکایت و تسريع در روند رسیدگی به شکایات
- برخورد عادلانه و به‌دوراز هرگونه جانب‌داری با تمامی مشتریان و طرف‌های دخیل در شکایت و رعایت اصل محرمانگی و بی‌غرضی در ارجاع شکایات
- به‌کارگیری و استفاده از مکانیزم‌های نوین سنجش رضایتمندی مشتریان
- بهبود مستمر اثربخشی فرایند رسیدگی به شکایات و سنجش رضایتمندی

اخذ و تمدید: ISO 10002 2018

باتوجه به استقرار استاندارد: ISO 10002 2014 در خصوص مدیریت رسیدگی به شکایات مشتریان در بانک سامان از سال ۱۳۹۵، با عنایت به اجرا و استقرار الزامات استاندارد مذکور در بانک سامان و اهتمام کلیه ارکان آن به رعایت استاندارد مذکور، از اوایل سال ۱۴۰۳ و پس از انجام ممیزی داخلی، استاندارد مذکور توسط موسسه TÜV NORD (توف نورد) مورد ارزیابی و ممیزی قرار گرفت. در نهایت در اواخر تابستان پس از طی مراحل مذکور، بانک سامان موفق به اخذ مجدد گواهینامه: ISO 10002 2014 مدیریت رسیدگی به شکایت مشتریان گردید.

ایزو ISO 10002 چیست؟

این استاندارد برای طراحی یک سیستم اثربخش و کارآمد برای رسیدگی به شکایات مشتریان در سازمان‌ها اجرا می‌گردد. هدف از این استاندارد به‌صورت کلی کمک‌کردن به سازمان‌ها و مشتریان و ذی‌نفعان است. زمانی که شکایتی از مشتری دریافت می‌شود، این شکایت می‌تواند فرصت‌های زیادی را در رابطه با محصولات و فرایندها در اختیار سازمان قرار دهد و در صورتی که رسیدگی به شکایات‌های صورت گرفته به‌درستی بررسی و تجزیه و تحلیل نگردد می‌تواند، شهرت سازمان را تحت تأثیر قرار دهد. این استاندارد با استانداردهای مشابه از قبیل ISO 9001 و ISO 10004 می‌تواند به راحتی توسط سازمان‌ها استفاده شوند، زیرا این استانداردها دارای رویکردی یکسان در خصوص راه‌های سنجش رضایتمندی مشتریان هستند.

مزایای ISO 10002 چیست؟

- از جمله مزایای دریافت ایزو ۱۰۰۰۲ می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:
- نگهداشت مشتری: با استفاده از این استاندارد و اجرای آن می‌توان میزان وفاداری مشتری‌ها را افزایش داد.
- کارایی عملی: اخذ این گواهینامه تضمین می‌کند که یک رویکرد با ثبات در خصوص رسیدگی به شکایات مشتریان وجود دارد و سازمان را قادر می‌سازد تا شکایات مشتریان را دریافت و برای رفع آنها اقدامات اصلاحی تعریف نموده تا منشأ آنها اصلاح گردد. این فرایند موجب افزایش رضایتمندی مشتریان خواهد شد
- اعتبار برند: با استفاده از استاندارد جهانی می‌توان به ذی‌نفعان اطمینان داد که سازمان در خصوص فرایند مراقبت از مشتری و رسیدگی و بررسی شکایات‌ها دارای تعهد واقعی است.

استاندارد ISO 10002 چارچوب رسیدگی

به شکایت مشتری را به نحو زیر بیان می‌کند:

- تعهد سازمان به ایجاد یک سامانه رسیدگی به شکایات‌ها و مؤثر بودن و کارایی آن



بانک سامان حامی فعالان حوزه انرژی های تجدیدپذیر

که این پروژه ها مطابق با سیاست ها و اهداف بلندمدت بانک بوده و همچنین در راستای سیاست های اقتصادی و جزء پروژه های اولویت دار کشور باشند و ضمن قابل قبول بودن شرایط فنی، اقتصادی و مالی طرح برای بانک ضوابط و مقررات زیست محیطی و اجتماعی را نیز رعایت کرده باشند.

منصور در ادامه، علاوه بر تشریح ابعاد مختلف سیکل هر پروژه تأمین مالی، به معرفی و توضیح ارزیابی های مختلفی پرداخت که بانک طی همکاری از متقاضیان تأمین مالی دریافت خواهد کرد. رئیس اداره تأمین مالی و مدیریت طرح های بانک سامان در پایان ضمن امیدواری برای تلاش دسته جمعی همه ارکان دولت، شرکت های خصوصی و مردم برای رفع ناترازی انرژی برق، خطاب به مخاطبین پتل اظهار داشت: امیدوارم سایر بانک های کشور هم از تجارب بانک های بین المللی در زمینه آخرین رویکردهای تأمین مالی پروژه ها بهره بگیرند و بانک سامان نیز آمادگی دارد تا تجربیات موفق خود در این زمینه را به سایر بانک های کشور انتقال دهد.

در چهاردهمین نمایشگاه بین المللی "انرژی های تجدیدپذیر و بهره وری انرژی برق" که از ۱۳ تا ۱۵ دی ماه در محل دائمی نمایشگاه های بین المللی تهران برگزار شد، بانک سامان به عنوان یکی از میهمانان دعوت شده از سوی وزارت نیرو، خدمات خود را در این حوزه معرفی کرد.

در خلال برگزاری نمایشگاه "انرژی های تجدیدپذیر و بهره وری انرژی برق" در پتل راهکارهای تسهیل سرمایه گذاری از منظر تأمین مالی که با حضور مدیرکل تجهیز منابع مالی ساتبا (سازمان انرژی های تجدیدپذیر و بهره وری انرژی برق) و دبیر شورای تأمین مالی کشور برگزار شد، رئیس اداره تأمین مالی و مدیریت طرح های بانک سامان، اصول تأمین مالی و خدمات قابل ارائه بانک سامان به شرکت های فعال در زمینه انرژی های تجدیدپذیر را تبیین نمود.

حسین نقی پور منصور در این پتل ضمن تأکید بر فعالیت بانک سامان در راستای مسئولیت های اجتماعی خود در حوزه محیط زیست و انرژی های نو، تصریح کرد: بانک سامان سعی دارد پروژه هایی را تأمین مالی کند



UGA among
the **150** best
universities in
the world and
in the **top 5**
F r e n c h
universities



پایان برگزاری چهارمین دوره MBA (۱۴۰۲-۱۴۰۳) آکادمی سامان

می‌شوند. تابه‌حال چهار دوره MBA با شرکت تعدادی از همکاران مستعد برگزار شده است که دوره چهارم آن در آذرماه ۱۴۰۳ با موفقیت تمام شرکت‌کنندگان به پایان رسید. شرکت‌کنندگان در دوره، در آبان‌ماه ۱۴۰۳ به کشور فرانسه اعزام شده و با موفقیت از پایان‌نامه‌های خود دفاع کردند.

در راستای پرورش مدیران و توسعه کارکنان بانک، آکادمی سامان با همکاری دانشگاه گرونوبل فرانسه، دوره چهارم کارشناسی ارشد مدیریت با عنوان ACM-Applied Corporate Management (MBA) را برگزار کرد. دوره مذکور شامل مجموعه‌ای از درس‌های مدیریتی، مالی، استراتژی و بازاریابی است که با رویکرد بانکی طراحی و برگزار





حضور بانک سامان در دو همایش تخصصی سرمایه انسانی

عنوان «قدم زدن روی زمین»، به مباحث کلیدی جانشین‌پروری و توسعه سرمایه انسانی پرداخت. پیمان نادری در پنل تخصصی «جانشین‌پروری؛ بذرهایی که باید امروز کاشته شوند» حضور یافت و در سخنرانی خود به معرفی برنامه‌های جامع بانک سامان در حوزه جانشین‌پروری پرداخت. مدیر سرمایه انسانی بانک سامان بر اهمیت طراحی و اجرای برنامه‌های استراتژیک برای شناسایی و پرورش استعدادها داخلی تأکید کرده و توضیح داد که چگونه این برنامه‌ها به منظور پرورش نسل آینده مدیران و تضمین پایداری سازمانی طراحی شده‌اند.

نقش بانک سامان در ارتقای سرمایه انسانی

حضور بانک سامان در این دو رویداد تخصصی، جلوه‌ای از نگاه آینده‌نگر و تعهد جدی این سازمان به سرمایه انسانی به عنوان موتور محرک رشد و نوآوری بود. بانک سامان با ارائه تجربیات کاربردی و انتقال دانش در زمینه تعامل کارکنان، مدیریت استرس شغلی و جانشین‌پروری، توانست به الگویی الهام‌بخش برای دیگر سازمان‌ها تبدیل شود. این مشارکت فعال نشان می‌دهد که بانک سامان نه تنها به توسعه داخلی خود متعهد است، بلکه به عنوان یک بازیگر پیشرو، نقشی تأثیرگذار در بهبود استانداردهای مدیریت منابع انسانی در کشور ایفا می‌کند. این رویکرد، گامی مهم در مسیر تعالی سازمانی و تقویت فرهنگ کار حرفه‌ای است.

در ماه‌های آذر و دی ۱۴۰۳، بانک سامان با حضور فعال و ارزشمند خود در دو همایش تخصصی سرمایه انسانی، بار دیگر تعهد خود به ارتقای فرهنگ سازمانی و اهمیت سرمایه انسانی به عنوان یکی از ارکان اصلی موفقیت سازمانی را به نمایش گذاشت. این مشارکت، فرصتی برای به اشتراک گذاری تجربیات موفق و الهام‌بخش در این حوزه بود.

همایش WorkWise Summit & Expo

این رویداد در تاریخ ۱۹ آذر در سالن همایش هتل قلب برگزار شد و موضوع اصلی آن «از کار تا در کارتندگی» بود که به بررسی روش‌های افزایش تعامل کارکنان (Employee Engagement) اختصاص داشت. پیمان نادری، مدیر سرمایه انسانی بانک سامان، به عنوان سخنران در پنل تخصصی «سازمان، ساختار کار و در کارتندگی» حضور یافت. نادری در این پنل ضمن تشریح اقدامات بانک سامان برای خلق محیط کاری پویا و الهام‌بخش، تجربیات موفق این سازمان را در کاهش فرسودگی شغلی و افزایش انگیزش کارکنان به اشتراک گذاشت و تأکید وی بر استفاده از رویکردهای نوآورانه برای حفظ سلامت روانی و جسمانی کارکنان، مورد استقبال حاضران قرار گرفت.

همایش HR Vision 03

این همایش در تاریخ ۱۷ دی در مرکز همایش‌های رازی برگزار شد و با



لزوم ثبت اطلاعات متقاضیان صدور دسته چک، در سامانه ملی املاک و اسکان کشور



منوط شده است. بر این اساس مشتریان گرامی متقاضی صدور دسته چک، پیش از ارائه درخواست صدور دسته چک، باید کد پستی محل سکونت خود را در سامانه ملی املاک و اسکان کشور به نشانی <https://amlak.mrud.ir> ثبت و از مطابقت آن با کد پستی اعلامی به بانک اطمینان حاصل کنند. در غیر این صورت، از تاریخ اعلامی با توجه به بازدارندگی اعمال شده در سامانه صیاد، امکان صدور دسته چک برای ایشان وجود نخواهد داشت.

بر اساس دستور بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، صدور دسته چک صیادی از تاریخ ۳۰ دی ماه ۱۴۰۳ منوط به ثبت و تطابق اطلاعات محل سکونت اصلی متقاضی در سامانه املاک و اسکان خواهد بود. به گزارش سامان رسانه، بر اساس تبصره (۸) الحاقی ماده ۱۶۹ قانون مالیات‌های مستقیم و طبق اعلام بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، ارائه خدمات بانکی از جمله صدور دسته چک صیادی، به احراز نشانی (کد پستی) محل اقامت اشخاص و الزام خوداظهاری املاک تحت تملک و تحت اقامت اشخاص حقیقی در سامانه ملی املاک و اسکان کشور



همکاری بانک سامان با بیمارستان بهارلو (مرکز آموزشی، پژوهشی و درمانی بهارلو)



بیمارستان بهارلو، به عنوان یکی از بیمارستان‌های دانشگاه علوم پزشکی تهران با قدمت ۸۵ سال و با ۳۵۰ تخت فعال در جنوب تهران، در میدان راه‌آهن در حال خدمت‌رسانی به اهالی منطقه، ساکنین شهرهای اطراف تهران و از جمله افراد بی‌خانمان است. همچنین این بیمارستان به عنوان قطب آنژیوگرافی و مسمومیت جنوب استان تهران، ماهانه پذیرای ۲۰ هزار مراجع در درمانگاه و حدوداً ۵ هزار بیمار بستری است.

بیمارستان جنرال بوده و دارای بخش‌های زیر است:
آنژیوگرافی، مسمومیت، اتاق عمل، دیالیز، سنگ‌شکن، پزشکی هسته‌ای، آندوسکوپی، کولونوسکوپی، زایمان، تالاسمی، اکو، تصویربرداری (رادیولوژی، سونوگرافی، سی‌تی‌اسکن و ماموگرافی)، سنجش تراکم استخوان، طب کار و همچنین دارای درمانگاه قلب، داخلی، زنان، اطفال، مغز و اعصاب، جراحی کلیه و مجاری ادراری، عفونی، ارتوپدی، روان‌درمانی و مشاوره و...

بانک سامان در آذر ۱۴۰۳ با خرید سه دستگاه مانیتور علائم حیاتی، همکاری با بیمارستان را آغاز کرده است که دو دستگاه از این تجهیزات در اورژانس مسمومیت و یک دستگاه در بخش مسمومیت بیمارستان مورد استفاده قرار می‌گیرد.

بخش مسمومیت بیمارستان با ۲۵ تخت بستری و ۱۰ تخت اورژانس یکی از واحدهای تخصصی است که به ارائه خدمات پزشکی برای درمان و مدیریت موارد مسمومیت اختصاص دارد. این بخش برای تشخیص، درمان و پیشگیری از عوارض ناشی از مسمومیت‌های دارویی، شیمیایی، غذایی، گازها، سموم گیاهی و حیوانی فعالیت می‌کند. این بخش‌ها ماهانه به طور میانگین پذیرای حدود ۱۰۰۰ نفر مراجعه‌کننده و ۲۴۱ بیمار بستری هستند.

ویژگی‌های بخش مسمومیت:

- خدمات درمانی ویژه؛
- کادر تخصصی؛
- تجهیزات ویژه برای احیای قلبی - ریوی و مانیتورینگ بیماران؛
- پیشگیری و آموزش: مشاوره برای پیشگیری از مسمومیت‌ها؛
- ارائه خدمات اورژانسی به صورت ۲۴ ساعته.



Four Thousand Weeks
Time Management for Mortals
By Oliver Burkeman

درباره کتاب

- به دنبال معنای عمیق‌تری از زندگی و زمان هستید.
- به فلسفه زندگی و تفکر در مورد اولویت‌ها علاقه دارید، این کتاب می‌تواند دیدگاه جدیدی را به شما ارائه دهد. همچنین برای مدیران، دانشجویان، و علاقه‌مندان به توسعه فردی و روان‌شناسی زندگی، اثری الهام‌بخش خواهد بود.

درباره نویسنده

الیور برکمن، نویسنده و روزنامه‌نگار بریتانیایی است که بیش از یک دهه ستون «This Column Will Change Your Life» را در روزنامه گاردین نوشته است. او به مسائل مرتبط با روان‌شناسی، فلسفه و بهبود کیفیت زندگی می‌پردازد. آثار برکمن همواره با استقبال منتقدان روبه‌رو بوده و کتاب چهار هزار هفته نیز یکی از موفق‌ترین آثار اوست که به چندین زبان ترجمه شده است. سبک نویسندگی او ترکیبی از تحلیل علمی، تفکر فلسفی و داستان‌سرایی جذاب است که خوانندگان را به تفکر عمیق در مورد زندگی و زمان دعوت می‌کند.



منبع فارسی:

<https://bookcofe.ir>



منبع انگلیسی:

<https://www.goodreads.com/book/show/54785515-four-thousand-weeks>

چکیده کتاب

الیور برکمن در کتاب چهار هزار هفته استدلال می‌کند که تلاش برای مدیریت زمان کامل و انجام همه کارها غیرممکن است. او توضیح می‌دهد که ما باید بپذیریم که زمان محدود داریم و به‌جای تلاش برای انجام همه چیز، باید روی مهم‌ترین اولویت‌ها تمرکز کنیم. کتاب شامل مباحثی درباره پذیرش محدودیت‌های انسانی، مقابله با اهمال‌کاری، و یافتن تعادل میان کار و زندگی است. برکمن با روایت داستان‌ها و مثال‌های جذاب، رویکردهای عملی برای مدیریت بهتر زمان و کاهش استرس ارائه می‌دهد. او پیشنهاد می‌کند به‌جای مقاومت در برابر محدودیت‌های زمانی، آن‌ها را بپذیریم و از زندگی خود لذت ببریم.

این کتاب مناسب چه افرادی است؟

- کتاب چهار هزار هفته برای هر کسی که احساس می‌کند در دنیای پرشتاب و پرمشغله امروزی در مدیریت زمان یا اولویت‌بندی زندگی دچار مشکل است، مناسب است. اگر شما:
- مرتباً احساس می‌کنید زمان کافی برای کارها و اهداف خود ندارید.
- از روش‌های معمول مدیریت زمان نتیجه نگرفته‌اید.



قدرت پنهان آدم‌های بسیار حساس در جهان پیچیده امروز



شهلا او جاقی |
رئیس دایره امور صادرات معاونت بین الملل

افراد حساس نقش مهمی در پیشرفت جامعه ایفا می‌کنند. آنها توانایی شگفت‌انگیزی در مشاهده جزئیات و نکات ریز دارند که دیگران ممکن است از آن غافل شوند. این توانایی باعث افزایش شانس بقای انسان‌ها و ارتقای کیفیت زندگی اجتماعی می‌شود.

تحقیقات نشان داده‌اند که بین استعداد و حساسیت همبستگی وجود دارد. هر چه ضریب هوشی فرد بالاتر باشد، احتمال بیشتری وجود دارد که او ویژگی‌های Highly Sensitive Person (HSP) را داشته باشد. افراد حساس معمولاً پیوستگی‌های بیشتری را در جهان مشاهده می‌کنند (پیوستگی‌هایی که دیگران ممکن است از چشمشان پنهان بماند). به همان اندازه که درک این مفهوم که حساسیت چیست، اهمیت دارد، دانستن این که حساسیت چه چیزی نیست نیز از اهمیت بالایی برخوردار است. ویژگی حساسیت با درون‌گرایی، اوتیسم، اختلال پردازش حسی یا روان زخم یکسان نیست. افراد حساس نیاز به زمان تنهایی برای پردازش افکار و احساسات خود دارند و متأسفانه این موضوع ممکن است باعث شود دیگران به آن‌ها برچسب‌هایی مانند "مشکوک" یا "مودی" بزنند.

در نهایت، این کتاب نه تنها به بررسی ویژگی‌های افراد حساس می‌پردازد، بلکه سعی دارد تا جامعه را به پذیرش و احترام به این ویژگی دعوت کند. هدف نهایی نویسندگان این است که با ارائه اطلاعات و ابزارهای لازم، به افراد حساس کمک کنند تا احساس کنند که در دنیای پیچیده امروز، نه تنها جایی دارند، بلکه می‌توانند نقش مؤثری ایفا کنند. برگرفته از کتاب حساس‌ها

در دنیای معاصر که غالباً به سمت برون‌گرایی و ویژگی‌های اجتماعی پررنگ تمایل دارد، افراد حساس اغلب در سایه قرار می‌گیرند. کتاب "حساس‌ها" به قلم دو نویسنده‌ای است که هر یک از آن‌ها به دلیل حساسیت‌های خود، سال‌ها را صرف مطالعه و تحقیق در مورد این ویژگی منحصر به فرد کرده‌اند. یکی از نویسندگان، با تجربه شخصی از چالش‌های زندگی در جامعه‌ای که بیشتر به برون‌گرایی و رفتارهای اجتماعی تمایل دارد، تصمیم می‌گیرد زندگی‌اش را وقف نوشتن مقالاتی درباره ویژگی‌های افراد حساس و درون‌گرا کند. نویسنده دیگر نیز با پیشینه‌ای غنی در زمینه روان‌شناسی، مقالات علمی متعددی را در این حوزه منتشر کرده است.

این کتاب بر این باور استوار است که حساس بودن نه تنها یک نقطه ضعف نیست، بلکه می‌تواند به عنوان یک نقطه قوت در نظر گرفته شود. نویسندگان تلاش دارند تا با تغییر نگرش جامعه نسبت به حساسیت، به افراد حساس کمک کنند تا خود را بهتر بشناسند و ویژگی‌های خاص خود را بپذیرند. آنها می‌خواهند مزیت‌های حساس بودن را معرفی کنند و دیدگاهی مثبت نسبت به هویت واقعی افراد حساس ایجاد نمایند.

متأسفانه، در بسیاری از فرهنگ‌ها، حساسیت به عنوان یک صفت منفی تلقی می‌شود. این در حالی است که افراد حساس دارای موهبت‌هایی هستند که اگر به درستی شناسایی و هدایت شوند، می‌تواند به جای نقطه ضعف، به نقطه قوت شخصیت آنها تبدیل شود. به عبارت دیگر، حساس بودن به معنای زنده بودن و ارتباط عمیق‌تر با جهان است.



پرسش و پاسخ

مثل روال گذشته، قاره 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.

سوال این ماه:

برای تقویت خلاقیت و ایده پردازی در تیم، چه پیشنهادهایی دارید؟

معکوس برای یافتن رویکردهای نوآورانه است.
● مرتضی افشار - کارشناس ارشد بررسی مطالبات در معرض ریسک، مدیریت پیگیری مطالبات

به نظرم بهترین و مؤثرترین راه برای افزایش خلاقیت، ایجاد زمینه مناسب برای شنیدن راهکارهای مطرح شده، توسط همه افراد سازمان هست انعطاف پذیری و سبک کردن سازمان از مهم ترین رویکردهایی هست که می تواند خلاقیت و نوآوری را شکوفا کند.

● داریوش جهانگیر مقدم - بانکدار فروش تخصصی، شعبه حافظ اصفهان

قدم اول برای شناسایی و تشخیص یک ایده خوب، شناخت کافی و دقیق تمامی اعضای تیم است. از دلایل عدم تطبیق راه حل ها و روش های فعلی با شرایط موجود، مشکلات، موانع و چالش های پیش روی این راه حل ها و مهم تر از آن، باورداشتن به اثر گذاری و حصول نتایج مثبت، در صورت اجرای صحیح ایده است. اگر این شناخت، آگاهی و باور وجود نداشته باشد؛ علاوه بر این که فرصت اجرایی شدن از هر ایده خوبی گرفته می شود، به احتمال بسیار زیاد تخریب ایده هم اتفاق می افتد. حقیقت تلخ غیرقابل انکار این است که تا به امروز، بسیاری از ایده های ناب، صرفاً به دلیل اظهارنظرهای ناآگاهانه دیگران به دست فراموشی سپرده شده و هیچ وقت فرصت اجرایی شدن پیدا نکرد.

● عادل برزگری، بانکدار عملیات، شعبه اروند

همه افراد می توانند از خودشان خلاقیت های شگفت انگیزی نشان دهند. به همین دلیل، ایجاد بستر لازم برای ترویج و تقویت خلاقیت در سازمان، از

● علیرضا مقدسی - بانکدار فروش تخصصی شعبه بازار
برای تقویت خلاقیت تیم، محیطی امن و بدون قضاوت ایجاد کنید. جلسات طوفان فکری برگزار کنید. چالش های مشخص برای حل تعریف کنید. ترکیب تیم را متنوع کنید. ایده ها را آزمایش کنید و از شکست ها درس بگیرید. پاداش برای ایده های خلاقانه تعیین کنید. این روش ها به افزایش خلاقیت کمک می کنند.

● حامد دورقی نژاد - بانکدار فروش شعبه اروند
یکی از مهم ترین عامل های مهم جهت تقویت خلاقیت و ایده پردازی تلاش برای ایجاد فضا و محیط مناسب و بدون فشار و دور از قضاوت از ایده و خلاقیت مطرح شده است، همه ما جلسات طوفان فکری را خوب می شناسیم و در آن نیز شرکت کرده ایم؛ اما یکی دیگر از عوامل تأثیرگذار، ارائه جلسات طوفان مغزی معکوس (Reverse brainstorming) است، در این روش با تعریف واضح مشکلی که می خواهید به آن بپردازید آغاز می شود. باین حال، شرکت کنندگان به جای جستجوی راه حل، به راه هایی برای بدتر کردن مشکل فکر می کنند. هدف این است که تا آنجا که ممکن است ایده هایی ایجاد شود که مشکل را تشدید کند یا به آن کمک کند. هنگامی که تعداد کافی ایده «معکوس» وجود داشت، این ایده ها مجدداً معکوس می شوند تا راه حل ها یا استراتژی های بالقوه ای که به علل اساسی مشکل رسیدگی می کنند، شناسایی شوند. این شامل جستجوی مخالف ایده های

جذب افراد خلاق بارها و بارها مهم تر است. اگر خلاق ترین کارکنان ممکن را هم جذب کنید؛ اما آن‌ها تمایلی به بیان ایده‌ها و ابراز خلاقیتشان نداشته باشند، یک سرمایه ارزنده را سوزانده‌اید؛ اما برای اینکه تقویت پیدا کنه این نکات مهم رو، باید در نظر داشت: ۱- چالش‌های فکری محرک ایجاد کنید ۲- هدف‌گذاری کنید؛ اما در انتخاب روش به کارکنان آزادی عمل دهید ۳- تیم‌های کاری ناهمسان ایجاد کنید ۴- یک محیط امن برای بروز خلاقیت ایجاد کنید ۵- یادگیری مستمر را تشویق کنید ۶- مُشوق تفکر انتقادی باشید ۷- از کارکنان جدید، ایده و نظر بخواهید ۸- جلسات منظمی برای طوفان فکری داشته باشید (منظور از طوفان فکری، جلساتی که افراد نظرات و تفکرات و ایده‌های خودشان رو بیان کنند، فارغ از قابل اجرا شدن یا نشدن) ۹- افراد را به سؤال پرسیدن تشویق کنید. ۱۰- با تغییر فضا و تغییرات جزئی محل کار یا تغییر دکوراسیون، تأثیرات روحی روانی مطلوبی رو می‌توانید در افراد داشته باشید.

● حمید روشنی، بازرس تطبیق و مبارزه با پول‌شویی ستاد، مدیریت تطبیق و مبارزه با پول‌شویی

به نظر بهترین راه ایجاد خلاقیت، برداشتن چهارچوب‌های از پیش تعیین شده است. ایجاد نیاز در کار و دادن حس امنیت و اختیار عمل لازم و کافی به افراد موجب بروز خلاقیت‌های چشمگیر و روزافزون خواهد شد.

● ناصر هوشیاری، رئیس شعبه، شعبه اردبیل

همه ما اصطلاح کایزن به گوشمان خورده است و کم‌وبیش با مفهوم کایزن آشنایی داریم. ارتباط بسیار نزدیکی بین مفهوم کایزن (بهبود مستمر و بهبود تدریجی) و خلاقیت وجود دارد. از دیدگاه کایزنی برای اینکه بهبود مستمر و تدریجی در یک سازمان اتفاق بیفتد باید سه دسته اقدام اساسی به طور مداوم و مستمر صورت بگیرد:

- حذف فعالیت‌های زایدی که فاقد ارزش هستند

- ادغام و تلفیق فعالیت‌های موازی

- اضافه کردن فعالیت‌های ارزش زا

و برای کشف و تعیین موارد فوق خلاقیت لازم است. سؤال پیش میاد که مفهوم بهبود مستمر چگونه می‌تواند با تقویت خلاقیت ارتباط داشته باشد؟ در مفهوم کایزن و بهبود مستمر دو نکته بسیار مهمی وجود دارد: یکی اینکه هدف تغییرات در این مفهوم، تغییرات و بهبودهای کوچک است نه تغییرات اساسی و بزرگ. دوم اینکه همه افراد و سطوح یک سازمان درگیر و مشغول فرایند بهبود هستند و مختص یک نفر یا یک سطح از سازمان نیست. به طوری که بهبود، هدف و مسئولیت همه افراد سازمان، از مدیرعامل گرفته تا پایین ترین رده شغلی سازمان است. با تبدیل کایزن به یک فرهنگ سازمانی و توجه سیستماتیک به آن، شاهد بی‌نهایت بهبودهای کوچک ولی مستمر خواهیم بود که در نهایت منجر به بهبودهای بزرگ خواهد شد که ناشی از پیشنهادهای خودجوش از بطن افراد سازمان است. در تفکر کایزنی در وهله اول نتیجه اقتصادی یک پیشنهاد از اهمیت چندانی برخوردار نبوده و مورد توجه نیست؛ بلکه تأکید بر سود حاصل از تقویت روحیه مشارکتی سازنده افراد سازمان است؛ بنابراین برای تقویت خلاقیت و ایده‌پردازی افراد سازمان پیشنهاد می‌شود تفکر کایزن و بهبود مستمر، مورد توجه ویژه سازمان قرار گیرد و بخشی از فرهنگ سازمانی ما باشد تا همه افراد سازمان با درک اهمیت ایده‌های هر چند کوچک خود در تأثیرگذاری و مشارکت در موفقیت‌های بزرگ، احساس مسئولیت کرده و در هر زمان به بهبود محصول، خدمات و شرایط موجود فکر کند و نسبت به ارائه پیشنهادها بی تفاوت نبوده و ایده‌پردازی کند.

● آرش آذین فر، بانکدار فروش، شعبه ساری

۱. محیط کار به محیطی جذاب تبدیل شود.

۲. اعتماد کارکنان را جلب کند.

۳. کارکنان سمی و منفی‌نگر از تیم سازمان حذف شود.

۴. بروکراسی کاهش یابد.

۵. امنیت روانی کارکنان تأمین شود.

۶. با کارکنان تعامل منظم داشته باشند.

۷. تشویق به یادگیری مستمر را در پرسنل نهادینه کنند.

۸. به ایده‌های خلاقانه پاداش دهند.

۹. رویکرد فرهنگ سازمانی باز داشته باشند.

۱۰. فرایند کاری پرسنل شفاف‌سازی شود.

۱۱. مدیریت ذره‌بینی متوقف شود.

۱۲. جایگاه جانشین‌پروری در سازمان‌ها افزایش پیدا کند.

۱۳. به افراد فضایی منعطف و زمان استراحت اختصاص داده شود.

● شادی گیلانی سقز، بانکدار عملیات، شعبه بهشتی - قائم مقام

به نظر من مهمترین راه افزایش خلاقیت ایده‌پردازی (idea generation) است.

در مرحله بعد می‌توان برای حس کنجکاوی در مورد ایده جدید پاداش تعیین کنیم. - کاری کنیم که حس اعتماد به نفس کارکنان افزایش یابد. - احتمال شکست را حتما در نظر بگیریم. - حس دیده و شنیده شدن در کارکنان می‌تواند معجزه کند. - کیفیت گفتگوی صمیمانه را افزایش دهیم و دست از جلسه بازی برداریم. - مغز انسان منبع نامحدود از الهامات ذهنی است بیایید بدون ترس از مطرح کردن ایده‌هایمان جلو برویم. - موفقیت‌های کوچک را در گروه جشن بگیریم. - گاهی ایده‌هایمان را از جهتی دیگر بررسی کنیم.

مثلا خلاف جهت ایده را بررسی کنیم. - امنیت روانی در کارکنان مهمترین رکن است از آن غافل نشویم و نظر هر فرد برایمان با ارزش باشد.

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

بهترین راهکارها را می‌شود به صورت زیر فهرست کرد:

۱. جلسات طوفان فکری: فضایی آزاد برای ایده‌پردازی ایجاد کنید و هیچ ایده‌ای را رد نکنید.

۲. تبادل نقش‌ها: اعضای تیم را به چالش بکشید تا از دیدگاه دیگران مسائل را ببینند.

۳. ایده‌پردازی از رقبا: بررسی کنید رقبا چگونه مشکلات مشابه را حل کرده‌اند.

۴. توقف و استراحت: گاهی اوقات فاصله گرفتن از پروژه باعث تولد ایده‌های جدید می‌شود.

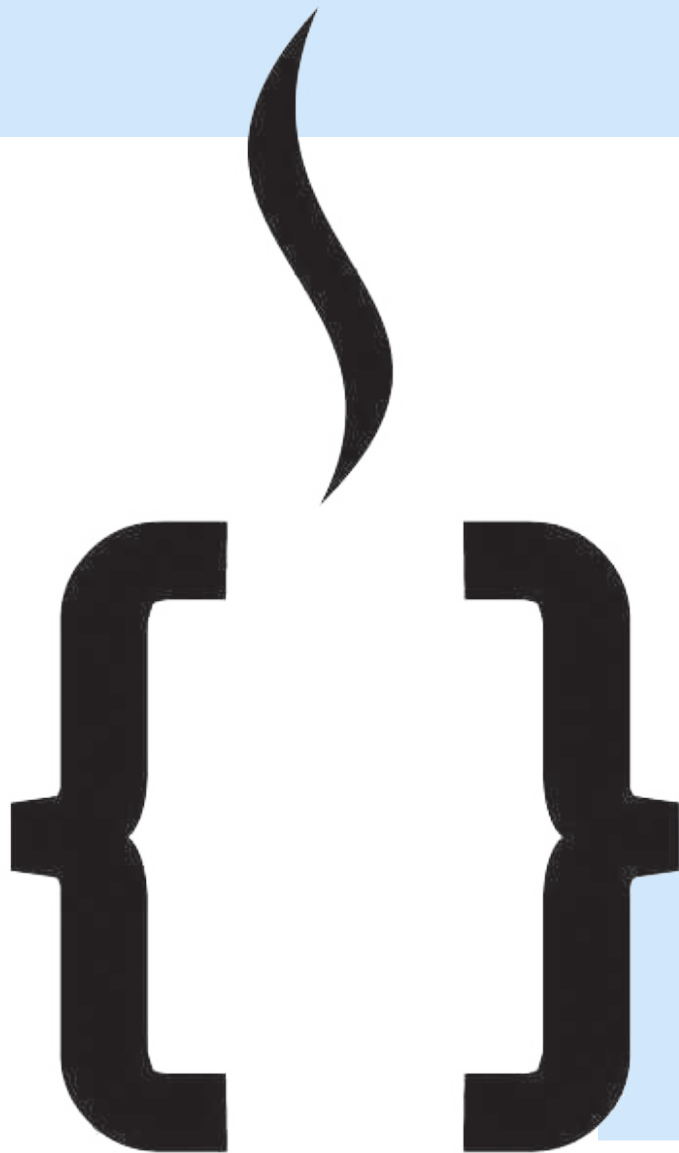
۵. ترویج فرهنگ شکست‌پذیری: به تیم اجازه دهید بدون ترس از شکست، ایده‌های جدید را آزمایش کند.

۶. الهام از منابع مختلف: تیم را تشویق کنید که خارج از صنعت خودشان مطالعه کنند یا تجربه‌های جدید کسب کنند.

۷. کارگاه‌های آموزشی: ورکشاپ‌های خلاقیت یا بازی‌های تیمی برگزار کنید.

۸. سیستم پاداش برای ایده‌های نو: انگیزه برای ارائه ایده‌های جدید را تقویت کنید.

۹. محدودیت‌های خلاقانه: محدودیت‌هایی طراحی کنید که تیم را به حل مسئله به روش‌های غیرمعمول وادار کند.



کافه تک

Café Tech

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

| مهرناز تباری |

| کارشناس مدیریت روابط عمومی و صدای مشتریان |

استرس آور باشد. اما خبر خوب این است که ابزارهای دیجیتال می توانند به شما کمک کنند تا این فشارها را کاهش دهید و وظایف خود را بهتر مدیریت کنید. در این مقاله، پنج ابزار کاربردی را معرفی می کنیم که می توانند روز کاری شما را دلپذیرتر کنند.

سلام به همراهان کافه تک
این ماه قصد داریم ۴ ابزار دیجیتال برای کاهش استرس و مدیریت بهتر وظایف کاری به شما معرفی کنیم.
زندگی کاری امروز، پر از چالش ها و دغدغه هایی است که گاهی می تواند





روزانه‌نویس: تمرکز و آرامش در کنار هم

برای کاهش استرس و تمرکز بیشتر در کار، استفاده از ابزارهای ساده‌ای مثل اپلیکیشن‌های یادداشت‌برداری مانند Notability است. این اپلیکیشن با ترکیب قابلیت‌های یادداشت‌برداری، طراحی و ضبط صدا، به شما امکان می‌دهد تا افکار، ایده‌ها و وظایف خود را به شیوه‌ای خلاقانه و منظم ثبت کنید. همچنین، قابلیت دسته‌بندی و همگام‌سازی یادداشت‌ها باعث می‌شود که همیشه به اطلاعات موردنیاز خود دسترسی داشته باشید، بدون اینکه نگران فراموشی یا گم‌شدن آنها باشید. چنین ابزارهایی نه تنها بهره‌وری را افزایش می‌دهند، بلکه با ایجاد نظم ذهنی، استرس روزانه را کاهش می‌دهند.



Microsoft To Do دستیار همیشه در دسترس

برای افرادی که به برنامه‌ریزی علاقه دارند، Microsoft To Do یک همراه عالی است. این اپلیکیشن به شما امکان می‌دهد:

- لیست‌های کاری و شخصی خود را مدیریت کنید
- وظایف را با توجه به اهمیت مرتب کنید
- برای کارهای مهم یادآوری تنظیم کنید

این ابزار با نرم‌افزارهای دیگر مایکروسافت کاملاً یکپارچه است و استفاده از آن را آسان‌تر و جذاب‌تر می‌کند.



Trello نظم‌دادن به کارها با سادگی

اگر به دنبال راهی ساده و مؤثر برای مدیریت وظایف هستید، Trello بهترین انتخاب است. این ابزار با استفاده از کارت‌ها و تخته‌ها، به شما امکان می‌دهد وظایف خود را به صورت مرتب سازمان‌دهی کنید. ویژگی‌های کلیدی آن عبارت‌اند از:

- دسته‌بندی و اولویت‌بندی کارها
- پیگیری پیشرفت پروژه‌ها
- کار تیمی بدون دردسر

Trello به شما این امکان را می‌دهد تا همیشه یک تصویر واضح از کارهایی که باید انجام دهید، داشته باشید همچنین قابلیت استفاده در موبایل و دسکتاپ را به صورت هم‌زمان دارد.



Focus To-Do تمرکز بیشتر با تکنیک پومودورو

اگر در حین کار به تمرکز بیشتری نیاز دارید، اپلیکیشن Focus To-Do گزینه‌ای عالی است. این ابزار رایگان و در ایران قابل استفاده است و با استفاده از تکنیک پومودورو به شما کمک می‌کند:

- زمان کار و استراحت را مدیریت کنید
- بهره‌وری خود را افزایش دهید
- روی وظایف مهم تمرکز کنید



ارزیابی کیفیت رشد جهانی اقتصاد

| پریسا حاجی محمدی - دکتری کسب و کار حرفه‌ای DBA |

سال بعد، رشد جهانی اقتصاد، به ۳.۱ درصد برسد که عملکردی متوسط در مقایسه با میانگین قبلی پیش از همه گیری کرونا است. اقتصاد جهانی امسال با وجود تفاوت در قدرت فعالیت بین کشورها و بخش‌ها، انعطاف پذیر باقی مانده است. تورم به روند خود ادامه داده است. تنگنای بازار کار کاهش یافته است، اگرچه نرخ بیکاری بطور کلی نزدیک به پایین ترین سطح باقی می ماند اما با این حال، خطرات ریسک‌های کلیدی مربوط به ماندگاری تورم بیش از حد انتظار است.

آخرین گزارش بانک جهانی از چشم انداز اقتصاد جهانی گفته است که اقتصاد جهانی در حال تثبیت است، در حالی که چشم انداز اقتصاددانان ارشد مجمع جهانی اقتصاد از یک «خوش بینی محتاطانه» سخن می گویند. ۸۰ درصد از اقتصاددانان ارشد انتظار دارند که رشد اقتصادی در امسال بدون تغییر یا تا حدودی قوی تر باقی بماند و انتظار دارند که رشد جهانی در پنج سال آینده به سطح بالاتری بازگردد اما در مواجهه با مسائل متأثر از تنش های ژئوپلیتیکی پایداری و انعطاف پذیری کمتری دارد.

این نشست رهبران را گرد هم می آورد تا بررسی کنند که چگونه اولویت های رقابتی می توانند متعادل شوند و در عین حال بهبودی را تقویت کرده و همکاری را تقویت کنند. برای غلبه بر پراکندگی ژئوپلیتیکی، سبز و مرتبط با فناوری، تمرکز بر حصول اطمینان از اینکه تجارت برای امنیت، اشتغال و توسعه مفید است، معطوف می شود. موضوع اصلی اقتصاد جهانی رابطه چین با غرب است و این، محوری است که جهانی شدن به مدت ۲۰ سال حول آن چرخیده است و حفظ این رابطه به طرق مختلف، ریسک کردن و تنوع بخشیدن به طیف بازیگرانی است که به طور مستقیم علی الخصوص در خلیج فارس بر تجارت جهانی تأثیر گذارند.

این داستان جهانی سازی در آینده است. این یک گسست ناگهانی نیست پویایی اقتصاد جهانی و تجارت بین الملل بسیار قدرتمند است، اما اگر با ظهور چندین مرکز و قطب اقتصادی در جهان پیش برویم، می توان پیش بینی کرد که رشد آن را حفظ کنند. جهانی شدن دیگر یک داستان منطقه محور نیست و چیزی است که سراسر جهان را درگیر خود می کند. آخرین پیش بینی های اقتصادی نشان می دهد سرعت نوآوری در فناوری هایی مانند هوش مصنوعی صنایع را به جلو سوق می دهد. اما خطرات و تنش ها همچنان پابرجاست و تنها با مشارکت همه ذی نفعان می توان از مرزهای بعدی رشد اقتصاد جهانی را فراتر گام برداشت.

گزارش جهانی رشد اقتصاد جهانی چارچوبی چندبعدی برای ارزیابی کیفیت رشد اقتصادی در ۱۰۷ کشور جهان را بررسی می کند و رشد اقتصادی کشورها را در چهار بعد زیر نظر می گیرد: نوآوری، فراگیر بودن، پایداری و تاب آوری. داده ها و تجزیه و تحلیل های ارائه شده ممکن است توسط طیف گسترده ای از ذی نفعان برای شناسایی زمینه های بهبود یا هم افزایی آتی، بهره برداری و استفاده شود در حالی که هر کشور مسیر رشد منحصر به فرد و متفاوتی دارد. همچنین طیف وسیعی از عوامل رشد در شرایطی شکل می گیرد که هدف شناسایی شود و کشورهایی که بیشترین ارتباط را در ویژگی های چهار بعدی اشاره شده دارند، محدودیت ها و فرصت های خود را دریابند تا نتایجی مشابه دریافت کنند. سال ۲۰۲۵ پایان ربع اول قرن بیست و یکم را رقم خواهد زد و زمان خوبی برای بررسی عملکرد اقتصادهای نوظهور و در حال توسعه از سال ۲۰۰۰ و ارزیابی چشم انداز آنها خواهد بود. گزارش بعدی چشم انداز اقتصاد جهانی که در ۱۴ ژانویه ۲۰۲۵ منتشر می شود، دارای دو فصل تحلیلی است که یک گزارش سه ماهه اول را ارائه می دهد: فصل اول عملکرد ۲۶ اقتصاد کم درآمد را پوشش می دهد. دومی دیدگاه هایی در مورد اقتصادهای نوظهور و در حال توسعه با درآمد متوسط ارائه می دهد. کشورهای کم درآمد در قرن

بیست و یکم، ۴۰ درصد از جامعه آسیب دیده جهان هستند و افراد جامعه آماده بکار آنها در حال گسترش است، که می تواند به رشد اقتصاد بینجامد و فقر را کاهش دهد، اما تنها در صورتی که این افراد به کار گرفته شوند، این افق روشن خواهد بود. آنچه در اینجا اتفاق می افتد احتمالاً نتایج مهمی را حاصل خواهد شد که از جمله تلاش بین المللی برای پایان دادن به فقر و تأثیر جهانی آن در مناطق و کشورهای مختلف خواهد بود و گزارش بعدی چشم انداز اقتصاد جهانی شامل پیش بینی های رشد کوتاه مدت بانک جهانی و ارزیابی ریسک ها و سیاست گذاری های مالی خواهد بود.

انتظار می رود رشد جهانی ثابت باقی بماند. با این حال، بازنگری های قابل توجهی در زیر ساخت های اقتصاد جهانی انجام شده است، که با ارتقای بازارهای نوظهور و اقتصادهای در حال توسعه، رفع موانع تولید و حمل و نقل کالاها (به ویژه نفت)، مدیریت درگیری ها و ناآرامی های جهانی و نوسانات شدید آب و هوایی منجر به اثربخشی مثبت خواهد شد. پیش بینی می شود پنج



سرنوشت بیت کوین و دیگر ارزهای دیجیتال در سال ۲۰۲۵

| اصغر علی کرمی |

به گزارش خبرنگار بین الملل ایبنا و به نقل از الجزیره، بازارهای تجارت جهانی با توجه به پیشرفت سریع فناوری شاهد تغییرات عمده‌ای هستند که مهمترین آنها ظهور ارزهای دیجیتال است که در بازارهای مالی با ارزهای سنتی رقابتی شده‌اند. بیت کوین اولین ارز دیجیتال در صحنه محسوب می‌شود، زیرا ارزش آن دیروز به حدود ۹۴ هزار دلار رسید. این در حالی است که بانک‌های مرکزی در بسیاری از کشورهای جهان تلاش‌های خود را برای توسعه ارزهای دیجیتالی که توسط ضمانت‌های دولتی پشتیبانی می‌شوند تشدید می‌کنند و این امر امکان باز کردن افق‌های جدید را فراهم می‌کند. برجسته‌ترین این تلاش‌ها همان چیزی است که ایالات متحده، روسیه و چین در حال برنامه ریزی برای آن هستند. در این گزارش، ما بر تجزیه و تحلیل داده‌های بازار برای ارائه دید کاملی از ارزهای دیجیتال پیشرفته، بر بیت کوین تمرکز می‌کنیم، زیرا این ارز بیشترین تأثیر را در بازارهای مالی دارد.

احمد آکل، اقتصاددان و تحلیلگر مالی معتقد است که ارزهای دیجیتال می‌تواند یکی از برجسته‌ترین ابزارهای معاملاتی در سال ۲۰۲۵ باشد. او گفت که با توجه به شتاب فناوری، انتظار می‌رود تقاضا برای بیت کوین و سایر ارزهای دیجیتال افزایش یابد و ارزهای جدید ظاهر شوند که منجر به تغییرات جدیدی در بازار خواهد شد.

وی در اظهاراتی به الجزیره نت - افزود که کاهش نرخ بهره ایالات متحده شکاف بین بازده بانکی و سایر فرصت‌های سرمایه گذاری را کاهش می‌دهد و اهمیت ارزهای دیجیتال را برای سرمایه گذارانی که به دنبال بازدهی عمده هستند افزایش می‌دهد.

آکل انتظار داشت که نرخ بهره ایالات متحده از ۴.۲۵ درصد در حال حاضر به سطوحی بین ۴ تا ۳.۷۵ درصد کاهش یابد.

آکل توضیح داد که اندازه بازار بیت کوین تا پایان سال ۲۰۲۴ به دو تریلیون دلار رسید که نشان دهنده یک تغییر عمده به سمت تقویت بازار ارزهای دیجیتال است. آکل گفت که عوامل حمایت کننده بیت کوین شامل نرخ بهره پایین، حمایت دولت و تنش‌های اقتصادی و ژئوپلیتیکی است. از سوی دیگر، کامیل الساری، اقتصاددان و استاد اقتصاد و روابط بین‌الملل در دانشگاه سوربن، در اظهاراتی به الجزیره نت نسبت به این باور که بیت کوین ارز آینده یا بهترین وسیله برای دستیابی به سود خواهد بود، هشدار داد. وی بر وجود گزینه‌های امن‌تر مانند طلا به دلیل سابقه طولانی و کاربردهای متعدد آن در جواهرات و ذخایر بانک مرکزی تاکید کرد. به گزارش وب سایت مجله آمریکایی فوربس، بیت کوین در

طول سال ۲۰۲۴ چندین رکورد را به دست آورد و برای اولین بار از آستانه ۱۰۰۰۰۰ دلار فراتر رفت و در بحبوحه افزایش گسترده ارزهای دیجیتال پس از پیروزی دونالد ترامپ در انتخابات ریاست جمهوری ایالات متحده، در صدر این بخش قرار گرفت.

اما افزایش تاریخی آن به ۱۰۰۰۰۰ دلار، به لطف چندین آلتکوین و میم کوین (متأثر از ذکر رسانه‌های اجتماعی) که به طور قابل توجهی افزایش یافتند، بهترین عملکرد بازار توسط یک ارز دیجیتال در سال گذشته نبود. آکل معتقد است که ارزهای رمزی پایه بخش مهمی از سرمایه گذاری باقی خواهند ماند، حتی اگر استفاده از آنها به افراد با نرخ بالاتری نسبت به موسسات اصلی محدود شود.

کامیل الساری، اقتصاددان معتقد است که بیت کوین فاقد هرگونه حقیقت ذهنی است، زیرا کل ارزش آن به حدس و گمان در نتیجه تعامل بین عرضه و تقاضا بستگی دارد و به قمار نزدیک‌تر از یک محیط اقتصادی سالم است. به نوبه خود، آکل در مورد خطرات پیش روی ارزهای دیجیتال مانند هک شبکه هشدار داد که می‌تواند منجر به ضررهای بزرگ برای سرمایه گذاران شود. در سپتامبر گذشته، کتی استاکتون، تحلیلگر فنی از "فایرلند استراتژیست" - طبق گزارش بلومبرگ - پیش بینی کرد این خطرات منجر به سقوط بیت کوین به محدوده قیمتی بین ۵۰ تا ۵۲ هزار دلار شود.

در خصوص سیاست‌های کشورهای مختلف پیرامون ارزهای دیجیتال باید اشاره کرد که کشورهای عربی خلیج فارس به دلیل برخی نگرانی‌های امنیتی علاوه بر این، نسبت به ارزهای دیجیتال محتاط هستند.

در مورد اردن و عراق، آنها ضمن ابراز علاقه به فناوری‌های بلاک چین، نسبت به خطرات آن هشدار داده‌اند. هم مصر و هم مراکش به دلیل ترس از عملیات پولشویی، ممنوعیت شدیدی را اعمال کردند و نشانه‌هایی مبنی بر اینکه این ممنوعیت می‌تواند در آینده بازنگری شود.

عدم وضوح و ضعف در نظارت و قانونگذاری همچنان در خط مقدم پذیرش ارزهای دیجیتال در منطقه عربی است.

در این رابطه، کامیل الساری می‌گوید که چین موضع محکمی در قبال بیت کوین اتخاذ کرده و از به رسمیت شناختن آن امتناع می‌ورزد، زیرا تهدیدی برای اقتصاد این کشور است و منافع تجاری جهانی آن را تأمین نمی‌کند. در مورد اتحادیه اروپا نیز، الساری اشاره کرد که مشابه موضع چین است، زیرا به دنبال محافظت از ارز خود، یورو، در برابر سفته بازی تصادفی بیت کوین و تمرکز بر نقش بانک مرکزی در دستیابی به ثبات اقتصادی است.

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه / بایچه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمابر	نام مسئول شعبه / بایچه ها
۱	آفریقا	۸۰۱	تهران، بزرگراه آفریقا، نرسیده به چهارراه جهان کودک، پلاک ۳۱	۸۸۷۴۴۵۷-۶۱	۸۸۷۳۷۷۳	شاهرخ نیری
۲	مرکزی	۸۰۲	تهران، خیابان انقلاب، بین چهارراه کالج و چهارراه ولیعصر، پلاک ۸۰۳	۶۶۹۵۸۹۳۳-۶۶۹۵۹۰۵۰	۶۶۹۷۱۰۶۱	محمد سلگی
۳	اصفهان	۸۰۳	اصفهان، خیابان فردوسی، نبش خیابان منوچهری، ساختمان امیر، پلاک ۱۳	۰۳۱-۳۲۲۳۰۴۲۴-۷	۰۳۱-۳۲۲۳۰۴۲۸	جمشید باقری
۴	باغ فردوس	۸۰۴	تهران، خیابان ولیعصر، نرسیده به میدان تجریش، روپروی باغ فردوس، پلاک ۲۹۴۴	۲۲۷۴۰۷۷۵	۲۲۷۴۰۷۱۵	نیما گیلانی
۵	پاسداران	۸۰۵	تهران، خیابان پاسداران، مقابل بوستان ششم، جنب برج سفید، پلاک ۲۵۰	۲۲۵۹۵۶۵۸	۲۲۵۹۷۵۴۰	مهدی عبدلی ویشه
۶	بازار	۸۰۶	تهران، بازار بزرگ، خیابان ۱۵ خرداد غربی، بین چهارراه گلوندک و خیابان ابوسعید، پلاک ۶۸۱	۵۵۵۷۵۷۳۸-۹	۵۵۵۷۶۴۹۵	امین بیگلری
۷	صادقیه	۸۰۷	تهران، ضلع جنوب شرقی فلکه اول صادقیه، پلاک ۹۱۸	۴۴۲۵۴۵۱۸-۲۰	۴۴۲۵۴۵۱۷	شادمان غفوری
۸	اقدسیه	۸۰۸	تهران، خیابان اقدسیه (موحد دانش)، نبش کوچه نسیم، پلاک ۶۳	۲۲۸۳۳۰۵۶-۲۲۸۳۳۴۹	۲۲۸۳۳۲۴۵	حیدررسانی فر
۹	میرداماد	۸۰۹	تهران، خیابان میرداماد، نرسیده به میدان مادر، پلاک ۱۴۸	۲۲۹۳۴۵۱-۴	۲۲۹۲۴۴۶۳	امیر گیلانی فر
۱۰	دکتر فاطمی	۸۱۰	تهران، خیابان دکتر فاطمی غربی، روپروی خیابان هشت بهشت، نبش کوچه شیخار (ششم)، پلاک ۱۴۰	۸۸۹۸۲۱۸۱-۸۴	۸۸۹۸۲۱۹۴	نغمه خسروی
۱۱	سعادت آباد	۸۱۱	تهران، خیابان سعادت آباد، میدان کاج، پلاک ۱۳	۲۲۰۸۶۱۹۵-۲۰۰	۲۲۰۸۷۷۰۸	فاطمه دولت آبادی فراهانی
۱۲	جنت آباد	۸۱۲	تهران، خیابان جنت آباد جنوبی، پایین تر از میدان چهار باغ، نبش خیابان لاله غربی، ساختمان سمرقند، پلاک ۴۷	۴۴۴۹۵۲۰۱-۱۲	۴۴۴۹۵۲۸	مهدی طلایی
۱۳	خیابان دولت	۸۱۳	تهران، خیابان دولت، نرسیده به چهارراه پاسداران، پلاک ۱۸	۲۲۷۶۴۲۸۲-۷	۲۲۷۸۱۰۶۹	سمانه دانشمند
۱۴	میدان ونگ	۸۱۴	تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از میدان ونگ، نبش خیابان برادران شرقی، پلاک ۲۴۷۷	۸۸۲۰۵۴۵۵-۹	۸۸۲۰۵۴۴۸	حمید نودست
۱۵	ایران زمین	۸۱۵	تهران، شهرک غرب، خیابان ایران زمین، مجتمع ایران زمین، پلاک ۱۳ و ۱۴	۸۸۵۷۶۲۰۵-۱۰	۸۸۵۷۱۲۱۵	فرشته قانع
۱۶	ارنکه ایرانیان	۸۱۶	تهران، بلوار فرحزادی، نبش اردوگان غربی، مجتمع ارنکه ایرانیان، پلاک ۱	۲۲۳۵۹۲۷۵-۷۸	۲۲۳۵۳۵۱۶	آزاده روشن
۱۷	یافت آباد	۸۱۷	تهران، بزرگراه آیت اله سعیدی، یافت آباد شرقی، بازار میل ایران، پلاک ۲۰۲ و ۲۰۵	۶۶۲۱۱۰۱۴-۱۷	۶۶۲۳۷۱۱۰	امین کاهه
۱۸	شهر ری	۸۱۸	شهری، میدان شهری، خیابان ۲۴ متری زکریای رازی (بیات)، پلاک ۲۵۷	۵۵۹۷۰۷۳۲-۵۵۹۷۰۷۳۸	۵۵۹۷۰۷۳۰	افشین فرج زاده
۱۹	ظفر	۸۱۹	خیابان ظفر، بعد از خیابان کازرون شمالی، پلاک ۱۲۸	۲۶۶۴۵۹۱۶-۲۶۶۴۵۷۱۵	۲۶۷۰۵۳۲۷	بهنام پویانفر
۲۰	آفریقای شمالی	۸۲۰	تهران، خیابان 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	۲۶۲۱۰۹۱۲-۱۴	۲۶۲۱۰۹۱۷	فرهاد عطایی فر
۲۲	پیروزی	۸۲۲	تهران، خیابان پیروزی، نبش خیابان عادل	۳۳۳۳۳۱۴۰-۲	۳۳۳۳۳۱۴۳	عباس دانش بقا
۲۳	ولنجک	۸۲۳	تهران، خیابان ولنجک، خیابان چهاردهم، پلاک ۷	۲۲۴۱۲۳۲۷-۳۱	۲۲۱۷۲۵۹۰	امیرعلی جدیدی
۲۴	خیابان آذربایجان	۸۲۴	تهران، خیابان آزادی، نبش خیابان آذربایجان، پلاک ۱۰۴۶	۶۶۰۶۷۸۸۲-۶۶۰۶۷۸۸۴-۶	۶۶۰۶۷۸۸۰	روح اله صفری
۲۵	شهرک اکباتان	۸۲۵	شهرک اکباتان، فاز یک، خیابان نفیسی، روپروی مخابرات، پلاک ۵۹	۴۰۴۴۹۶۹۰۳-۴۰۴۴۹۶۹۲۵	۴۴۹۶۹۵۴۳	نیما رسولی
۲۶	میدان آرژانتین	۸۲۶	تهران، میدان آرژانتین، اول خیابان بهمن، پلاک ۲۱	۸۸۵۱۶۶۴۰-۸۸۵۱۷۴۱۸	۸۸۵۱۷۳۸۱	محمد رضا البرزی
۲۷	خیابان ملت اکباتان	۸۲۷	تهران، خیابان سعدی جنوبی، خیابان اکباتان، پلاک ۹۳	۳۳۹۹۸۰۰۵-۷ و ۱۲	۳۳۹۹۸۰۰۹	حسام حاجی حیدری
۲۸	قیطریه	۸۲۸	تهران، بلوار ۳۵ متری قیطریه، روپروی پارک قیطریه، پلاک ۸۵	۲۲۲۳۴۴۳۷-۸	۲۲۲۳۴۴۵۸	علیرضا رشیدی
۲۹	ملاصدرا	۸۲۹	تهران، خیابان ملاصدرا، بعد از خیابان شیراز، پلاک ۱۳۲	۸۸۶۳۵۱۷-۸۸۶۳۴۴۸	۸۸۶۳۶۷۳۱	فاطمه حیاتی
۳۰	خیابان سید جمال الدین اسد آبادی	۸۳۰	تهران، خیابان سید جمال الدین اسد آبادی، نبش شمالی خیابان ۴۹، پلاک ۴۳۳	۸۸۶۱۷۹۳۵-۸۸۶۱۰۲۹۶	۸۸۶۲۸۳۲۷	بهنام عسگری علویچه
۳۱	میدان قزوین	۸۳۱	تهران، خیابان کارگر جنوبی، ضلع شمال شرقی میدان قزوین، پلاک ۱۸	۵۵۴۸۱۱۲۲-۴-۸	۵۵۴۸۱۱۷۹	-
۳۲	خیابان دکتر بهشتی	۸۳۲	تهران، خیابان شهید دکتر بهشتی، بعد از چهارراه سه رودی، پلاک ۱۳۸	۸۸۵۱۲۶۰۳-۸	۸۸۷۴۶۶۹۹	سید محمد میرحسینی نیری
۳۳	خیابان کارگر شمالی	۸۳۳	تهران، خیابان کارگر شمالی، بالاتر از خیابان دکتر فاطمی، پلاک ۱۶۱۵	۸۸۹۹۱۳۴۵-۸	۸۸۹۹۱۳۵۰	علی سیروس
۳۴	فلکه سوم تهرانپارس	۸۳۴	تهران، خیابان حجر بن عدی، بالاتر از فلکه سوم تهرانپارس، نبش خیابان ۲۱۴ شرقی، پلاک ۱۳۰	۷۷۳۷۰۱۸۶	۷۷۳۷۰۴۴۱	ارسلان بی آزار
۳۵	خیابان ولیعصر - پارک ساعی	۸۳۵	تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از خیابان شهید دکتر بهشتی، نبش کوچه کوزه گر، پلاک ۲۱۳۳	۸۸۵۵۶۹۶۵-۸۸۷۰۹۴۸۱-۲	۸۸۵۵۶۹۶۶	رضا جلالی
۳۶	فلکه اول تهرانپارس	۸۳۶	تهران، فلکه اول تهرانپارس، ابتدای خیابان حجر بن عدی، نبش خیابان ۱۴۸ غربی، پلاک ۳۲	۷۷۷۲۳۲۵۰-۵۴	۷۷۷۲۳۲۵۵	سلیمان بیات
۳۷	بازار کفاشها	۸۳۷	تهران، بازار بزرگ تهران، سیزه میدان، بازار کفاشها، نبش بازار خاها، پلاک ۶۴	۵۵۱۵۱۸۰۲-۴-۵	۵۵۱۶۱۰۷۳	وحید میرزاخانی
۳۸	الهییه	۸۳۸	تهران، خیابان ولیعصر، خیابان شهید فیاضی، بعد از خیابان کوهیار، پلاک ۶۹	۲۶۲۰۰۹۶۲-۶۳	-	مژگان طرفه نژاد
۳۹	متبریه	۸۳۹	تهران، خیابان ولیعصر، میدان متبریه، خیابان میری، نبش نبش پست ناظمی، پلاک ۵۳	۶۶۴۹۱۰۷۵-۸۷-۸۵	۶۶۴۹۱۰۷۳	-
۴۰	شهرک راه آهن	۸۴۰	تهران، اتوبان همت غرب، شهرک گلستان، بلوار امیرکبیر، نرسیده به چهارراه گلها، پلاک ۵۳	۴۴۷۳۸۹۵۹-۴۴۷۳۸۹۶۹	۴۴۷۳۷۸۸۸	محسن باقری نیا
۴۱	میدان نبوت	۸۴۱	تهران، بزرگراه رسالت، خیابان آیت، ضلع جنوب غربی میدان نبوت، پلاک ۵۶۰	۷۷۹۴۰۴۲۸-۹	۷۷۹۴۰۴۱۸	حمیدرضا خیری
۴۲	دلاوردان	۸۴۲	تهران، میدان رسالت، خیابان هنگام، بلوار دلاوردان، بین چهارراه آزادگان و تکاوران، پلاک ۳۷۵	۷۷۲۱۳۴۸۸-۷۷۲۱۸۹۳۹۱	۷۷۲۱۳۷۷۷	زهرا کسرانی پور
۴۳	شهران	۸۴۴	تهران، میدان دوم شهران، ابتدای خیابان یکم پلاک ۴	۴۴۳۲۷۹۷۱-۴۴۳۲۸۱۴۷	۴۴۳۲۸۳۲۹	عباس آهنگری کیوی

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه/پاچه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمابر	نام مسئول شعبه/پاچه ها
۴۴	بلوار فردوس	۸۴۵	تهران، بزرگراه شهید ستاری، بلوار فردوس شرقی، پلاک ۴۳۴	۴۴۰۰۳۸۵-۶	۴۴۰۰۶۸۳۶	سارا گلدوست موندی
۴۵	فرودگاه امام خمینی	۸۴۶	تهران، کیلومتر ۳۰ اتوبان تهران - قم، فرودگاه بین المللی امام خمینی، سائن ورودی	۵۵۶۷۸۴-۸-۹	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	علی اکبر عینی
۴۸	سرو	۸۴۹	تهران، سعادت آباد، بلوار سرو غربی، نبش شمال شرقی میدان سرو، پلاک ۷۷	۲۲۰۹۴۳۵۶	-	حسن رنجبر قلیچی
۴۹	ترمینال ۲ فرودگاه مهرآباد	۸۵۲	تهران، فرودگاه بین المللی مهرآباد، ترمینال ۲، زیر پارکینگ طبقاتی	۴۴۶۶۹۰۰۹-۴۴۶۳۱۳۹۷	۴۴۶۶۲۲۵۲	مصطفی کریمی
۵۰	امین حضور	۸۵۳	تهران، میدان بهارستان، خیابان مصطفی خمینی، خیابان امیرکبیر شرقی، نبش کوچه جاویدی، پلاک ۱۴۰	۳۳۴۴۳۷۱۱-۳۳۴۴۳۷۰۴	۳۳۱۳۳۸۱۴	روح اله سیاوشی
۵۱	مولوی	۸۵۴	تهران، خیابان مولوی شرقی، نبش کوچه شهید علی اکبر قاسمی، پلاک ۵۱۸	۵۵۱۵۳۷۳۶-۵۵۱۵۶۱۰۹	۵۵۱۵۴۷۲۹	تیمور طاهری
۵۲	خیابان لواسانی	۸۵۵	تهران، کابرتابه، خیابان لواسانی غربی، نبش دوراهی آریا، پلاک ۳	۲۲۸۱۶۶۹۲-۳-۵	۲۲۸۱۶۶۸۹	حمید زهرونه
۵۳	تهرانسر	۸۵۶	تهران، تهرانسر، بلوار اصلی، نبش خیابان ۱۴	۴۴۵۸۷۵۹۶-۴۴۵۸۷۵۸۶	۴۴۵۱۷۶۶۲	مجید صادقی دستک
۵۴	هایپر استار	۸۵۷	تهران، بزرگراه شهید باکری جنوب، مرکز خریدهایپر استار	۴۴۱۶۷۱۸۵-۶	۴۴۱۶۷۱۹۹	راحله خواجه
۵۵	آصف	۸۵۸	تهران، زعفرانیه، بلوار یزدانی، نبش غربی خیابان ماکولنی پور، پلاک ۱۹	۳۶۸۰۲۳۲۷-۳۶۸۰۲۶۳۰	۳۶۸۰۲۹۰۱	علیرضا رحیمی خو
۵۶	میدان حسین آباد	۸۵۹	تهران، چهارراه پاسداران، میدان حسین آباد، ساختمان مهدی، پلاک ۱۲۰	۲۲۹۶۰۰۱۳-۲۲۹۵۹۹۷۹	۲۲۹۵۹۹۰۹	محمود احسنی
۵۷	مقدس اردبیلی	۸۶۱	تهران، خیابان مقدس اردبیلی، نبش خیابان فرخ، پلاک ۱	۳۶۸۰۲۴۵۳-۳۶۸۰۲۴۰۹	۳۶۸۰۲۴۶۱	میرحسین آقاچانی
۵۸	خیابان ولیعصر - زرتشت	۸۶۲	تهران، بالاتر از میدان ولیعصر، نرسیده به خیابان زرتشت، نبش کوچه ناصر، پلاک ۱۷۷۷	۸۸۸۰۵۷۵۳-۸۸۹۰۶۱۷۸	۸۸۸۰۷۵۹۲	مونا رضایی
۵۹	خیابان دزاشیب - سه راه عمار	۸۶۳	تهران، میدان قدس، انتهای خیابان شهید کبیری (دزاشیب)، سه راه عمار، پلاک ۱۵۸	۲۲۷۵۳۹۱۴-۱۸	۲۲۷۵۳۹۱۳	احسان کیانی
۶۰	خیابان جمهوری	۸۶۵	تهران، خیابان جمهوری، بین خیابان ولی عصر و شیخ هادی، پلاک ۸۵۲	۶۶۹۷۶۳۹۴-۶۶۹۷۶۳۹۲	۶۶۴۵۶۹۳۸	-
۶۱	یهی- قائم مقام	۸۶۶	خیابان شهید بهشتی، بعد از بزرگراه مدرس، پلاک ۲۷۵	۸۸۵۳۶۲۸۹-۸۶۱۲۳۱۶۰	-	رضا محمدقاسمی
۶۲	دهکده المپیک	۸۶۷	-	-	-	فاطمه حاجی بابائی
۶۳	قلهک	۸۶۸	خیابان دکتر شریعتی، بالاتر از دوراهی قلهک، پلاک ۱۴۲۵	۲۲۶۰۱۵۳۷-۲۲۶۰۳۶۱۳	۲۲۶۰۹۷۰۳	هومن رسولی
۶۴	ستارخان	۸۶۹	تهران، محله توحید، خیابان کوثر سوم، خیابان ستارخان، پلاک ۸۰	۶۶۴۵۳۲۴۹-۶۶۹۲۸۱۶۲	۶۶۵۷۶۷۵۰	بهوش قاسمی
۶۵	پوتک	۸۷۰	تهران، بزرگراه اشرفی اصفهانی، بالاتر از میدان پوتک، نبش کوچه ۱۹، پلاک ۱	۴۴۴۶۲۵۱۰	۴۴۴۶۲۸۱۵	حمزه نشتیان
۶۶	مژده	۸۷۱	تهران، خیابان نیاوران، خیابان شهید مقدسی (مژده)، خیابان میری، پلاک ۴	۲۲۷۱۶۵۱۶-۲۲۷۱۶۳۵۱	۲۲۷۱۶۲۹۳	احمد عهدی
۶۷	لاله زار	۸۷۲	خیابان لاله زارنو، نرسیده به خیابان منوچهری پلاک ۴۷۱	۳۶۸۷۰۴۵۸-۳۶۸۷۰۳۱۷	۲۲۵۳۰۱۴۶	داریوش خداداد
۶۸	میدان هفت تیر	۸۷۳	میدان هفت تیر، بالاتر از مسجد الجواد، پلاک ۲۷۵	۸۸۸۱۵۳۶۰-۸۸۸۱۵۸۹۰	۸۸۸۴۶۱۹۰	امیر ضیاء
۶۹	نیاوران	۸۷۴	تهران، نیاوران، خیابان شهید باهنر، روپروی پارک باهنر، پلاک ۱۴۸	۳۶۱۱۷۱۹۲-۹۳	۳۶۱۱۷۱۹۵	واله سعیدی
۷۰	بلوار ۲۴ متری سعادت آباد	۸۷۵	تهران، سعادت آباد، میدان فرهنگ، بلوار ۲۴ متری، نبش کوچه چهارم غربی، پلاک ۱۸	۲۲۳۷۸۸۵۶-۷	۲۲۳۵۷۶۰۵	بناترین بابائی
۷۱	خیابان آقازرگی - الهیه	۸۷۶	تهران، خیابان الهیه، خیابان شهید آقازرگی، نبش خیابان استانبول، پلاک ۳۷	۲۲۶۹۶۴۵۱-۲	۲۲۶۹۶۴۵۳	زهره انوار
۷۲	بزرگراه فتح	۸۷۷	تهران، بزرگراه فتح، جاده قدیم کرج، بعد از شیر پاسدوریزه، مجتمع تجاری تهران، پلاک ۲۳۸	۶۶۸۱۵۹۶۹-۶۶۸۱۵۷۹۸	۶۶۸۱۶۰۰۸	مهدی تک دهقان
۷۳	شهر قدس	۸۷۸	شهر قدس، بلوار ۴۵ متری انقلاب، رویی پارک آزادگان، پلاک ۳۸	۴۶۸۳۲۲۳۰-۴۶۸۳۲۲۳۸	۴۶۸۳۲۲۴۱	مرتضی باغستانی
۷۴	دروس	۸۷۹	تهران، خیابان شریعتی، منطقه دروس، بلوار شهرزاد، خیابان شیدایی، کوچه اسپند، پلاک ۲	۲۶۶۴۰۳۲۰-۲۶۶۴۰۳۲۴	۲۶۶۴۰۳۰۸	کزال آیت النبی
۷۵	بلوار مرزداران	۸۸۱	تهران، شهرک ژاندارمری، بلوار مرزداران، بین ایتار و دانش، پلاک ۱۳۶	۴۴۲۱۱۰۴۰-۴۴۲۱۱۳۶۹	۴۴۲۱۱۸۴۱	متصوره رضاییان مقدم
۷۶	بلوار کشاورز	۸۸۲	تهران، بلوار کشاورز، بین خیابان وصال شیرازی و نادری، پلاک ۱۷۸	۸۸۹۸۳۱۵۴-۶	۸۸۹۸۳۱۵۷	فرخ فرجی
۷۷	بلوار دریا	۸۸۳	تهران، خیابان سعادت آباد، بلوار دریا، نبش خیابان رامشه، پلاک ۵۰	۸۸۵۷۸۱۷۱-۸۸۰۷۱۲۰۲	۸۸۳۶۶۷۹	محمود لک
۷۸	گیشا	۸۸۴	تهران، کوی نصر (گیشا)، نبش خیابان نوزدهم، پلاک ۲۶۲	۸۸۴۸۵۷۸۴-۵	۸۸۴۸۵۷۸۷	محمدرضا پیشگاه هادیان
۷۹	جهان شهر کرج	۹۰۱	کرج، میدان سپاه، اول بلوار جمهوری، نبش لیلوفر، پلاک ۱	۰۲۶-۳۴۴۶۱۱۵-۱۷،۲۰	۳۴۴۸۱۴۴۵-۰۲۶	رضا حاجی پور
۸۰	میدان توحید کرج	۹۰۲	کرج، خیابان شاه عباسی، بین میدان توحید و میدان قدس، برج سامان، طبقه همکف	۰۲۶-۳۴۲۰۶۴۷۱-۴	۰۲۶-۳۴۲۵۸۶۲	جبار رضائی دره نیجه
۸۱	شهریار	۹۰۴	شهریار، خیابان ولیعصر، ضلع شرقی میدان امام خمینی (نبش خیابان محسنی)	۶۵۲۶۹۰۲۱-۲۳-۳۶	۶۵۳۸۹۶۲	جواد علی بخشی
۸۲	مهرشهر کرج	۹۰۵	کرج، مهرشهر، بلوار شهرداری، فاز دو، نبش خیابان ۲۰۸، پلاک ۵۴۳	۰۲۶-۳۳۴۱۷۹۰۷	۰۲۶-۳۳۴۱۷۹۰۸	غلامعلی کریمی ایبازنی
۸۳	قم	۹۰۰۱	قم، بلوار امین، نبش کوچه ۴۱	۰۲۵-۳۲۹۴۰۶۰۲ ۰۲۵-۳۲۹۳۳۱۱۳	۰۲۵-۳۲۹۱۶۶۱۶	حامد سرخوش
۸۴	فلکه جهاد - قم	۹۰۰۲	قم، فلکه جهاد، خیابان ۱۹ دی، پلاک ۵۵۵ و ۵۵۷	۰۲۵-۳۷۷۰۸۸۴۰-۲	۰۲۵-۳۷۷۰۵۹۴۹	اکبر مردانی
۸۵	شیراز	۹۱۰۱	شیراز، خیابان زند، حذفاصل خیابان های فلسطین و هفت تیر (۲۰ تری سینما سیدی)، ساختمان پاسارگاد، پلاک ۲۹۶	۰۷۱-۳۳۳۱۹۵۲۲-۵-۶-۷	۰۷۱-۳۳۳۱۹۵۱۳	-

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه/پایه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نامبر	نام مسئول شعب/پایه‌ها
۸۶	قصردشت	۹۱۰۳	شیراز، خیابان قصردشت، 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	روح الله پورعلانکه
۸۸	پاسداران شیراز	۹۱۰۵	شیراز، بلوار پاسداران، حد فاصل خیابان میث و تقاطع شهید مطهری، ساختمان سامان	۰۷۱-۳۸۳۳۸۱۱۰-۳	۰۷۱-۳۸۳۳۷۰۸۰	مهدی ملاشلیخ
۸۹	بندرعباس	۹۱۲۱	بندرعباس، بلوار امام خمینی، سه‌راه دلگشا، برج نیلوفر، طبقه همکف	۰۷۶-۳۲۲۳۵۳۰۲-۳	۰۷۶-۳۲۲۳۵۳۰۳۰	-
۹۰	زاهدان	۹۱۳۱	زاهدان-خیابان امیرالمومنین مابین امیرالمومنین ۲۷ و ۲۹	۰۵۴-۳۲۳۲۸۲۷۹	-	حمیده شه بخش
۹۱	یوشهر	۹۱۴۱	یوشهر، میدان امام خمینی، ابتدای خیابان فرودگاه، پلاک ۳۷	۰۷۷-۳۳۵۶۲۳۱۹-۲۴	۰۷۷-۳۳۵۶۲۳۲۵	-
۹۲	قزوین	۹۲۰۱	قزوین، خیابان خیام شمالی، پلاک ۵۶۰	۰۲۸-۳۳۳۵۷۳۰۵-۶	۰۲۸-۳۳۳۵۸۰۹۵	محمد جهانگیری پاشاکی
۹۳	همدان	۹۲۲۱	همدان، خیابان جهان‌نما، روبروی خیابان آزاد، برج شهباز، طبقه همکف، پلاک ۱۵۳	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۹۰-۲	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۸۹	امیر فولادی
۹۴	کرمانشاه	۹۲۴۱	کرمانشاه، میدان فردوسی، جنب بیمارستان معتضدی، پلاک ۱۲	۰۸۳-۳۷۷۵۹۵۹۰-۶۱	۰۸۳-۳۷۷۵۹۹۷۱	مهرداد مرادی
۹۵	ایلام	۹۲۶۱	ایلام، خیابان طالقانی، روبروی 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	بیژن ابراهیمیان
۹۸	مشهد	۹۳۰۱	مشهد، بلوار احمد آباد، ۳۰ متری اول احمد آباد (خیابان رضا)، نبش کوچه رضای دوم	۰۵۱-۳۸۴۴۳۰۳	۰۵۱-۳۸۴۴۳۹۱۴	محمد ممقانی
۹۹	مدرس مشهد	۹۳۰۲	مشهد، بلوار مدرس، نبش مدرس ۵، پلاک ۳۷	۰۵۱-۳۲۲۸۳۸۰۰-۵	۰۵۱-۳۲۲۴۱۰۴۶	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	بلوارهاشمیه (مشهد)	۹۳۰۵	بلوار شهید صارمی، حدفاصل بلوار کوثر و هاشمیه، بین شهید صارمی ۲۴ و ۲۶، پلاک ۱۵۸	۰۵۱-۳۸۸۴۳۳۶۷ ۰۵۱-۳۸۸۴۵۸۱۱	-	امیر رضا زنده‌داران
۱۰۳	نیشابور	۹۳۱۶	نیشابور، خیابان امام خمینی(ره)، بین امام خمینی ۲۲ و ۲۴، پلاک ۱۳۸۸	۰۵۱-۳۳۴۹۴۱۳۰۱۵	۰۵۱-۳۳۴۹۴۱۶	علی ابراهیمیان
۱۰۴	بجنورد	۹۳۲۱	بجنورد، تقاطع بلوار امام خمینی(ره) و میرزا رضا کرمانی	۰۵۸-۳۳۲۴۴۳۲۰	۰۵۸-۳۳۲۴۷۳۴۸	یاسر محمودخانی
۱۰۵	گلشهر رشت	۹۴۰۱	رشت، ابتدای بلوار گلشهر، ضلع شرقی میدان باستانی شاعر	۰۱۳-۳۳۱۱۴۷۱۰-۱۲	۰۱۳-۳۳۱۱۴۷۱۳	سید بابک دولتی میله سرا
۱۰۶	ساری	۹۴۰۲	ساری، خیابان فرهنگ، بعد از سه‌راه قارن، به طرف میدان شهدا	۰۱۱-۳۳۳۵۹۷۲۰-۵	۰۱۱-۳۳۳۵۹۷۱۱	سید عبدالعزیز طاهری
۱۰۷	بابل	۹۴۲۱	بابل، میدان ولایت، ابتدای خیابان مدرس، روبروی شهرداری	۰۱۱-۳۲۱۹۷۱۴۰-۴۱	۰۱۱-۳۲۱۹۷۱۴۸	ابوذر اساسه
۱۰۸	آمل	۹۴۳۱	آمل، خیابان امام خمینی(ره)، حد فاصل آفتاب ۱۸ و ۲۰	۰۱۱-۴۴۲۹۶۴۲۱-۲۷	۰۱۱-۴۴۲۹۶۴۳۵	-
۱۰۹	گرگان	۹۴۴۱	گرگان، خیابان ولیعصر (عج)، بین عدالت ۸ و ۱۰	۰۱۷-۳۳۳۶۹۰۰۲-۵	۰۱۷-۳۳۳۶۹۰۱۶	سمیه نظریان
۱۱۰	سمنان	۹۴۵۱	سمنان، میدان مشاییر، ابتدای بلوار قدس جنب بانک صادرات	۰۲۳-۳۳۳۶۱۸۰۱۹-۲۲	-	-
۱۱۱	کرمان	۹۵۰۱	کرمان، خیابان شهید قرنی، نرسیده به میدان شهید قرنی، نبش کوچه قرنی ۸	۰۳۴-۳۲۳۳۳۸۶-۷	۰۳۴-۳۲۳۳۷۹۶۰	ابوالقاسم نصیری
۱۱۲	میدان کوثر (کرمان)	۹۵۰۲	کرمان، میدان کوثر، ابتدای بلوار آزادگان	۰۳۴-۳۴۷۶۷۶۱	۰۳۴-۳۴۷۶۷۶۴۲	-
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	۰۳۱-۳۱۶۲۶۰۷۹	مجید سیف الدینی
۱۱۶	هشت بهشت اصفهان	۹۵۲۳	اصفهان، خیابان زرگهر، خیابان هشت بهشت شرقی، پلاک ۵۴۶	۰۲۱-۳۳۳۸۸۸۰۰۸۱ ۰۲۱-۳۳۳۸۸۱	-	سمیرا سبزه زار
۱۱۷	خانه اصفهان	۹۵۲۴	اصفهان، شهرک خانه اصفهان، خیابان گلستانه، پلاک ۶۰	۰۲۱-۳۴۳۲۲۷۷۱	۰۲۱-۳۴۴۱۳۸۸	علیرضا مستاجران
۱۱۸	سیتی سنتر اصفهان	۹۵۲۵	اصفهان، بزرگراه شهید وحید دستجردی، مقابل ورودی جنوبی شهرنیا، مجتمع سیتی سنتر اصفهان، طبقه همکف	۰۳۱-۳۶۵۱۸۸۱۰-۲	۰۳۱-۳۶۵۱۸۸۴۳	روزبه سلیمی
۱۱۹	یزد	۹۵۴۱	یزد، خیابان امام خمینی(ره)، نبش کوچه شهید صدوقی، پلاک ۲۷۴	۰۳۵-۳۶۲۲۱۶۹۱-۲	۰۳۵-۳۶۲۲۹۵۲۵	محمدحسین مداح‌زاده
۱۲۰	بلوار جمهوری اسلامی یزد	۹۵۴۲	یزد، بلوار جمهوری اسلامی نبش کوچه محمود آباد، رو به روی برج آسمان	۰۳۵۳۰۳۰۲۱۴۰-۴۹	-	محمد رضا زارع
۱۲۱	اراک	۹۵۶۱	اراک، خیابان شهید رجایی، پلاک ۸۸۲۷	۰۸۶-۳۲۲۱۴۴۰۴-۵	۰۸۶-۳۲۲۲۵۹۵۷	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 ایردک، پلاک ۱۶	۰۴۱-۳۳۳۲۲۴۰۹	۰۴۱-۳۳۳۰۱۱۵۵	علیرضا محمودی
۱۲۴	۱۷ شهریور تبریز	۹۶۰۳	تبریز، ابتدای خیابان ۱۷ شهریور جدید، بلوار شهید قاضی طباطبائی، 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	محمدعلی رضائی اقدم
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، روبروی مرکز بهداشت، پلاک ۱۵۶	۰۴۴-۳۲۲۴۴۳۱۱	۰۴۴-۳۲۲۴۰۳۹۲	شهاب امامی
۱۲۸	خیابان سرداران ارومیه	۹۶۲۲	ارومیه، خیابان سرداران، جنب کوچه شهید صفوی (کوچه تلفنخانه سابق)، پلاک ۱۶۹	۰۴۴-۳۲۲۵۰۵۳۳-۲۴	۰۴۴-۳۲۲۷۸۴۶	مسعود نامی فر
۱۲۹	اردبیل	۹۶۴۱	اردبیل، خیابان شیخ صفی، پلاک ۱۶۰	۰۴۵-۳۳۳۵۲۶۰۱-۵	۰۴۵-۳۳۳۵۲۵۰۱	ناصر هوشیاری
۱۳۰	زنجان	۹۶۸۱	زنجان، میدان آزادی، ابتدای خیابان امام، ساختمان ممتاز	۰۲۴-۳۳۳۲۰۶۵۴-۵	۰۲۴-۳۳۳۲۷۷۳۳	حمید رضا فتوری
۱۳۱	اهواز	۹۷۰۱	اهواز، خیابان شهید چمران (کیانپارس)، حد فاصل خیابانهای ۳ و ۴ شرقی، پلاک ۲۰۵	۰۶۱-۳۳۹۲۰۵۲۴۰۶	۰۶۱-۳۳۹۲۰۷۴۵۰	حسنت سپندار
۱۳۲	کیش	۹۸۰۱	کیش، خیابان فردوسی، مرکز تجاری کیش، طبقه همکف	۰۷۶-۴۴۴۵۴۹۰۰-۹۵	۰۷۶-۴۴۴۵۴۲۵۹	پیمان خیاطی
۱۳۳	قشم	۹۸۲۱	قشم، بلوار ولیعصر (امام قلی خان)، روبروی 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)	۰۶۱-۵۳۲۲۷۷۴۰-۵	۰۶۱-۵۳۲۲۷۱۳۱	حمید گنجیزیان

شعب بانک سامان پاسنگوی همیشگی شما

ساعت کاری شعب		
شعبه فرودگاه امام خمینی (ره) و واحد CIP		
شنبه تا چهارشنبه	۰۸:۰۰ تا ۱۴:۳۰	۲۴ ساعته
پنج شنبه	۰۸:۰۰ تا ۱۲:۳۰	
شنبه تا چهارشنبه	۰۸:۰۰ تا ۱۴:۳۰	
پنج شنبه	۰۸:۰۰ تا ۱۲:۳۰	
شنبه تا چهارشنبه	۰۸:۰۰ تا ۱۴:۳۰	
پنج شنبه	۰۸:۰۰ تا ۱۲:۳۰	
شنبه تا چهارشنبه	۰۸:۰۰ تا ۱۴:۳۰	
پنج شنبه	۰۸:۰۰ تا ۱۲:۳۰	
شنبه تا چهارشنبه	۰۸:۰۰ تا ۱۴:۳۰	
پنج شنبه	۰۸:۰۰ 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	بابک برومند	بزرگراه رسالت، خیابان آیت، ضلع جنوب غربی میدان نبوت، پلاک ۵۶۰، طبقه فوقانی شعبه میدان نبوت - کد پستی: ۱۶۴۸۸۷۳۱۱	۷۷۹۱۲۱۵۴-۷۷۹۱۰۱۱۹-۷۷۹۱۵۰۰۹
۴	سرپرستی ناحیه ۴	بهاره علیاری		۷۷۹۱۷۱۳۱
۵	سرپرستی ناحیه ۵	حسین یوسفی پور		۷۷۹۱۰۱۱۲
۶	سرپرستی ناحیه ۶	مهدی عامری	خیابان سید جمال الدین اسدآبادی، نیش کوچه چهل و نهم، پلاک ۴۳۳، نیم طبقه شعبه سید جمال الدین اسدآبادی - کد پستی: ۱۴۳۴۹۳۳۵۷۳	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		۴۴۷۳۹۷۸۰-۴۴۷۶۸۷۴۷
۱۰	سرپرستی ناحیه ۱۰	علی حمیدیا	برج سامان، طبقه ۱۵، مدیریت جذب و فروش	
۱۱	سرپرستی شعب استان‌های شمال	محمود ملکی	ساری خیابان فرهنگ بعد از سه راه قارن به طرف میدان شهدا	۰۱۱-۳۳۲۵۹۷۸۱-۳۳۲۵۹۷۸۶-۳۳۲۵۹۷۸۴
۱۲	سرپرستی شعب استان‌های شمال غرب	غلامرضا نیکمهد	تبریز خیابان امام بالاتر از چهارراه شهید بهشتی نیش کوی فرهنگ پلاک ۵۲۱	۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۴۰-۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۳۸
۱۳	سرپرستی شعب استان‌های شرق و شمال شرق	مهدی تونزنده جانی	مشهد، بلوار سجاد، نیش سجاد ۸، ط اول	۱۱۲-۱۱۴-۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۴۴۰۵
۱۴	سرپرستی شعب استانهای مرکز	مجاهدی	اصفهان خیابان توحید میانی نیش کوچه شهید تقی آبادی پلاک ۵	۰۳۱۳-۶۲۸۲۱۱۲-۰۳۱۳-۶۲۸۲۱۱۰
۱۵	سرپرستی ناحیه ۱۵	مهدی باقی	برج سامان، طبقه ۱۵، مدیریت جذب و فروش	
۱۶	سرپرستی شعب استان‌های جنوب و جنوب غرب	مهرزاد نظری	شیراز، بلوار پاسداران (زهری)، حدفاصل خیابان بعثت و تقاطع مطهری، ساختمان سامان، طبقه اول	۰۷۱-۳۸۴۴۶۴۷۰-۷۲ ۰۷۱-۳۸۴۴۶۶۷۲
۱۷	سرپرستی شعب استان‌های جنوب شرق	احمد شریعتمداری	کرمان، خیابان سپهبدقرنی، نرسیده به میدان سپهبدقرنی، نیش کوچه قرنی ۸	۰۳۴۴-۲۲۳۸۷۹۴

دفاتر بانکداری اختصاصی				
نام دفتر	نام مسئول دفتر	کد دفتر	نشانی	شماره تماس
سرپرستی دفاتر بانکداری اختصاصی	محمد حسین افضلی	-	تهران-خیابان شریعتی-بالاتر از سیدخندان-نیش کوچه اتوبانک- پلاک ۱۰۰۵- برج سامان- طبقه ۱۵	۰۲۱-۲۲۳۳۰۰۰۰ داخلی (۳۹۱۱)
دفتر بانکداری اختصاصی زعفرانیه	احسان مهدی پور	۸۶۴	تهران-زعفرانیه-خیابان یکتا- ابتدای خیابان طاهری-پلاک ۳	۰۲۱-۲۲۷۱۶۵۳۸
دفتر بانکداری اختصاصی تبریز	نادر جهانگیرزاده سوره	۸۶۴۱	تبریز-خیابان ولیعصر- فلکه ایرداک- اول خیابان سعدی- برج بین - طبقه ۸	۰۴۱-۳۳۳۱۶۲۲۰
دفتر بانکداری اختصاصی مشهد	حمید طوسی	۸۶۴۲	مشهد- بلوار سجاد- نیش سجاد هشتم- ساختمان بانک سامان- طبقه هفتم	۰۵۱-۳۷۶۸۱۷۱۶
دفتر بانکداری اختصاصی قم	امیر محمد هاشمی	۸۶۴۳	قم- بلوار امین-نیش کوچه ۴۱ ساختمان بانک سامان-طبقه دوم	۰۲۵-۳۲۴۰۰۴۴۱
دفتر بانکداری اختصاصی اصفهان	صابر ملبوس باف	۸۶۴۴	اصفهان-خ توحید جنوبی- بعد از چهار راه پلیس - ساختمان زیوار- طبقه پنج - واحد ۵۰۱	۰۳۱-۳۱۳۲۲۴۴۷

دفاتر بانکداری شرکتی بانک سامان

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

با موبایلت محدود کن!

محدود کردن تراکنش روزانه با اپلیکیشن موبایلت



جایزه‌های گل یا پوچ (زمستان)

۱۰ کد ۳ میلیون تومنی رزرو اقامتگاه از اتاقک
۵۰ کد ۲ میلیون تومنی استفاده از پکیج‌های ورزشی و رژیم انرجیم
۶ کد ۵ میلیون تومنی و کدهای ۱۰۰ و ۵۰ هزار تومنی
خرید از دیجی کالا



جشن زمستونی با هدیه‌های میلیونی

در سور بهمن ماه سامانیوم

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

