

سال بیست و یکم، شماره ۲۲۵
آشپز ۱۴۰۶

بانک سامان
Saman Bank



حضور فعال بانک سامان در
شانزدهمین نمایشگاه بین‌المللی قیر، آسفالت، بتن و سیمان



21th
بیست و یکمین
سالگرد تاسیس
anniversary of
بیمه سامان
saman insurance



گروه مالی سامان

بانک سامان



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

پروژه الکترونیک سامان کیش



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

بیمه سامان



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

کارگزاری بانک سامان



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

صرافی سامان



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

اعتبارسنجی حافظ سامان ایرانیان



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

خدماتی آفتاب تجارت سامان



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

تأمین سرمایه کاردان



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

کیش سل پارس



تهران، سعادت آباد، ضلع شمال شرقی چهارراه سرو، جنب بانک سامان، پلاک ۷۷
تلفن: ۰۲۱-۸۷۶۴۰۰ نمابر: ۰۲۱-۲۶۶۵۴۸۰۹
www.samantel.ir

پروژه سازگران سامان



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

تندر نور



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

راهکارهای مالی هوشمند سامان



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



سلمان

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.
- تا حد امکان از کلمات خارجی استفاده نشود و معادل فارسی به کار رود.
- اعداد به صورت عدد ریاضی نوشته شود.
- در نوشتن کلمات از رسم الخط جداسازی استفاده شود.
- از چاپ مقاله با ۲ امضا معذور هستیم.
- مجله در ویرایش و تلخیص مقالات آزاد است.

نشانی اداره مرکزی و مدیریت روابط عمومی

و صدای مشتریان بانک سامان:

تهران، خیابان شریعتی، نبش کوچه اتوبانک، برج سامان

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

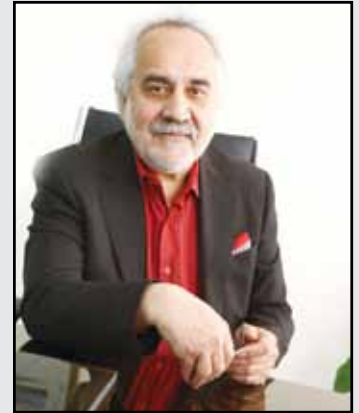
Email: samanbankmag@gmail.com

نشانی دفتر مجله سامان:

خیابان قائم مقام فراهانی، مقابل خیابان فجر، پلاک ۷۴

تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۴۸۷۹ فاکس: ۰۲۱-۸۸۸۳۷۴۸۳

- یادداشت سردبیر..... ۶
- چرا ذوق زندگی در کودکی عمیق تر است و چگونه می‌توان بخشی از آن را در بزرگسالی بازسازی کرد؟..... ۸
- خوب، بد، زشت فناوری را با هم بررسی می‌کنیم!..... ۱۰
- کوله گرد..... ۱۲
- راهبرد فروش محور بانک سامان؛ کلید صعو دمستمر در رتبه بندی IMI-100..... ۱۴
- کاربرد مدیریت استراتژیک در بانک‌ها..... ۱۶
- مشتري مداری ۲۴ ساعته: چت بات های بانکی چگونه تجربه مالی را متحول می‌کنند؟..... ۱۸
- رسوایی بانک ولز فارگو و تکنیک راهگشای IRT برای عبور از بحران..... ۲۰
- تجربه دیجیتال مشتری (بخش دوم)..... ۲۲
- صندلی سوم..... ۲۶
- درخشش همکار بانک سامان در رقابت های بین المللی MMA ترکیه..... ۲۷
- حضور فعال بانک سامان در شانزدهمین نمایشگاه بین المللی قیر، آسفالت، بتن و سیمان..... ۲۸
- پرداخت خسارت ۳۴۰ میلیارد ریال از سوی شرکت بیمه سامان..... ۲۹
- در رتبه بندی شرکت های برتر ایران IMI-100..... ۳۰
- تقدیر از فوتسالیست های سامانی..... ۳۳
- ارزیابی روند قیمت نقره..... ۳۶
- برندگان سور سامانی..... ۳۸
- سپر دهر اکد..... ۴۰
- تبدیل آزمون های طولانی به کوئیز های کوچک..... ۴۲
- گفتگو با همکاران شعبه نیاوران..... ۴۳
- گوستاو کلیمت را بیشتر بشناسیم (بخش دوم)..... ۴۸
- تصحیح املائی و حفظ واژگان با رویکرد هوش مصنوعی..... ۵۲
- پرسش و پاسخ..... ۵۴
- درخشان همچون تاریکی..... ۵۶
- سپاس از بانک سامان؛ همراه همیشگی مؤسسه خیریه بین المللی زنجیره امید..... ۵۷
- آشنایی با لاسلو کراسناهور کایی..... ۵۸
- کافه تک..... ۶۰



ناصر بزرگمهر
nbozorgmehr@yahoo.com

نگاه مثبت مدیریتی به عالم

به نام او که هر چه بخواهد همان می شود

این طرف جاده بذر سبزیجات و گل پخش کردم و تو هم همیشه و هر روز به آنها آب می دادی.

به لطف و محبت تو، من هر روز به خانه ام گل برده ام و به بچه هایم کلم و کاهو داده ام. اگر تو ترک نداشتی چطور می توانستی این کار را بکنی؟ تو پیر شده ای و ترک برداشته ای، اما همین ترک ها پر از تجربه است و از لای همان ها، گل و سبزه می روید.

این کوزه چو من عاشق زاری بوده ست

در بند سر زلف نگاری بوده ست

این دسته که بر گردن او می بینی

دستی ست که بر گردن یاری بوده ست

من با توجه به جهان فکری خیام که همیشه به ترکیب طبیعت و انسان توجه ویژه داشته و به نوعی کوزه را با انسان مقایسه و شباهت های ناگزیر بین تنه کوزه و انسان می دیده، این قصه هندی را با خیام پنداری خویش گره زدم تا از شیرینی کوزه پیر ترک خورده در فرهنگ ایرانی هم بگویم.

«از کوزه همان برون تراود که در اوست»

این مصرع از رباعی خیام تبدیل به ضرب المثلی شیرین، عمیق، تاثیرگذار شده است که به تنهایی همیشه در مورد اعمال انسان ها، در فرهنگ ایرانی بیان می شود.

نگاه انسانی که در این شعر یا ضرب المثل موج می زند، پیام والای مدیریتی است که اگر کمی به آن بیشتر توجه کنیم، نگاه مان را به اطرافیان تغییر می دهد و هر مدیری را پیام می دهد که با دقت بیشتری

در افسانه ای هندی آمده است که مردی هر روز دو کوزه بزرگ آب به دو انتهای چوبی می بست و چوب را روی شانه اش می گذاشت و برای خانه اش آب می برد.

یکی از کوزه ها کهنه تر بود و ترک های کوچکی داشت، هربار که مرد مسیر خانه اش را می پیمود، نصف آب کوزه در سمت راست مسیر می ریخت.

مرد دو سال تمام همین کار را می کرد.

کوزه سالم و نو مغرور بود که وظیفه ای را که به خاطر انجام آن خلق شده به طور کامل انجام می دهد، اما کوزه کهنه و ترک خورده شرمند بود که فقط می تواند نصف وظیفه اش را انجام دهد.

هرچند خودش می دانست که آن ترک ها حاصل سال ها کار است.

کوزه پیر آنقدر شرمند بود که یک روز وقتی مرد آماده می شد تا از چاه آب بکشد تصمیم گرفت با او حرف بزند: "از تو معذرت می خواهم، تمام مدتی که از من استفاده کرده ای، فقط از نصف حجم من سود برده ای، و من فقط نصف تشنگی کسانی را که در خانه ات منتظرند فرو نشانده ام."

مرد خندید و گفت: اینچور نیست، تو کوزه خوب و با معرفتی هستی، وقتی برمی گردیم با دقت به مسیر نگاه کن.

موقع برگشتن کوزه متوجه شد که در یک سمت جاده، سمت خودش، سمت راست، گل ها و گیاهان زیبایی روییده اند.

مرد گفت: می بینی که طبیعت در سمت تو چقدر زیباتر است؟ من همیشه می دانستم که تو ترک داری و تصمیم گرفتم از این موضوع استفاده کنم.

به اطرافیان‌ش توجه کند و اجازه ندهد که خدای نکرده، محیط کار، مثل محیط زندگی شخصی، حفاظت شده و سخن نابجا در محیط کار رشد و نمو نکند.

آن کس که بدم گفت، بدی سیرت اوست
وان کس که مرا گفت نکو، خود نیکوست
حال متکلم از کلامش پیداست
از کوزه همان برون تراود که در اوست

(آن کس که بدم گفت، بدی سیرت اوست) وقتی می شنویم که کسی در مورد من و شما بد می گوید، نباید سریع ناراحت شویم، چون بد گفتن از سیرت و تربیت و فرهنگ گوینده است، و به احتمال زیاد او از نادانی خود خشمگین است و بخشی از درون خود را با بدگویی از دیگری بروز می دهد.

(وان کس که مرا گفت نکو، خود نیکوست) و در برابر آن کس که بدگویی را پیشه کرده است، آدم‌هایی هم پیدا می شوند که چون خودشان بسیار خوب و انسان و بزرگ و با معرفت هستند، من و شما را هم خوب و نیکو می بینند و از ما و دیگری تعریف می کنند.

(حال متکلم از کلامش پیداست) هر حرفی که هر انسانی به زبان می آورد به اندازه دانش و فهم و سیرت اوست، شما از یک انسان مست و الکلی نباید انتظار حرف درست داشته باشید. هر انسانی بر اساس سن و سال و تجربه و دانش خودش، حرف می زند و ما به راحتی از نحوه صحبت و انتخاب واژه و چگونگی بیان افراد، می توانیم بفهمیم که با چه کسی و در چه سطحی روبرو هستیم.

(از کوزه همان برون تراود که در اوست) و مصرعی که تبدیل به ضرب المثل شده است، شاه بیت رباعی خیام دوست داشتنی است که به سادگی می گوید از کوزه عسل، عسل خارج می شود و از کوزه آب، آب گوارا می نوشی و از درون زباله، جز بوی بد و کثافت و اندوه و نادانی، چیز دیگری نباید انتظار داشته باشی.

از هر انسانی همان چیزی بیرون می آید که در درونش کاشته شده و وجود دارد، گفتارنیک، رفتارنیک و پندارنیک را از مردم نیک صفت باید انتظار داشت.

در دنیای امروز و با پیشرفت تکنولوژی رسانه ای و ترویج دنیای مجازی و سوادسطحی و نخواندن و ندیدن و تجربه نکردن به هر ریسمان سیاه و سفیدی آویزان می شویم، سخنان تلخ و گاهی بی ربط، شایعه و ترویج آن، اتهام زدن و دروغ بافتن، ساده و قابل دسترسی برای هر کسی می شود که نتیجه آن، تزلزل در اراده آدم‌ها در روابط انسانی و اجتماعی می گردد.

وظیفه مدیریت ها، خفه کردن سخنان بی پایه و اساس در نطفه است. وظیفه کارکنان، توجه نکردن به شایعات بی اساس و دامن نزدن به هرسخن سست و بی پایه است.

محیط های کار، خانه ماست، خانه اول و دوم نداریم، خانه، خانه است و باید حرمت و حریم آن را از آلودگی ها بزدایم و عاشقانه دوستش داشته باشیم.

پادزهر چنین اتفاقی برای انسان خردمند، سکوت و آرامش درونی است، حفظ خرد شخصی است، تلاش بیشتر و کار بهتر و آگاهانه تر است. به قول شاعری دیگر: (آن که می دارد مرا، کارمن است).



چرا ذوق زندگی در کودکی عمیق‌تر است و چگونه می‌توان بخشی از آن را در بزرگسالی بازسازی کرد؟



رضا رحمانی |
رئیس اداره روابط عمومی

Utility) وجود دارد. این مفهوم توضیح می‌دهد که: هر چه مصرف یک کالا یا تجربه بیشتر شود، لذت حاصل از واحد بعدی آن کاهش می‌یابد. اولین تجربه، بیشترین لذت را دارد؛ تجربه‌های بعدی، کمتر و کمتر. کودکی، از این منظر، دوره‌ای است که بسیاری از تجربه‌ها برای اولین بار رخ می‌دهند. مغز هنوز اشباع نشده و مطلوبیت نهایی هر تجربه بسیار بالاست. در مقابل، بزرگسالی دوره تکرار، پیش‌بینی‌پذیری و اشباع است. ما پیشاپیش می‌دانیم چه چیزی چه حسی خواهد داشت؛ و همین دانستن، از شدت لذت می‌کاهد.

۱ - اما مسئله فقط اقتصادی نیست؛ روان‌شناسی چه می‌گوید؟

از منظر روان‌شناسی، چند عامل کلیدی باعث افت ذوق در بزرگسالی می‌شود:

۱ - سازگاری لذت‌جویانه (Hedonic Adaptation)

مغز انسان به سرعت به شرایط خوب عادت می‌کند. آنچه دیروز لذت‌بخش بود، امروز عادی می‌شود. این سازوکار برای بقا ضروری است، اما برای «شاد زیستن» چالش‌برانگیز است.

۲ - ذهن آینده‌نگر و اضطراب‌محور

کودک در «اکنون» زندگی می‌کند. بزرگسال دائماً درگیر آینده، پیامدها، مقایسه‌ها و محاسبه‌ها است. ذوق، نیازمند حضور ذهن است؛ و اضطراب،

بسیاری از ما تجربه‌ای مشترک داریم. در کودکی، چیزهای کوچک می‌توانستند ما را سرشار از ذوق و هیجان کنند؛ یک بستنی ساده، یک اسباب‌بازی کوچک، یک عصر بارانی یا حتی صدای خاصی. اما در بزرگسالی، با وجود امکانات بیشتر، امنیت بالاتر و انتخاب‌های گسترده‌تر، کمتر «ذوق می‌کنیم». لذت‌ها سطحی‌تر می‌شوند و نوعی حس پنهان حسرت نسبت به شادی‌های گذشته شکل می‌گیرد. این پدیده نه صرفاً نوستالژی است و نه ضعف شخصیتی؛ بلکه ریشه در ساختار روان انسان و حتی منطق اقتصادی رفتار مصرف‌کننده دارد.

مسئله از کجاست؟ نگاه اقتصادی به لذت

در اقتصاد خرد، مفهومی کلیدی به نام مطلوبیت نهایی (Marginal



قاتل حضور ذهن.

۳ - فعال سازی ذهن مبتدی (Beginner's Mind)

- یکی از دلایل ذوق کودکی، مواجهه با جهان بدون پیش فرض است. در بزرگسالی می توان این حالت را بازسازی کرد:
- یادگیری مهارت های کاملاً جدید (نه ارتقای مهارت های قدیمی)؛
 - تغییر مسیرهای تکراری؛
 - تجربه هنر، موسیقی یا ورزش در سطح غیر حرفه ای و بدون قضاوت. ذوق، محصول «بی کفایتی امن» است.

۴ - جدا کردن لذت از دستاورد

اگر لذت فقط زمانی مجاز باشد که «نتیجه ای» داشته باشد، به تدریج خاموش می شود.

تمرین آگاهانه:

- انجام کارهایی که هیچ خروجی قابل ارائه ای ندارند؛
 - خلق بدون انتشار؛
 - لذت بدون اشتراک گذاری.
- کودک برای دیده شدن ذوق نمی کند؛ برای تجربه این کار را می کند. کاهش ذوق در بزرگسالی، نه نشانه افسردگی است و نه شکست؛ بلکه پیامد طبیعی اشباع تجربه، سازگاری روانی و منطق مطلوبیت نهایی است. اما با کمیاب سازی لذت ها، بازگشت به تجربه های ساده، کاهش محرک های اضافی و تمرین حضور ذهن، می توان بخشی از آن ذوق باکیفیت، عمیق و آرام را دوباره به زندگی بازگرداند؛ نه به شکل کودکانه، بلکه به شکلی بالغانه، آگاهانه و پایدار.

منابع:

این مقاله بر اساس مفاهیم اقتصاد خرد، اقتصاد رفتاری و پژوهش های معتبر روان شناسی و علوم اعصاب جمع آوری و تدوین شده است.

۳ - شرطی شدن لذت به بهره وری

در بزرگسالی، ناخودآگاه یاد می گیریم فقط وقتی لذت ببریم که «مفید» باشد، «توجیه اقتصادی» داشته باشد یا «به هدفی خدمت کند». لذت بی دلیل، تدریجاً سرکوب می شود.

آیا بازگشت ذوق کودکی ممکن است؟

بازگشت کامل، نه؛ اما بازسازی بخشی از کیفیت آن، کاملاً ممکن و قابل تمرین است، اگر بدانیم چگونه.

در ادامه، چند راهکار کاربردی و به روز ارائه می شود:

۱ - مدیریت آگاهانه مطلوبیت نهایی

- اگر لذت با مصرف زیاد کاهش می یابد، پس راه حل چیست؟ کم مصرف کردن آگاهانه لذت ها.
- موسیقی مورد علاقه را دائماً پخش نکنید؛
 - غذاهای خاص را به عادت روزانه تبدیل نکنید؛
 - تجربه های لذت بخش را «مناسکی» کنید، نه روتین. کودک، به طور طبیعی این کار را می کند؛ بزرگسال باید آگاهانه تمرین کند.

۲ - بازگشت به تجربه های "کم تحرک اما عمیق"

- بخشی از مشکل امروز، بیش تحریکی عصبی است مثل تاثیر شبکه های اجتماعی، اخبار، نوتیفیکیشن ها، مقایسه ها و ... ذوق عمیق، در سکوت های کوتاه اتفاق می افتد:
- پیاده روی بدون هدف؛
 - گوش دادن فعال به موسیقی (نه پس زمینه)؛
 - تمرکز کامل روی یک فعالیت ساده.
- این ها مطلوبیت نهایی بالایی دارند چون «نادر» شده اند.



چه خبر از فناوری؟

خوب، بد، زشت فناوری را با هم بررسی می‌کنیم!

مطمئن شویم که بدون افتادن در دام‌های رایج، بیشترین بهره را از این ابزارها می‌بریم.

شکی نیست که ما بیش از هر زمان دیگری با هم در ارتباط هستیم، به این معنی که بیشتر خانواده، دوستان، همکاران و عزیزان ما فقط با یک پیامک، تماس، ایمیل یا چت تصویری با ما فاصله دارند. لحظه‌ای درنگ کنید و قدر این را بدانید!

هر چقدر هم که دور بودن از هم به هر دلیلی، دشوار باشد، هنوز می‌توانیم با کسانی که بیشترین اهمیت را دارند، به صورت زنده صحبت کنیم. این همچنین به این معنی است که لازم نیست بسیاری از کارهای روزمره خود را کنار بگذاریم، مهم نیست که در جهان چه می‌گذرد. فناوری به ما این امکان را می‌دهد که به کار، ارتباط، رفتن به مدرسه، خرید، رفتن به پزشک یا جلسات درمانی، بازی کردن و آگاه ماندن از رویدادهای جاری ادامه دهیم و به ما این امکان را می‌دهد که این کارها را با سهولت بیشتری انجام دهیم: به عنوان مثال، مجموعه محصولات گوگل می‌تواند به شما کمک کند تا همه چیز را فقط از یک پلتفرم بنویسید، قالب‌بندی کنید، ارائه دهید، محاسبه کنید، همکاری کنید، یادآوری کنید



علی جوانمردی |
مؤسس گروه فنی مهندسی ایتوک

فناوری بخش مهمی از دنیای امروز ما است و بهره‌گیری حداکثری از ابزارهای فناوری کار مهمی است. از ارتباطات و مدیریت زمان گرفته تا تولید و مراقبت‌های بهداشتی، ابزارهای فناوری تأثیر زیادی بر زندگی ما دارند و برای دانش‌آموزان این همان چیزی است که به آنها اجازه می‌دهد فارغ از موقعیت مکانی خود، در مدرسه به موفقیت برسند.

البته همیشه یک بده‌بستان وجود دارد و گاهی اوقات احساس می‌شود که فناوری ما زندگی ما را در دست گرفته است. بیایید نگاهی به جنبه‌های خوب، بد و زشت فناوری امروز بیندازیم و اینکه چگونه می‌توانیم

و به اشتراک بگذارید.

منابع موجود امروزه امکان یادگیری، اشتراک‌گذاری و خلق آسان در یک محیط واقعاً جهانی را فراهم کرده‌اند. فناوری به دانشجویان اجازه می‌دهد تا سخنرانی‌ها را تماشا کنند، در گروه‌های بحث شرکت کنند، تکالیف خود را انجام دهند و از راحتی خانه‌های خود مدرک خود را کسب کنند. پلتفرم‌های یادگیری آنلاین، حذف رفت‌وآمد به دانشگاه، حذف نیاز به امتحانات از طریق پست و بهبود کارایی را ممکن می‌سازند.

پیشرفت‌های تکنولوژیکی چگونه تأثیر مثبتی بر زندگی ما گذاشته‌اند؟ ارتباطات بهبود یافته و قابل‌دسترس قبل از پیشرفت‌های تکنولوژیکی، ارتباطات به مناطق محلی محدود می‌شد و پیام‌رسانی متنی در دسترس نبود.

این پیشرفت‌ها همچنین به نفع مشاغل و خدمات اورژانسی است. مشاغل می‌توانند به بازارهای بین‌المللی دسترسی پیدا کنند و امدادگران می‌توانند به سرعت اطلاعات حیاتی را برای اقدامات نجات‌بخش ارسال کنند.

بهره‌وری مداوم و افزایش کارایی منابع تکنولوژیکی موجود در برخی صنایع، با حذف نیاز به کار دستی، افزایش بهره‌وری را ممکن ساخته است. نرم‌افزارها و الگوریتم‌ها اکنون می‌توانند وظایفی را که برای یک کاربر دوبرابر زمان می‌برد، بخوانند، بنویسند، محاسبه و اجرا کنند.

دسترسی گسترده‌تر به داده‌ها پیشرفت‌های تکنولوژی حتی به صنعت آموزش نیز کمک کرده‌اند. آموزش و اطلاعات اکنون به راحتی از طریق ابزارهای آنلاین در دسترس هستند که در گذشته گزینه‌ای نبود و مانع از تحصیل و گسترش دانش دانش‌آموزان می‌شد. اکنون، دانشگاه‌ها، مدارس و کارفرمایان می‌توانند از فناوری برای آموزش دانش‌آموزان و آموزش کارکنان خود استفاده کنند.

نسکات منفی مزایای فناوری واقعاً باورنکردنی است، اما می‌تواند بیش از حد خوب باشد. اتصال بیش از حد ما به این معنی است که ممکن است در قطع ارتباط یا ایجاد فضایی برای استراحت مشکل داشته باشیم. و می‌تواند منجر به احساس استرس یا خستگی شود و آرامش واقعی را در زمانی که به آن استراحت نیاز داریم، دشوارتر کند. اگر ممکن است همیشه در حال کار، مطالعه یا جبران عقب‌ماندگی باشید، چگونه می‌دانید چه زمانی باید متوقف شوید؟ ایجاد مرز و ارتقای ذهن‌آگاهی برای دادن فضا و زمانی که سلامت روان ما شایسته آن است، بسیار مهم است.

همچنین مهم است که از عواقب جسمی بالقوه اتصال ۲۴ ساعته آگاه باشیم. خستگی چشم، درد دست یا مچ دست و کم‌خوابی از علائم رایج هنگام گذراندن زمان زیاد با دستگاه‌هایمان یا جلوی صفحه‌نمایش هستند.

چه خبر از فناوری؟ آسیب‌های ناشی از استفاده بیش از حد، به طور فزاینده‌ای شایع‌تر می‌شوند، به این معنی که استراحت دادن به بدن و سرمایه‌گذاری روی سلامت بلندمدت خود بسیار مهم است - به خصوص اگر برای کار، سرگرمی و مدرسه وقت خود را روی صفحه‌نمایش می‌گذرانید. رفتن به مدرسه در یک محیط دیجیتال می‌تواند این روندها را تشدید کند و دانش‌آموزان را حتی زمانی که مانند یک فعالیت کم‌تحرک به نظر می‌رسد، در معرض خطر بیشتری برای آسیب‌های جسمی قرار دهد.

به دنبال راه‌هایی برای بهینه‌سازی زمان مطالعه خود باشید که می‌تواند به شما کمک کند تا از زمان استفاده از صفحه‌نمایش خود بیشترین بهره

را ببرید.

بدون متعادل کردن این زمان نشستن با فعالیت بدنی، سلامت ما می‌تواند اثرات منفی داشته باشد. تخریب سلامت روان استفاده مداوم از فناوری و رایانه می‌تواند منجر به اثرات جسمی بر بدن شما از جمله خستگی چشم، درد دست یا مچ دست و کمبود خواب شود.

این تظاهرات جسمی می‌توانند در نهایت بر سلامت روان شما تأثیر بگذارند. اگر بدن شما در وضعیت مطلوبی نباشد، سلامت روان شما آسیب خواهد دید.

متأسفانه، وقتی بخش زیادی از وقت ما در فضاهای مجازی سپری می‌شود، خطرات جدی برای سلامتی و انزوای اجتماعی نیز وجود دارد. حس ناشناس بودن ما در فضای آنلاین یا احساس دوری از موقعیت هنگام استفاده از صفحه‌کلید، می‌تواند منجر به گفتن چیزهایی شود که معمولاً در یک موقعیت رودرو نمی‌گوییم.

مهم است که به خودتان فضای آگاهانه‌ای به‌دوراز محیط‌های مجازی بدهید (و زمانی برای پردازش احساسات دردناک هنگام بروز آنها اختصاص دهید).

چگونه با فناوری زندگی متعادلی داشته باشیم! همان‌طور که می‌گویند، همه چیز در حد اعتدال خوب است. ابزارهای واقعاً فوق‌العاده‌ای وجود دارند و برای داشتن رابطه‌ای مثبت با فناوری، لازم نیست حساب‌های کاربری خود را حذف کنید یا رایانه خود را از پنجره بیرون بیندازید. تنها چیزی که واقعاً نیاز دارید، تعیین مرزهای سالم است!

سعی کنید تلفن خود را بیرون از اتاق خواب شارژ کنید تا اولین چیزی نباشد که صبح به آن نگاه می‌کنید.

خاموش کردن دستگاه‌های خود را در طول وعده‌های غذایی یا هنگام ورزش تمرین کنید. برای رایانه، تبلت یا تلویزیون خود محدودیت زمانی تعیین کنید!

اعلان‌های فناوری تلفن همراه خود را خاموش کنید تا کمتر احتمال داشته باشد که آن را دریافت کنید. مرزهای مشخصی برای زمانی که قصد مطالعه دارید و زمان استراحت ایجاد کنید.

در نظر بگیرید که آیا ابزارهای آنالوگی وجود دارند که به شما کمک می‌کنند بهتر از همتایان آنلاین خود یاد بگیرید، مانند یادداشت‌برداری دستی به جای تایپ کردن آنها. آزمایش کنید و ببینید چه چیزی برای شما بهتر عمل می‌کند و چه احساسی دارد. مهم‌تر از همه، مرتباً با خودتان چک کنید تا ببینید چه احساسی دارید.

لحظه‌ای از خود بپرسید: آیا واقعاً از استفاده از این فناوری سود می‌برم؟ آیا من از این ابزار با دقت و به شکلی که در نظر گرفته شده است استفاده می‌کنم؟ آیا من از آن بیشتر از آنچه که صرف می‌کنم از نظر زمان، پول یا انرژی بهره می‌برم؟

آیا فناوری خوب است یا بد؟ فناوری ذاتاً خوب یا بد تلقی نمی‌شود. در عوض، ارزش آن به نحوه استفاده از آن بستگی دارد. اما مطالعات مدرنی وجود داشته است که اثرات منفی فناوری را بر بدن و ذهن نشان می‌دهد. درحالی‌که مشکلات جسمی زیادی به دلیل استفاده بیش از حد از رایانه و صفحه‌نمایش ایجاد شده است، فناوری ما را به پیشرفت‌های قابل توجهی رسانده است.

برای ادامه مسیر پیشرفت، یادگیری زندگی سالم با فناوری مهم است که نشان‌دهنده مسئولیت ما در ایجاد روش‌های مثبت تعامل با فناوری است.

کوله گرد

شهر شروع کنید.

از جمله مراکز دیدنی چابهار:

دریاچه لیپار: این دریاچه که در فصل‌هایی از سال صورتی می‌شود و به دریاچه صورتی معروف است. تالاب این رنگ خاص را از باکتری‌ها و پلانکتون‌هایی وام می‌گیرد که در دل آن زندگی می‌کنند.



الیه هدیه‌لو

کارشناس مدیریت روابط عمومی و صدای مشتریان

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

چابهار: مقصدی اسرارآمیز

تعطیلات عید نوروز، زمان مناسبی برای یک سفر طولانی به جنوب شرق ایران است؛ چون هم این تعطیلات طولانی و هم اینکه آب و هوای بهاری جنوب رو میتونید تجربه کنید.

این بار مقصد ما چابهار است؛ چابهار در جنوب استان سیستان و بلوچستان واقع شده و مهم‌ترین بندر ایران در سواحل مکران هست. آب‌وهوای چابهار در چهار فصل سال بهاری است و به همین خاطر نام این منطقه رو چهار بهار گذاشته‌اند که بعدها به چابهار تبدیل شده است.

مردم بندر چابهار بلوچ هستند و به زبان بلوچی صحبت می‌کنند.

شما برای رفتن به چابهار می‌تونید از ماشین شخصی استفاده کنید یا با اتوبوس سفر خود را شروع کنید؛ اما از اونجا که چابهار خیلی دور هست و حدود ۱۸۰۰ کیلومتر با تهران فاصله داره، سفر با هواپیما با پرواز کمتر از ۱/۵ ساعت انتخاب برتر هست. فرودگاه چابهار در شهر کنارک قرار داره؛ شهری که وقتی در خیابان‌هایش راه میری انگار در پاکستان قدم بر میداری.

کنارک در فاصله ۵۰ کیلومتری چابهار واقع شده و از کنارک باید تاکسی بگیرین برین چابهار. چابهار شهری هست که خیلی از مردم با لباس محلی در خیابان‌ها ظاهر میشن. لباس‌های رنگی زنانه با دست‌دوزهایی که در سرآستین و دم پاچه‌های شلوارها طرح‌هایی از گل و پته و اصالت را می‌توان جستجو کرد. دکه بازار، بازار محلی چابهار هست که حتماً برای دیدن این بازار زمان بذارید. چابهار شهر عجایب هست، در بافت بازار می‌تونه یک دفعه به بز راه بره، یا به نفر با لباس پاکستانی بیاد جلوت و لقمه نیم چاشت روزانه رو بهت تعارف کنه تا مشتری بشی و بقیه آن تند آتشین را بخری و همچنان که دهانت می‌سوزد به ادامه بازارگردی خود پردازی.

جاذبه‌های دیدنی چابهار:

بعد از اینکه در خود چابهار چرخی زدین میتونین سفر خود را به اطراف این

گل افشان: این جاذبه طبیعی و گردشگری بی‌نظیر با کوه‌های گل افشان ۱۰۰ متری یکی از محبوب‌ترین مکان‌های دیدنی چابهار محسوب می‌شود. در نزدیکی کنارک و در بندر تنگ می‌تونید تماشای بی‌نظیرترین شگفتی طبیعت را تجربه کنید این پدیده طبیعی شامل سه تپه کوچک است که فقط یکی از آن‌ها فعال است. روی تپه‌ها، دهانه‌هایی را مشاهده می‌کنید که قطر هر کدام از آن‌ها، چند سانتی متر است. از دهانه تپه‌ها، گل‌های خاکستری‌رنگی بیرون می‌آید که به سمت دامنه کوه، حرکت می‌کنند. نکته جالب این است که با خارج شدن گل‌ها، صدایی شبیه به شلیک تفنگ به گوش می‌رسد. شگفتی و ویژگی‌های منحصر به فرد پدیده گل افشان‌های چابهار آن را به دومین ژئوپارک خاورمیانه، تبدیل کرده است.



روستای درک: درک روستایی هست که شما می‌توانید نقطه‌ای را در ایران ببینید که در کمتر نقطه‌ای از جهان می‌توان آن را تجربه کرد؛ تلاقی کویر و دریا. با قایق به سمت روستای درک رفتیم و آنجا در نزدیکی ساحل پیاده شدیم و باید بقیه راه را از کرانه‌های دریا پیاده به کویر رفتیم. اینجا مرزی بین شن‌های داغ کویر و خنکای دریا نیست. پای خود را که از دریا بیرون می‌گذاری، یک دفعه وارد کویر می‌شوی و آنجاست که تمام محاسبات و الگوهای ذهنی‌ات فرومی‌ریزد. دیگر هیچ معنایی ارزش پافشاری ندارد. اینجا می‌فهمی خلاف هر چیزی که در ذهن خودت ثبت کرده‌ای هم پیدا می‌شود.



ساحل بريس: در امتداد دریای عمان و خلیج فارس و حتی خزر سواحل بی شماری وجود دارد، اما واقعاً بريس ساحلی منحصر به فرد است. بريس به لحاظ امکانات بسیار ضعیف است، اما به خاطر تلاقی صخره و دریا و اینکه دست نخورده باقی مانده واقعاً جذاب و تماشایی است؛ اتفاقی که در کمتر ساحلی می توانید آن را تماشا کنید. صخره و دریا و صیادان چنان زیبا کنار هم قرار گرفته اند که نتیجه آن تجلی یک هارمونی کم نظیر شده است، چیزی که در کلمه ها نمی گنجد و تنها باید دید و از آن لذت برد.



کوه های مریخی: با دیدن این کوه ها بیشتر فکر می کنید که در لوکیشن فیلم های فضایی مثل سیاره سرخ هستید تا روی زمین و شهر چابهار. کوه های مینیاتوری که مریخ را روی زمین آورده اند به کوه های مریخی هم معروف هستند. در ۴۰ تا ۵۰ کیلومتری مسیر چابهار به روستای گواتر می توان کوه های مریخی که از جاهای دیدنی چابهار است را دید.



ساحل تیس: روستای تیس از جاهای دیدنی چابهار یک روستای تاریخی است که جریان زندگی در آن به دوره هخامنشیان برمی گردد. در این دوره، روستای تیس یکی از بنادر مهم ایران در دریای مکران. مهم تر از همه اینها این ساحل دارای صخره های دیدنی و حفره هایی هست که آب دریا به مرور زمان آن ها را ایجاد کرده.



غارهای بان مسیتی: از دل جنگل ها و تالاب ها و کوه های مریخی که بگذریم نوبت می رسد به غارهای سه گانه چابهار. غارهای بان مسیتی از جاهای دیدنی چابهار، در روستای تیس قرار دارند. یکی از این غارها طبیعی و دو غار دیگر دست کند هستند. شکل غار طبیعی نیم دایره است و داخل آن یک آرامگاه وجود دارد.



درخت انجیر معابد: انجیر معابد درختی است که ریشه های آن به جای داخل زمین روی آن را ترجیح داده اند و شاخه های متعدد آن مثل تاجی روی تنه درخت می نشینند. هر شاخه ای از این درخت که به زمین برسد به ریشه تبدیل می شود. این درخت که حال و هوای خاصی را به شما القا می کند از جاهای دیدنی چابهار است.

طرح با هدف فراهم کردن آمار و اطلاعات شفاف و قابل اتکا درباره بنگاه‌های بزرگ کشور، تصویری کلان از آرایش اقتصادی ایران ارائه می‌دهد؛ تصویری که برای مدیران بنگاه‌ها، سیاست‌گذاران اقتصادی، پژوهشگران و سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی اهمیت راهبردی دارد. فهرست صد شرکت برتر ایران (IMI-100) با تمرکز بر شناسایی و مقایسه بنگاه‌های بزرگ کشور در کنار یکدیگر شکل گرفته است. در این فهرست، نگاه ملی و کلان مبنای قرار گرفته؛ چراکه رونق یا رکود شرکت‌های بزرگ به دلیل پیوندهای گسترده پسین و پیشین، به سرعت بر لایه‌های مختلف اقتصاد اثر می‌گذارد. از این منظر، IMI-100 نه تنها وضعیت یک شرکت، بلکه جهت حرکت صنایع و ساختار کلی اقتصاد را بازتاب می‌دهد.

اهمیت این رتبه‌بندی زمانی دوچندان می‌شود که بدانیم انتخاب و رتبه‌بندی شرکت‌ها بر پایه شاخص «حجم فروش» صورت می‌گیرد؛ شاخصی که در مورد بانک‌ها و مؤسسات مالی، معادل مجموع درآمدهای مشاع و غیرمشاع است. فروش، مهم‌ترین خروجی نهایی یک بنگاه اقتصادی و نشانه میزان تعامل آن با ساختار اقتصادی کشور است. هرچه این تعامل گسترده‌تر باشد، اثرگذاری بنگاه در سطح ملی نیز عمیق‌تر خواهد بود.

از سوی دیگر، رتبه IMI-100 به تدریج به یکی از شاخص‌های مهم برای جلب و جذب شرکای تجاری، تأمین‌کنندگان منابع مالی، سرمایه‌گذاران و حتی نیروی انسانی متخصص تبدیل شده است. قرارگرفتن در میان صد شرکت برتر، برای یک بنگاه اقتصادی به معنای برخورداری از مقیاس عملیاتی قابل توجه، ثبات نسبی در عملکرد مالی و ظرفیت حضور در رقابت‌های بزرگ‌تر است. به همین دلیل، این فهرست به ابزاری برای ارزیابی اعتبار و قابلیت اتکای بنگاه‌ها در تعاملات تجاری بدل شده است.

روندی صعودی؛ از رتبه ۴۹ تا ورود به جمع ۳۴ شرکت نخست
در تازه‌ترین نتایج اعلام‌شده توسط سازمان مدیریت صنعتی ایران، بانک سامان با کسب رتبه ۳۴ در میان صد شرکت برتر ایران، نسبت به سال گذشته ۹ پله صعود را تجربه کرده است. این دستاورد در ادامه روند قابل توجه چهار سال گذشته رقم خورده است. بر اساس نتایج سال ۱۴۰۱، بانک سامان به‌عنوان چهل و نهمین شرکت برتر ایران معرفی شد. در سال ۱۴۰۲ این بانک با تثبیت جایگاه خود در جمع ۵۰ شرکت برتر، رتبه ۴۸ را کسب کرد. در سال ۱۴۰۳ نیز با رشد ۵ پله‌ای، به رتبه ۴۳ رسید و اکنون در سال ۱۴۰۴ با جهشی ۹ پله‌ای، جایگاه ۳۴ را از آن خود کرده است.

این مسیر صعودی نشان می‌دهد رشد بانک سامان نه حاصل یک اتفاق مقطعی، بلکه نتیجه یک روند برنامه‌ریزی‌شده و مستمر است؛ روندی که در شاخص کلیدی فروش و درآمد، به‌عنوان معیار اصلی رتبه‌بندی IMI-100، بازتاب یافته است.

تغییر پارادایم در مدل عملیاتی بانک
یکی از نقاط عطف در مسیر رشد بانک سامان، آغاز برنامه استراتژیک «سامان ۱۴۰۴» از سال ۱۴۰۰ بود. این برنامه با تأکید بر فروش محور شدن فعالیت‌های بانک طراحی شد و مجموعه‌ای از اصلاحات ساختاری و عملیاتی را در بر گرفت.

در چارچوب این برنامه، توسعه درگاه‌های ارائه خدمات غیرحضوری به‌عنوان یکی از پیشران‌های اصلی رشد درآمدی در دستور کار قرار



راهبرد فروش محور بانک سامان؛ کلید صعود مستمر در رتبه‌بندی IMI-100

اجعفر تکبیری

در اقتصادی که رقابت برای جذب منابع، سرمایه و شرکای راهبردی هر روز پیچیده‌تر می‌شود، رتبه‌بندی شرکت‌های بزرگ نه یک گزارش آماری، بلکه قطب‌نمای تصمیم‌گیری برای مدیران، سرمایه‌گذاران و سیاست‌گذاران است. تازه‌ترین نتایج رتبه‌بندی صد شرکت برتر ایران (IMI-100) نشان می‌دهد بانک سامان با ثبت رشد ۹ پله‌ای و کسب رتبه ۳۴، جایگاه خود را در میان بازیگران اثرگذار اقتصاد ملی تثبیت کرده و یک پیام روشن به بازار مخابره کرده است: این بانک در مسیر رشد ساختاریافته و پایدار قرار دارد.

IMI-100 شاخصی برای سنجش قدرت

و جذابیت بنگاه‌ها در اقتصاد ملی

رتبه‌بندی شرکت‌های برتر ایران که سال‌هاست توسط سازمان مدیریت صنعتی تدوین و منتشر می‌شود، فراتر از یک فهرست سالانه است. این



سیاست‌گذاری و اجرا است.

دوم، ظرفیت تطبیق با تحولات محیطی؛ به‌ویژه در شرایطی که نظام بانکی با محدودیت‌ها و چالش‌های متعددی مواجه بوده است. سوم، تمرکز بر خلق درآمد پایدار و تعامل گسترده‌تر با اقتصاد ملی؛ عاملی که در نهایت به ارتقای جایگاه در رتبه‌بندی فروش‌محور IMI-100 منجر شده است.

چشم‌انداز پیش‌رو

تجربه سال‌های اخیر بانک سامان نشان داده است که جایگاه در فهرست صد شرکت برتر، نه یک نقطه پایان، بلکه معیاری برای سنجش مستمر عملکرد و انگیزه‌ای برای ارتقای بیشتر است. تغییرات رتبه‌ها در این فهرست می‌تواند هشدار برای بازنگری در استراتژی‌ها یا تأییدی بر درستی مسیر طی شده باشد.

برای بانک سامان، صعود از رتبه ۴۹ به ۳۴ طی چهار سال، نشانه‌ای از حرکت در مسیر توسعه و فروش‌محوری بوده است. تداوم این روند، مستلزم حفظ انضباط مالی، تقویت زیرساخت‌های دیجیتال، توسعه محصولات متناسب با نیاز بازار و تعمیق روابط با مشتریان و شرکای تجاری خواهد بود.

در نهایت، آنچه نتایج تازه IMI-100 نشان می‌دهد، تثبیت جایگاه بانک سامان در میان بازیگران اصلی اقتصاد ایران است؛ جایگاهی که نه‌تنها حاصل رشد عددی در درآمد، بلکه نتیجه یک بازآرایی راهبردی در مدل کسب‌وکار و تمرکز بر تعامل مؤثرتر با ساختار اقتصادی کشور بوده است.

گرفت. حرکت به سمت بانکداری دیجیتال، کاهش وابستگی به عملیات سنتی شعب و افزایش سهم درآمدهای کارمزدی، بخشی از این رویکرد بود.

هم‌زمان، آموزش‌های پیشرفته برای ارتقای مهارت‌های فروش در میان کارکنان بانک اجرا شد. این تغییر نگرش از «خدمت‌رسانی صرف» به «ارائه فعال راه‌حل‌های مالی» باعث شد تعامل بانک با مشتریان به سطحی راهبردی‌تر ارتقا یابد. در چنین مدلی، هر شعبه و هر کارمند به یک واحد خلق ارزش و توسعه درآمد تبدیل می‌شود.

از دیگر اقدامات مهم در این مسیر، بازطراحی سطح‌بندی شعب بود. شعب بانک در چهار گروه «شعب مبنا»، «شعب کارا»، «شعب ویژه» و «شعب تام» طبقه‌بندی شدند. این تفکیک، امکان تخصیص بهینه منابع، تمرکز بر بازارهای هدف و افزایش بهره‌وری عملیاتی را فراهم کرد. نتیجه این اصلاحات، بهبود نسبت‌های مالی و افزایش حجم تعامل اقتصادی بانک با بخش‌های مختلف اقتصاد کشور بوده است.

بانک سامان بازیگر پیش‌ران

در منطق رتبه‌بندی IMI-100، حجم فروش یا درآمد تنها یک عدد نیست؛ بلکه شاخصی از میزان اثرگذاری یک بنگاه بر اقتصاد ملی است. هرچه این رقم بالاتر باشد، تعامل آن بنگاه با سایر اجزای اقتصاد گسترده‌تر خواهد بود و در نتیجه رونق یا رکود آن پیامدهای وسیع‌تری به همراه خواهد داشت.

بانک سامان با صعود از رتبه ۴۹ در سال ۱۴۰۱ به رتبه ۳۴ در سال ۱۴۰۴، عملاً دامنه اثرگذاری خود را گسترش داده است. افزایش درآمدهای عملیاتی و تقویت جایگاه در میان شرکت‌های بزرگ کشور، نشان می‌دهد این بانک سهم بیشتری از جریان‌های مالی اقتصاد را مدیریت می‌کند و نقش پررنگ‌تری در تأمین مالی فعالیت‌های اقتصادی ایفا می‌نماید.

برای شرکای تجاری، چنین جایگاهی به معنای همکاری با نهادی است که از مقیاس عملیاتی بالا، ثبات نسبی در درآمد و توان مدیریتی برخوردار است. برای سرمایه‌گذاران هم این رتبه می‌تواند نشانه‌ای از ظرفیت رشد و قابلیت اتکا باشد. برای سیاست‌گذاران نیز، روند صعودی یک بانک خصوصی در میان شرکت‌های بزرگ، حاکی از پویایی بخشی از نظام مالی کشور است.

شفافیت و اتکای آماری

یکی از ویژگی‌های کلیدی رتبه‌بندی IMI-100، اتکا به اطلاعات مالی مندرج در صورت‌های مالی شرکت‌ها است؛ اطلاعاتی که در پاسخ به فراخوان عمومی و مکاتبات مستقیم گردآوری شده است. همین اتکا به داده‌های کمی و قابل سنجش، اعتبار این فهرست را نزد فعالان اقتصادی افزایش داده است.

در چنین چارچوبی، رشد جایگاه بانک سامان صرفاً یک ادعا یا ارزیابی ذهنی نیست؛ بلکه بر مبنای داده‌های مالی و شاخص‌های مقایسه‌پذیر به دست آمده است. این امر، وزن و اعتبار بیشتری به دستاوردهای اعلام‌شده می‌بخشد.

یک پیام مهم به بازار

در همین حال، ورود به جمع ۳۴ شرکت نخست ایران، برای بانک سامان تنها یک موفقیت نمادین نیست؛ بلکه پیام روشنی به بازار سرمایه، فعالان اقتصادی و شرکای بالقوه مخابره می‌کند. این پیام بر سه محور استوار است:

نخست، توانایی در طراحی و اجرای استراتژی‌های میان‌مدت و بلندمدت؛ چراکه رشد پیوسته طی چهار سال، نشان‌دهنده انسجام در



کاربرد مدیریت استراتژیک در بانک‌ها بانگاهی به تجربه بانک سامان

دقیق و هوشمندانه مدیریت استراتژیک می‌تواند به نتایج ملموس و اثرگذار در عملکرد بانکی منجر شود.

مقدمه

بانک‌ها به‌عنوان یکی از ارکان اصلی نظام مالی، نقش مهمی در تجهیز و تخصیص منابع، پشتیبانی از فعالیت‌های اقتصادی و ایجاد ثبات مالی ایفا می‌کنند. با این حال، محیط فعالیت بانک‌ها در دهه اخیر به طور چشمگیری پیچیده‌تر شده است. گسترش بانکداری دیجیتال، افزایش رقابت میان بانک‌ها و بازیگران نوظهور مالی، تغییر رفتار مشتریان و تشدید الزامات نظارتی، همگی شرایطی را ایجاد کرده‌اند که ادامه فعالیت موفق در این صنعت، نیازمند نگاهی فراتر از مدیریت عملیاتی روزمره است.

در چنین شرایطی، مدیریت استراتژیک به‌عنوان ابزاری کلیدی برای هدایت بانک‌ها در مسیر درست، اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کند. این رویکرد با تمرکز بر آینده، تلاش می‌کند ضمن ایجاد هم‌راستایی میان اهداف کلان و فعالیت‌های اجرایی، سازمان را برای مواجهه مؤثر با عدم قطعیت‌های محیطی آماده سازد. تجربه بانک‌های پیشرو نشان می‌دهد که موفقیت پایدار، حاصل تصمیمات مقطعی نیست، بلکه نتیجه یک مسیر استراتژیک منسجم و مداوم است.

مدیریت استراتژیک در بانک‌ها؛ مفاهیم و الزامات

مدیریت استراتژیک به فرایند تدوین، اجرا و ارزیابی تصمیم‌هایی اطلاق می‌شود که سازمان را در دستیابی به اهداف بلندمدت یاری می‌دهد. در بانک‌ها، این فرایند به دلیل ماهیت حساس فعالیت‌ها، نقش حیاتی‌تری ایفا



| بهزاد شریفی |
| بانکدار عملیات شعبه مرزداران بانک سامان |

چکیده

صنعت بانکداری در سال‌های اخیر با تغییرات عمیق و چندلایه‌ای در حوزه‌های فناوری، مقررات، رقابت و انتظارات مشتریان مواجه شده است. در چنین فضایی، اتکای صرف به تصمیمات کوتاه‌مدت و رویکردهای سنتی مدیریتی نمی‌تواند پاسخگوی پیچیدگی‌های محیط بانکی باشد. مدیریت استراتژیک به‌عنوان یک رویکرد نظام‌مند و آینده‌نگر، به بانک‌ها کمک می‌کند تا ضمن شناخت دقیق محیط داخلی و خارجی، مسیر حرکت خود را به‌صورت هدفمند طراحی و اجرا کنند. این مقاله با رویکردی کاربردی، به تبیین مفهوم مدیریت استراتژیک در بانک‌ها، معرفی ابزارهای کلیدی آن و بررسی نقش این رویکرد در بهبود عملکرد، افزایش بهره‌وری و ایجاد مزیت رقابتی پایدار می‌پردازد. همچنین، با نگاهی به تجربه بانک سامان، نشان داده می‌شود که چگونه به‌کارگیری

می‌کند. بانک‌ها با منابعی فعالیت می‌کنند که عمدتاً متعلق به سپرده‌گذاران است و هر تصمیم نادرست می‌تواند پیامدهای مالی و اعتباری گسترده‌ای به همراه داشته باشد.

تفاوت اصلی مدیریت استراتژیک در بانک‌ها با سایر بنگاه‌های اقتصادی را می‌توان در سه محور خلاصه کرد:

۱. ریسک‌محور بودن فعالیت‌ها: نیازمند تصمیم‌گیری‌های سنجیده و مبتنی بر تحلیل است.

۲. اهمیت اعتماد و اعتبار: اعتماد مشتریان و بازار سرمایه، سرمایه اصلی بانک است.

۳. نقش کلیدی نیروی انسانی: کارکنان شعب عامل اجرای اهداف استراتژیک هستند.

از این منظر، استراتژی بانکی زمانی موفق خواهد بود که در تمامی سطوح سازمان درک و اجرا شود.

ابزارها و مدل‌های کلیدی مدیریت استراتژیک قابل استفاده در بانک‌ها

پیاده‌سازی مؤثر مدیریت استراتژیک در بانک‌ها مستلزم بهره‌گیری از ابزارها و مدل‌هایی است که امکان تحلیل دقیق محیط، شناسایی اولویت‌ها و تبدیل اهداف کلان به برنامه‌های اجرایی را فراهم می‌کنند. این ابزارها به مدیران بانکی کمک می‌کنند تا تصمیمات خود را از حالت شهودی خارج کرده و بر پایه تحلیل‌های ساختاریافته اتخاذ کنند.

۱. تحلیل محیط کلان مدل (PESTEL)

مدل PESTEL به بانک‌ها امکان می‌دهد محیط بیرونی فعالیت خود را از شش بُعد سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فناوری، زیست‌محیطی و قانونی مورد بررسی قرار دهند. عواملی مانند تغییرات مقررات پولی و بانکی، شرایط کلان اقتصادی، تحولات فناوری‌های مالی، تغییر رفتار مشتریان و الزامات قانونی تأثیر مستقیمی بر تصمیمات استراتژیک دارند. استفاده از این مدل به بانک‌ها کمک می‌کند پیش از وقوع تغییرات اساسی، آمادگی لازم برای مواجهه با آن‌ها را کسب کنند.

۲. تحلیل ساختار رقابتی صنعت (مدل پنج نیروی رقابتی پورتر)

این مدل شامل بررسی قدرت چانه‌زنی مشتریان، قدرت تأمین‌کنندگان، منابع، تهدید ورود رقبا، تهدید خدمات جایگزین و شدت رقابت میان بانک‌های موجود است. بانک‌ها با بهره‌گیری از این تحلیل می‌توانند موقعیت رقابتی خود را بهتر شناسایی کرده و استراتژی‌های مناسب‌تری اتخاذ کنند.

۳. تحلیل SWOT

تحلیل SWOT با ترکیب عوامل داخلی و خارجی، چارچوبی عملی برای تدوین استراتژی فراهم می‌کند.

برای مثال، برخورداری از نیروی انسانی متخصص و شبکه شعب گسترده می‌تواند از نقاط قوت یک بانک باشد، درحالی‌که هزینه‌های عملیاتی بالا یا محدودیت‌های فناوری به عنوان نقاط ضعف مطرح شوند. تحلیل صحیح این عوامل، مبنای تدوین استراتژی‌های واقع‌بینانه و قابل اجرا خواهد بود.

۴. کارت امتیازی متوازن (Balanced Scorecard)

کارت امتیازی متوازن ابزاری است که استراتژی‌های کلان سازمان را به شاخص‌های قابل اندازه‌گیری تبدیل می‌کند. این مدل عملکرد بانک را از چهار منظر مالی، مشتریان، فرایندهای داخلی و یادگیری و رشد مورد ارزیابی قرار می‌دهد و باعث می‌شود تمرکز صرف بر شاخص‌های مالی

کاهش یافته و عواملی مانند رضایت مشتری، کارایی فرایندها و توسعه سرمایه انسانی نیز مورد توجه قرار گیرد.

۵. تحلیل زنجیره ارزش خدمات بانکی

تحلیل زنجیره ارزش به بانک‌ها کمک می‌کند فعالیت‌های اصلی و پشتیبان خود را شناسایی کرده و نقاط ایجاد ارزش برای مشتریان را به طور دقیق بررسی کنند. این ابزار امکان شناسایی گلوگاه‌ها، کاهش هزینه‌های غیرضروری و بهبود کیفیت خدمات را فراهم می‌سازد.

کاربرد عملی مدیریت استراتژیک در بانک‌ها

اهمیت مدیریت استراتژیک زمانی آشکار می‌شود که بتواند به بهبود عملکرد عملیاتی منجر شود. در بانک‌ها، این رویکرد در حوزه‌هایی نظیر جذب و حفظ مشتریان، توسعه فروش خدمات، ارتقای کیفیت خدمات و مدیریت ریسک کاربرد مستقیم دارد. زمانی که استراتژی بانک به صورت شفاف تبیین شود، کارکنان شعب در تعامل با مشتریان، رفتارها و تصمیماتی اتخاذ می‌کنند که در راستای اهداف کلان بانک است. این هم‌راستایی، ضمن افزایش رضایت مشتریان، به بهبود نتایج مالی و اعتباری بانک نیز منجر می‌شود.

بانک سامان؛ نمونه‌ای از اجرای اثربخش مدیریت استراتژیک

بانک سامان نمونه‌ای روشن از اجرای موفق مدیریت استراتژیک در نظام بانکی کشور است. این بانک با تمرکز بر تصمیم‌گیری مبتنی بر تحلیل، مدیریت هوشمندانه ریسک، توسعه خدمات نوآورانه و ارتقای تجربه مشتری، نشان داده است که استراتژی‌ها نه تنها تدوین شده بلکه به صورت مؤثر اجرا شده‌اند. ایجاد هم‌راستایی میان ستاد و شعب و نقش‌آفرینی فعال کارکنان، نشان می‌دهد که مدیریت استراتژیک در بانک سامان به یک فرهنگ سازمانی پایدار تبدیل شده و این رویکرد، عملکرد باثبات و روبه‌رشد بانک را تضمین می‌کند.

نقش کارکنان شعب در تحقق استراتژی

یکی از نقاط قوت بانک سامان، توجه به نقش کارکنان شعب به عنوان مجریان اصلی استراتژی است. کارکنان آگاه به اهداف کلان، تصمیمات عملیاتی خود را به گونه‌ای اتخاذ می‌کنند که در راستای منافع بلندمدت بانک باشد. این موضوع علاوه بر افزایش بهره‌وری، موجب تقویت تعهد سازمانی و ارتقای کیفیت خدمات نیز می‌شود.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

مدیریت استراتژیک در بانک‌ها دیگر یک انتخاب اختیاری نیست، بلکه ضرورتی اجتناب‌ناپذیر برای بقا و رشد در محیط پیچیده کنونی است. این رویکرد با ایجاد هم‌راستایی میان اهداف کلان و فعالیت‌های عملیاتی، به بانک‌ها کمک می‌کند تا تصمیمات اثربخش‌تری اتخاذ کرده و مزیت رقابتی پایدار ایجاد کنند.

تجربه بانک سامان نشان می‌دهد که اجرای دقیق و مستمر مدیریت استراتژیک می‌تواند به بهبود عملکرد، افزایش رضایت مشتریان و تقویت جایگاه رقابتی بانک منجر شود.

منابع

۱. دیوید، فرد آر. مدیریت استراتژیک: مفاهیم و کاربردها
۲. هیت، مایکل و همکاران. مدیریت استراتژیک
۳. پورتر، مایکل. The Five Competitive Forces That Shape Strategy
۴. کاپلان و نورتون. The Balanced Scorecard



CHATBOTS IN BANKING

Enhancing Customer Service

مشتری مداری ۲۴ ساعته: چت بات های بانکی چگونه تجربه مالی را متحول می کنند؟



مریم باغی

هم‌زمان با گسترش گوشی های هوشمند، پیام‌رسان‌ها و اپلیکیشن های بانکی، بانک‌ها دریافتند که مشتریان ترجیح می‌دهند خدمات مالی را از طریق گفت‌وگو و بدون مراجعه حضوری دریافت کنند. به همین دلیل، از اواسط دهه ۲۰۱۰، نسل جدیدی از چت بات های بانکی شکل گرفت که قادر بودند عملیات هایی مانند اعلام موجودی، پرداخت قبوض، اعلام و پرداخت تسهیلات و پیگیری تراکنش ها را انجام دهند. در سال های اخیر، با ظهور مدل های زبانی بزرگ (LLMs) و هوش مصنوعی مولد، چت بات ها از ابزارهای پاسخگو به دستیاران مالی هوشمند تبدیل شده اند. این نسل جدید نه تنها به سؤالات پاسخ می‌دهد، بلکه می‌تواند الگوهای هزینه مشتری را تحلیل کند، پیشنهادهای شخصی سازی شده ارائه دهد و حتی در تصمیم گیری های مالی نقش مشاور را ایفا کند.

انواع چت بات های بانکی بر اساس سطح هوشمندی

- چت بات های قاعده مند (Rule-Based/ Chat-only) این چت بات ها بر اساس مجموعه ای از قوانین از پیش تعریف شده عمل می‌کنند؛ اما توانایی پاسخگویی به سؤالات خارج از قاعده را ندارند. مناسب برای خدمات ساده و پرتکرار هستند برای مثال پاسخ به سؤالات ساده مانند موجودی حساب، تاریخ سررسید قسط و ...
- چت بات های مبتنی بر هوش مصنوعی (AI-Powered Chatbots) در این نوع از یادگیری ماشین (ML) و پردازش زبان طبیعی (NLP) برای درک منظور مشتری و پاسخ هوشمندانه استفاده می‌شود. درک سؤالات متنوع و غیر ساختار یافته کاربران در این نوع امکان پذیر است. تحلیل رفتار مشتری، پیشنهاد محصولات مالی شخصی سازی شده، تحلیل هزینه ها، پشتیبانی چندزبانه از نمونه کاربردهای چت بات های مبتنی بر هوش مصنوعی است.

- دستیارهای هوشمند مالی (Financial Virtual Assistants)

مقدمه

در عصر تحول دیجیتال، صنعت بانکداری به سرعت در حال پذیرش فناوری های نوین برای بهبود تجربه مشتری، کاهش هزینه ها و افزایش دقت عملیاتی است. یکی از چشمگیرترین این فناوری ها، چت بات های هوش مصنوعی هستند که نه تنها به صورت پاسخگو به سؤالات متداول عمل می‌کنند، بلکه امروزه به مشاوران مالی هوشمند تبدیل شده اند. امروزه، چت بات های هوش مصنوعی دیگر یک گزینه لوکس نیستند، بلکه یک ضرورت راهبردی برای بانک ها به منظور باقی ماندن در رقابت، کاهش هزینه های عملیاتی (تا ۳۰ درصد طبق برخی برآوردها) و ارائه خدمات ۷/۲۴ به نسل دیجیتال هستند. چت بات های هوش مصنوعی تنها یک ابزار پاسخگویی خودکار نیستند.

تاریخچه چت بات ها

نخستین جرقه های شکل گیری چت بات ها به دهه ۱۹۶۰ بازمی‌گردد؛ زمانی که برنامه ای به نام ELIZA در مؤسسه MIT طراحی شد. این سیستم می‌توانست با استفاده از الگوهای متنی ساده، مکالمه ای شبیه به یک روان درمانگر را شبیه سازی کند. هرچند ELIZA درک واقعی از زبان نداشت، اما نشان داد انسان ها تمایل دارند با ماشین ها وارد گفت‌وگو شوند.

همکاری با چت‌بات‌ها اهمیت زیادی دارد. چت‌بات‌ها قرار نیست جایگزین کامل نیروی انسانی شوند، بلکه به‌عنوان همکار دیجیتال، سرعت خدمات و رضایت مشتریان را افزایش می‌دهند.

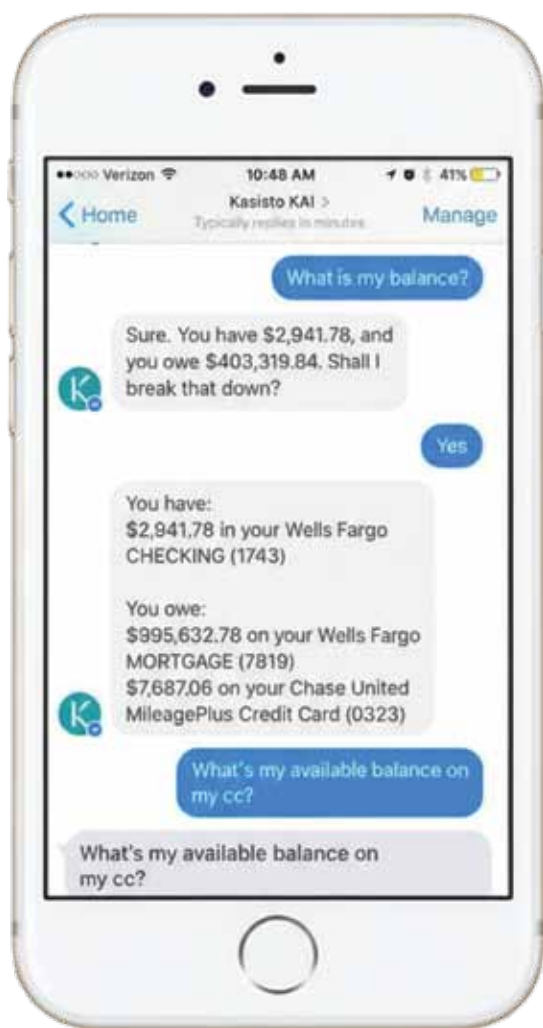
نتیجه‌گیری

با پیشرفت فناوری، انتظار می‌رود این دستیاران هوشمند نقش مشاور مالی شخصی را برای هر مشتری ایفا کنند. چت‌بات‌ها هوشمند، بار کاری انسان‌ها را کاهش می‌دهد و در عین حال بهره‌وری و رضایت مشتری را افزایش می‌دهند. برای بانک‌های ایرانی، این سفر تازه آغاز شده است. کلید موفقیت، در ترکیب هوشمند فناوری جهانی با نیازها و ویژگی‌های منحصر به فرد بازار ایران است. بانکی که بتواند بهترین مکالمه فارسی را با مشتریان خود داشته باشد، در قلب تحول دیجیتال صنعت بانکداری ایران خواهد ایستاد.

منبع:

وب‌سایت بانک مرکزی ژاپن (www.boj.or.jp)

Chatbots in Banking: A Global Market Overview
Banking Chatbots: How Artificial Intelligence Helps the Banks



این نوع نسخه پیشرفته‌تر، قادر به انجام تراکنش‌های پیچیده، مدیریت سرمایه و ارائه مشاوره مالی هستند. کاربردهایی مانند پیشنهاد سبد سرمایه‌گذاری، تحلیل بازار و کمک به بودجه‌بندی دارند.

نمونه چت‌بات‌های بانکی

از نمونه‌های موفق جهانی می‌توان به این موارد اشاره نمود:
Ceba Commonwealth Bank استرالیا که بیش از ۲۰۰ کار مختلف انجام می‌دهد. کارهایی از قبیل بلوکه کردن کارت تا پیگیری وضعیت وام مسکن.

Nomi Bank of Montreal کانادا که تحلیل هزینه‌ها و ارائه بینش‌های مالی شخصی‌سازی شده را با نمودارهای ساده ارائه می‌دهد.

Amelia SEB سوئد یک کارمند مجازی است که فرایندهای پیچیده بانکی مانند اعتبارسنجی شرکت‌ها را انجام می‌دهد.

Erica چت‌بات هوشمند بانک آمریکا که از سال ۲۰۱۸ فعالیت دارد و دارای بیش از ۳۲ میلیون کاربر فعال می‌باشد. بر اساس نظرسنجی داخلی، نرخ رضایت مشتری ۸۹ درصد می‌باشد. Erica باعث کاهش ۴۰ درصد حجم تماس‌های مرکز تماس و صرفه جویی هزینه‌ای شده است. از قابلیت‌های این چت‌بات می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

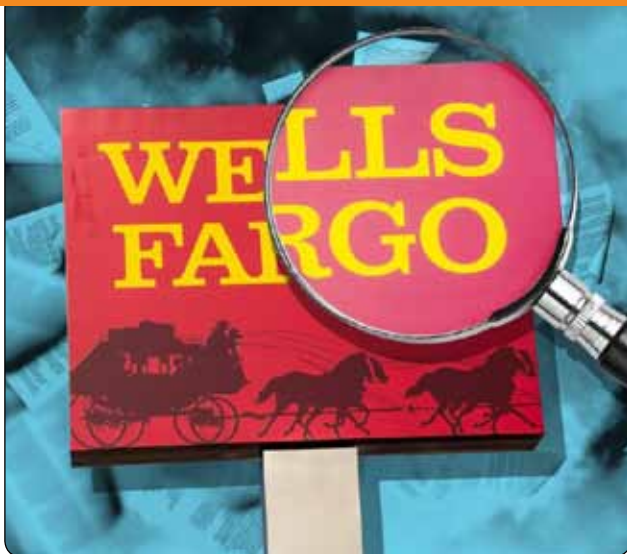
- پیش‌بینی جریان نقدی ماهانه
- تشخیص رفتار غیرعادی در حساب
- یادآوری استفاده از امتیازات و پاداش‌های استفاده نشده
- تأیید هویت با بیومتریک در تراکنش‌های حساس
- کمک به مدیریت امور مالی شخصی شده

مزایای چت‌بات برای مشتریان	مزایای چت‌بات برای بانک‌ها
عدم نیاز به مراجعه حضوری	خدمات ۲۴ ساعته بدون وقفه
دریافت پاسخ فوری	کاهش هزینه مرکز تماس
خدمات شخصی‌سازی شده	جمع‌آوری داده‌های رفتاری مشتری
کاهش خطای انسانی	افزایش سرعت پاسخگویی
تجربه کاربری ساده‌تر	افزایش فروش متقابل (Cross-sell / Up-sell)

الزامات پیاده‌سازی چت‌بات در بانک‌های ایرانی

پیاده‌سازی چت‌بات بانکی در ایران نیازمند بومی‌سازی دقیق در ابعاد زبانی، فنی و مقرراتی است. مهم‌ترین گام، پشتیبانی قوی از زبان فارسی و شیوه‌های گفتاری متنوع کاربران است تا چت‌بات بتواند درخواست‌ها را به درستی درک کرده و تجربه کاربری مناسبی فراهم کند.

از نظر زیرساخت، اتصال امن به سامانه‌های Core Banking ضروری است تا خدماتی مانند استعلام حساب و انجام تراکنش‌ها به صورت لحظه‌ای و ایمن انجام شود. این ارتباط باید همراه با رمزنگاری و کنترل دسترسی دقیق باشد. همچنین، رعایت مقررات بانک مرکزی و الزامات حفظ حریم خصوصی داده‌ها نقش حیاتی دارد. ثبت و نگهداری امن اطلاعات، شفافیت در استفاده از هوش مصنوعی و محدودسازی دسترسی به داده‌های حساس باید در طراحی چت‌بات لحاظ شود. برای عملیات مالی مهم، احراز هویت چندمرحله‌ای مانند رمز پویا یا تأیید از طریق اپلیکیشن بانکی ضروری است تا امنیت کاربران تضمین شود. در نهایت، آموزش کارکنان بانک برای



رسوایی بانک ولز فارگو و تکنیک راهگشای IRT برای عبور از بحران



محمدصادق عابدینی
مدیر رسانه سامانتل

که بین سال‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۵ بیش از ۳٫۵ میلیون حساب جعلی با این روش ایجاد شده و چند صد هزار کارت اعتباری غیرمجاز نیز صادر شده است. این ماجرا در تاریخ بانکداری با نام رسوایی حساب‌های جعلی ولز فارگو (Wells Fargo Fake Accounts Scandal) شناخته می‌شود. در سال ۲۰۱۳، روزنامه لس‌آنجلس تایمز، در گزارشی به موضوع حساب‌های جعلی پرداخت. این گزارش تحقیقی صرفاً به شعبات ولز فارگو در ایالت کالیفرنیا اشاره داشت و اثبات می‌کرد که کارکنان این بانک برای افزایش فروش و رسیدن به اهداف تعیین شده، با استفاده از اطلاعات مشتریان و جعل امضای آنها حساب‌های بانکی ایجاد می‌کردند و کارت‌های اعتباری غیرمجاز صادر می‌کردند. ولز فارگو در آن سال با اخراج نزدیک به ۳۰ نفر از کارکنان خود، مسئله را صرفاً در حد تخلف در یک ایالت نشان داد و از آن گذشت.

وقتی تشت رسوایی صدا می‌افتد!

در تابستان سال ۲۰۱۶، بود که ابعاد بزرگتری از آنچه در ولز فارگو می‌گذشت برملا شد. دادستان لس‌آنجلس به موضوع حساب‌های جعلی ورود کرد و در تحقیقات مشخص شد که حداقل یک و نیم میلیون حساب جعلی افتتاح و نزدیک به ۶۰۰ هزار کارت اعتباری غیرمجاز ایجاد شده است. این رقم تا پایان سال ۲۰۱۶ به رقم ۳٫۵ میلیون حساب هم رسید. اینکه چرا بانک بزرگ و ریشه‌دار ولز فارگو سراغ چنین اقدامات غیراخلاقی رفته بود، را می‌شود در طراحی غیرواقعی اهداف فروش در بانک و فشار مدیران شعب به کارمندان برای رسیدن به آن اهداف و فروش محصولات بیشتر بانکی به مشتریان جستجو کرد. کاری که باعث می‌شد مشتریان بدون اینکه بدانند دچار ضرر و زیان مالی شوند و اعتبار آنها مخدوش شود. با مشخص شدن ابعاد گسترده رسوایی در بانک ولز فارگو، اداره قانون‌گذاری و نظارت بانکی (OCC) ضمن فراخواندن چندین تن از مدیران فعلی و سابق بانک به دادگاه، جرایم سنگینی برای آنها در نظر گرفت. CFPB (اداره حفاظت مالی مصرف‌کننده) ولز فارگو را ۱۸۵ میلیون دلار جریمه کرد و در نهایت در کنار اخراج هزاران کارمند و مدیر میانی، جان استامپف (John Stumpf) مدیرعامل بانک نیز مجبور به استعفا شد. ماجرای رسوایی ولز فارگو هنوز هم ادامه دارد؛ در سال ۲۰۲۰ جریمه ۳ میلیارد دلاری دیگری برای بانک اعمال شد و در ۲۰۲۳ جریمه یک میلیارد دلاری دیگری در نظر گرفته شد. با آنکه در سال ۲۰۲۵ فدرال رزرو (محدودیت رشد دارایی) این

اگر یک سازمان دچار یک بحران بزرگ شود، وظیفه روابط عمومی برای بازسازی تصویر و چهره آن سازمان در افکار عمومی و عبور از بحران چیست؟ این سؤالی است که شاید روابط عمومی ولز فارگو (Wells Fargo) چهارمین بانک بزرگ ایالات متحده پس از رسوایی بزرگ سال ۲۰۱۶، مجبور شد به آن عمیقاً فکر کند و احتمالاً برای عبور از آن بحران، سراغ نظریه IRT برود.

نظریه بازسازی تصویر (Image Restoration Theory) که به اختصار IRT نامیده می‌شود، اولین بار در سال ۱۹۹۵ با انتشار کتاب «Theory of Image Restoration Strategies» نوشته «ویلیام ال، بنویت» مطرح شد. این نظریه را می‌توان تا حدی مکمل نظریه SCCT دانست که در شماره پیشین مجله سامان، به معرفی آن پرداختیم. هر دو این نظریه‌ها بر بازسازی چهره سازمان پس از وقوع بحران تأکید دارند، اما تفاوت عمده آنها در نوع نگاه به حل بحران است. SCCT، بر مبنای دسته‌بندی بحران‌ها، شرایطی را برای مواجهه با بحران پیش‌بینی می‌کند. شناخت مقصر و تعیین میزان تأثیر آن در ایجاد بحران یکی از ملزومات پیاده‌سازی SCCT است. اما در IRT تمرکز صرفاً بر روی چگونگی پاسخ است و اینکه دقیقاً چه پاسخی باید داده شود بر ریشه‌یابی علل بحران و یافتن مقصر اولویت دارد.

رسوایی حساب‌های جعلی در فارگو

سال ۲۰۱۶ بود که یک رسوایی بزرگ دامن بانک ولز فارگو، چهارمین بانک بزرگ آمریکا را گرفت. ماجرا از آن جا شروع شد که بانک برای رسیدن به اهداف فروش، از کارمندان خود خواسته بود تا بدون اطلاع مشتریان بانک برای آنها حساب‌های جعلی و کارت‌های اعتباری باز کنند. تخمین زده شده

دارد. ابتدا کوچک‌نمایی (Minimization) احتمالاً در تصادفات کوچک رانندگی از خیلی از راننده‌های مقصر شنیده‌اید که می‌گویند «حالا که چیزی نشده» این دقیقاً کوچک‌نمایی است. مرحله دوم تفاوت با مراحل بدتر (Differentiation) همان تصادف را تصور کنید، این بار راننده مقصر می‌گوید اگر تصادف بدتر بود خسارت زیادی به ماشین وارد می‌شد و الان خسارت بسیار کم است! مرحله سوم قرارداد در چارچوب بزرگ‌تر مثبت (Transcendence) این بار راننده مقصر می‌گوید برو خدا را شکر کن که زنده‌ای! مرحله چهارم حمله به اتهام‌زننده (Attack Accuser) راننده مقصر به راننده ششاک می‌گوید اصلاً خودت تقصیر خودت بود که بد رانندگی کردی! مرحله پنجم پرداخت خسارت (Compensation) در نهایت راننده مقصر قبول می‌کند با پرداخت خسارت اشتباه رخ داده را جبران کند.

استراتژی چهارم: اقدام اصلاحی Corrective Action

وقتی جبران خسارت شد، این بار نوبت آن است که اقدام اصلاحی جهت جلوگیری از وقوع مجدد بحران انجام شود. در اینجا تمرکز بر روی اصلاح فرایندها و تغییرات اساسی است و به ذی‌نفعان خاطرنشان می‌شود که از تکرار مجدد بحران در آینده جلوگیری خواهد شد.

استراتژی پنجم: عذرخواهی کامل Mortification

در آخرین مرحله باید با پذیرش کامل مسئولیت بحران، صادقانه عذرخواهی کرد. در اینجا صادق بودن در عذرخواهی یک الزام است، زیرا در صورت غیرواقعی بودن آن می‌تواند عواقب سنگینی مانند ازدست‌رفتن حیثیت و اعتبار سازمان را در پی داشته باشد.

آنچه بانک در مواجهه با رسوایی انجام داد

ولز فارگو، پس از بروز رسوایی مجموعه‌ای از اقدامات را در پیش گرفت. بانک ابتدا با ناچیز نشان‌دادن اتفاق رخ داده، چند کارمند را اخراج کرد و آنها را مقصر جلوه داد. ولز فارگو مدعی شد مدیران ارشد از سیاست‌های اتخاذ شده بی‌خبر بودند که بعداً دروغ بودن این موضوع آشکار شد. سپس تعداد حساب‌های جعلی را در مقابل با میلیون‌ها حساب واقعی در بانک ناچیز جلوه داد. اما هرچه ماجرا پیش رفت، اقدامات بانک گسترده‌تر شد. نقطه قوت کار در اقدامات اصلاحی بود. مبالغ کسرشده از حساب مشتریان بازگردانده شد، سپس برنامه‌های افزایش فروش را اصلاح گردید و فشار برای افزایش فروش را حذف شد. ولز فارگو چند هزار نفر از کارکنانی که در فرایند صدور حساب‌های جعلی دخیل بودند را اخراج کرد و سیستم نظارتی خود را تقویت نمود. مدیرعامل بانک رسماً و با صدور بیانه‌ای ضمن قبول مسئولیت کامل از مشتریان عذرخواهی کرد و از سمت خود کناره گرفت. با آنکه عذرخواهی دیر هنگام او با استقبال روبرو نشد. مدیرعامل بعدی بانک نیز به سرعت اقدامات اصلاحی را در پیش گرفت.

محدودیت‌های IRT

نظریه IRT نقاط ضعفی دارد که با هم مرور می‌کنیم. اتکای بیش از حد IRT به ارتباطات کلامی (مانند صدور بیانیه)، اولین ضعف آن است. توجه نداشتن به زمینه‌های ایجاد بحران و تمرکز بیش از حد به اتفاقات بعد از وقوع آن دومین ضعف ساختاری این نظریه است. دید کوتاه‌مدت به بحران‌ها و نداشتن نگاه بلندمدت استراتژیک برای بهبود تصویر مخدوش شده سازمان در افکار عمومی از دیگر عیوب آن است. همچنین سوگیری غیراخلاقی در انکار واقعیت‌ها که نگرانی‌های جدی را در پی داشته و متأسفانه صداقت و شفافیت در این نظریه جایگاه مهمی ندارد. باین حال می‌توان IRT را به‌عنوان بخشی از یک تاکتیک کوتاه‌مدت دید، تاکتیکی که در اجرای آن باید صداقت را سرلوحه عمل قرار داد؛ زیرا ولز فارگو هنوز تاوان گناه اولیه را می‌پردازد تا یاد بگیرد دزدی و دروغ گفتن کار خوبی نیست.



بانک را که از سال ۲۰۱۸ وضع شده بود، لغو کرد، اما ولز فارگو همچنان تحت نظارت شدید قرار دارد و انگار رسوایی ۲۰۱۶ قرار نیست دامن این بانک قدیمی را رها کند.

به‌کارگیری IRT برای عبور از بحران

بانک ولز فارگو از زمانی که لس‌آنجلس تایمز کلید رسوایی را زد، اقداماتی را برای حفظ وجهت خود انجام داد که می‌توان آن را در قالب نظریه بازسازی تصویر بررسی کرد. پس ابتدا نگاه نزدیک‌تری به IRT و اجزای آن خواهیم داشت و سپس آن را با آنچه ولز فارگو انجام داد؛ مقایسه می‌کنیم. «بنویت» در نظریه IRT پنج گروه استراتژی را مشخص کرد و برای هر کدام هم زیر مجموعه‌هایی در نظر گرفت.

استراتژی اول: انکار Denial

راحت‌ترین کار این است که انکار کنید! به‌قول معروف کاری را گردن نگیرید. این استراتژی دارای دو زیر مجموعه است. انکار ساده Simple Denial (بگویید ما هیچ اشتباهی نکرده‌ایم) و دوم انداختن تقصیر گردن دیگران Shifting Blame (دیگران را مقصر جلوه دهید)

استراتژی دوم: اجتناب از مسئولیت Evading Responsibility

راهی برای انکار یا کتمان اتفاق رخ داده وجود ندارد. در اینجا می‌شود گفت که به اتفاق افتاده، اما دلیلی برای انجام آن بسازید تا مسئولیت کامل آن را از خود دور کنید. در این استراتژی چهار زیر مجموعه وجود دارد. واکنش به تحریک (Provocation) مثلاً در زمانی که به شخصی توهین می‌کنید، با گفتن اینکه ابتدا او به من توهین کرده بود و با این کار زشتش باعث تحریک من شد تا پاسخش را با فحش دادن بدهم! گزینه بعدی داشتن اطلاعات غلط (Defeasibility)، از شما می‌پرسند چرا کار اشتباه را انجام داده‌اید؟ و شما پاسخ می‌دهید؛ چون کسی به من درباره کار درست اطلاعات نداده بود! یا چون اطلاعاتم درست نبود نتوانستم جلوی اتفاق بد را بگیریم! گزینه سوم نیت خوب داشتن (Good Intentions)، شاید مثال دوستی خاله‌خرسه برای این گزینه مناسب باشد، خرس نیتی خوبی برای دور کردن مگس از روی سر دوستش داشت و سنگ را بر سر دوستش زد! گزینه چهارم تصادف بود (Accident)، یک اتفاق ناخواسته بود و آنچه رخ داد خارج از اراده ما بود.

استراتژی سوم: کاهش توهین‌آمیز بودن

Reducing Offensiveness

در این مرحله مسئولیت کار را قبول کرده‌اید، اما تلاش می‌کنید تا آن را کم‌اثر کنید و از اثرات نامطلوب آن بکاهید! این استراتژی پنج زیر مجموعه



تجربه دیجیتال مشتری (بخش دوم)

۴. اعتماد مشتری در محیط دیجیتال

اعتماد، همیشه در بانکداری نقش کلیدی ایفا می کرده، اما در عین حال در محیط دیجیتال حد و مرز، تفسیر و تعریف جدید کسب کرده است. بانک‌ها و بانکداران باید درباره خلق و حفظ و نگهداری اعتماد دیجیتال مشتری فعالانه و آگاهانه عمل کنند. موضوع اعتماد در یک محیط دیجیتال از تبعات امنیت سایبر زیادی برخوردار است. با وجود این، در این فصل، بر سایر جنبه‌های کلیدی اعتماد دیجیتال تمرکز می‌کنیم: تجربه دیجیتال مشتری.

پرسش‌های کلیدی در این زمینه عبارت‌اند از: تا چه حد مشتری اعتماد می‌کند که تجربه مشتری بی‌واسطه، روان، شفاف، روشن، سازنده، الهام‌بخش، قابل اعتماد، باثبات، پیچیده و در عین حال ساده در سرتاسر کانال‌های بانک دریافت می‌کند؟ مشتری چقدر می‌تواند تجربه کاربر باکیفیت و سطح بالا انتظار داشته باشد هنگامی که از کانال‌ها، رابط‌ها، محصولات و خدمات دیجیتال یک بانک فرضی استفاده می‌کند؟

به‌همان اندازه که این پرسش‌ها ساده به‌نظر می‌رسند، اما خلق تجربه دیجیتال مشتری که پاسخ‌های مثبت در این رابطه در بخش‌های کلیدی مشتری ارائه کند، دشوار است.

در واقع، اعتماد در یک راه‌حل دیجیتال می‌تواند اساساً برای هر بخش مشتری دشوار باشد و تفاوت‌های عمده‌ای را حتی در درون هر بخش می‌توان شناسایی کرد. در عین حال که افراد نسل انفجار نوعاً در اعتماد کامل به‌کل سفرهای دیجیتال مشتری اکراه دارند، و بنابراین دست‌کم در برخی موارد کلیدی تعامل انسانی را جویا می‌شوند (یک تماس تلفنی، یک ایمیل یا یک چت رو در رو)، یک زیربخشی از این گروه جغرافیایی وجود دارد که به «اعتماد معکوس» اعتقاد دارند و اگر دخالت انسانی و تعامل در آن وجود داشته باشد، آن‌ها به‌آن راه‌حل اعتماد بیشتری می‌کنند.

افراد هزاره سوم نوعاً به‌چیزی اعتماد می‌کنند که بتوانند روان از آن استفاده کنند - آنچه مشابه محیط بومی، تصویری و کلامی (بازی‌های رایانه‌ای) باشد، آنچه از کانال‌ها و پلتفرم‌هایی که استفاده می‌کنند عبور کند، فناوری‌هایی که با آن آشنایی دارند، فرآیندهای دیجیتال که آن‌ها قبلاً از صنایع دیگر می‌دانند. برای آن‌ها، فعال بودن کاربران متصل، دنیای بدون تماس، راه‌حل واقعیت مجازی یا یک اکوسیستم واقعیت افزوده جذاب‌تر از تهدید و طبیعی‌تر از بیگانه است.

در اکوسیستم دیجیتال، اعتمادی که در یک دنیای بانکداری آجر و سیمان قبلاً بر کارکنان انسانی باید می‌شد، ناگهان در رمزهای عبور، سیستم‌های محافظت از داده‌های شخصی، کدهای دیجیتال، هشک‌ها، شیوه‌های پایگاه داده، امنیت سرور، ایمنی سایبری، خدمات کلاود (cloud) و الگوریتم‌های مشاوره روبایک متجلی شد. ریسک‌های دیجیتال - مربوط به اکوسیستم‌های دیجیتال - اکنون اغلب توسط مشتریان حتی ریسک‌های جدی‌تر و مهم‌تری از ریسک‌های انسانی ادراک می‌شود.

در قسمت بعدی ۱۲ روش و راه‌حل را برای تقویت تجربه دیجیتال مشتری فهرست می‌کنیم به‌نحوی که اعتماد کافی به‌ادراک کاربر تزریق شود.

۱- **هواداری مشتری:** هنگامی که افراد مشابه به‌چیزی اعتماد می‌کنند، این نشانه‌ای قوی به‌گروه همتاست که ایمن، قابل اعتماد و مطمئن است. به‌کارگیری برند و سفیران محصول می‌تواند به‌اخذ این تأییدیه همتایان کمک کند و هواداری مشتری به‌نفع مصرف‌کنندگان تمام شود.

۲- **شفافیت:** هر قدر داده‌ها (نرم و سخت) و اطلاعات درباره بانک‌ها راحت‌تر در دسترس قرار گیرند، اعتماد دیجیتال بیشتری می‌تواند ایجاد کند. داده‌های ساختاریافته، روشن و باز، «محیط اشتراکی» ایجاد می‌کند که مشتریان دیجیتال جوان با آن بسیار آشنا هستند. اکوسیستمی که آن‌ها استفاده می‌کنند به‌شدت بر منطق «اشتراک دیجیتال» استوار است.

۳- **ساختارهای منوی باز:** منوی موسوم به «منوی همبرگری» یک ابزار محبوب راهبری (navigation) برخط و موبایل است. این منو سه خط موازی است که کاربر در سمت راست یا چپ صفحه نمایش می‌بیند. با کلیک روی این خطوط، اقلام منو باز می‌شود. «منوی همبرگری» یک ساختار بسته است. ساختارهای بسته ارگونومیک (مطابق با مهندسی عوامل انسانی) نیستند و مهم‌تر اینکه آن‌ها تعامل و اعتماد را کاهش می‌دهند. روند جدید، برخورداری از منوهای باز و مبتنی بر فشار کلید (tab) است. این یک جو باز بودن، شفافیت و اعتماد را به‌وجود می‌آورد و نیز شدت تعامل مشتری را افزایش می‌دهد. تحقیقات نشان می‌دهد که منوهای باز می‌تواند کلیک‌های راهبری را تا ۳۰ درصد افزایش دهد. (Perez: ۲۰۱۶)

۴- **صدا و تصویر:** نسل مشتریان دیجیتال جدید در جست‌وجوی کانال‌های بانکی جدید - بیشتر دیجیتال - است. دنیای دیجیتال به‌تدریج در حال تغییر پنج حس محیط‌های آجر و سیمانی بانکی است و در حال خلق نسخه‌های دیجیتال دیدن و شنیدن است. حس لامسه در حال تبدیل شدن به یک «حس دیجیتال» است و نهضت‌های پیشرو در این حوزه «فناوری‌های لمسی» نامیده می‌شوند.

تعریف لمسی (haptics)

فناوری لمسی، هپتیک یا ارتباطات جنبشی / لمسی، فناوری بازخورد ارتباط لمسی است که لمس را به‌وسیله اعمال نیرو، لرزش یا حرکت به‌کاربر بازتولید می‌کند. این تحریک مکانیکی می‌تواند برای کمک به‌خلق اشیا مجازی در یک شبیه‌سازی رایانه‌ای مورد استفاده قرار گیرد تا این اشیا مجازی را کنترل کند و کنترل از راه دور ماشین‌ها و دستگاه‌ها را بهبود بخشد.

این‌طور توصیف شده که این: «کاری را برای حس لامسه انجام می‌دهد که گرافیک رایانه‌ای برای حس بینایی». (Amoruso: ۲۰۱۶)

حس‌های بویایی و چشایی، حس‌های بالقوه بعدی هستند. اما این‌ها اموری هستند که در بلندمدت معنا می‌دهد. صدا اکنون در حال تبدیل شدن به یک کانال بانکی مشروع، جدا و مستقل است. الکسا (Alexa) توسط آمازون، سیری (Siri) توسط اپل، کورتانا (Cortana) توسط مایکروسافت، ناو (Now) توسط گوگل و بیکسبی (Bixby) توسط سامسونگ همگی راه‌حل‌های رقابتی صدامحور هستند که برای ارائه خدمت به‌عنوان دربان مالی شخصی، گزینه‌هایی را در اختیار قرار می‌دهند. صدا یک کانال نوظهور است و در حالی که برخی از کارشناسان از آن تصور یک قدرت متحول‌کننده در بانکداری دارند، دیگران آن را به‌عنوان فقط کانال جدیدی می‌نگرند که به‌ناگهان ظاهر شده و تنها تنوع تعاملات از قبل گسترده را بیشتر توسعه داده است.

ویدیو زبان مشترک نسل جدید است. افراد هزاره سوم در استفاده از واقعیت افزوده، واقعیت مجازی و راه‌حل‌های ترکیبی مشتاق و پرشورند. داستان‌سرایی تصویری با کیفیت بالا در رضایتمندی این قشر جغرافیایی اکنون به یک باید تبدیل شده است. توضیحات تصویری هوشمند، ویدیوهای تشریح‌کننده و ویدیوهای از پیش ضبط شده مراقبت از مشتری (پاسخ به FAQs - پرسش‌های متداول) در شکل چهره به‌چهره در جلب اعتماد و مراقبت از مشتری موارد کلیدی محسوب می‌شود. بانکداری ویدیویی - فناوری در حال انتقال و نیمه‌دیجیتال - در حال اوج‌گیری است و تبلیغ‌کنندگان در حال آزمایش تبلیغات ویدیویی «پرتره» در مقابل تبلیغات «منظره» هستند. طرح‌بندی «پرتره» برای ارتباط ویدیویی (و سایر وسایل تصویری) با کانال اولیه مشتری جوان - تلفن هوشمند - مناسب‌تری دارد.

تعریف حالت‌های پرتره و منظره

حالت پرتره و منظره دو نوع آرایش (نمایش) صفحه است. این حالت‌ها می‌توانند برای توصیف صفحات چاپی و نیز عکس‌های دیجیتال مورد استفاده قرار گیرند.

به‌زبان ساده‌تر، یک صفحه یا تصویر که در حالت پرتره به‌نمایش در می‌آید درازتر است تا پهن‌تر. برعکس، صفحه یا تصویری که در حالت منظره به‌نمایش در می‌آید پهن‌تر است تا درازتر. برای مثال، هنگامی که شما دوربین را افقی در دست می‌گیرید، در حالت منظره عکس می‌گیرید. هنگامی که شما دوربین را ۹۰ درجه می‌چرخانید، آن وقت در حالت پرتره ذخیره می‌شود. (Christensson, nd)

حرف آخر این است که یک راه‌حل دیجیتال هرچه بهتر به‌لحاظ کردن پنج حس انسان بپردازد، اعتماد بیشتری می‌تواند در کاربر به‌وجود آورد - به‌خصوص در افراد جوان.

۵- شخصی‌سازی: شخصی‌سازی یکی از روش‌های کلیدی مراقبت از مشتری است که تفسیر جدیدی در محیط اول - دیجیتال - می‌یابد. دیجیتالی کردن، فرصت‌های پرشماری را برای شخصی‌سازی خودکار فراهم می‌سازد. طراحی کنشی مبتنی بر پیشینه مالی و جغرافیایی شخصی مشتری، یک حوزه نوظهور به‌شمار می‌رود. به‌کارگیری داده‌ها در طراحی رابط (اینترفیس)، زمینه کاری پیچیده‌ای است و در مراحل ابتدایی خود قرار دارد.

شخصی‌سازی گاهی به‌طور غافلگیرکننده‌ای ساده و در عین حال

تأثیرگذار است. این مورد به‌بهترین نحو خود را در قدرت ارسال پیام‌های تبریک سالروز تولد مشتریان نشان می‌دهد. یک تحقیق اخیراً نشان می‌دهد که «۹۲ درصد از کسانی که مورد بررسی قرار گرفتند و بین سنین ۲۵ تا ۳۴ بودند گزارش داده‌اند که به‌احتمال بسیار زیاد وفاداری خود را به‌دلیل دریافت

تبریک سالروز تولدشان افزایش داده‌اند. و ۷۳ درصد بالا از کسانی که تحت بررسی و بالای سن ۵۵ بودند نیز گزارش دادند که وفاداری‌شان را پس از دریافت پیام تبریک سالروز تولدشان افزایش داده‌اند.» (Hall, nd)

۶- رمز عبور در مقابل اطلاعات بیومتریک (زیست‌سنجی): رمزهای عبور در زمره یکی از ناخوشایندترین جنبه‌های هر فعالیت برخط مشتری صرف‌نظر از صنعت است. اما در عین حال، اداره کردن رمزهای عبور بانکی، به‌ویژه برای مشتریان به‌دلایل مختلف ملال‌آور است: - مشتریان نوعاً درباره از دست دادن پول به‌علت در معرض قرار گرفتن رمز(های) عبور بانکی‌شان مضطرب و نگران هستند.

- بانک‌ها درباره رمزهای عبور و مدیریت رمز عبور سختگیر و جدی هستند. رمزهای عبور طولانی، پیچیده و دائماً در حال تغییر، زندگی مشتری معمولی را دشوارتر می‌سازد.

- بانک‌ها اغلب از روش‌شناسی دوگانه برای احراز هویت اشخاص استفاده می‌کنند که دسترسی آسان، بی‌واسطه و روان مشتری به حساب‌هایش را پیچیده‌تر می‌سازد.

راه‌حل‌های بیومتریک از اثر انگشت، عنبیه‌نگاری، شکل گوش، چهره‌نگاری و نوع راه رفتن تا ضربان قلب، لحن صدا و غیره از لحاظ فناوری برای پیاده‌سازی آماده‌اند. اما در عین حال، ملاحظات قانونی، اخلاقی و امنیت سایبری این فرایندها را کند می‌کند.

۷- اطلاع‌رسانی‌های فشاری (Push Notifications): اطلاع‌رسانی‌های فشاری اغلب برای افراد نسل انفجار مزاحم و فراگیر هستند. بخش‌های مشتریان دیجیتال آگاه‌تر به‌دنبال اطلاع‌رسانی هستند و به‌راحتی می‌توانند زیرتنظیماتی را برای کنترل ماهیت و تعدد آن‌ها مدیریت کنند.

۸- اول اندروید: در اوایل دهه ۲۰۱۰ شعار همه، «اول موبایل» بود. حالا این به‌تدریج در حال رفتن به‌سمت «اول اندروید» است. ماتیو طالبی (Mathew Talebi)، مبلغ شناخته شده در زمینه تجربه کاربر می‌نویسد:

[در حال حاضر] ۷۹ درصد توسعه‌دهندگان هنگامی که نرم‌افزار کاربردی برای موبایل را می‌سازند، سیستم عامل اندروید را به‌جای سیستم عامل ios انتخاب می‌کنند. به‌نظر می‌رسد هیچ دلیلی وجود ندارد که باور کنیم که این روند تا ۲۰۱۸م. و فراتر از آن وجود نخواهد داشت.

فروش اندروید با فروش فزاینده تلفن‌های هوشمند در بازارهای نوظهور مانند هند، بسیار حمایت می‌شود. مضافاً اینکه فروشندگان اندروید را ترجیح می‌دهند، به‌ویژه به‌لحاظ توجهش به‌امنیت و سیستم عامل اصلاح شده‌اش. (Talebi: ۲۰۱۷)

۹- ادغام هوش مصنوعی، یادگیری ماشین و تجربه کاربر: روبات‌های گفت‌وگو (chatbot) و هوش مصنوعی محاوره‌ای در حال حاضر در حال استفاده از الگوریتم‌هایی هستند که «یاد می‌گیرند» (به‌طور خودکار

خود را مبتنی بر رویدادهای گذشته اصلاح می‌کنند). جدیدترین نسل چت‌بات‌ها موتور پیش‌تاز تجربه مشتری (UX) است، راه‌حلی که برای ارائه پاسخ محاوره‌ای دست اول به اکثر موضوعات و مشکلات مهم مشتریان طراحی شده است. این چت‌بات‌های جدید به قابلیت‌های فزاینده شناسایی عواطف و احساسات کاربران مجهز شده است. اصلاحات پرشتاب چت‌بات‌ها به یک ابزار مراقبت از مشتری در دستان بانک‌ها (و

دیگر شرکت‌ها) منجر می‌شود که در حد بهینه دارای قابلیت‌هایی از قبیل سریع‌تر، ارزان‌تر، دقیق‌تر، در دسترس‌تر، سوگیری کمتر و اثبات‌تر بودن از نمایندگان مراقبت از مشتری انسانی است. جدول ۴-۵. مزایای بالقوه نسل جدید روبات‌های گفت‌وگو از یک جنبه مراقبت از مشتری. تهیه شده برای آکادمی بانکداری خرد توسط دیوید گیوری (David Gyori: ۲۰۱۷)

مزیت بالقوه	شرح	موارد منفی
سریع‌تر	خدمات مالی رو در روی مشتریان هنگامی که به جزئیات ضوابط و شرایط می‌رسند، می‌توانند پیچیده شوند. پیچیدگی و حجم دانشی که نمایندگان انسانی خدمات مشتری نیازمند کسب آن‌ها هستند در حال افزایش است. می‌توانند ۱۰۰۰ صفحه از (bots) برای رفع این پیچیدگی، روبات‌ها قواعد، مقررات، روش‌ها و پروتکل‌ها را به سرعت ۱۰ صفحه اداره کنند. مشاوران انسانی - حتی زمانی که به بهترین سیستم‌های مدیریت ارتباط با مشتری مجهز هستند - برای رسیدن به آن حجم به زحمت می‌افتند.	به منظور حفظ دانش پویا و به روز، چت‌بات‌ها باید ورودی اطلاعات درست داشته باشند. این ورودی اطلاعات باید از زبان انسانی به کد برگردانده شود. این فرآیند می‌تواند طولانی، پرهزینه و مشکل ساز باشد. به روزرسانی قواعد از راه کانال‌های دیجیتال می‌تواند دردسرساز و پیچیده باشد.
ارزان‌تر	به همراه مراقبت از مشتری انسانی هزینه‌های سنگین تکرار در پی دارد. چت‌بات‌ها سرمایه‌گذاری‌های حجمی با پیامدهای تکرار ناچیز هستند.	این یک کانال مراقبت از مشتری است که می‌تواند به آسانی به طرف ثالث (فروشنده، ارائه‌کننده برچسب سفید چت‌بات و غیره) وابسته باشد. کانال‌های سنتی مراقبت از مشتری می‌تواند به آسانی کلاً در داخل بانک نگهداری شود (هرچند مراکز تماس و دیگر جنبه‌های مراقبت از مشتری اغلب برون‌سپاری شده باشند).
دقیق‌تر	ماشین‌ها اصولاً مرتکب اشتباه نمی‌شوند. حتی بهترین نمایندگان انسانی مراقبت از مشتری گاهی - غیر عمدی - اشتباه می‌کنند که پیامدهای منفی بسیار زیادی دارد.	در عین حال که ماشین‌ها - الگوریتم‌ها - اشتباه نمی‌کنند، اما کسانی که الگوریتم‌ها را می‌نویسند مرتکب اشتباه می‌شوند. و این می‌تواند پیامدهای سیستماتیک منفی در پی داشته باشد.
در دسترس‌تر	خدمات دیجیتال مشتری اصل شبانه روز/ هر هفته/ هر روز سال (۲۴/۷/۳۶۵) را تأمین کند. این بالاترین میزان دسترسی خدمات مشتری است.	موارد حاد باید توسط نمایندگان انسانی خدمات مشتری مدیریت شوند. این یعنی اینکه موارد حاد و خاص باید در انتظار بمانند. در حالی که بر مبنای ۲۴/۷/۳۶۵ توسط چت‌بات‌ها ایجاد شوند، آن‌ها صرفاً توسط انسان در ساعات کاری مدیریت می‌شوند. این عدم انطباق دسترسی می‌تواند به تنش زیادی منجر شود، تمام این‌ها در مهم‌ترین، پیچیده‌ترین و شکننده‌ترین موارد.
سوگیری کمتر	در حالی که نمایندگان انسانی خدمات مشتری ممکن است گاهی سوگیری‌های (آگاهانه یا ناآگاهانه) داشت باشند، ماشین‌ها به وضوح عاری از این سوگیری‌ها هستند.	این حقیقت دارد که الگوریتم‌های سنتی عاری از سوگیری هستند (برای مثال، بر مبنای شرایط اجتماعی/جغرافیایی مربوط به مشتری). با وجود این، آزمایش‌ها نشان می‌دهند که یادگیری ماشین می‌تواند لایه‌های کلیشه‌ای بی‌اساس و غیرمنصفانه‌ای را ایجاد کند.
اثبات‌تر	الگوریتم‌ها دست‌کم در سه مفهوم کلیدی اثبات هستند: - الگوریتم‌ها فاقد گرایش‌های عاطفی هستند. حتی بهترین نمایندگان انسانی خدمات مشتری می‌توانند روزهای اثبات‌تر و بی‌ثبات‌تری داشته باشند. - اگر یک چت‌بات به خوبی برنامه‌ریزی شده باشد، «قوی‌ترین حلقه ۲ زنجیر است». در عین حال که میان نمایندگان انسانی خدمات مشتری عاملانی قرار دارند که به طور طبیعی از سطح توانایی بالا و متوسطی برخوردارند، ولی یک چت‌بات می‌تواند بهترین روند را در کلیه جنبه‌های کلیدی ارائه دهد. - انسان‌ها می‌توانند گاهی مرتکب فعالیت‌های کلاهبردارانه شوند، در حالی که چت‌بات‌ها - مگر این طور برنامه‌ریزی شده باشند - از چنین فعالیت‌هایی دوری می‌کنند.	الگوریتم‌ها فاقد گرایش‌های عاطفی هستند، اما این می‌تواند به عدم ایجاد پیوند عاطفی بینجامد. بهترین روندها در ارتباطات، ذهنی است و تک‌به‌تک فرق می‌کنند. اما در عین حال الگوریتم‌ها معمولاً حول محور راه‌حل واحد برنامه‌ریزی می‌شوند، یک سناریو بهترین روش ارتباطی. انسان‌ها منبع بالقوه کلاهبرداری هستند، اما الگوریتم‌ها می‌توانند به طور سیستماتیک کلاهبردار باشند و می‌توانند از طریق رویدادهای احتمالی بی‌شمار امنیت سایبری تغییر کنند.

چند ثانیه. رشد در جهت و انطباق با این تلاش برای این فوریت، چالش اصلی مراقبت از مشتری دیجیتال مدرن است. یکی از روش‌های القای این حس فوریت استفاده از «اسکلت صفحه نمایش - skeleton screen» است. صفحه نمایش خالی از محتوا مانند آنچه روی صفحه نمایش فیس‌بوک هنگام انتظار برای بارگذاری محتوا مشاهده می‌کنیم. در مورد اسکلت صفحه نمایش پژوهش‌های فراوانی صورت گرفته است. از آنجایی که آن‌ها هوشمند و ابزارهای ساده‌ای هستند به خلق تجربه مشتری سازگار با افراد هزاره سوم کمک می‌کنند.

مطالعه سال ۲۰۱۴ دانشگاه MIT (Massachusetts Institute of Technology) نشان می‌دهد که انسان‌ها می‌توانند تصاویر گسسته را ظرف ۱۳ میلی‌ثانیه ادراک کنند. با وجود این، تصمیم‌گیری درباره اینکه کجا تمرکز کنند بین ۱۰۰ تا ۱۴۰ میلی‌ثانیه طول می‌کشد. از لحاظ عملی، این ۲۰۰ میلی‌ثانیه به‌ما فرصت می‌دهد که یک کاربر، حالت اینترنتی را تغییر دهد تا به‌نظر فوری آید. بین ۲۰۰ میلی‌ثانیه و یک ثانیه، مردم احساس می‌کنند در جریان کارهایشان هستند. پس از یک ثانیه بدون هیچ بازخورد دیگر، تمرکز کاربر به‌تدریج منحرف می‌شود. بیشتر از ۱۰ ثانیه، تمرکز کاربر کلاً از بین می‌رود. برای خوشنودی مردم، ما باید به آن‌ها نشانه‌ای ارائه دهیم که اتفاقی در شرف افتادن است. این موضوع آن‌ها را در مقابل سه گزینه زیر قرار می‌دهد: - میله پیشرفت (progress bar) اگر بتوانیم طول مدت را اندازه‌گیری کنیم.

- اگر نمی‌توانیم، دایره دورانی (اسپینر).

- اصلاً هیچ.

مطالعات روانشناسی در زمینه نشانه‌های پیشرفت نشان می‌دهد که تفسیر ما از آن‌ها همه‌چیز هست بجز خطی. روش ما از پیشرفت یک تأخیر، با واقعیت مطبق نیست. درک این مفهوم ما را به‌بودی دستکاری اینترنتی‌ها سوق می‌دهد تا ادراک خود را اصلاح کنیم. در طراحی نرم‌افزار، اسکلت صفحه نمایش، جایگزین برای روش‌های سنتی است. به‌جای اینکه یک ویجت یا ابزاره انتزاعی (widget) نشان داده شود، اسکلت صفحه نمایش یک حس پیش‌بینی از آنچه قرار است ظاهر شود به‌کاربر القا می‌کند و در نتیجه، بار شناختی (cognitive load) را کاهش می‌دهد.

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



هنوز هم در زمینه مراقبت از مشتری دیجیتال این پرسش بی‌پاسخ مانده است که آیا روبات‌های گفت‌وگو باید یا می‌توانند رفتار انسان را تقلید کنند و آیا مشتری باید بداند که در تمام مسیر این نماینده انسانی است که او با آن سر و کار دارد یا یک ماشین است. این پرسش که آیا چت‌بات‌ها حقیقتاً می‌توانند در شرایط پیچیده مانند انسان‌ها عمل کنند، با آزمون معروفی به‌نام آزمون تورینگ (Turing Test) معلوم می‌شود.

تعریف آزمون تورینگ

آزمون تورینگ به‌نام آلن تورینگ (Allen Turing)، یکی از پیشگامان رایانه در سال ۱۹۵۰ حک شد. این آزمون روشی ابتدایی بود و به‌این منظور طراحی شد که «هوشمندی» رایانه را مورد سنجش قرار دهد. این آزمون، همان‌طور که تورینگ آن را طراحی کرد، بر اساس نوعی بازی تقلید انجام می‌شود. در یک طرف نمایشگر رایانه یک داور انسانی می‌نشیند که کارش چت کردن با افراد نامشخص در سویی دیگر است. اکثر آن طرف‌های مقابل انسان هستند. اما یکی از آن‌ها یک چت‌بات است که سعی می‌کند داور را به‌گونه‌ای بفریبد که در قضاوت خود دچار اشتباه شود و فکر کند که آن چت‌بات یک انسان واقعی است. (Hern: ۲۰۱۴)

۱۰- تعاملات خرد: تعاملات خرد، اقدامات جزئی کوتاه هستند که با توسط کاربر انجام می‌شود (مانند like کردن در فیس‌بوک، کلیک کردن heart در توئیتر، به‌صورت دیجیتال شخصی را poke یا clap کردن و...)، رابط یا اینترنتی (هشدار یک تراکنش موفق، ترکیدن حباب برای جلب توجه، انواع مختلف حالت‌های چهره و دست، اطلاع‌رسانی‌های ارتباطی که در نتیجه اقدام مشتری انجام می‌شود به‌یک شکل تصویری دیجیتال). تعاملات خرد از بازی‌های رایانه‌ای نشأت می‌گیرد. برخلاف «اطلاع‌رسانی‌های فشاری (push notifications)، آن‌ها جنجال‌برانگیز نیستند. آن‌ها ابزارهایی هستند که لحظه‌های محدود و احساس خوشایندی را خلق می‌کنند و بازخورد رضایت‌بخش و تجربه لذت‌بخش ارائه می‌دهند.

۱۱- عواطف دیجیتال: از راه‌های زیادی می‌توان دریافت که اندازه‌گیری، تشخیص، رمزگشایی و درک دیجیتال عواطف انسانی در حال بهبودی است. حسگرهای زیستی که عوامل زیستی متعددی را اندازه‌گیری می‌کنند هم‌اکنون دارند با استفاده از روش‌های اینترنت چیزها (Internet of Things- IoT) به‌دانشوردهای مرکزی زمان واقعی به‌هم متصل و کانالیزه می‌شوند. روش‌های پردازش زبان طبیعی (Natural Language Processing- NLP) هم‌اکنون «روبات‌های خواننده» (reader robots) را به‌پیش می‌رانند که ده‌ها میلیون منبع دیجیتال را جمع‌آوری می‌کنند و آن‌ها را «می‌خوانند» تا یک موضوع یا مسئله عاطفی را تحلیل کنند- برای مثال، احساسات دائماً در حال تغییر رسانه‌های برخط نسبت به‌یک برند خاص.

درک و رمزگشایی عواطف و احساسات مشتری در یک دنیای عمدتاً دیجیتال کاری

بس پیچیده و دشوار است. انسان‌ها هنوز هم در این زمینه مزیت خود را دارند و آن را حفظ خواهند کرد.

۱۲- فوریت و «نسل فوری»: افراد هزاره سوم اغلب به «نسل فوری» موسوم‌اند به‌دلیل تلاش آن‌ها برای انجام دادن کار (و کسب بازخورد) ظرف



صندلی سوم



نقش فرد در تغییرات بزرگ اجتماعی

از مسئولیت شخصی تا اثر جمعی | گروه تولید محتوای آفتاب تجارت سامان |

نقش فرد در تغییرات اجتماعی، از توجه به رفتارهای ساده آغاز می‌شود؛ از احترام به دیگران، مسئولیت‌پذیری در کار، تا مشارکت فعال در حل مسائل پیرامون. وقتی هر فرد خود را بخشی از راه حل بداند، نه صرفاً ناظر مشکلات، مسیر تغییر هموارتر می‌شود. این نگاه، پایه شکل‌گیری جامعه‌ای آگاه‌تر و همدل‌تر است. در سازمان‌ها، مسئولیت اجتماعی زمانی معنا پیدا می‌کند که افراد احساس کنند رفتار و تصمیم‌هایشان دیده می‌شود و اثر دارد. ایجاد این حس، نیازمند فرهنگی است که مشارکت، همدلی و اثرگذاری فردی را ارزشمند بداند. تغییرات بزرگ اجتماعی، اغلب از همین فضاهای کوچک اما آگاهانه آغاز می‌شوند. امروز، مسئولیت اجتماعی فقط یک شعار نیست؛ انتخابی روزمره است که هر فرد با رفتار خود آن را زندگی می‌کند. آینده جامعه، حاصل همین انتخاب‌هاست.

در دنیایی که تغییرات اجتماعی با سرعتی بی‌سابقه رخ می‌دهند، این پرسش بیش از هر زمان دیگری مطرح است: سهم هر فرد در این تغییرات چیست؟ بسیاری از تحولات بزرگ اجتماعی، نه با تصمیم‌های کلان، بلکه با انتخاب‌های کوچک و مسئولانه افراد آغاز شده‌اند. مسئولیت اجتماعی، پیش از آنکه یک مفهوم سازمانی باشد، از درون فرد شکل می‌گیرد و در رفتارهای روزمره او معنا پیدا می‌کند.

- بیش از ۷۰٪ افراد معتقدند رفتارهای فردی می‌تواند بر فرهنگ و ارزش‌های اجتماعی تأثیرگذار باشد.
- ۵۸٪ کارکنان بیان کرده‌اند که ترجیح می‌دهند در سازمانی فعالیت کنند که به مسئولیت اجتماعی پایبند است.
- سازمان‌هایی که مشارکت داوطلبانه کارکنان را تشویق می‌کنند، سطح تعهد و رضایت بالاتری را گزارش داده‌اند.



پیشنهاد ماه:

کتاب: تمرین مسئولیت‌پذیری فردی در زندگی و محل کار - نویسنده: جان جی میلر
مترجم: مژگان حیدرعلی
پادکست: مسئولیت‌پذیری و شروع اتفاقات تازه!
کد QR را اسکن کنید؛ مشخصات کتاب را ببینید و پادکست جذاب این ماه را بشنوید.

« تغییرات بزرگ اجتماعی، زمانی آغاز می‌شوند که هر فرد سهم خود را جدی بگیرد. »



درخشش همکار بانک سامان در رقابت‌های بین‌المللی MMA ترکیه

خود را حفظ کنم و مسئولیت نتیجه عملکردم را بپذیرم. این مهارت‌ها دقیقاً همان مواردی است که در محیط کاری، به‌ویژه در حوزه‌های مانند حفاظت و انتظامات، اهمیت حیاتی دارد.

اسدی‌پور با اشاره به تأثیر ورزش بر عملکرد شغلی خود تصریح می‌کند: تمرینات حرفه‌ای، انضباط ذهنی و جسمی ایجاد می‌کند که مستقیماً در کیفیت انجام وظایف سازمانی اثرگذار است. ورزش به من کمک کرده در شرایط پراسترس، آرامش، سرعت عمل و دقت بیشتری داشته باشم.

قهرمان MMA ترکیه، نقش حمایت‌های سازمانی را در تداوم مسیر حرفه‌ای خود بسیار تعیین‌کننده می‌داند و می‌افزاید: حمایت مدیران بانک سامان، به‌ویژه مدیران اداره حفاظت و انتظامات که نگاه ویژه‌ای به مقوله ورزش و به‌خصوص ورزش قهرمانی دارند، انگیزه بزرگی برای من بوده است. این حمایت‌ها نشان می‌دهد که در بانک سامان، توسعه نیروی انسانی فقط به بعد کاری محدود نمی‌شود و به رشد همه‌جانبه کارکنان توجه می‌شود.

وی در پایان، ضمن قدردانی از مدیران ارشد بانک سامان و همکاران خود، تأکید می‌کند: توجه سازمان به ورزش قهرمانی، نه تنها باعث افتخارآفرینی در سطح بین‌المللی می‌شود، بلکه سرمایه‌ای ارزشمند برای ارتقای سلامت، انگیزه و بهره‌وری کارکنان است. امیدوارم این رویکرد حمایتی تداوم داشته باشد و زمینه‌ساز موفقیت‌های بیشتر همکارانم در عرصه‌های ورزشی و حرفه‌ای شود.

محمد اسدی‌پور، از کارکنان بخش تشریفات اداره حفاظت و انتظامات بانک سامان، موفق شد در رقابت‌های بین‌المللی MMA سازمان Vendetta ترکیه، در وزن ۷۰ کیلوگرم، مدال طلای این دوره از مسابقات را از آن خود کند.

این رقابت‌ها با حضور ورزشکارانی از کشورهای مختلف برگزار شد و اسدی‌پور با عملکردی مقتدرانه و فنی، توانست در مبارزات خود به پیروزی دست یابد و عنوان قهرمانی را کسب کند. این موفقیت، نمونه‌ای روشن از توانمندی، انضباط و روحیه حرفه‌ای کارکنان بانک سامان در عرصه‌های مختلف ورزشی و اجتماعی به شمار می‌رود.

بانک سامان همواره حمایت از ورزش، به‌ویژه ورزش قهرمانی را در چارچوب مسئولیت اجتماعی خود موردتوجه قرار داده و این دستاورد بین‌المللی، گواهی بر اثرگذاری این رویکرد حمایتی است.

براین اساس، محمد اسدی‌پور، قهرمان وزن ۷۰ کیلوگرم رقابت‌های MMA سازمان Vendetta ترکیه در گفتگویی ورزش را بخش جدایی‌ناپذیر زندگی حرفه‌ای و شخصی خود می‌داند. او معتقد است ورزش قهرمانی تنها به موفقیت در میدان مسابقه محدود نمی‌شود، بلکه نقشی بنیادین در شکل‌گیری شخصیت، نظم فردی و توان مدیریت فشارهای کاری دارد.

وی در پاسخ به پرسشی درباره نقش ورزش در زندگی خود می‌گوید: ورزش به من یاد داده چگونه در شرایط سخت تصمیم درست بگیرم، تمرکز





حضور فعال بانک سامان در شانزدهمین نمایشگاه بین‌المللی قیر، آسفالت، بتن و سیمان

جعفر تکبیری |

در این نمایشگاه نیز توانست ظرفیت‌ها و مزیت‌های رقابتی خود را به‌صورت هدفمند معرفی کند. معرفی راهکارهای مالی متناسب با نیاز پروژه‌های بزرگ عمرانی و صنعتی، از جمله مهم‌ترین محورهای حضور بانک سامان در این رویداد بود.

از دیگر دستاوردهای حضور بانک سامان در این نمایشگاه می‌توان به شناسایی فرصت‌های جدید همکاری، ایجاد بستر اولیه عقد تفاهم‌نامه‌های آتی، توسعه ارتباط با مشتریان حقوقی جدید و تقویت روابط با مشتریان فعلی اشاره کرد. همچنین معرفی خدمات بانکداری دیجیتال، تسهیل فرآیندهای غیرحضوری و ارائه مشاوره‌های تخصصی در حوزه کاهش ریسک‌های مالی، مورد توجه ویژه بازدیدکنندگان قرار گرفت.

گرفته بانک سامان، واقع در طبقه فوقانی سالن ۴۴ (خلیج فارس)، غرفه ۰۷، در طول برگزاری نمایشگاه به یکی از نقاط کانونی گفت‌وگوهای تخصصی تبدیل شد و بسیاری از فعالان صنعت، این حضور را نشانه‌ای از رویکرد همراهانه و عملی بانک سامان در حمایت از بخش‌های مولد اقتصاد کشور ارزیابی کردند.

حضور موفق بانک سامان در شانزدهمین نمایشگاه بین‌المللی قیر، آسفالت، عایق‌ها، بتن، سیمان و ماشین‌آلات وابسته، بار دیگر جایگاه این بانک را به‌عنوان شریک مالی قابل اتکای صنایع زیرساختی تثبیت کرد و گامی مؤثر در مسیر توسعه تعامل با فعالان این عرصه مهم اقتصادی به شمار می‌رود.

بانک سامان با حضوری فعال و هدفمند، نقش مؤثری در شانزدهمین نمایشگاه بین‌المللی قیر، آسفالت، عایق‌ها، بتن، سیمان و ماشین‌آلات وابسته ایفا کرد و توانست تعامل گسترده‌ای با فعالان یکی از مهم‌ترین صنایع زیرساختی کشور برقرار کند.

به گزارش سامان رسانه، این نمایشگاه که از ۱۲ تا ۱۵ بهمن‌ماه ۱۴۰۴ در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار شد، فرصت مناسبی برای بانک سامان فراهم آورد تا با ارائه مجموعه‌ای کامل از خدمات مالی، بانکی و اعتباری در حوزه‌های ریالی و ارزی، به‌صورت مستقیم با شرکت‌ها، پیمانکاران، تولیدکنندگان و فعالان صنعت قیر، آسفالت، بتن و سیمان وارد گفت‌وگو شود.

بانک سامان در طول برگزاری این رویداد تخصصی، با حضور کادری متشکل از مدیران ارشد، مدیران میانی و کارشناسان متخصص، میزبان جلسات متعدد کارشناسی و مذاکرات حضوری با فعالان صنعت بود. این جلسات با محوریت تأمین مالی پروژه‌های زیرساختی، تسهیلات اعتباری، خدمات ارزی، راهکارهای مدیریت نقدینگی، ابزارهای نوین بانکداری و محصولات بیمه‌ای برگزار شد و با استقبال قابل توجه بازدیدکنندگان همراه بود.

این گزارش حاکی است بانک سامان که طی سال‌های گذشته به‌واسطه ارائه خدمات جامع و انعطاف‌پذیر، به یکی از بانک‌های منتخب شرکت‌های فعال در حوزه ساختمان، نفت و صنایع وابسته تبدیل شده،





پرداخت خسارت ۳۴۰ میلیارد ریال از سوی شرکت بیمه سامان

از بیمه‌گزاران، به‌ویژه در شرایط بحرانی، بخش جدایی‌ناپذیر از مأموریت حرفه‌ای این شرکت است.

بر همین اساس پیش‌ازین نیز بیمه سامان خسارت ۱۸۲۵ میلیارد ریالی شرکت «سامان سپهر سولان»، خسارت ۱۳۷۰ میلیارد ریالی شرکت «خودروسازان بم (کرمان موتور)» و ده‌ها پرونده خسارت دیگر مربوط به حادثه بندر شهید رجایی را با سرعت و دقت مورد رسیدگی قرار داد و خسارت آنها را پرداخت کرد.

بی‌تردید تجربه بیمه سامان در حادثه بندر شهید رجایی نمونه‌ای روشن از مشتری‌مداری، مسئولیت‌پذیری و پایبندی به تعهدات سنگین بیمه‌ای است؛ رویکردی که به تقویت اعتماد بیمه‌گزاران و پایداری فعالیت‌های اقتصادی در شرایط بحرانی کمک می‌کند.

شرکت بیمه سامان در ادامه روند رسیدگی سریع و دقیق به پرونده‌های خسارتی ناشی از حادثه بندر شهید رجایی، خسارت دو شرکت فعال در حوزه واردات برنج را پرداخت کرد.

به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، شرکت‌های «مروارید آرام دشتستان» و «رجب تجارت ایرانیان» که محموله‌های برنج آن‌ها در جریان این حادثه دچار خسارت شده بود، در مجموع مبلغ ۳۴۰ میلیارد ریال خسارت از بیمه سامان دریافت کردند. این پرداخت در چارچوب تعهدات حرفه‌ای بیمه سامان و پس از تکمیل فرایند ارزیابی و طی مراحل قانونی انجام شد و بار دیگر رویکرد این شرکت در حمایت به موقع، حضور مؤثر در کنار بیمه‌گزاران و ایفای مسئولانه تعهدات بیمه‌ای را به نمایش گذاشت. شرکت بیمه سامان همواره تأکید دارد که حمایت عملی



**بهنادبنا؛ شرکت برتر صنعت
ساختمان و مهندسی عمران**

در رتبه‌بندی شرکت‌های برتر ایران IMI100

رتبه‌بندی بنگاه‌ها؛ از عدد و جدول تا معنا و جهت

در اقتصاد امروز، «اندازه‌گیری» پیش‌نیاز «تصمیم‌گیری» است. بنگاه‌هایی که عملکرد خود را نمی‌سنجند، عملاً در تاریکی حرکت می‌کنند؛ و بنگاه‌هایی که امکان مقایسه‌پذیری ندارند، نمی‌توانند جایگاه واقعی خود را در بازار تشخیص دهند. رتبه‌بندی‌های اقتصادی دقیقاً در همین نقطه معنا پیدا می‌کنند: ایجاد یک چارچوب مشترک برای سنجش، مقایسه و تحلیل عملکرد شرکت‌ها بر پایه داده‌های قابل‌اتکا.

در ایران، IMI۱۰۰ با همین فلسفه شکل گرفته است؛ رتبه‌بندی‌ای که تلاش می‌کند تصویری مبتنی بر واقعیت از وضعیت بنگاه‌های بزرگ کشور ارائه دهد و فاصله میان ادعا و عملکرد واقعی را کاهش دهد. این رتبه‌بندی نه یک مسابقه تبلیغاتی، بلکه ابزاری برای شفاف‌سازی و پاسخ‌گویی است؛ ابزاری که می‌تواند به اصلاح سیاست‌ها، بهبود راهبردها و ارتقای کیفیت تصمیم‌گیری در سطح بنگاه و حاکمیت اقتصادی کمک کند.

چرا رتبه‌بندی‌ها مهم‌اند؟

اهمیت رتبه‌بندی‌ها تنها در اعلام «اول» و «دوم» خلاصه نمی‌شود. ارزش واقعی آن‌ها در چند کارکرد اساسی نهفته است:

نخست، شفافیت. رتبه‌بندی‌ها داده‌های پراکنده را به اطلاعات معنادار تبدیل می‌کنند و به ذی‌نفعان مختلف - از سهام‌داران و نهادهای مالی گرفته تا سیاست‌گذاران - امکان می‌دهند تصویری روشن‌تر از وضعیت بنگاه‌ها داشته باشند.

دوم، قابلیت مقایسه. وقتی شرکت‌ها در یک چارچوب واحد سنجیده می‌شوند، نقاط قوت و ضعف آن‌ها آشکارتر می‌شود و فضای رقابت حرفه‌ای‌تری شکل می‌گیرد.

سوم، انضباط مدیریتی. حضور در نظام‌های رتبه‌بندی معتبر، مدیران را ناگزیر می‌کند تصمیم‌های خود را بر پایه شاخص‌های قابل‌دفاع و نتایج قابل‌سنجش اتخاذ کنند، نه بر اساس برداشتهای شخصی یا ملاحظات کوتاه‌مدت.

تجربه‌های جهانی؛ یک زبان مشترک در اقتصاد بین‌الملل

در سطح جهانی، رتبه‌بندی بنگاه‌ها سال‌هاست به بخشی جدایی‌ناپذیر از اکوسیستم اقتصادی تبدیل شده است. فهرست Fortune 500 در ایالات متحده، شرکت‌ها را بر اساس درآمد رتبه‌بندی می‌کند و به یکی از مراجع اصلی تحلیل قدرت اقتصادی بنگاه‌ها بدل شده است. در اروپا و آسیا نیز رتبه‌بندی‌هایی مانند FT Global 500 یا فهرست‌های منطقه‌ای مشابه، نقش مهمی در هدایت سرمایه و ارزیابی عملکرد شرکت‌ها ایفا می‌کنند.

نشریه فورچون، ۵۰۰ شرکت برتر آمریکا را علاوه بر رتبه‌بندی از نظر درآمد، از نظر شاخص‌های مهم دیگری نیز بررسی می‌نماید که از جمله آن‌ها می‌توان به درصد تغییر درآمد سالانه، سودآوری، میزان دارایی‌ها، تعداد کارکنان، ارزش بازار، فروش، سود خالص، گردش مالی، میزان سپرده‌ها و سرمایه‌ها و تعداد شعبه‌ها اشاره کرد. این نشریه رتبه‌بندی‌های دیگری نیز دارد که معروف‌ترین آن‌ها رتبه‌بندی ۵۰۰ شرکت برتر در

آن کمک می‌کند و می‌تواند فرصت‌های همکاری و مشارکت اقتصادی با بنگاه‌های مستعد را آشکار سازد.

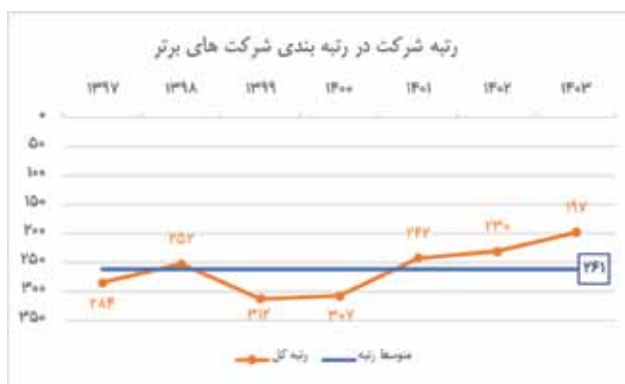
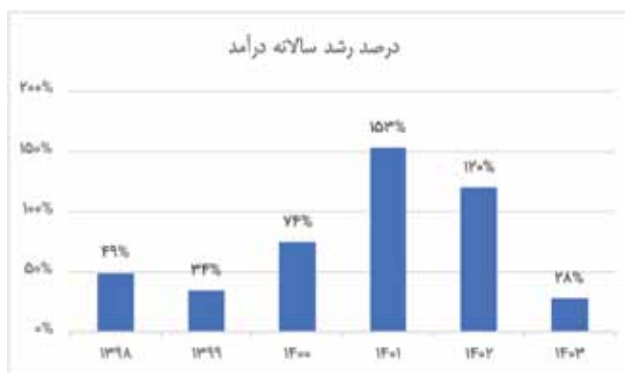
عملکرد شرکت بهنادبنا؛ نتیجه یک مسیر، نه یک اتفاق

بهنادبنا بر اساس استراتژی‌های خود تصمیم گرفته در فرایند ارزیابی و رتبه‌بندی IMI100 به‌عنوان مرجع رتبه‌بندی کشور با معیارهای استاندارد حضور فعال داشته باشد.

کسب رتبه اول در شاخص عملکرد و فروش در گروه ساختمان و مهندسی عمران در IMI100، محصول یک رویکرد مقطعی یا رشد هیجانی نیست. این دستاورد، نتیجه یک مسیر مشخص و قابل‌ردیابی است؛ مسیری که بر انتخاب آگاهانه پروژه‌ها، انضباط مالی، مدیریت ریسک و هماهنگی میان اهداف راهبردی و تصمیمات اجرایی استوار بوده است.

در سال‌های اخیر، بهنادبنا با پرهیز از ورود به پروژه‌های پرریسک و کم‌توجیه، تمرکز خود را بر طرح‌هایی قرار داده است که از منظر فنی، اقتصادی و زمان‌بندی، قابلیت کنترل و پیش‌بینی بالاتری داشته‌اند. هم‌زمان، بهبود فرآیندهای داخلی، کنترل هزینه‌ها در زنجیره تأمین، و ارتقای بهره‌وری منابع، نقش مهمی در افزایش کیفیت عملکرد ایفا کرده است.

این رویکرد باعث شده رشد فروش و بهبود عملکرد، نه به قیمت افزایش ریسک، بلکه در چارچوبی پایدار و قابل‌دفاع محقق شود؛ موضوعی که در شاخص‌های رتبه‌بندی نیز به‌روشنی قابل‌مشاهده است.



در سال ۱۴۰۳ بهنادبنا موفق شد با بهبود ۳۳ پله‌ای در رتبه کل به جمع

جهان است که با اعتبارسنجی‌های دقیق و منظم، رتبه اعتباری شرکت‌های برتر جهان را از لحاظ درآمد (به‌عنوان شاخص اصلی) و سایر شاخص‌ها مورد بررسی قرار می‌دهد.

در آخرین رتبه‌بندی منتشر شده برای سال ۲۰۲۵، خلاصه برخی نتایج به شرح زیر است:

● شرکت Walmart با بیش از ۱۰.۶۰۰ فروشگاه در سراسر جهان، جایگاه خود را به‌عنوان بزرگ‌ترین شرکت جهان از نظر درآمد برای ۱۳ سال متوالی حفظ کرده است.

● شرکت Amazon با درآمدی نزدیک به ۶۰۰ میلیارد دلاری در سال ۲۰۲۵ در رتبه دوم قرار دارد که رشد مداومی را در سال‌های اخیر نشان می‌دهد.

● شرکت چینی State Grid که در رتبه سوم قرار دارد، با سرمایه‌گذاری در پروژه‌هایی در استرالیا، برزیل، پرتغال، ایتالیا و فیلیپین، بزرگ‌ترین کارفرما و شرکت توزیع برق در جهان است.

● شرکت آرامکو عربستان Saudi Aramco باتکیه بر بزرگ‌ترین ذخایر نفتی جهان، هزینه تولید بسیار پایین و صادرات عظیم انرژی توانست در رتبه‌بندی، رتبه چهارم را به دست آورد و تنها شرکت غیرآمریکایی - غیر چینی حاضر در جمع ۵ شرکت برتر جهان از لحاظ درآمد باشد.

● در سال ۲۰۲۵، ده شرکت بزرگ از نظر درآمد شامل شش شرکت آمریکایی و سه شرکت چینی و یک شرکت از عربستان سعودی است. نکته قابل توجه در این نمونه‌های جهانی، پرهیز از نگاه صرفاً ظاهری است. در این رتبه‌بندی‌ها، فروش، سودآوری، بهره‌وری، توان تاب‌آوری در شرایط بحران، و ظرفیت خلق ارزش پایدار مورد توجه قرار می‌گیرد. IMI100 نیز با الهام از همین منطق، تلاش کرده است چارچوبی متناسب با شرایط اقتصاد ایران طراحی کند؛ چارچوبی که بتواند عملکرد واقعی بنگاه‌ها را از لابه‌لای اعداد استخراج کند.

رتبه‌بندی IMI-100: ابزار سنجش تعالی در اقتصاد ایران

رتبه‌بندی IMI-100 پروژه‌ای است که توسط سازمان مدیریت صنعتی ایران (IMI) از سال ۱۳۷۷ آغاز شده و هدف آن شناسایی و رتبه‌بندی ۵۰۰ شرکت برتر ایران بر اساس میزان فروش و سایر شاخص‌های عملکردی است. این رتبه‌بندی اهدافی چون شفافیت (ارائه اطلاعات شفاف و قابل‌اعتماد)، مقایسه (فراهم کردن امکان مقایسه شرکت‌ها با یکدیگر و در دوره‌های زمانی مختلف)، تشویق (ایجاد انگیزه برای بهبود عملکرد و رقابت سالم) و اطلاع‌رسانی (ارائه اطلاعات مفید به مدیران، سیاست‌گذاران و پژوهشگران) را دنبال می‌کند.

معیار اصلی رتبه‌بندی IMI-100 میزان فروش شرکت‌ها است، اما سازمان مدیریت صنعتی در سال‌های اخیر تلاش کرده است تا شاخص‌های دیگری مانند سودآوری، بهره‌وری، رشد، صادرات و ۳۲ شاخص دیگر را نیز در رتبه‌بندی لحاظ کند. این رتبه‌بندی ابزاری مناسب برای تصمیم‌گیری، برندینگ، تعالی سازمانی و ارزیابی عملکرد را فراهم می‌کند و مورد استقبال شرکت‌های پیشرو کشور قرار گرفته است.

رتبه‌بندی IMI-100 برای سرمایه‌گذاران و فعالان اقتصادی نیز اهمیت زیادی دارد، چرا که فهرست رتبه‌بندی می‌تواند اطلاعات تحلیلی دقیق‌تری را در اختیار سهام‌داران و فعالان بازار سرمایه قرار دهد. این اطلاعات در کنار سایر داده‌های معتبر، به شناسایی روند شرکت و پیش‌بینی آینده

۲۰۰ شرکت برتر کشور وارد شود.

در این راستا، برنامه‌های آتی بهنادبنا بر چند محور کلیدی متمرکز شده است:

ارتقای مستمر نظام‌های کنترلی و مدیریتی، سرمایه‌گذاری هدفمند در پروژه‌های آینده‌دار، توسعه توان تحلیلی در تصمیم‌گیری، و توجه ویژه به سرمایه انسانی به‌عنوان مهم‌ترین دارایی سازمان. در کنار این موارد، تلاش برای تقویت فرهنگ عملکردمحور، مستندسازی تجربه‌ها و انتقال دانش سازمانی، نقش مهمی در کاهش ریسک تکرار خطاها و افزایش کیفیت تصمیمات آینده خواهد داشت.

جمع‌بندی؛ رتبه به‌عنوان ابزار، نه هدف

در نهایت، باید تأکید کرد که رتبه‌بندی هدف نهایی نیست، بلکه ابزاری برای سنجش مسیر حرکت است. رتبه اول در IMI100، برای بهنادبنا نه یک نقطه توقف، بلکه نشانه‌ای از درستی مسیر انتخاب‌شده و مسئولیتی مضاعف برای ادامه آن است. پایداری در عملکرد، شفافیت در تصمیم‌گیری و تعهد به بهبود مستمر، عناصری هستند که می‌توانند این جایگاه را از یک موفقیت مقطعی، به یک مزیت پایدار تبدیل کنند؛ مزیتی که در بلندمدت، ارزش واقعی خود را نشان خواهد داد.

استراتژی‌ها؛ از اجرا تا حکمرانی شرکتی

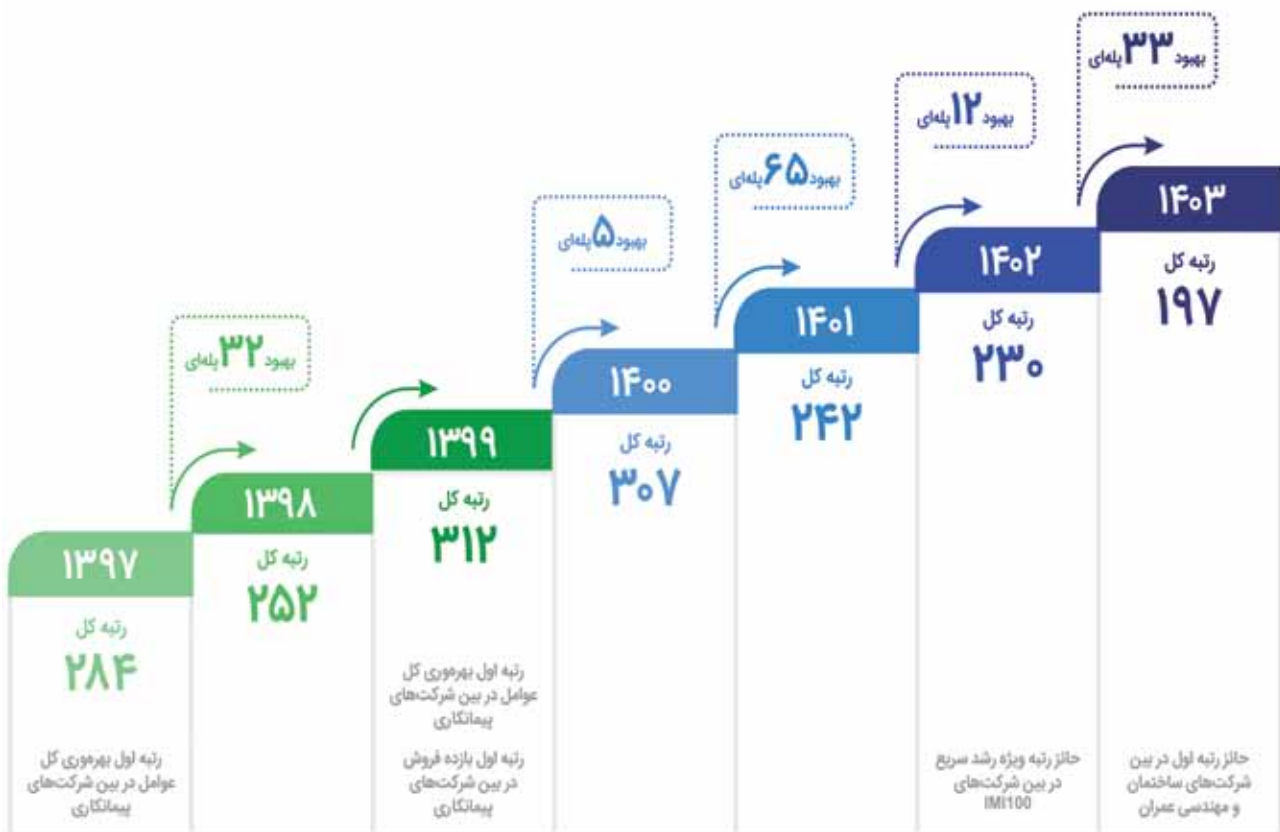
یکی از تفاوت‌های کلیدی میان رشد پایدار و رشد ناپایدار، در سطح استراتژی و حکمرانی شرکتی نهفته است. بهنادبنا در کنار تمرکز بر اجرا، به تقویت ساختارهای تصمیم‌گیری، شفافیت گزارش‌دهی و تفکیک نقش‌ها توجه ویژه داشته است.

تلاش برای هم‌راستاسازی واحدهای فنی، مالی و مدیریتی با اهداف کلان، کاهش تصمیم‌گیری‌های جزیره‌ای، و حرکت به‌سوی فرآیندهای استاندارد، بخشی از این رویکرد بوده است. چنین نگاهی، امکان واکنش سریع‌تر و منطقی‌تر به تغییرات محیطی—از نوسانات اقتصادی تا تحولات بازار مسکن و ساخت‌وساز—را فراهم کرده است.

حفظ جایگاه؛ چالش بزرگ‌تر پس از موفقیت

رسیدن به رتبه نخست، اگرچه دستاوردی مهم است، اما چالش اصلی از همین نقطه آغاز می‌شود. حفظ جایگاه و تبدیل آن به مزیت رقابتی پایدار، نیازمند برنامه‌ریزی دقیق‌تر و سخت‌گیرانه‌تر است.

نقشه راه طی شده شرکت بهناد بنا در رتبه‌بندی شرکت‌های برتر ایران (IMI100)



منفی نبودن تغییر رتبه فروش شرکت بهناد بنا طی ۴ سال اخیر و استمرار بهبود رشد.



تقدیر از فوتسالیست‌های سامانی

با حضور مدیرعامل بانک سامان از افتخارآفرینان فوتسال سامان تقدیر شد. با توجه به قهرمانی تیم فوتسال بانک سامان در مسابقات فوتسال کارگری کشور، مراسم تقدیر از مربیان، بازیکنان و کادر تیم فوتسال بانک سامان، با حضور مدیرعامل بانک سامان و برخی از مدیران ارشد بانک در محل آمفی تئاتر برج سامان برگزار شد.

گفتنی است تیم فوتسال بانک سامان در شرایطی توانست برای سومین بار جام قهرمانی این مسابقات را از آن خود کند که این رقابت‌ها با حضور ۳۲ تیم از شهرهای مختلف کشور برگزار شده بود و بانک سامان توانسته بود به عنوان سرگروه از مرحله مقدماتی این بازی‌ها به دور بعد صعود کند و در مرحله نهایی مسابقات هم توانست با پشت سر گذاشتن تیم‌های پتروکوک کرمان، داروسازی دانا و همچنین تساوی مقابل تیم‌های بانک پاسارگاد و نیشکر دعبل خزاعی خوزستان جواز حضور در مرحله نیمه‌نهایی مسابقات را به دست بیاورد و در فینال مسابقات نیز با نتیجه ۳ بر ۱ تیم رامک شیراز را شکست دهد.

عکس‌ها: نیلوفر قیاض



مراسم تقدیر از تیم فوتسال بانک سامان، قهرمان لیگ کارگری کشور





ارزیابی روند قیمت نقره



پریسا حاجی محمدی |
دکتری کسب و کار حرفه‌ای DBA

مرحله تثبیت قیمت نقره، اغلب نشان‌دهنده افزایش قیمت قبل از حرکات جهت‌دار اصلی است. درک این گذارها به سرمایه‌گذاران کمک می‌کند تا نقاط عطف را با اطمینان بیشتری پیش‌بینی کنند. تحلیل بازار فعلی بازار نقره امروز، تعادلی از نیروهای متضاد را نشان می‌دهد: فشارهای تورمی، توسعه صنعتی و عدم قطعیت اقتصاد کلان.

از سال ۲۰۲۵، قیمت نقره در محدوده‌ای تحت تأثیر تقاضای قوی از سوی بخش‌های انرژی تجدیدپذیر و احساسات محتاطانه سرمایه‌گذاران در بحبوحه نوسان نرخ بهره، در نوسان است. پیش‌بینی و تحلیل قیمت نقره برای کوتاه‌مدت، پتانسیل صعودی متوسطی را نشان می‌دهد که توسط تورم مداوم و استفاده صنعتی پایدار پشتیبانی می‌شود. سیاست‌های پولی بانک‌های مرکزی همچنان به شکل‌دهی حرکات کوتاه‌مدت ادامه می‌دهند، زیرا نرخ‌های پایین‌تر معمولاً سرمایه‌گذاری در فلزات را تشویق می‌کنند.

باین‌حال، نوسانات قیمت همچنان یک موضوع مداوم است. تحلیلگران خاطرنشان می‌کنند که نقره به دلیل اندازه بازار کوچک‌تر و حساسیت به فعالیت صنعتی، نوسانات شدیدتری نسبت به طلا را تجربه می‌کند. نوسانات پیش‌بینی قیمت نقره همچنان عامل مهمی برای معامله‌گران در مدیریت اهرم و ریسک است. به‌طور کلی، تعادل بین تقاضای ناشی از تورم و انقباض پولی، بازار فعلی نقره را تعریف می‌کند. سرمایه‌گذارانی که از ابزارهای معاملاتی آنلاین Evest استفاده می‌کنند، می‌توانند نمودارهای قیمت، الگوهای حجم و شاخص‌های احساسات را رصد کنند تا معاملات خود را به‌طور مؤثرتر زمان‌بندی کرده و ریسک را مدیریت کنند.

پیش‌بینی قیمت نقره در کوتاه‌مدت احتمالاً ترکیبی از تثبیت و حرکت صعودی را تجربه خواهد کرد، زیرا سرمایه‌گذاران منتظر شفافیت در سیاست پولی جهانی هستند. مدل‌های پیش‌بینی قیمت نقره در کوتاه‌مدت نشان می‌دهند که قیمت‌ها ممکن است طی شش ماه آینده بین ۲۵ تا ۳۰ دلار در هر

روندهای تاریخی قیمت نقره و تاریخچه قیمت نقره، زمینه ارزشمندی را برای درک پتانسیل آینده آن فراهم می‌کند. در طول چند دهه گذشته، نقره چرخه‌های رونق و اصلاح را تحت تأثیر تورم، تقاضای صنعتی و احساسات سرمایه‌گذاران تجربه کرده است. در دهه ۱۹۸۰، قیمت نقره به دلیل معاملات سوداگران قبل از ورود به یک دوره تثبیت طولانی، افزایش یافت. اوایل دهه ۲۰۰۰ شاهد علاقه مجدد به دلیل گسترش صنعتی و تنوع سرمایه‌گذاران بود. تا سال ۲۰۱۱، نقره در بحبوحه بحران بازارهای مالی جهانی، زمانی که سرمایه‌گذاران به دنبال محافظت در برابر عدم قطعیت اقتصادی بودند، به نزدیک ۵۰ دلار در هر اونس رسید. پس از آن اوج، قیمت‌ها اصلاح شدند؛ اما در بیشتر دهه ۲۰۱۰، حمایتی بالاتر از محدوده ۱۵ تا ۲۰ دلار پیدا کردند. در سال ۲۰۲۰، در طول همه‌گیری، نقره دوباره انعطاف‌پذیری خود را نشان داد، با اجرای اقدامات محرک بی‌سابقه توسط بانک‌های مرکزی، به بالای ۲۵ دلار رسید. این الگوهای تاریخی، ماهیت دوگانه نقره را برجسته می‌کنند: این فلز در زمان‌های پریشانی اقتصادی و نوآوری‌های فناوری به‌طور یکسان رشد می‌کند.

با تجزیه و تحلیل چرخه‌های بازار گذشته، معامله‌گران می‌توانند مراحل تثبیت و نقاط شکست بالقوه را بهتر تفسیر کنند. برای مثال، پیش‌بینی



اونس متغیر باشند که به داده‌های تورم و تحولات ژئوپلیتیکی بستگی دارد. شاخص‌های اقتصادی مانند تصمیمات نرخ بهره، تعداد اشتغال و فعالیت تولیدی به شدت بر روندهای کوتاه‌مدت تأثیر خواهند گذاشت. اگر تورم ادامه یابد، نقره می‌تواند شتاب بیشتری به دست آورد، زیرا تقاضا برای دارایی‌های پوشش‌دهنده تورم افزایش می‌یابد. معامله‌گران همچنین باید احساسات سوداگران را در بازارهای آتی در نظر بگیرند. افزایش قراردادهای باز در معاملات آتی نقره معمولاً نشان‌دهنده افزایش مشارکت سرمایه‌گذاران است که می‌تواند باعث افزایش قیمت‌های کوتاه‌مدت شود. از سوی دیگر، سودگیری پس از سودهای سریع ممکن است باعث اصلاحات موقت شود که از ویژگی‌های الگوهای نوسان پیش‌بینی قیمت نقره است.

پیش‌بینی‌های بلندمدت قیمت نقره همچنان خوش‌بینانه است و ناشی از گسترش تقاضای صنعتی و تغییرات ساختاری به سمت فناوری سبز است. با تسریع گذار جهان به انرژی‌های تجدیدپذیر، نقش اساسی نقره در پنل‌های خورشیدی و خودروهای برقی احتمالاً سطح مصرف بالایی را حفظ خواهد کرد. تحلیلگران پیش‌بینی می‌کنند که اگر روند تقاضای فعلی ادامه یابد، تا سال ۲۰۳۰، نقره می‌تواند بین ۴۰ تا ۵۰ دلار در هر اونس معامله شود.

پذیرش فزاینده نقره در شبکه‌های 5G، فناوری‌های پزشکی و تولید نیمه‌هادی‌ها، شتاب صعودی بیشتری را به چشم‌انداز پیش‌بینی قیمت نقره اضافه می‌کند. علاوه بر این، کاهش عیار سنگ معدن و محدود بودن پروژه‌های جدید استخراج می‌تواند عرضه را در دهه آینده محدود کند و مسیر صعودی را تقویت کند. کمپانی نقره، همراه با اتکای پایدار به فناوری، از افزایش شدید قیمت در بلندمدت پشتیبانی می‌کند. با این حال، سرمایه‌گذاران همچنین باید برای اصلاحات چرخه‌ای و مراحل تثبیت قیمت آماده باشند. به سرمایه‌گذاران بلندمدت توصیه می‌شود که در زمان افت قیمت‌ها از استراتژی‌های انباشت استفاده کنند، نه اینکه سعی کنند

بازار را زمان‌بندی کنند.

نظرات کارشناسان و بیش تحلیلگران برجسته همچنان تا حد زیادی نسبت به چشم‌انداز میان‌مدت و بلندمدت نقره خوش‌بین هستند. بسیاری پیش‌بینی می‌کنند که نقره با ادامه گسترش تقاضای صنعتی، عملکرد بهتری نسبت به سایر کالاها خواهد داشت. تحلیلگران بر تعامل بین بهبود اقتصاد کلان، رشد انرژی‌های تجدیدپذیر و احساسات سرمایه‌گذاران به‌عنوان کاتالیزورهای اصلی برای مسیر پیش‌بینی قیمت نقره تأکید می‌کنند. کارشناسان همچنین بر پتانسیل نقره برای بهره‌مندی از پیکربندی مجدد تجارت جهانی تأکید می‌کنند.

سناریوی پیش‌بینی قیمت نقره با تنش‌های تجاری نشان می‌دهد که اختلال در زنجیره‌های تأمین جهانی می‌تواند کمبودهای موقت ایجاد کند و منجر به افزایش ناگهانی قیمت شود. چندین مؤسسه مالی معتبر، سود سالانه ثابتی را برای نقره در پنج سال آینده پیش‌بینی می‌کنند. این پیش‌بینی‌ها، سرمایه‌گذاری مداوم در فناوری سبز و افزایش فشارهای تورمی را فرض می‌کنند. تحلیلگران همچنین خاطرنشان می‌کنند که پیشرفت‌های تکنولوژیکی در بازیافت می‌تواند بر پویایی عرضه تأثیر بگذارد و پیچیدگی مدل‌سازی بلندمدت را افزایش دهد.

استراتژی‌های سرمایه‌گذاری بر اساس پیش‌بینی قیمت نقره توسعه یک استراتژی سرمایه‌گذاری مؤثر پیرامون پیش‌بینی قیمت نقره نیازمند ایجاد تعادل بین فرصت‌های کوتاه‌مدت و چشم‌انداز بلندمدت است. معامله‌گران و سرمایه‌گذاران می‌توانند بر اساس ریسک‌پذیری و چشم‌انداز بازار خود، رویکردهای مختلفی را اتخاذ کنند. سرمایه‌گذاران می‌توانند ضمن حفظ مکانیسم‌های قوی کنترل ریسک، بازده را به حداکثر برسانند. سرمایه‌گذاران باید هوشیار باشند، زیرا نقره اغلب به سرعت به تحولات جهانی واکنش نشان می‌دهد. افزایش ناگهانی تقاضا برای دارایی‌های امن معمولاً پس از شوک‌های بزرگ ژئوپلیتیکی یا اقتصادی رخ می‌دهد و موقعیت نقره را به‌عنوان یک پوشش ریسک صنعتی و مالی تقویت می‌کند.



سامانیوم
Samanium

برندگان سورسامانی

۱ جایزه بزرگ
۱۰۰ میلیون تومانی

محمدعلی خوش سیرت لاقانی
شماره مشتری: ۳۳-۰۶۲۶۲

اسامی برندگان
سور دی ماه سامانیوم

۱۰۰ جایزه
۵۰۰۰ سامانی

شماره مشتری	اسامی
۲۲۳۷۷	پریسا حسینی نورانی
۲۲۲۲۱۲	حمید فرید محمدزادگان
۱۵۵۱۵۶۸	سیمنا ستان
۱۰۷۵۰۹۲	فاطمه ولیزاده
۱۸۰۵۱۱۹	مسعود سیاحزاده
۲۲۲۸۶۶۲	احمد علی صادقی
۲۲۷۵۲۰۳	محمدحسین صادقی
۱۷۵۶۹۹۱	مونا حیدری گریزنگه
۵۲۸۰۳۱	محمد رحمانی پناه
۲۲۷۰۸۶۲	حسین سیادولانی
۲۲۰۹۹۶۲	سارا فارغزاده
۲۸۳۸۸۹۱	کاوه وزیری پاشکم
۲۵۲۷۲۰۱	پارسا محمدی
۲۸۸۶۶۲	علی ارینزاده
۲۲۲۰۲۲	کوروش منوچهری کدانی

۱۰ جایزه
۱۰ میلیون تومانی

شماره مشتری	اسامی
۲۲۵۱۶	سیدرضا حسینی لقا
۲۵۱۵۰۲۶	فاطمه مهاجر میقاتی
۹۱۰۱۲	قهام فریدی
۱۶۶۷۸۳۲	لینا فقیه‌نو
۲۰۱۲۷۵۰	مهدی عزیزدشت‌آبادی
۲۰۶۵۴۹۵	رویا خوش‌نژاد فرد
۲۵۶۹۹۵۰	رضا کلهر
۱۰۷۵۳۸۷	ابراهیم محمودزاده عشق‌شاهی
۲۰۶۵۵۰۹	بهاره هروی
۲۸۰۸۳۲۵	شانی باباپور کهنورانی

شماره مشتری	اسامی
۳۷۷۰۱۲۸	حامد عزیزی
۳۷۸۱۰۱۰	بارک فرمایشی
۳۸۷۷۷۳	جعفر محمدی
۳۸۴۵۰۱۹	حسین دهقان جوزانی
۳۹۱۱۹۲۷	محمد رضا امیری
۳۱۳۰۰۵۸	اصغر داریستانی فراهانی
۳۰۰۴۴۴	صاباالدین زرگریان
۳۵۳۴۹۷	محسن نیجوی پانه سرتی
۱۵۰۰۷۷	سید محمد احمدی ابراهیم آباد
۳۷۷۸۲۸	جعفر تکبیری
۳۵۵۴۲۰	مهری شهبازی
۳۰۰۳۳۸۲	یداله بابائی
۳۸۷۷۳۸	محمد امین وین
۳۸۵۷۷۸	نورام بحیرانی
۳۷۷۷۲۵	حسین کوه درانی
۳۵۳۰۰	بارک سیدنی
۳۹۱۲۴۵	ساجد صابری نژاد

شماره مشتری	اسامی
۳۳۳۳۳۳	کاوه اشککش
۳۳۳۳۳۳	امید عابدی
۳۳۱۳۵۰۷	سیده زینب مرعشی مرزنگو
۳۳۷۷۳۷	زینب صالحی مهران
۳۰۰۲۱۰۰	سوده شکورخواه
۱۰۰۰۴۵۱	محسن رحیمی قندهی
۱۸۱۸۸۰	مبین قنبر بالابریگو
۱۵۰۴۴۴	محمد محمدزاده
۳۳۳۳۳۳	محمد نورانی
۳۳۳۰۰	مهدی مجاهدی
۳۳۳۳۳۳	محمد رضا امیدی رگوانندی
۳۳۳۳۳۰	امیرحسین صدقی نژاد داریان
۳۳۳۰۰	غفار لشکری شاه
۳۳۳۳۳۰	داود دانشوری
۳۳۳۳۳۰	رضا اخوان عطار
۳۳۳۳۳۰	شهباز رسولی
۳۳۳۳۳۰	نیلوفر حیدری

شماره مشتری	اسامی
۱۵۲۱۴۸	فاطمه مرزبی
۳۸۸۲۴۴	شاهین گنجی
۱۵۰۰۳۳۳	شیرین احمدی
۳۸۸۰۳۳	الهام امانی
۳۵۳۳۳۳	سید محمد حسن حسینی میانی
۱۳۵۰۳۳	علیرضا موسی خانی
۳۸۷۱۳۳	احمد نوروزی
۳۰۰۴۴۰۵	غلامرضا فتح المرحله
۳۷۳۳۳۵	امین محمدی
۳۸۸۲۴۸	امیر رضا آریا
۳۱۳۳۳۳	علی اسکندری
۳۵۸۸۲۷	سویلا داوری
۳۸۸۲۴۸	اکبر نجفی
۳۱۳۳۳۳	سید مهدی گنجی هندی
۳۳۳۰۳۷	حسن فاضلی
۳۳۳۳۳۳	منا اکبری
۳۳۳۳۳۳	ناصر قدسی زاده

شماره مشتری	اسامی
۳۳۳۰۳۳	رضا سیاه سائو
۳۳۳۳۳۳	علی برادر
۳۳۳۳۳۳	مهدی نوری
۳۳۳۳۳۳	مونا سوری
۳۳۳۳۳۳	مبین تقی اف
۳۳۳۳۳۳	محمد رضا طوشدل
۳۳۳۳۳۳	شهرین طاهرزور
۳۳۳۳۳۳	مبینا غنی آبادی
۳۳۳۳۳۳	نازیا جوادیا
۳۳۳۳۳۳	کامیار سرفانی
۳۳۳۳۳۳	محسن کدوریان
۳۳۳۳۳۳	سید امیرحسین رحیمی پیرمحل
۳۳۳۳۳۳	محمد حسین رفیع پور
۳۳۳۳۳۳	علی راجد رحیمی
۳۳۳۳۳۳	اسما ایل شیرمحمدی زاهرود
۳۳۳۳۳۳	احمد قرمانی
۳۳۳۳۳۳	مهدی پاریز اسمعیلی

ما با همه برنده‌ها تماس می‌گیریم.

براشون پیامک برنده شدن رو حتماً می‌فرستیم.

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

شماره مشتری	اسامی
۳۳۳۳۳۳	محمد رضا بابا خانی
۳۳۳۳۳۳	شهرین قطعی
۳۳۳۳۳۳	احسان شریفی
۳۳۳۳۳۳	محسن احمد زاده کاشی
۳۳۳۳۳۳	مسعود مهران محمد آبادی
۳۳۳۳۳۳	محمد رضا زاده
۳۳۳۳۳۳	محمد رضا اشکری
۳۳۳۳۳۳	پیمان کاکواند
۳۳۳۳۳۳	منا انا اصفهانی خاмене
۳۳۳۳۳۳	فرزاد سرودی گنستانی
۳۳۳۳۳۳	محمد فراوان
۳۳۳۳۳۳	سعد بازگانی
۳۳۳۳۳۳	اکبر فرمادی اوری
۳۳۳۳۳۳	منیره سمرقندی
۳۳۳۳۳۳	حسن درخی
۳۳۳۳۳۳	خروانه موهین دوست
۳۳۳۳۳۳	شهابالدین اسمعیلی



دانستنی‌های بانکی

سپرده راکد

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

سپرده راکد یعنی چه؟

سپرده «باز» وضعیتی از سپرده است که انجام هرگونه تراکنش مالی (اعم از واریز، برداشت یا انتقالی) روی آن امکان‌پذیر است. اگر سپرده در طول یک دوره قراردادی فاقد هرگونه گردش مالی باشد وضعیت آن «راكد» می‌شود. رفع رکود سپرده به معنای خارج نمودن سپرده از وضعیت «راكد» و تغییر وضعیت آن به وضعیت «باز» است.

آیا سپرده‌های مختلف با شرایط یکسان راکد می‌شوند؟

وضعیت سپرده‌های قرض‌الحسنه پس‌انداز و جاری و انواع سپرده‌های سرمایه‌گذاری کوتاه‌مدت (اعم از ریالی و ارزی) با هر میزان مانده، در صورتی که فاقد گردش مالی باشند، بدون صدور سند حسابداری و به‌صورت خودکار، مطابق مدت‌زمان اشاره‌شده به شرح جدول زیر از وضعیت «باز» به وضعیت «راكد» تبدیل می‌شوند.

ردیف	نوع سپرده	مدت‌زمان عدم گردش مالی
۱	سپرده قرض‌الحسنه جاری	یک سال
۲	سپرده سرمایه‌گذاری کوتاه‌مدت	دو سال
۳	سپرده قرض‌الحسنه پس‌انداز	سه سال

در صورت رکود سپرده، انجام کدام عملیات بانکی امکان‌پذیر نیست؟

با تغییر وضعیت سپرده‌ها از «باز» به «راكد»، انجام تراکنش‌های مالی (اعم از برداشت یا انتقال وجه یا واریز از طریق شعب و درگاه‌های الکترونیک) روی سپرده راکد شده امکان‌پذیر نیست و انجام این تراکنش‌ها، منوط به رفع رکود سپرده خواهد بود.

لازم به ذکر است در رابطه با سپرده‌های راکد، تعدادی از عملیات واریز و وجه شامل واریز سود علی‌الحساب، واریز از طریق پایا و واریز از طریق ساتنا امکان‌پذیر بوده، البته این واریزها منجر به رفع رکود سپرده نمی‌شوند.

توجه فرمایید که به سپرده‌های سرمایه‌گذاری کوتاه‌مدت عادی طی دوران رکود نیز، سود علی‌الحساب تعلق می‌گیرد. این سود به‌صورت ماهانه یا در مقاطع مورد توافق با مشتری، توسط سیستم نرم‌افزاری بانک محاسبه و به سپرده مربوطه (حتی در وضعیت راکد) واریز می‌شود.

در چه صورت، سپرده از حالت رکود خارج می‌شود؟

در حال حاضر، رفع رکود سپرده‌ها در هر یک از وضعیت‌های زیر صورت می‌پذیرد:

- درخواست صاحب سپرده یا نماینده قانونی وی مبنی بر رفع رکود سپرده؛ احکام قانونی؛
 - وصول چک عهده سامان؛
 - هرگونه واریز به سپرده راکد توسط اشخاص ثالث در شعب بانک؛
 - وصول چک‌های واگذار شده عهده سایر بانک‌ها؛
 - رفع رکود سپرده به‌منظور برداشت اقساط تسهیلات.
- پذیرش درخواست مشتریان جهت رفع رکود سپرده در تمامی شعب بانک یا از درگاه موبایل امکان‌پذیر است.
- شایان ذکر است رفع رکود انواع سپرده‌های بانک اعم از سپرده‌های سرمایه‌گذاری کوتاه‌مدت، قرض‌الحسنه پس‌انداز و قرض‌الحسنه جاری دارای کارمزد است که کارمزد آن طبق تعرفه کارمزد خدمات بانکی ریالی از مشتریان اخذ می‌شود.

زمان باقی مانده: ۰۹:۵۱

پذیرنده

مبلغ
ریال ۲,۰۲۱,۴۰۰
دورست و دو هزار و یکصد و بیست و چهار تومان

نمایش

شماره کارت
۶۲۱۹

شماره شناسایی دوم (CVV2)

تاریخ انقضا
**/

کد امنیتی
31831

پیش شماره

رمز دوم / یویا

دریافت رمز یویا

افزایش سقف تراکنش خرید
و پرداخت قبض اینترنتی با

"رمز دوم ثابت کارت"

از ۱۰۰ هزار تومان به

۵۰۰ هزار تومان

Oyan

تبدیل آزمون‌های طولانی به کوئیزهای کوچک

| تولید محتوا: اداره فناوری‌های نوین یادگیری آکادمی سامان |



با فیدبکی که از شما همکاران عزیز طی ۶ ماه گذشته دریافت کردیم، در نسخه جدید آیان تغییرات زیر اعمال شد:

- آزمون‌های طولانی تبدیل به کوئیزهای کوچک و قابل‌رصد شده است.

- با این امکان شما می‌توانید در بازه‌های کوتاه زمانی مطالعات خود را مدیریت کنید و همواره در مسیر یادگیری باشید.

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



برای نصب اپلیکیشن اسکن کنید.
لینک مستقیم:
oyan.SamanAcademy.ir



گفتگو با همکاران شعبه نیاوران

شعبه نیاوران؛ تلاقی بانکداری ویژه، اعتماد مشتری و مدیریت حرفه‌ای

گفتگو: جعفر تکبیری

و بازگشت به ایران، حتی با وجود تجربه تدریس دانشگاهی، همچنان فعالیت در بانک سامان را به سایر گزینه‌های حرفه‌ای ترجیح داده و از این انتخاب رضایت کامل دارد.

رئیس شعبه نیاوران در معرفی این شعبه توضیح می‌دهد: شعبه نیاوران در منطقه‌ای عمدتاً مسکونی و در محدوده بین خیابان‌های فیضیه و جماران واقع شده که درعین حال میزبان کلینیک‌های زیبایی، آژانس‌های مسافرتی، رستوران‌ها و اصناف متنوع است. این شعبه کلیه خدمات ریالی و ارزی غیربازرگانی را ارائه می‌دهد و با شش نفر همکار (بدون احتساب رئیس و معاون) فعالیت می‌کند که شامل دو نیروی عملیات، دو بانکدار مشتریان ویژه، یک نیروی فروش و یک نیروی فروش تخصصی است. سعیدی با اشاره به ترکیب منابع شعبه می‌گوید: ۸۶ درصد منابع شعبه به مشتریان ویژه و خاص اختصاص دارد و تنها ۱۴ درصد مربوط به مشتریان خرد و ممتاز است. همچنین سه درصد از کل منابع متعلق به اشخاص حقوقی بوده و مابقی به اشخاص حقیقی تعلق دارد.

او در تشریح شیوه مدیریت و عملکرد شعبه توضیح می‌دهد که برای هر یک از همکاران، بر اساس چارت سازمانی، در ابتدای هر ماه اهداف مشخصی تعیین و ابلاغ می‌شود و تمامی همکاران در طول ماه برای تحقق اهداف فردی و در نهایت اهداف سازمانی تلاش می‌کنند. در این میان، بازاریابی و جذب مشتریان جدید، به‌ویژه مشتریان ویژه، از اولویت‌های اصلی شعبه به شمار می‌رود.

رئیس شعبه نیاوران، ارتباط مؤثر را یکی از ارکان اصلی موفقیت سازمانی می‌داند و معتقد است توان برقراری ارتباط صحیح با همکاران، نقش مستقیمی در بهبود کیفیت زندگی کاری و افزایش کارایی دارد. به گفته او، در شرایط کنونی جامعه، نبود درک متقابل می‌تواند روابط کاری را به سمت تنش یا بی‌انگیزگی سوق دهد؛ موضوعی که دستیابی به اهداف را دشوار یا حتی ناممکن می‌سازد. بر همین اساس، رویکرد شعبه بر ایجاد ارتباطی مؤثر، محترمانه و درعین حال دوستانه میان همکاران استوار است.

سعیدی در حوزه ارتباط با مشتریان نیز بر اصل احترام، درک دقیق نیازها و انجام سریع امور بانکی تأکید می‌کند و می‌گوید ارائه خدمات در کوتاه‌ترین زمان ممکن، از مهم‌ترین اولویت‌های شعبه نیاوران است. او با اشاره به ماهیت ویژه این شعبه تصریح می‌کند که تمرکز اصلی بر بانکداری ویژه و ارائه خدمات مالی به اصناف و شرکت‌هاست و جذب و خدمت‌رسانی به این دو گروه در صدر برنامه‌های کاری شعبه قرار دارد. به گفته وی، مشتریان این منطقه استقبال مناسبی از ابزارهای بانکداری الکترونیک بانک سامان داشته‌اند و میزان رضایت آنان از این خدمات بالاست.

رئیس شعبه نیاوران در پایان به فعالیت‌های شعبه در حوزه بیمه اشاره می‌کند و می‌گوید این شعبه به‌صورت مستمر در زمینه بازاریابی و جذب خدمات بیمه‌ای متنوعی از جمله بیمه صندوق امانات، بیمه عمر، بیمه مانده به‌کار تسهیلات گروهی، بیمه درمان تکمیلی مشتریان ویژه و بیمه‌های مسافرتی فعال است.

چالش‌ها در حوزه بانکی محسوس‌تر است

حسین شیدایی، از کارکنان باسابقه بانک سامان، متولد سال ۱۳۶۰ و دارای مدرک کارشناسی حسابداری است. او از سال ۱۳۸۵ به جمع



واله سعیدی - رئیس شعبه

شعبه نیاوران بانک سامان، در قلب یکی از مناطق شاخص و مسکونی شمال تهران، فراتر از یک شعبه بانکی عمل می‌کند؛ جایی که تمرکز بر بانکداری ویژه، ارتباط مؤثر با مشتریان خاص و ارائه خدمات مالی دقیق و سریع، هویت اصلی آن را شکل داده است. این شعبه با ترکیبی از نیروی انسانی متخصص، ساختار هدف‌محور، سهم بالای مشتریان ویژه و رویکرد حرفه‌ای در فروش خدمات بانکی و بیمه‌ای، به الگویی از بانکداری مدرن، کم‌ریسک و مبتنی بر رضایت مشتری تبدیل شده و نقش فعالی در تحقق استراتژی‌های کلان بانک سامان ایفا می‌کند.

واله سعیدی، رئیس شعبه نیاوران بانک سامان، با بیش از دو دهه سابقه فعالیت در این بانک، مسیر حرفه‌ای خود را هم‌زمان با شکل‌گیری و رشد بانک سامان آغاز کرده است. او متولد چهارم آبان ۱۳۵۷ و دارای مدرک دکتری اقتصاد است. سعیدی از ابتدای دی‌ماه ۱۳۸۰، زمانی که دانشجوی مقطع کارشناسی‌ارشد بود، فعالیت خود را در مؤسسه اعتباری سامان اقتصاد و در شعبه اصفهان (کد ۸۰۳) آغاز کرد.

به گفته او، دی‌ماه ۱۳۸۳ برای ادامه تحصیل در مقطع دکتری راهی شهر نیس فرانسه شد و به‌صورت منقطع حدود سه سال از بانک دور بود؛ دورانی که با وجود فاصله فیزیکی، دلبستگی عمیق او به بانک سامان کاهش نیافت. سعیدی تأکید می‌کند که استخدامش تقریباً هم‌زمان با افتتاح سازمان بوده و همین هم‌زمانی باعث شده مسیر رشد شخصی و حرفه‌ای‌اش با رشد بانک سامان گره بخورد. او پس از پایان تحصیل



حسین شیدایی - معاون شعبه

می‌گوید: آغاز فعالیت حرفه‌ای پس از فراغت از تحصیل، همانند بسیاری از جوانان، با انگیزه و حس مثبت همراه بود. به گفته وی، آشنایی تدریجی با همکاران و فضای کاری مجموعه سامان، این احساس را تقویت کرد. هرچند در طول سال‌های فعالیت، فراز و نشیب‌هایی نیز وجود داشته، اما این چالش‌ها هیچ‌گاه مانع ادامه مسیر حرفه‌ای او نشده است. کفایتی تأکید می‌کند که همواره تلاش کرده دانش و تجربه خود را به همکاران جدید منتقل کند و امیدوار است در مسیر ارتقای دانش سازمانی و تعالی نام بانک سامان نقش مؤثری ایفا کرده باشد.

این بانکدار فروش تخصصی، چالش اصلی فعالیت روزانه خود را تغییرات مستمر بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌ها می‌داند. به گفته او، بررسی دقیق و اجرای صحیح این تغییرات برای کاهش ریسک‌های عملیاتی، در کنار حجم بالای کار، فرایندی دشوار اما ضروری است. کفایتی معتقد است زمانی که نتیجه این دقت، کاهش ریسک و افزایش رضایت مشتری و بانک را به همراه دارد، خستگی یک روز کاری به طور کامل از بین می‌رود.

او در خصوص تعامل با همکاران و مدیریت شعبه اظهار می‌کند: فعالیت بانکی ماهیتی کاملاً تیمی دارد و هرگونه کم‌کاری از سوی یک عضو، مستقیماً فشار مضاعفی را به سایر همکاران منتقل می‌کند. باین‌حال، به گفته وی، در اغلب شعب بانک سامان چنین چالش‌هایی کم‌رنگ است و خود او نیز این شانس را داشته که با همکارانی مسئولیت‌پذیر، اخلاق‌مدار

کارکنان بانک سامان پیوسته و طی نزدیک به دو دهه فعالیت حرفه‌ای، در شعب مختلف این بانک مشغول به کار بوده و تجربه‌های متنوعی در حوزه بانکداری کسب کرده است.

شیدایی که هم اکنون معاون شعبه نیاوران است، با اشاره به روزهای نخست حضور خود در بانک سامان می‌گوید: آغاز فعالیت در بانک، دوره‌ای جذاب و لذت‌بخش بود که با کسب تجربه‌های جدید همراه شد. به گفته او، با گذشت حدود ۱۹ سال از فعالیت در این مجموعه، نه تنها از تجربیات گذشته بهره‌مند شده، بلکه همچنان فرایند یادگیری و کسب تجربه‌های تازه برایش ادامه دارد. او حضور و فعالیت در خانواده بزرگ بانک سامان را افتخار و بخشی لذت‌بخش از زندگی حرفه‌ای خود می‌داند.

این کارمند با سابقه بانک سامان، چالش را جزء جدایی‌ناپذیر همه مشاغل عنوان می‌کند و معتقد است در حوزه‌های بانکی و مالی، این چالش‌ها محسوس‌تر هستند. به گفته وی، مواجهه با این مسائل و نحوه برخورد با آن‌ها، فرصتی برای کسب تجربه‌های جدید و حتی لذت‌بخش فراهم می‌کند و می‌توان از آن‌ها به‌عنوان بستری برای رشد حرفه‌ای یاد کرد. شیدایی در خصوص تعاملات کاری خود توضیح می‌دهد که تقریباً در اغلب روزها، متناسب با شرح وظایف، ارتباط و هماهنگی مستمری با سرکار خانم دکتر سعیدی در زمینه شیوه انجام امور وجود دارد؛ تعاملی که به گفته او، منجر به ایجاد حس مثبت در محیط کاری می‌شود. او همچنین فضای همکاری در شعبه را تیمی و منسجم توصیف می‌کند و می‌افزاید: همراهی و انسجام همکاران، با رویکردی هدایتگر و مربی‌گونه، زمینه‌ساز تعاملات صادقانه‌تر و در نهایت افزایش رضایت مشتریان شده است.

این کارمند بانک سامان، تمرکز بر فروش محصولات بانکی، ایجاد حس خوب و وفاداری در مشتریان، توانمندسازی هرچه بیشتر همکاران و آزادسازی زمان نیروهای شعبه را از مهم‌ترین محورهای کاری خود برمی‌شمارد. به گفته وی، هدایت مشتریان به استفاده از درگاه‌های غیرحضوری، ضمن بهینه‌سازی زمان و منابع، زمینه‌ساز فروش هوشمندانه و سودمند برای بانک و مشتریان خواهد بود.

شیدایی در پایان، حضور در شعب مختلف بانک سامان و آشنایی با همکاران و دوستان جدید در طول سال‌های فعالیت را یکی از ارزشمندترین دستاوردهای حرفه‌ای خود می‌داند و تأکید می‌کند که این تجربه‌ها، از بهترین خاطرات زندگی او را شکل داده‌اند.

چالش اصلی فعالیت روزانه تغییرات مستمر

بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌ها است

مسعود کفایتی، بانکدار فروش تخصصی شعبه نیاوران بانک سامان، متولد سال ۱۳۶۲ و دارای مدرک دکتری مدیریت بازرگانی با گرایش تحول‌سازمانی است. او از سال ۱۳۹۱ فعالیت حرفه‌ای خود را در بانک سامان آغاز کرده و طی این سال‌ها، به‌عنوان یکی از نیروهای فعال حوزه فروش و بانکداری تخصصی شناخته می‌شود.

کفایتی در کارنامه حرفه‌ای خود، افتخارات متعددی را ثبت کرده است که از جمله آن‌ها می‌توان به دریافت چهار لوح سپاس از بانک سامان، کسب عنوان «کاربر برتر فروش» در سال ۱۳۹۹ و انتخاب به‌عنوان «راهبر برتر بانک» در سال ۱۴۰۰ اشاره کرد.

او درباره احساس خود در روزهای ابتدایی استخدام در بانک سامان



الناز عنبری



بهروز پورفرد



مسعود کفایتی

در یک فضای پویا و حرفه‌ای توصیف می‌کند.

وی درباره احساس خود در روزهای نخست استخدام می‌گوید: آغاز فعالیت در بانک سامان با هیجان و انگیزه بالایی برای یادگیری همراه بود. به گفته او، همه چیز در ابتدا تازه و چالش‌برانگیز به نظر می‌رسید و همین موضوع، تلاش برای بهبود مستمر عملکرد را تقویت می‌کرد. پورفرد معتقد است با گذشت زمان و افزایش تجربه، این هیجان جای خود را به احساس آرامش، تعلق سازمانی و رضایت شغلی داده و امروز بانک سامان را محیطی مناسب برای رشد و پیشرفت حرفه‌ای می‌داند.

او در تشریح چالش‌ها و جذابیت‌های امور روزانه خود در شعبه نیاوران بیان می‌کند: فعالیت در شعبه همواره پویا و پرتحرک است و تنوع درخواست‌ها و حجم کار، گاه چالش‌برانگیز می‌شود. با این حال، همین پویایی مانع یکنواختی کار شده است. به گفته پورفرد، جذاب‌ترین بخش فعالیت حرفه‌ای او، ارتباط مستقیم و مؤثر با طیف متنوع مشتریان، شناسایی دقیق نیازهای آنان و دستیابی به رضایت مشتری است.

پورفرد نحوه تعامل خود با همکاران را مبتنی بر احترام متقابل و کار تیمی می‌داند و تأکید می‌کند که ارتباط سازنده با رئیس شعبه و بهره‌گیری از تجربه‌ها و راهنمایی‌های ایشان، نقش مهمی در بهبود فرآیندهای کاری و ارتقای عملکرد دارد.

وی در خصوص اهداف و برنامه‌های خود برای تحقق استراتژی سامان ۱۴۰۴ اظهار می‌کند: با توجه به تمرکز این استراتژی بر مشتریان ویژه، تلاش می‌کنم به عنوان بانکدار ویژه، بهترین عملکرد ممکن را در حوزه مسئولیت خود ارائه دهم. به باور او، تحقق اهداف در بخش مشتریان ویژه، به طور مستقیم به دستیابی به اهداف کلان استراتژی بانک منجر خواهد شد.

پورفرد درباره نحوه تعامل با مشتریان نیز می‌گوید: رویکرد اصلی او در برخورد با مشتریان، صبوری، احترام و خوش‌رویی است و تلاش می‌کند با درک صحیح نیازها، راهکار مناسبی ارائه دهد. به اعتقاد وی، ارتباط

و حرفه‌ای همکاری کند. کفایتی با اشاره به نقش کاربر فروش تخصصی، از تعامل نزدیک و سازنده با رئیس و معاون شعبه به عنوان یکی از عوامل تسهیل امور کاری یاد می‌کند.

در تشریح اهداف و برنامه‌های خود برای تحقق استراتژی سامان ۱۴۰۴، کفایتی جذب مشتریان حقوقی در سطح SME و کلان را از اولویت‌های اصلی می‌داند. او بر برندسازی، ارائه راهکارهای مالی منحصربه‌فرد برای اصناف و شرکت‌ها، آموزش مشتریان حقیقی و حقوقی برای استفاده از خدمات نوین بانکداری، توسعه محصولات بیمه‌ای و گسترش استفاده از درگاه‌های الکترونیکی تأکید می‌کند. به گفته وی، این اقدامات علاوه بر صرفه‌جویی در زمان مشتریان، نقش مهمی در تبدیل شبکه شعب به کانال‌های فعال فروش ایفا خواهد کرد. همچنین جذب سپرده مشتریان حقیقی و هدایت آن‌ها به سمت خدمات مشتریان برتر، از دیگر محورهای برنامه‌ریزی اوست.

کفایتی نحوه تعامل خود با مشتریان را «گرم، صمیمی و در عین حال مبتنی بر چارچوب‌های حرفه‌ای» توصیف می‌کند و هدف اصلی این رویکرد را جلب حداکثری رضایت و وفاداری مشتریان به بانک سامان می‌داند.

او در پایان، ضمن قدردانی از فضای کاری بانک سامان، برای تمامی همکاران خود در این مجموعه آرزوی سلامت و سعادت کرده و ابراز امیدواری می‌کند که همواره با تلفیق تعهد حرفه‌ای و خردورزی، در مسیر موفقیت فردی و سازمانی گام بردارند.

فعالیت در شعبه همواره پویا و پرتحرک است

بهروز پورفرد، از کارکنان بانک سامان، متولد سال ۱۳۶۳ و دارای مدرک کارشناسی‌ارشد مدیریت مالی و کارشناسی‌ارشد MBA (دوره مشترک بانک سامان و گرونیبل فرانسه) است. او فعالیت حرفه‌ای خود را از سال ۱۳۹۰ در بانک سامان آغاز کرده و در حال حاضر در شعبه نیاوران مشغول به کار است. پورفرد حضور در این مجموعه را تجربه‌ای مثبت

مؤثر، پایه اصلی رضایت و وفاداری مشتریان است.

او در پایان، ضمن ابراز خرسندی از فعالیت در بانک سامان و همکاری با همکارانی متعهد، ابراز امیدواری می‌کند که با همدلی، تلاش مستمر و یادگیری مداوم، بتوانند هر روز خدماتی بهتر و اثربخش‌تر به مشتریان ارائه دهند.

برقراری ارتباط مؤثر از طریق شنیدن دقیق نیازهای مشتری

الناز عنبری، بانکدار فروش شعبه نیاوران بانک سامان، ۳۶ ساله و دارای مدرک کارشناسی حسابداری و کارشناسی ارشد مدیریت مالی است. او هم‌اکنون دانشجوی دوره MBA دانشگاه گرونوبل فرانسه است. عنبری پیش از پیوستن به بانک سامان، هشت سال سابقه فعالیت حرفه‌ای در حوزه مالی شرکت‌های بین‌المللی داشته و از سال ۱۴۰۰ به خانواده بانک سامان ملحق شده است. وی سابقه فعالیت در شعب ولیعصر زرتشت و نیاوران را در کارنامه خود دارد و در حال حاضر به‌عنوان بانکدار فروش در شعبه نیاوران مشغول به کار است.

عنبری با اشاره به فضای حرفه‌ای بانک سامان، حضور مدیران زن در سطوح ارشد مدیریتی از جمله خانم ضرابیه را عامل دلگرمی و افتخار می‌داند و معتقد است بانک سامان بستری برابر و واقعی برای رشد و پیشرفت شغلی بانوان فراهم کرده است.

او درباره احساس خود در روزهای نخست استخدام می‌گوید: آغاز

فعالیت در شعبه با هیجان و درعین‌حال اندکی استرس همراه بود، اما مدیریت مناسب، راهنمایی‌های مؤثر مسئولان شعبه و روحیه قوی کار تیمی میان همکاران، این دوره را به‌خوبی پشت سر گذاشت. به گفته عنبری، در حال حاضر باتوجه‌به محبوبیت بانک سامان در میان مردم، فضای کاری سالم و زیبا، فرهنگ حرفه‌ای و پیشتازی تخصصی بانک در حوزه‌های مختلف بانکداری، احساس رضایت، خوشحالی و غرور نسبت به فعالیت در این مجموعه دارد.

این بانکدار فروش، چالش‌ها و جذابیت‌های کار روزانه در شعبه را ناشی از تنوع و تعدد مراجعان می‌داند. به گفته وی، فعالیت در محیط بانکی علاوه بر ارتقای دانش و انضباط حرفه‌ای، موجب رشد مهارت‌های روان‌شناختی بانکدار می‌شود. حفظ آرامش در شرایط کاری پرتراکم، افزایش انعطاف‌پذیری رفتاری و توانایی انجام هم‌زمان چندوظیفه، از جمله مهارت‌هایی است که در این فضا تقویت می‌شود.

عنبری درباره نحوه تعامل با مشتریان توضیح می‌دهد که برقراری ارتباط مؤثر از طریق شنیدن دقیق نیازهای مشتری، ایجاد صمیمیت همراه با احترام متقابل و ارائه راهکارها در چارچوب قوانین بانکی، از اصول اصلی کاری اوست. به گفته وی، هم‌فکری با مشتریان و ارائه خدمات به‌صورت هدفمند و حرفه‌ای، زمینه‌ساز رضایت و وفاداری بیشتر آنان به بانک سامان خواهد بود.





شاهکاری از کلیمت: پرتراهی از یک بانو



گوستاو کلیمت را بیشتر بشناسیم (بخش دوم)



| مهرانوش خالدي |
| کارشناس امور دفتری |



شاهکاری از کلیمت

نام اثر: مکث

سبک گوستاو کلیمت با استفاده از رنگ‌های طلایی، تزیینات پیچیده و طرح‌های نمادین شناخته می‌شود. او بیشتر به ترکیب رنگ‌های گرم و سرد و استفاده از بافت‌های مختلف توجه داشت.

یکی از تابلوهای اصیل از گوستاو کلیمت چندین سال پیش به سرقت رفته بود. ارزش این اثر ۶۶ میلیون دلار بوده است. تابلو پرتراهی از یک بانو که در سال ۱۹۹۷ از یکی از گالری‌های شمال ایتالیا به سرقت رفته بود، در یکی از دیوارهای باغ به صورتی جاساز شده، پیدا شد. زمانی که باغبان در حال تمیز کردن پیچک‌ها و گل و گیاهان باغ بوده، متوجه این موضوع می‌شود، اما اینکه چه کسی این اثر را آنجا پنهان کرده مشخص نبود. پیچک‌های این باغ به مدت ده سال هرس نشده بودند و سرتاسر باغ را فرا گرفته بودند، به همین دلیل کسی متوجه این شکاف در دیوار نشده بود. پس از پیدا کردن این اثر، کارشناسان با استفاده از اشعه‌های مادون قرمز و بنفش، اصل بودن آن را تایید کردند.

کلیمت با رشته‌ای از طرح‌ها به‌عنوان «استعاره» مشهور شد که بسیاری از آن‌ها «سیاه‌مشق» برای کارهای مهم‌ترش و تابلوهای رنگی او بودند. این آثار او معمولاً زمینه‌ای یا مرجعی دراماتیک داشتند، در اساطیر باستانی یا قهرمانان تراژیک، مانند سالومه، یودیت، دانائو و آتیه. کلیمت با صحنه نمایشی دوران خود پیوند نزدیک داشت و در بسیاری از این کارها او به سمبولیسم گرایش دارد که از گرایش‌های اصلی در هنر آن روزگار بود.

بررسی و تحلیل آثار و ترکیب رنگ‌های کلیمت

کلیمت با ترکیب سنت‌های تزیینی و نوآوری‌های مدرن سبک شخصی و به‌غایت منحصر به فردی ابداع کرد، او به شدت تحت تأثیر هنرهای بیزانسی تزیینی، و مینیاتورهای شرقی و طرح‌های پارچه‌ای بود. در بسیاری از آثارش زمینه لباس‌ها با نقوش هندسی مارپیچ موزایکی و گیاهی دیده می‌شوند. این الگوها بخشی از روایت تصویری هستند نه صرفاً پس‌زمینه. استفاده از ورقه طلا و رنگ‌های درخشانده کیفیت ویژه‌ای به نقاشی‌های کلیمت داده، این درخشندگی باعث ایجاد فرمی معنوی آینه‌ای و فراتاریخی در نقاشی‌هایش شده است و نقاشی‌ها را شبیه آیکون‌های مذهبی می‌سازد، کنتراست رنگی در آثار کلیمت نه تنها برای ایجاد جذابیت بصری بلکه برای تقویت تضاد میان واقعیت و انتزاع جسم و تزیین امر زمینی، امری متعالی به حساب می‌آید و همین کیفیت است که نقاشی‌های او را در مرز نزدیک هنرهای زیبا و هنرهای تزیینی قرار داده است. بر خلاف سنت رئالیستی غرب، او عمق فضا را کاهش می‌دهد او سطح تصویر را همچو یک قالی یا آکون سامان می‌دهد به‌طوری که فیگورها در دل نقوش مسطح شناورند. فیگورهای کلیمت اغلب حس معلق بودن میان لذت، خواب، یا مرگ را القا می‌کنند، بدن انسان برای او نه تنها موضوع زیباشناسی بود؛ بلکه نماد نیروهای غریزی زندگی - حتی میل به مرگ بود. بدن زنان شاید بهترین و مشخص‌ترین عنصر تصویری او باشد؛ زیرا هم درون‌مایه اصلی کارش را می‌سازد هم هویت سبکش را تعریف می‌کند و زنان را هم‌زمان مظهر میل - خطر زندگی و مرگ به تصویر می‌کشد و از این طریق بدن زنانه را به ستون اصلی جهان تصویری خود بدل می‌ساخت.



طبع سرزنده و زیباپسند او بهتر از هر جا در چشم‌اندازهای طبیعت و پرتوهای زنانه او دیده می‌شود که در دهه آخر زندگی، از حوالی ۱۹۰۸ تا

او رنگ‌های طلایی را برای ایجاد جلوه‌های زیبا و باشکوه استفاده می‌کرد، به‌ویژه در آثار مشهوری مانند «بوسه».

او از تکنیک‌های خاص مانند استفاده از ورقه‌ها در نقاشی‌هایش بهره گرفت و باعث جلوه درخشان و متضاد در آثارش گردید. همچنین سوژه اصلی کارهایش انسان‌ها به‌خصوص زنان بودند. او آنها را به طور اغراق‌آمیز و زیبا به نمایش می‌گذاشت، اغلب با استفاده از رنگ‌های غنی و تزیینات پیچیده. نمادگرایی را در کارهایش به تصویر می‌کشید. بیشتر آثار او الهام گرفته از معانی پنهان بود که به‌ویژه در نقاشی‌های «درخت زندگی» و «آغوش» دیده می‌شود. او با آثارش انقلابی در دنیای هنر ایجاد کرد و تأثیر زیادی بر جنبش‌های هنری مانند آرت نو و سبک‌های تزیینی گذاشت. او به طور مستقیم از ورقه‌های طلا در آثار خود استفاده می‌کرد، و به نقاشی‌هایش جلوه‌ای درخشان و خاص می‌بخشید. بسیاری از آثار او بازتاب‌هایی از مسائل اجتماعی، روان‌شناختی و حتی موضوعات عاشقانه دارند. زیبایی، رنگ‌های غنی، و تزیینات پیچیده سبک کلیمت را جذاب کرده و باعث شد آثارش همواره مورد توجه قرار گیرند. برای الهام گرفتن از آثار او، می‌توانید از رنگ‌های اغراق شده، خطوط منحنی و تزیینات نمادین استفاده کنید تا زیبایی و پیچیدگی آثار او را در نقاشی‌های خود بازسازی کنید. او به‌ویژه در نقاشی‌های پرتو زن شهرت وافر داشت و توانست شخصیت‌ها را با استفاده از رنگ‌های برجسته و جزئیات دقیق به تصویر بکشد. او در زمان خود به‌عنوان یک هنرمند مشهور شناخته می‌شد و بسیاری از آثارش هنوز در موزه‌های بزرگ جهان نگهداری می‌شوند. او به طور گسترده از الگوهای پیچیده و هندسی در نقاشی‌های خود استفاده می‌کرد که اثرات بصری جالبی به کار می‌داد. کلیمت در نقاشی‌های خود از موضوعاتی مانند: زنان، جسمانیت، عشق، مرگ، طبیعت و تاریخ استفاده می‌کرد. نقاشی‌هایش شامل طرح‌های غنی از جزئیات، نقوش زیبا و انحصاری و کاربرد رنگ‌های درخشان بود. او به‌عنوان یکی از نقاشان برجسته دوره آرت نوو (Art Nouveau) شناخته می‌شود و تأثیر بسزایی بر هنرگرایی و نقاشی در دوره پس از خودش داشت. او با استفاده از طرح‌های زیبا و شخصی، موضوعاتی مانند جسمانیت، زنان را بررسی کرد و به‌عنوان یکی از مهم‌ترین و تأثیرگذاران هنرمند در هنرگرایی و نقاشی قرن ۲۰ میلادی شناخته می‌شود.



شاهکاری از کلیمت
نام اثر: درخت زندگی



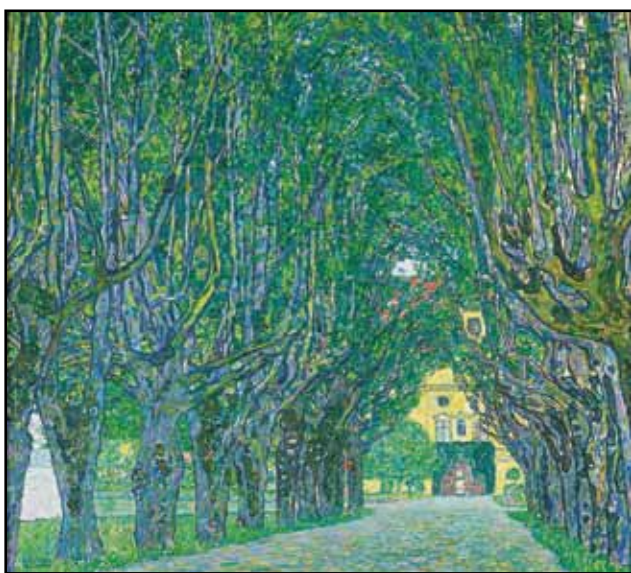
شاهکاری از کلیمت
نام اثر: بانویی ایستاده

۱۹۱۸ با کمالی خیره‌کننده به روی بوم آورده است. در این آثار کلیمت به سبکی آرام و موزون می‌توان دست‌یافت که آن همانند ترنم موسیقی حس می‌شود. اما گاه در این ترنم لطیف و نوازشگر، حس و حال زمانه پر آشوب نیز محسوس است، حتی در تابلوهای تغزلی مانند بوسه یا «هماغوشی»، اضطرابی پنهان حس می‌شود که به زوج عاشق نهیب می‌زند که هرگز به این لحظه بیکران پایان ندهند. در کل این هنرمند بزرگ در طول زندگی خود یک کتاب منتشر کرد که با نظارت شخصی خود او تنظیم و منتشر گردید. در این کتاب تعدادی از طراحی‌های او و همچنین رونوشتی از امضای وی نیز در آنجا موجود است. پنجاه صفحه از این کتاب شامل مهم‌ترین نقاشی‌های وی است در کتاب دیگری که یک سال پس از مرگ این نقاش به چاپ رسید تعداد ۲۵ نقاشی از او منتشر شد. نقاشی‌های این کتاب او حالت ساختار شکن دارد و شامل آثار جنجالی وی می‌باشد.

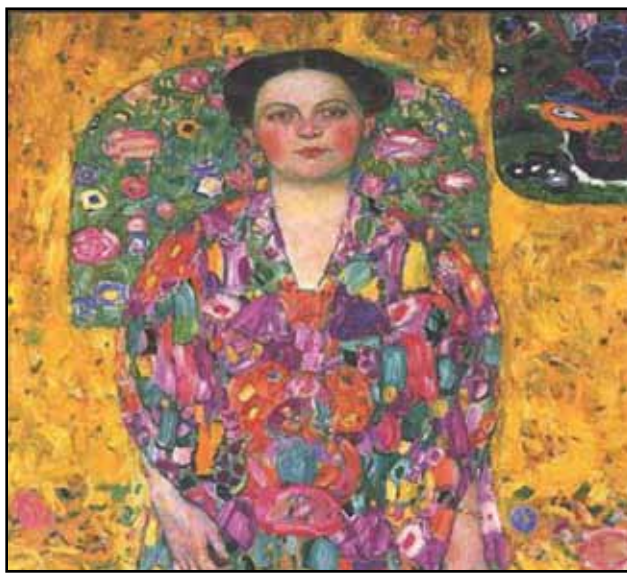
او در سال ۱۹۰۵ یک نقاشی با عنوان سه نسل از زن را به تصویر کشید و در آن تصویر سه زن در سنین مختلف را کشید که اولی مربوط به پرتره مارگارت ویتگنشتاین به مناسبت ازدواج‌اش بود، او خواهر فیلسوف مشهور یوزف یوهان بود. در سال ۱۹۰۷ و ۱۹۰۹ در پنج اثر، زنان جامعه آن دوران را به تصویر کشید که در خز پیچیده شده بودند. عشق آشکار وی به لباس در بسیاری از آثار او مشاهده می‌شود او تقریباً همیشه در خانه خود کار می‌کرد و معتقد بود جایی که او کار می‌کند باید آرامش داشته باشد و در اکثر مواقع با یک صندلی و یک لباس بلند کار می‌کرد. او ارتباط زیادی با هنرمندان نداشت و همه مشتریانش برای خرید آثارش به منزلش می‌رفتند. روش نقاشی وی دارای جزئیات زیاد بود و بسیار پر زحمت بود و نیازمند به نشستن‌های طولانی مدت بود. در کل او از ظاهر شدن در انظار و زیر ذره بین قرار گرفتن دوری می‌کرد.

گوستاو کلیمت را می‌توان در زمره گران‌قیمت‌ترین هنرمندان در فروش آثارش نامید. در نوامبر ۲۰۰۳ نقاشی وی با عنوان "خانه روستایی" در آترسی به قیمت گزافی به فروش رفت.

نگاهی به برخی از آثارش:



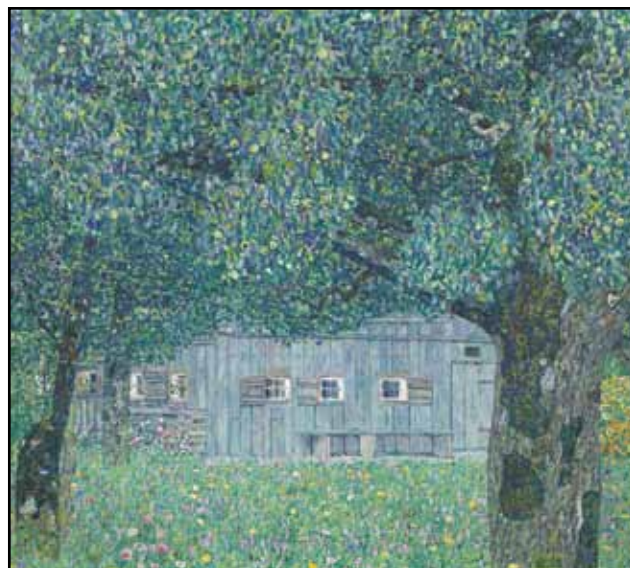
شاهکاری از کلیمت
نام اثر: زندگی



شاهکاری از کلیمت
نام اثر: پرتره ای از بانویی در گل



شاهکاری از کلیمت
نام اثر: بانویی با یک بادبزن - آخرین پرتله کلیمت



شاهکاری از کلیمت
نام اثر: خانه ای در روستا



شاهکاری از کلیمت
نام اثر: پالاس آتنا (نگهبان یونان باستان)



شاهکاری از کلیمت
نام اثر : یودیف / جودیف



سامان جمشیدی
مدرس زبان انگلیسی
آکادمی سامان



تصحیح املائی و حفظ واژگان با رویکرد هوش مصنوعی (AI-oriented Spelling (Correction and Retention)

با گسترش روزافزون متون دیجیتال و افزایش تعامل انسان با سامانه‌های نوشتاری، تصحیح املائی (Spelling Correction) به‌عنوان یکی از اجزای کلیدی پردازش زبان طبیعی (Natural Language Processing - NLP) اهمیت ویژه‌ای یافته است. روش‌های سنتی تصحیح املائی عمدتاً مبتنی بر فرهنگ لغت (Dictionary-based Methods) و قواعد ثابت بوده‌اند و در مواجهه با زبان پویا، واژگان جدید و متون تخصصی با محدودیت‌هایی روبه‌رو هستند. در سال‌های اخیر، هوش مصنوعی (Artificial Intelligence - AI) با بهره‌گیری از یادگیری ماشین (Machine Learning) و یادگیری عمیق (Deep Learning)، رویکردهای نوینی را برای تصحیح املائی ارائه داده است که نه تنها دقت بالاتری دارند، بلکه قادر به حفظ واژگان (Word Retention)، سبک نوشتار و معنای متن نیز هستند. این مقاله به بررسی مفاهیم، روش‌ها و مزایای تصحیح املائی مبتنی بر هوش مصنوعی با تأکید بر حفظ واژگان می‌پردازد.

۱. مقدمه

نوشتار صحیح و دقیق نقش اساسی در انتقال معنا (Meaning Transmission)، اعتبار علمی (Academic Credibility) و ارتباط مؤثر دارد. با افزایش تولید محتوا در محیط‌های دیجیتال (Digital Content) مانند شبکه‌های اجتماعی، مقالات علمی، اسناد اداری و پیام‌رسان‌ها، نیاز به ابزارهای هوشمند تصحیح املائی بیش‌ازپیش

احساس می‌شود.

در زبان‌هایی مانند فارسی که دارای پیچیدگی‌های املائی (Orthographic Complexity)، واژه‌های هم‌آوا (Homophones) و ساختار صرفی غنی هستند، این نیاز دوچندان است. در این میان، هوش مصنوعی با تحلیل داده‌های گسترده (Big Data Analysis) و یادگیری الگوهای زبانی (Linguistic Patterns) توانسته است محدودیت‌های روش‌های سنتی را کاهش دهد.

۲. تصحیح املائی سنتی و محدودیت‌های آن

روش‌های سنتی تصحیح املائی معمولاً بر پایه مقایسه واژگان متن با یک فرهنگ لغت از پیش تعریف‌شده (Predefined Lexicon) عمل می‌کنند. در این روش‌ها، واژه‌هایی که در فرهنگ لغت وجود ندارند به‌عنوان خطا (Error Detection) شناسایی می‌شوند.

با وجود سادگی و سرعت، این رویکرد با چالش‌هایی نظیر ناتوانی در تشخیص واژگان جدید (Neologisms)، اصطلاحات تخصصی (Technical Terms) و اسامی خاص (Proper Nouns) مواجهه است. همچنین این سیستم‌ها معمولاً درک درستی از بافت معنایی (Context Awareness) ندارند و ممکن است پیشنهادهای نادرستی ارائه دهند.

۳. نقش هوش مصنوعی در تصحیح املائی

هوش مصنوعی با استفاده از الگوریتم‌های پیشرفته، به‌ویژه شبکه‌های عصبی (Neural Networks) و مدل‌های زبانی (Language Models)، رویکردی متفاوت در تصحیح املائی ارائه می‌دهد. این مدل‌ها به‌جای اتکا صرف به واژه‌نامه، از داده‌های متنی عظیم (Large-scale Corpora) برای یادگیری ساختار زبان استفاده می‌کنند. مدل‌های مبتنی بر یادگیری عمیق قادرند بافت جمله (Sentence Context) را تحلیل کرده و خطاهای املائی را در ارتباط با معنای کلی متن اصلاح کنند. این ویژگی باعث افزایش دقت (Accuracy) و کاهش خطاهای معنایی (Semantic Errors) می‌شود.

۴. مفهوم حفظ واژگان در تصحیح املائی

حفظ واژگان (Word Retention) یکی از مفاهیم کلیدی در تصحیح املائی هوشمند است. منظور از این مفهوم، جلوگیری از جایگزینی نادرست کلمات (Incorrect Substitution) و حفظ سبک نگارش (Writing Style) نویسنده است.

سیستم‌های مبتنی بر هوش مصنوعی می‌توانند با تحلیل حوزه موضوعی (Domain Analysis)، سابقه نوشتاری کاربر (User Writing History) و بسامد واژگان (Word Frequency) تشخیص دهند که یک واژه بخشی از زبان تخصصی یا سبک شخصی نویسنده است، نه یک خطای املائی.

۵. مزایای رویکرد مبتنی بر هوش مصنوعی

از مهم‌ترین مزایای این رویکرد می‌توان به افزایش دقت، سازگاری با زبان پویا (Dynamic Language) و قابلیت یادگیری مستمر (Continuous Learning) اشاره کرد. علاوه بر این، امکان شخصی‌سازی (Personalization) باعث می‌شود سیستم به‌مرور زمان با نیازهای کاربر سازگار شود. در نتیجه، تصحیح املائی نه تنها به اصلاح خطاها محدود نمی‌شود،

بلکه به ابزاری کمکی در فرایند تولید متن (Text Generation Support) تبدیل می‌گردد.

۶. چالش‌ها و چشم‌انداز آینده

با وجود پیشرفت‌های قابل توجه، تصحیح املائی مبتنی بر هوش مصنوعی با چالش‌هایی مانند نیاز به داده‌های آموزشی باکیفیت (High-quality Training Data)، سوگیری‌های زبانی (Bias) و پیچیدگی محاسباتی (Computational Complexity) مواجهه است.

با این حال، توسعه مدل‌های چندزبانه (Multilingual Models) و ترکیب دانش زبان‌شناسی (Linguistics) با هوش مصنوعی، آینده

روشنی را برای این حوزه ترسیم می‌کند.

۷. نتیجه‌گیری

تصحیح املائی با رویکرد هوش مصنوعی تحولی مهم در پردازش زبان طبیعی ایجاد کرده است.

تأکید بر حفظ واژگان و معنای متن، این روش را از سیستم‌های سنتی متمایز می‌سازد و آن را به ابزاری مؤثر برای نویسندگان، پژوهشگران و کاربران عمومی تبدیل می‌کند. با پیشرفت مدل‌های زبانی (Advanced Language Models)، انتظار می‌رود تصحیح املائی به سمت سیستم‌هایی هوشمندتر و انسان‌محور (Human-centered Systems) حرکت کند.

لقمه‌های یادگیری

این قسمت: مکالمه کوتاه ملاقات اول

1. Greeting

A: Hi! Nice to finally meet you.

سلام! خوشحالم بالاخره ملاقات می‌کنم.

B: Hi! Nice to meet you too.

سلام! منم از آشنایی باهات خوشحالم.

2. Ice breaker

A: Was it hard to find this place?

پیدا کردن اینجا سخت بود؟

B: Not really, it's actually pretty cozy.

نه خیلی، اتفاقاً جای دنج و خوبیه.

3. Compliment

A: You look great, by the way.

راستی، خیلی خوب به نظر می‌ای.

B: Thanks! That's really nice of you.

ممنون! خیلی لطف داری.

4. Small talk

A: So, how was your day?

خب، روزت چطور بود؟

B: Pretty good, just a bit busy.

خوب بود، فقط کمی شلوغ.

5. Coffee / drink

A: What are you having?

چی سفارش می‌دی؟

B: I think I'll go with a latte.

فکر کنم به لاته بگیرم.

6. Hobbies

A: What do you usually do in your free time?

معمولاً تو وقت آزادت چی کار می‌کنی؟

B: I love watching movies and going for walks.

عاشق فیلم دیدنم و پیاده‌روی.

7. Light humor

A: I was a bit nervous before coming.

قبل از اومدن یکم استرس داشتم.

B: Same here, but I'm glad I did.

منم همین‌طور، ولی خوشحالم که اومدم.

8. Finding common ground

A: You like traveling?

سفر کردن دوست داری؟

B: Yeah! I try to travel whenever I can.

آره! هر وقت بتونم سفر می‌کنم.

9. Ending on a good note

A: I'm really enjoying this.

واقعاً دارم لذت می‌برم.

B: Me too, time's flying.

منم همین‌طور، زمان خیلی زود می‌گذره.

10. Soft close

A: We should do this again sometime.

باید به وقت دیگه دوباره همدیگه رو ببینیم.

B: I'd like that

خوشحال می‌شم



پرسش و پاسخ

اگرآوری و ویرایش: نیلوفر فیاض

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

پرسش این ماه:

چه چیزی بیشترین تأثیر را روی انگیزه شما در طول روز کاری دارد؟

● صابر رضائی

بانکدار عملیات، شعبه اراک

انگیزه من از احساس رشد و رضایت حاصل میشه. رشد خودم، تیم و شعبه و در نهایت سازمانم. رضایت از وضعیت شغلی (حمایت های مالی، عدالت سازمانی، برخورد مسئول مستقیم و مدیران، امنیت شغلی) و همچنین رضایت مشتریان که حال خوبی رو به هر کارمندی منتقل میکنه.

● حامد دورقی نژاد

بانکدار فروش، شعبه اروند

به نظر من حس خوب دیده شدن، تشویق، انتقال حس خوب به مشتری و دیدن رضایت آنها در طول یک روزی کاری سخت، خستگی رو از تنت در میاره و صد درصد باعث افزایش انگیزه برای شروعی دوباره میشه.

● علی توسن

بانکدار فروش، شعبه بازار کفاش ها

بیشترین چیزی که روی انگیزه من در طول روز کاری تأثیر می گذارد، احساس دیده شدن و قدردانی از زحماتم است. وقتی بدانم تلاش هایم منصفانه ارزیابی می شود و در محیطی محترمانه و همدلانه کار می کنم، انرژی و انگیزه ام چندبرابر می شود. عدالت و شفافیت در تقسیم کار و ارزیابی عملکرد هم نقش مهمی در حفظ این انگیزه دارد.

● بهزاد شریفی

بانکدار عملیات، شعبه مرزداران

عوامل متعدد و گوناگونی وجود داره ولی به نظر من در رأس این موارد احساس پیشرفت هست و بعد داشتن هدف و معنا در کار هست اگر پرسنل این موارد رو تجربه کنم می تونن حس خوب خودشون رو داخل سازمان گسترش بدن احساس پیشرفت: مشاهده نتیجه ملموس تلاش ها و پیشروی تدریجی در کار، محرک اصلی انگیزه و بهره وری است. هدف و معنا: درک ارزش و اثرگذاری شغل بر رشد فردی و سازمانی، تعهد و انگیزه پایدار ایجاد می کند حس ایجاد امنیت و حال خوب برای ارباب رجوع رو هم نمی شه نادیده گرفت چرا که تمامی موارد مکمل هم هستند احساس خوشایندی که از سمت ما برای مشتری ایجاد میشه مستقیماً تأثیر در زندگی و شغل ما داره.

● داریوش جهانگیرمقدم

بانکدار فروش تخصصی، شعبه حافظ اصفهان

زمانی که از انگیزه، تعهد، غیرت و دلسوزی در محیط کار صحبت می کنیم، طبعی انتظار داشته باشیم که در عمل نیز قدرشناسی، توجه، پاسداشت، انصاف و عدالت جاری باشد، چرا که فاصله معنادار و عمیق میان «آن چه گفته می شود» و «آن چه تجربه می شود» به تدریج انگیزه را فرسوده و سرمایه انسانی را دلسرد می کند. انگیزه پایدار و تعهد عمیق، نه یک کیفیت ایستا، که دارایی پویای ارزشمندی است که با ارزش زندگی (جوانی، سلامت جسم و روح) نیروی انسانی معامله می شود و درک ارزش عمیق این معامله، پایداری و رشد آن، مستلزم تجدید ارزیابی مداوم و توجه مستمر

از سوی سازمان است.

● علیرضا مقدسی

بانکدار فروش تخصصی، شعبه بازار

به نظرم رفتار مدیر مستقیم و احساس دیده شدن و ارائه بازخورد خوب و بد و به تناسب آن قدردانی از کار خوب حتی کلامی تأثیر بسزایی دارد. البته احساس برقراری عدالت در مجموعه هم تأثیرگذار است.

● علی طاهری فرد

مسئول مرکز خدمات، شعبه پیروزی

دیده شدن زحمات، عدالت سازمان و تأثیر اون در پیشرفت شغلی

● اسماعیل خورشیدی ذاکله بری

بانکدار فروش، شعبه بازار

حال خوب مشتری

● محمد جعفرپور

کارشناس ارشد بررسی مطالبات در معرض ریسک، مدیریت پیگیری مطالبات

داشتن اهداف واضح برای روز و دیدن پیشرفت کارها بازخورد مثبت از همکاران و مشتریان محیط کاری آرام و تیم حمایتی افزایش دانش و بروز نگه داشتن خود در حیطه امور محوله حس مفید بودن و اثرگذاری کار قدردانی یا تشویق از طرف مدیر کمک کردن و انتقال دانش به سایر همکاران

● محمدعلی رزمی آرا

کارشناس ارشد روش های اعتباری و ارزی، مدیریت بهبود و کیفیت برای من ابلاغ سریع و دقیق بخشنامه ها و مطلع شدن سریعتر همکاران شعبه از ضوابط و مقررات ابلاغی و رفع ابهامات آن ها خیلی انگیزه بخش هست. کلاً وقتی همکارم در مواجهه با مشتریان دست شون پر باشه، حس خوبی داره.

● محمدعلی لطیف پور

معاون شعبه، شعبه هفده شهریور تبریز

اینکه مراجعه کننده در شعبه نه به خاطر صرفاً تأمین خواسته ای که داشته؛ بلکه با احساس رضایت از شعبه خارج شده باشد. با راهنمایی به همکار مسیر درست رو انتخاب کنه و ریسک کاری اش را پایین آورده باشد. هر روز به تجربیات و یادگیری هامون افزوده و همون موارد ابزار کلیدی در کارهای روزمره مون باشد. و مهم ترین مورد، موفقیت های همکاران در مسائل شغلی و زندگی، به همراه اطلاع از سلامتی شان اینها همه و همه انگیزه انسان بودن و مفید بودن را در من افزایش می دهد.

● عادل برزگری

بانکدار عملیات، شعبه اروند

به نظرم مواردی که میتونه تأثیر بذاره روی انگیزه و اون رو افزایش بده، برای هر فرد متفاوت هست. باید دید هر فرد چه اهدافی رو در طول روز برای خودش مدنظر قرار داده در محیط کاری. حتی می توانید برای افزایش

اشتیاق و انگیزه خود در مسیر تحقق اهداف، برای خودتان پاداش تعیین کنید. برای تعیین پاداش باید ابتدا اهداف خود را به بخش های کوچک تر تقسیم کنید و پس از تحقق هر بخش، به خودتان پاداش بدهید که میل و اشتیاق توان برای حرکت به سوی تحقق بخش بعدی هدف افزایش یابد. اگر هدفتان کوچک است و نیازی به تقسیم بندی آن به هدف های کوچک تر نیست، پس از تحقق هدف کلی به خودتان پاداش دهید.

● مرتضی افشار

کارشناس ارشد بررسی مطالبات در معرض ریسک، مدیریت پیگیری مطالبات

مهم ترین عاملی که باعث ایجاد انگیزه هست، به نتیجه رسیدن تلاش ها و حل مسائل ایجاد شده هست. زمانی انگیزه چندین برابر می شود که این تلاش ها، از نگاه سازمان پوشیده نباشد.

● سارا رمضی

بانکدار فروش، شعبه تهرانسر

وقتی ارزش آفرینی برای سازمانم و دیگران، به شکل شفاف و منصفانه در پیشرفت شغلی و درآمد منعکس می شه، بیشترین انگیزه رو می گیرم.

● مریم عباس پور

بانکدار فروش، شعبه شیراز

حس همکاری و درک متقابل، علت انگیزه است

● امیرعلی همتی

کارمند عیب یاب خودپرداز، اداره نقود و اوراق بهادار

بیشترین چیزی که توی روز کاری بهم انگیزه و انرژی میده، زمانی هست که مشکل خودپرداز سریع پیدا و درست میشه. مردمی که منتظر موندن تا مشکل دستگاه رفع بشه و کارهاشون انجام بشه، وقتی می بینم بعد از درست شدن دستگاه می تونن راحت ازش استفاده کنن و از بانک سامان راضی هستن و حتی دعای خیر می کنن، انگیزه و انرژی ام چندبرابر میشه.

● مریم بیدی

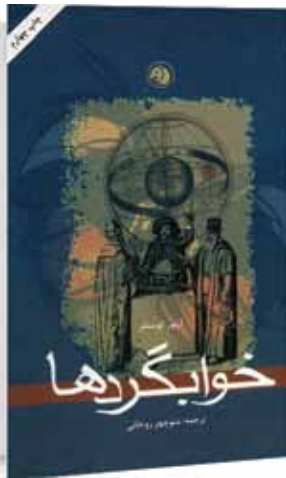
رئیس شعبه، شعبه دولت

باتوجه به اینکه من مسئول شعبه هستم، بیشترین چیزی که در طول روز کاری به من انگیزه می دهد، این است که بدانم کارم واقعاً برای مردم و بانک اثر دارد. وقتی می بینم زحمت به رضایت مشتری، نظم کارها و موفقیت تیم کمک می کند، با انرژی بیشتری ادامه می دهم. احترام و اعتماد مدیران و فضای همکاری بین همکاران هم نقش خیلی مهمی در انگیزه من دارد.

● آریتا نوبری

کارشناس پاسخگویی به مراجع قانونی، مدیریت حقوقی

بیشترین عامل انگیزه من در طول روز کاری و زندگی، امکان ایجاد ارزش و مفید بودن برای دیگران است؛ زمانی که می بینم تلاش هایم در کار و تعاملات روزمره به حل مسئله، بهبود شرایط یا رضایت افراد منجر می شود، با انگیزه و مسئولیت پذیری بیشتری مسیر خود را ادامه می دهم.



درخشان همچون تاریکی

یادداشتی بر کتاب "خواب‌گردها" اثر آرتور کوستلر



رضا ایران‌نژاد |
کارشناس آموزش آکادمی سامان

و به چه می‌اندیشیدند و دانش خود و حقیقت را در چه شرایطی حفظ کرده، به میراث گذاشتند و یا پنهان ساختند و چگونه کورمال کورمال درون تاریکی جهل، تاریکی دانش را لمس کرده و توصیف خود را از شکل آن دانش ثبت کردند تا شخص دومی نیز آمده و لمس را ادامه داده و مکشوفات شخص نخست را ادامه دهد یا اصلاح گذارد و یا به کل باطل بداند تا در پایان این بررسی، آخرین فرد کیفیت نهایی دانش را تشخیص داده و اعلام کند، تا نور تاریک اما درخشان دانش گوشه‌ای مختصر از تاریکی جهل را ضایع کند. خواهیم خواند که چگونه برخی از نواغ پس از کشف حقیقت، بی‌فریاد یافتن یافتن، آن را سال‌ها در خفا نگاه‌داشته و محافظ آن بوده‌اند تا مبدا آسیمی متوجه خود و حقیقت رسیده باشد و به تعبیر نویسنده، "آب پاک را در چاه گل آلود ذهن بشری نریختند". خواب‌گردها ماجراهایی جذاب و علمی از کشف حقیقت و پیوند میان یافته‌های تازه با دانسته‌های پیشین است "نیوتن می‌گفت: اگر من توانستم دور را بینم از آن جهت است که مردانی بلندبالا مرا بر دوش گرفتند". کتاب درباره‌ی این است که چگونه علم و عرفان و موسیقی و ریاضی و هندسه به ازدواج می‌رسند؛ "خطی که موسیقی را به اعداد مرتبط می‌سازد محور دستگاه فیثاغورسی شد. این محور سپس از هر دو سو امتداد یافت. از یک طرف به جانب ستارگان و از سوی دیگر به جسم و روان آدمی. این محور و تمامی دستگاه بر دو تصور اساسی استوار بود، هماهنگی و پالایش" و خواهیم خواند که چگونه گسترش نور دانش و رسیدن به تابندگی، بسیار منقطع، گسسته، ناقص، دشوار و پرماجرا بوده است و از فروغ دانش مردمان آینده که در نتیجه و طول تشعشع کوتاه دانش اکنون است و چپستی آن دانش در حسرت می‌شویم. "در حقیقت ما مشاهده کرده‌ایم که این سیر پیشرفت نه جریانی پیوسته بوده و نه رشدی عضوی. سیر فلسفه طبیعت عبارت بوده از پرسش‌هایی تصادفی و جهش‌هایی که در فواصل بین آن‌ها، خیال‌های واهی و بن‌بست‌ها و عقب‌نشینی‌ها و دوره‌های نابینائی و فراموشی وجود داشته است. اکتشافات بزرگی که خط سیر این فلسفه را تشکیل داده‌گاه نتیجه غیرمنتظره تجسسی بوده که به منظور دیگری به عمل می‌آمده است. در مواقع دیگر جریان اکتشاف فقط عبارت بوده یا از رویدادن زباله‌های سدکننده راه یا از تنظیم دانسته‌های موجود به شکلی دگرگون. گردش‌های دیوانه‌وار چرخ‌های اپی‌سیکل‌ها در طی دو هزار سال ادامه یافته بود و اطلاعات اروپا از هندسه در قرن پانزدهم کمتر از اطلاعات زمان ارشمیدس بود."

تنها دانش جدید است که دانش زاید پیشین و باور هرز را از میان می‌برد و نه هیچ چیز دیگر جز آن و تنها هستی زمان جاودانگی است. اگر در هستی ندانست که چه باید، در نیستی هم نمی‌دانیم و باور و یقین بدون پشت سر گذاشتن شک و تردید، همان جهل است و شرایط جوامع انسانی زمانی خطرناک و اسفناک می‌شود که بر تن انواع جهل، لباس‌های نامرغوب قدسی بپوشانند و دوره بگیرند که تنها ماییم حقیقت و وارثان این جهل مبارک. خواب‌گردها اثری ممتاز، برگزیده و بی‌مانند است.

"پس اینک معما حل شد. کپلر جوان، آموزگار مدرسه پروتستان گراتس راز کیهان را کشف کرده بود."

اگر دانش را همچون ماده تصور کرده و در شکلی عینی در نظر بیاوریم، به ماده تاریکی می‌ماند که سخت روشنی خواهد رساند؛ فریبا است و میل لمس آن می‌رود و اما هراس و زحمت نزدیکی نیز چندان محسوس است. آیا انسان در اشتیاق دانش است؟ خیر؛ برای انسان در معنای عام چنین نیست و می‌دانیم اشتیاق چندان در ایشان برای لمس این تاریکی و شناخت آن حاضر نیست، چرا که نر می‌فراغت، سختی اندیشیدن را پس می‌زند، چرا که انسان عادت می‌کند و از تغییرگریزان است، چرا که اگر دانستن بدی تهیه کند، دانش او در تغییر شکلی گزنده به باور مبدل شده و هر کوشش برای نابودی این باور بد را با نیش‌های خود پس خواهد راند و چرا که اگر می‌دانست، پس چنان نمی‌شد و چنین نبود. اما ای کاش اندکی می‌دانست و چنین نمی‌شد.

اگر انسانی بداند که در پس کوهی چشمه‌ای حیات دارد و بداند که تنها انسانی است که این را می‌داند، این دانسته کوچک و فرعی بر تمام زندگانی او اثر می‌نشانند. نیروی نابی از دانستن درون او جریان گرفته و از آن پس او دیگر چیزی می‌داند. دانش چنین است و تمام ساختار هویت و وجود را می‌تواند دگرگون کند. اما هر چیزی را نمی‌توان دانش دانست. امروزه در تقسیم وظایف صورت گرفته در جوامع انسانی، عمل اندیشیدن به وظیفه جمعی مختصر و منتخب رسیده یا خود در پی آن شدند و دیگران در پی امور روزانه خود، مشغول گرفتار ساختن اندیشه و تخیل درون ابزارهای تسلط‌اند. در چنین شرایطی آیا آگاه کردن دیگران از حیات چشمه پسندیده عقل است؟ آیا دیگران رنج گذر از کوه را می‌پذیرند و یا به اتهام دروغ‌پراکنی محاکمه می‌شویم؛ و آیا چشمه در خطر است؟ در مرحله‌ای دیگر آیا اهمیتی دارد که دیگران را از حیات چشمه آگاه کنیم؟

خواب‌گردها به بررسی این پرسش‌ها می‌پردازد و درحالی که روایتی دلنشین است از گوشه علم کیهان‌شناسی و نجوم و مجریان اصلی آن، فیثاغورس، کوپرنیک، کپلر، گالیله و نیوتن (و کشف قانون جاذبه که به تعبیری شاعرانه‌ترین نیروی طبیعت است) و شرح زندگانی این نواغ. این که حیات اجتماعی‌شان چگونه بوده



زنجیره امید

برچهره‌ی کودکانی که با طرح لبخندی بکشیم

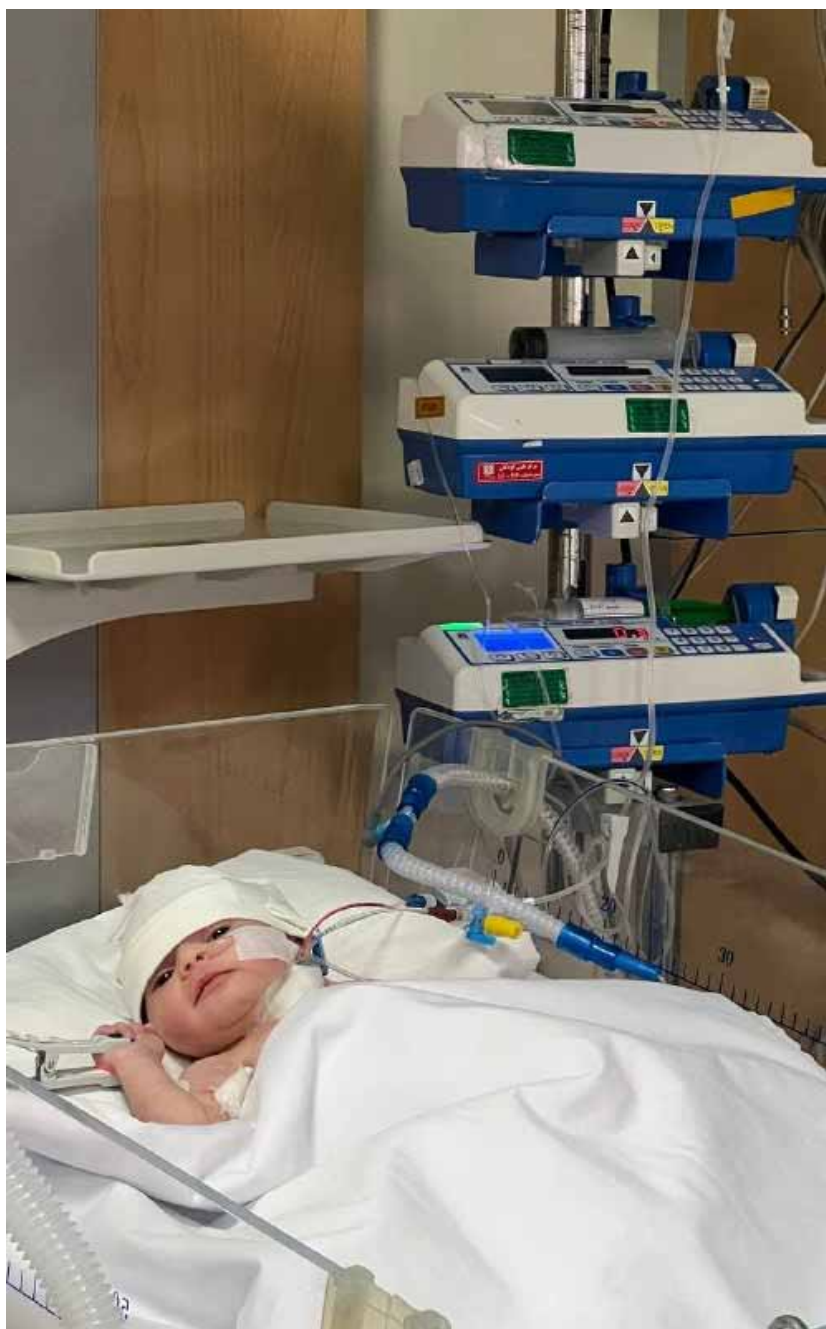
سپاس از بانک سامان؛ همراه همیشگی مؤسسه خیریه بین‌المللی زنجیره امید

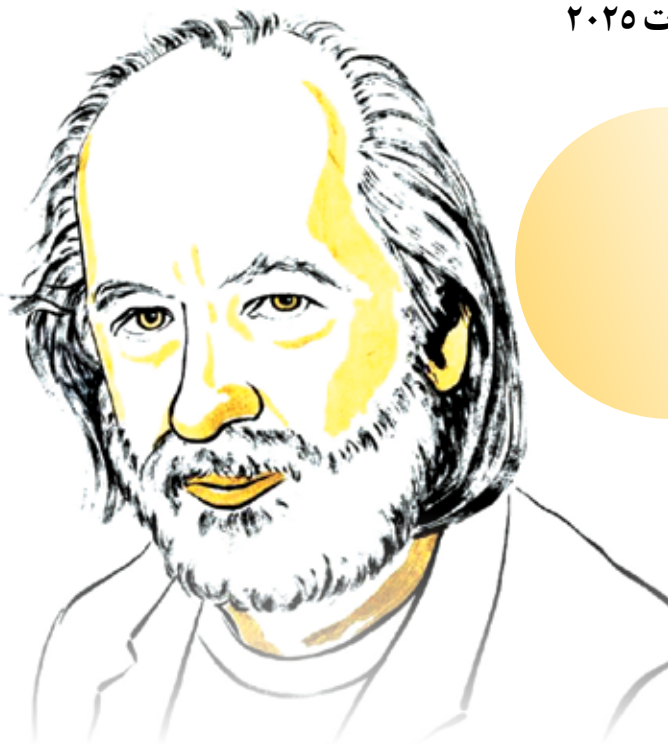
در دنیای پر چالش امروز، هر قدمی که در جهت کمک به نجات جان کودکان برداشته می‌شود، ارزشی فراتر از کلمات دارد. مؤسسه خیریه بین‌المللی زنجیره امید به پاس همکاری‌های ارزنده و مستمر بانک سامان، مراتب سپاس و قدردانی صمیمانه خود را اعلام می‌دارد.

در تداوم این مسیر نیکوکاری، بانک سامان در تاریخ ۱۴۰۴/۰۳/۰۸ با واریز مبلغ ۷۴،۰۸۰،۱۳۲ ریال و در تاریخ ۱۴۰۴/۰۹/۳۰ با واریز مبلغ ۶،۰۰۰،۰۰۰ ریال گام بلندی در جهت تأمین هزینه‌های درمانی کودکان نیازمند برداشته است. این حمایت‌های ارزشمند مستقیماً صرف درمان ۱۷ بیمار شامل ۱۵ بیمار قلبی و ۲ بیمار ارتوپدی (ستون فقرات) شده و امیدی دوباره برای زندگی به این عزیزان و خانواده‌هایشان بخشیده است. بانک سامان با درک عمیق از مسئولیت‌های اجتماعی خود و باتکیه بر حسن نوع دوستی، همواره در کنار مؤسسه زنجیره امید حضور داشته است. این همکاری‌ها به ما این امکان را داده است تا با قوت بیشتری به رسالت خود در ارائه بهترین خدمات درمانی و جراحی تخصصی به کودکان زیر ۱۸ سال در رشته‌های قلب، ارتوپدی، ترمیمی و مغز و اعصاب بپردازیم. حمایت‌های مستمر بانک سامان موجب شده تا اقامتگاه درمانی کودکان بیمار با امکانات بیشتر و شرایط بهتر توسعه یابد و والدین نیز بتوانند با آرامش خاطر در کنار فرزندان خود حضور داشته باشند. همچنین، بانک سامان نقش مهمی در جذب منابع مالی برای اعزام تیم‌های پزشکی بین‌المللی به ایران داشته است که این امر منجر به بهبود سطح طب تخصصی اطفال در کشور شده است.

از این رو، ما در مؤسسه خیریه بین‌المللی زنجیره امید بر این باوریم که همکاری با بانک سامان نه تنها برای نجات جان کودکان، بلکه برای ارتقای سطح سلامت جامعه تأثیر شگرفی داشته و امیدواریم که این همکاری‌های ارزشمند در آینده نیز با قوت بیشتری ادامه یابد. با سپاس از اعتماد و حمایت شما،

مؤسسه خیریه بین‌المللی زنجیره امید





تعیین نمی کردند.

جنسیت را بازتعریف کردی، نقش های زن و مرد را ساختی، و بسیار دیر—هرچند هیچ گاه دیر نیست—عشق را کشف کردی. احساسات را نام گذاری کردی: همدلی، و سطوح گوناگون شناخت. به فضا پرواز کردی، از پرندگان گذشتی، به ماه رفتی و نخستین قدم ها را آنجا گذاشتی. سلاح هایی ساختی که می توانستند زمین را بارها نابود کنند. علوم را چنان گسترش دادی که فردا می توانند آنچه را امروز فقط قابل تصور است، از میان ببرند.

هنر را آفریدی: از نقاشی های غار تا شام آخر لئوناردو؛ از افسون تاریک ریتم تا یوهان سباستیان باخ و در نهایت، مطابق پیشروی تاریخ، با شتابی ناگهانی، به جایی رسیدی که دیگر به هیچ چیز باور نداشتی. به لطف دستگاه هایی که خود اختراع کردی و تخیل را نابود می کنند، اکنون تنها حافظه ای کوتاه مدت برایت باقی مانده است.

دانش، زیبایی و خیر اخلاقی مشترک را کنار گذاشتی و حالا آماده ای به دشت های مسطح بروی، جایی که پاهایت فرومی روند. تکان نخور—می خواهی به مریخ بروی؟ نه. تکان نخور، چون این گل تو را فرو می کشد، به باتلاق.

اما زیبا بود. مسیر تکامل تو نفس گیر بود. فقط، متأسفانه: تکرارشدنی نیست.

نظرات برخی از اعضای آکادمی علوم سوئد درباره آثار لاسلو کراسناهورکایی

ساتانانگو - ۱۹۸۵

استیو سم - ساندبرگ:

ساتانانگو یک رمان اول است که شبیه هیچ رمان اول دیگری نیست. این کتاب که در سال ۱۹۸۵ منتشر شد، سقوط رژیم کمونیستی در

به مناسبت اعطای جایزه نوبل ادبیات سال ۲۰۲۵ به لاسلو کراسناهورکایی، بخشی از سخنرانی وی در آکادمی علوم سوئد و نظرات چند تن از اعضای این آکادمی درباره آثار این ادیب معاصر را در زیر می خوانید:

بخشی از متن سخنرانی نوبل لاسلو کراسناهورکایی
بیایید به جای آن، از کرامت انسان سخن بگوییم.
انسان—این موجود شگفت انگیز—تو کیستی؟

تو چرخ را اختراع کردی، آتش را کشف کردی و فهمیدی که همکاری تنها راه بقاست. مرده خواری را اختراع کردی تا ارباب جهانی شوی که در فرمانت بود. به عقلی شگفت انگیز دست یافتی؛ مغزی بزرگ، چین خورده و پیچیده که به واسطه آن توانستی—هرچند محدود—بر این جهان قدرت پیدا کنی؛ جهانی که خودت نیز نام گذاری اش کردی. این مسیر تو را به شناخت هایی رساند که بعدها نادرست از آب درآمدند، اما در زمان خود به تکاملت کمک کردند. رشد تو، با جهش هایی ظاهراً پرشتاب، گونه ها را بر زمین تثبیت کرد. دسته ساختی، جامعه ساختی، تمدن ساختی. به معجزه منقرض نشدن رسیدی، با آنکه بارها در آستانه اش بودی.

دوباره بر دو پا ایستادی: نخست به عنوان «هومو هابیلیس»، ابزار سنگی ساختی؛ سپس به عنوان «هومو ارکتوس»، آتش را مهار کردی و بعد، به سبب جزئیاتی کوچک—این که برخلاف شامپانزه، حنجره و کام نرم تو به هم نمی چسبند—توانستی زبان را پدیدآوری، هم زمان با رشد مرکز گفتار در مغز.

نوشتن را اختراع کردی؛ پیش از آن نیز قادر به شکل دادن قطارهای فکری فلسفی بودی. رخدادهای را به هم پیوند دادی، سپس آن ها را از باورهای دینی ات جدا کردی و بر پایه تجربه خود، «زمان» را ساختی. کشتی ساختی، سفر کردی، غارت کردی، قدرت را متمرکز کردی، سیارات را نقشه برداری کردی. خورشید دیگر خدا نبود و ستارگان سرنوشت را

آندرس السون:

انتخاب من «سنوبو آن پایین است» است؛ کتابی باشکوه از سال ۲۰۰۸: هفده اپیزود درباره نقش هنر در جهانی آینده از رنج و ناپایداری. کراسناهورکایی تنها یک نویسنده بزرگ حماسی در سنت اروپای مرکزی نیست - سستی از افسوردیسم سرخوشانه که از کافکا می‌گذرد و به توماس برنهارد می‌رسد.

در این کتاب با حسی تازه از تاریکی روبه‌رو می‌شویم؛ تاریکی‌ای دقیق و تنظیم‌شده که ردِ سفرهای نویسنده به چین و ژاپن در آغاز قرن بیست و یکم را با خود دارد. آغاز کتاب فراموش‌نشده‌ای است: صحنه‌ای زن بودایی که در آن، حواصیلی برفی و کاملاً سفید، بی‌حرکت در میانه رودخانه کامو در کیوتو ایستاده و در گرداب‌های زیر آب در انتظار شکار است.

برای چشم جمعیت نامرئی است و به تصویری گریزان از موقعیت هنرمند بدل می‌شود. اپیزودی نفس‌گیر دیگر، روایت انتقال بسیار پرخطر نقاشی‌ای دیرینه‌گام و ناتمام از هنرمند ایتالیایی، پروجینو، از فلورانس به زادگاهش پروجاست - کاری که دستیارانش انجام می‌دهند، دستیارانی که اغلب مست هستند. چقدر به ازدست‌دادن همه چیز نزدیک می‌شویم، و چقدر شگفت‌انگیز است وقتی دوباره آن را بازمی‌یابیم.

هرشت ۰۷۷۶۹: یک رمان - ۲۰۲۱

آنا - کارین پالم:

در شهری کوچک در شرق آلمان، رویدادهای عجیبی آغاز می‌شود. فلوریان هرشت - جوانی غول‌پیکر با قلبی مهربان و هوشی محدود - درگیر این ماجراها می‌شود و دگرگون می‌گردد. کراسناهورکایی رمانش را در بطن جنبش‌های زیرزمینی معاصر قرار می‌دهد و نشان می‌دهد چگونه ترس و سوءظن می‌توانند زندگی آرام و روزمره یک شهر کوچک را تهدید کنند.

نگاه‌های اسطوره‌ای و واقع‌گرایانه به طور هم‌زمان در متن حضور دارند، در نثری روان، موسیقایی و زنده. نویسنده اجازه می‌دهد گرمای ساده انسانی در کنار خشونت و نفرت دیده شود، و آن زیبایی متعالی و نظمی که موسیقی باخ نمایندگی می‌کند، همچون رؤیایی دور، در سراسر رمان طنین‌انداز است.

مجارستان را - چهار سال پیش از وقوع آن - پیش‌بینی کرد. داستان در دشت‌هایی در جنوب میانه مجارستان می‌گذرد و قصه دو شخصیت را روایت می‌کند: ایریمیاس و همراهش پترینا، که وارد روستایی می‌شوند با ساکنانی متشکل از کارگرانی عجیب، فقیر و گرفتار یک تعاونی کشاورزی.

"این تازه‌واردها واقعاً چه کسانی هستند؟ دو بازرس خشک و رسمی که برای بازرسی تعاونی فرستاده شده‌اند، یا دستیاران شیطان که به دنبال ویرانی و فاجعه‌اند؟"

این پرسش تا پایان کتاب بی‌پاسخ می‌ماند. اما آن‌ها با اعمال خود، روستاییان درمانده را به رقصی آخرالزمانی می‌کشانند، با پیامدهایی جهنمی.

در ظاهر، رمانی تاریک و بی‌امید است؛ اما طنز خاص کراسناهورکایی همچون رگه‌ای پنهان در سراسر آن جریان دارد. چهل سال پس از انتشار نیز، ساتانانگو همچنان نمونه‌ای استادانه و تکنیکی از آغاز کار نویسنده‌ای است که بعدها آثاری حتی شگفت‌انگیزتر خلق کرد.

مالیخولیای مقاومت - ۱۹۸۹

الِن مَتسون:

محبوب‌ترین رمان کراسناهورکایی برای من «مالیخولیای مقاومت» است (۱۹۸۹). از جهاتی، اثری کاملاً «کراسناهورکایی» است: فشرده، سیاه و جهنمی؛ با فضایی که هم‌زمان هم عادی و آشناست و هم اندکی عجیب، کج‌ومعوج و سوررئال - مانند مکانی در خواب.

در یک شهر کوچک، گروهی غریبه بی‌نام وارد می‌شوند؛ بی‌نظمی آغاز می‌شود، شورش در راه است، و همه این‌ها somehow به گروهی مرموز از مسافران مربوط می‌شود که مردی دگرگون‌شده و یک نهنگ تاکسیدرمی‌شده (پرسده) را به نمایش می‌گذارند. کنش و واکنش‌ها پشت‌سرهم می‌آیند، اما هیچ‌چیز به نتیجه‌ای روشن ختم نمی‌شود - و این خود زندگی است: باید عمل کنی، حتی اگر عملت بی‌فایده باشد.

وقتی همه چیز فروکش می‌کند و دودها می‌خوابند، برخی مرده‌اند، برخی ناپدید شده‌اند، برخی به زندان افتاده‌اند و برخی دیگر از وضعیت بی‌ثبات استفاده کرده‌اند تا بالا بیایند و قدرت بگیرند. این رمانی بسیار تاریک است و درعین حال، تاریک خنده‌دار؛ و مانند دیگر آثار کراسناهورکایی، کاملاً بی‌زمان.



کافه تک

با کافه تک از آخرین اخبار تکنولوژی مطلع شوید و با نرم افزارهای کاربردی آشنا شوید.

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

| مهرانز تباری |

| کارشناس مدیریت روابط عمومی و صدای مشتریان |

نحوه پرامپت نویسی با ChatGPT (بخش اول)

در فضای کاری و محتوایی، حتی در موضوعات خدماتی مثل بانکداری و امور مالی، تفاوت بین یک پاسخ معمولی و یک پاسخ حرفه‌ای گاهی فقط چند خط توضیح بیشتر در پرامپت است. همین چند خط، مسیر پاسخ را عوض می‌کند.

پرامپت نویسی؛ مهارتی که کیفیت پاسخ را تغییر می‌دهد

اگر بخواهیم خیلی ساده جمع‌بندی کنیم، پرامپت نویسی یعنی بلد باشیم درست «مسئله را تعریف کنیم». خیلی‌ها با ChatGPT مثل یک جست‌وجوی اینترنتی رفتار می‌کنند: یک عبارت کوتاه می‌نویسند و انتظار دارند همان چیزی که در ذهن‌شان هست بیرون بیاید. اما این ابزار با گفت‌وگو بهتر کار می‌کند، نه با حدس زدن. وقتی تو مسیر را مشخص می‌کنی، او هم دقیق‌تر می‌رود سر اصل مطلب.

پرامپت چیست؟ (به زبان ساده)

پرامپت همان چیزی است که تو می‌نویسی و می‌فرستی؛ سؤال، درخواست، توضیح یا حتی یک جمله کوتاه. اما فرق پرامپت با سؤال معمولی این است که پرامپت قرار نیست فقط چیزی را «پرسد»، قرار است مسیر پاسخ را هم روشن کند. برای همین است که بعضی جواب‌ها عالی می‌شوند و بعضی‌ها نه؛ چون بعضی درخواست‌ها راه را می‌سازند و بعضی‌ها راه را رها می‌کنند.

ChatGPT جای فکر کردن ما را نمی‌گیرد، اما می‌تواند فکر روشن را سریع‌تر به نتیجه برساند. ابزار است، نه جایگزین انسان. وقتی سؤال را بهتر پرسیم، پاسخ هم بهتر می‌شود. هدف فاز اول هم دقیقاً همین است:

پرامپت نویسی؛ مهارتی که کیفیت پاسخ را تغییر می‌دهد

ChatGPT جای فکر کردن ما را نمی‌گیرد، اما می‌تواند فکر روشن را سریع‌تر به نتیجه برساند. ابزار است، نه جایگزین انسان. اگر سؤال را بهتر پرسیم، پاسخ هم بهتر می‌شود. این فاز اول قرار است فقط نگاه مخاطب را عوض کند؛ اینکه بداند نقطه شروع، خود سؤال است، نه پاسخ. تا حالا شده از ChatGPT چیزی بپرسی، جواب بگیری... ولی تیش حس کنی «این همونی نبود که می‌خواستم»؟ معمولاً اینجا اولین واکنش اینه که فکر کنیم ابزار خوب جواب نداده. اما خیلی وقت‌ها ماجرا ساده‌تر از این حرف‌ها است: سؤال، درست فرموله نشده. نه اینکه جواب اشتباه باشه؛ فقط با چیزی که تو ذهن ما بوده فاصله داره.

اصل قضیه اینه که ChatGPT بیشتر از اینکه «باهوش بودنش» مهم باشه، به «نحوه درخواست» حساسه. هر چی واضح‌تر، دقیق‌تر و انسانی‌تر سؤال بپرسی، خروجی هم به همون نسبت بهتر می‌شه. اینجا قرار نیست وارد بحث‌های فنی بشیم یا اصطلاحات سنگین بیاریم. فقط می‌خوایم همون نقطه‌ای رو روشن کنیم که تجربه خیلی‌ها رو عوض کرده: اینکه کیفیت جواب، از کیفیت سؤال شروع می‌شه.

هوش مصنوعی مولد مثل ChatGPT، بیش از هر چیز به کیفیت ورودی وابسته است. برخلاف تصور رایج، مسئله اصلی این نیست که ابزار چقدر پیشرفته است؛ مسئله این است که ما چقدر بلدیم نیاز ذهنی‌مان را به یک درخواست روشن تبدیل کنیم. پرامپت نویسی دقیقاً همین است: تبدیل «یک نیاز مبهم در ذهن» به «یک دستور قابل فهم». مهارتی که مستقیم روی دقت، کیفیت و کاربردی بودن خروجی اثر می‌گذارد.

تغییر نگاه مخاطب؛ اینکه بفهمد نقطه شروع، خود سؤال است، نه پاسخ.

تفاوت سؤال معمولی با پرامپت هدفمند

سؤال معمولی معمولاً فقط می‌پرسد «چی؟» اما پرامپت هدفمند خیلی نرم و طبیعی سه چیز دیگر را هم اضافه می‌کند: «برای چی؟ برای کی؟ و چطور؟» همین تفاوت ساده، نتیجه را عوض می‌کند. وقتی هدف روشن باشد و فضای استفاده مشخص شود، پاسخ به جای کلی‌گویی، کاربردی می‌شود و حس می‌کنی دقیقاً همانی است که لازم داشتی.

اجزای یک پرامپت قابل قبول

اگر بخواهیم پرامپت خوب را مثل یک مسیر بینیم، چند ایستگاه مشخص دارد. اول از همه هدف است؛ یعنی دقیقاً بگویی دنبال چه نتیجه‌ای هستی. نه «یه توضیح»، نه «یه متن خوب»، بلکه اینکه این پاسخ قرار است چه کاری را جلو ببرد. گاهی فقط همین یک جمله هدف، نصف راه را می‌رود.

بعد می‌رسی به کاربرد پاسخ. این جواب قرار است کجا استفاده شود؟ برای یک متن آماده انتشار است یا فقط برای اینکه خودت بهتر بفهمی؟ قرار است کپی شود، ویرایش شود یا فقط ایده بدهد؟ این بخش جهت پاسخ را تعیین می‌کند و جلوی جواب‌های عمومی را می‌گیرد.

مرحله بعد لحن است. رسمی یا خودمونی؟ کوتاه یا توضیح‌دار؟ جدی یا سبک؟ اگر این را نگویی، ابزار خودش انتخاب می‌کند و معمولاً همین‌جا است که می‌گویی «خوبه، ولی اون چیزی نیست که می‌خوام» و در آخر می‌رسی به انتظار از خروجی. یعنی روشن کنی جواب را در چه اندازه و چه شکلی می‌خواهی. کوتاه یا مفصل؟ یک پارچه یا مرحله‌به‌مرحله؟ قابل انتشار یا فقط برای خودت؟ این آخرین قفل است؛ اگر بسته نشود، خروجی شل درمی‌آید.

پرامپت‌نویسی برای کاربران غیرتکنیکی

پرامپت‌نویسی مهارت فنی نیست. لازم نیست اصطلاح بلد باشیم یا ساختار خاصی رعایت کنیم. بیشتر شبیه حرف زدن با یک آدم است که وقت دارد گوش بدهد، اما ذهن‌خوان نیست. اگر واضح نگویم چه می‌خواهیم، او هم مجبور می‌شود خودش تصمیم بگیرد از کدام زاویه جواب بدهد. همین.

اشتباهات رایج کاربران تازه‌کار

یکی از اشتباهات رایج این است که سؤال‌ها بیش از حد کلی‌اند و انتظار داریم ابزار خودش همه‌چیز را بفهمد. اشتباه دیگر این است که بعد از دریافت اولین پاسخ، مکالمه را رها می‌کنیم. در حالی که گفت‌وگو با ChatGPT مرحله‌ای است و خیلی وقت‌ها جواب خوب، در اصلاح و ادامه شکل می‌گیرد، نه در اولین تلاش. کافی است چند جمله بازخورد بدهی و مسیر را کمی اصلاح کنی.

تفاوت سؤال معمولی با پرامپت هدفمند

فرق این دو معمولاً در جزئیات کوچکی است که نادیده گرفته می‌شوند. سؤال معمولی فقط می‌پرسد «چی؟» اما پرامپت هدفمند توضیح می‌دهد «برای چی، برای کی و چطور». همین تفاوت ساده، نتیجه را عوض می‌کند. وقتی هدف روشن باشد و فضای استفاده مشخص شود، پاسخ به جای کلی‌گویی، کاربردی می‌شود.

جمع‌بندی بخش اول پرامپت نویسی کافه تک

ChatGPT جای فکر کردن ما را نمی‌گیرد، اما می‌تواند فکر روشن را سریع‌تر به نتیجه برساند. ابزار است، نه جایگزین انسان. اگر سؤال را بهتر بپرسیم، پاسخ هم بهتر می‌شود. این فاز اول قرار است فقط نگاه مخاطب را عوض کند؛ اینکه بداند نقطه شروع، خود سؤال است، نه پاسخ.



شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه /باجه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمایر	نام مسئول شعب/باجه‌ها
۱	آفریقا	۸۰۱	تهران، بزرگراه آفریقا، نرسیده به چهارراه جهان کودک، پلاک ۳۱	۸۸۷۴۵۵۷-۶۱	۸۸۷۳۷۷۳	نیما کیانی
۲	مرکزی	۸۰۲	تهران، خیابان انقلاب، بین چهارراه کالج و چهارراه ولیعصر، پلاک ۸۰۳	۶۶۹۵۸۹۳۳-۶۶۹۵۹۰۵۰	۶۶۹۷۱۰۶۱	شاهرخ نیری
۳	اصفهان	۸۰۳	اصفهان، خیابان فردوسی، نبش خیابان منوچهری، ساختمان امیر، پلاک ۱۳	۰۳۱-۳۲۲۳۰۴۳۴-۷	۰۳۱-۳۲۲۳۰۴۳۴	جمشید باقری
۴	باغ فردوس	۸۰۴	تهران، خیابان ولیعصر، نرسیده به میدان تجریش، روبروی باغ فردوس، پلاک ۲۹۴۴	۲۳۷۴۰۷۷۵	۲۳۷۴۰۷۱۵	تیمور طاهری
۵	پاسداران	۸۰۵	تهران، خیابان پاسداران، مقابل بوستان ششم، جنب برج سفید، پلاک ۲۵۰	۲۲۵۹۵۶۵۸	۲۲۵۹۷۵۴۰	مهدی عبدلی وشته
۶	بازار	۸۰۶	تهران، بازار بزرگ، خیابان ۱۵ خرداد غربی، بین چهارراه گل‌بندک و خیابان ابوسعید، پلاک ۶۸۱	۵۵۵۷۵۷۳۸-۹	۵۵۵۷۶۴۹۵	امین بیگلری
۷	صادقیه	۸۰۷	تهران، ضلع جنوب شرقی فلکه اول صادقیه، پلاک ۹۱۸	۴۴۳۵۴۵۱۸-۲۰	۴۴۳۵۴۵۱۷	شادمان غفوری
۸	اقدسیه	۸۰۸	تهران، خیابان اقدسیه (موحد دانش)، نبش کوچه نسیم، پلاک ۶۳	۲۲۸۲۳۰۵۶-۲۲۸۲۳۲۴۹	۲۲۸۲۳۲۴۵	حیدررسانی فر
۹	میرداماد	۸۰۹	تهران، خیابان میرداماد، نرسیده به میدان مادر، پلاک ۱۴۸	۲۲۹۳۴۴۵۱-۴	۲۲۹۳۴۴۶۳	مهدی عامری
۱۰	دکتر فاطمی	۸۱۰	تهران، خیابان دکتر فاطمی، روبه‌روی خیابان کاج، نبش کوچه ششم (شیخ‌لو)، 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 جنت‌آباد جنوبی، پایین‌تر از میدان چهار باغ، نبش خیابان لاله غربی، ساختمان سمرقند، پلاک ۴۷	۴۴۴۹۵۴۰۱-۱۲	۴۴۴۹۵۴۲۸	حمزه تقیان
۱۳	خیابان دولت	۸۱۳	تهران، خیابان دولت، نرسیده به چهارراه پاسداران، پلاک ۱۸	۲۲۷۶۴۸۲-۷	۲۲۷۸۱۰۶۹	مریم یدینی
۱۴	میدان وتک	۸۱۴	تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از میدان وتک، 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 ۱۴ و ۱۳	۸۸۵۷۷۶۰۵-۱۰	۸۸۵۷۱۲۱۵	فرشته قانع
۱۶	اریکه ایرانیان	۸۱۶	تهران، بلوار فرحزادی، نبش ارغوان غربی، مجتمع اریکه ایرانیان، پلاک ۱	۲۲۳۵۹۲۷۵-۷۸	۲۲۳۵۳۵۱۶	آزاده روشن
۱۷	یافت آباد	۸۱۷	تهران، بزرگراه آیت اله سعیدی، یافت‌آباد شرقی، بازار میل ایران، پلاک ۲۰۵ و ۲۰۲	۶۶۲۱۱۰۱۴-۱۷	۶۶۲۳۷۱۱۰	-
۱۸	شهری	۸۱۸	شهری، میدان شهری، خیابان ۲۴ متری زکریای رازی (بیات)، پلاک ۲۵۷	۵۵۹۷۰۷۳۲-۵۵۹۷۰۷۳۸	۵۵۹۷۰۷۳۰	افشین فرج زاده
۱۹	ظفر	۸۱۹	خیابان ظفر، بعد از خیابان کازرون شمالی، پلاک ۱۲۸	۲۶۶۴۵۹۸۶-۲۶۶۴۵۷۱۵	۲۶۷۰۵۳۲۷	بهنام پویانفر
۲۰	آفریقا شمالی	۸۲۰	تهران، خیابان تلون 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 ۴	۲۶۲۱۰۹۱۲-۱۴	۲۶۲۱۰۹۱۷	فرهاد عطائی فر
۲۲	پیروزی	۸۲۲	تهران، خیابان پیروزی، نبش خیابان عادل	۳۳۲۲۲۱۴۷-۳۳۲۲۳۰۷۸	۳۳۲۲۲۱۴۳	فرخ فرجی
۲۳	ولنجک	۸۲۳	تهران، خیابان ولنجک، خیابان چهاردهم، پلاک ۷	۲۲۴۲۱۲۲۷-۳۱	۲۲۱۲۷۵۹۰	امیرعلی جدیدی
۲۴	خیابان آذربایجان	۸۲۴	تهران، خیابان آزادی، نبش خیابان آذربایجان، پلاک ۱۰۴۶	۶۶۰۷۸۸۴۶-۶۶۰۷۸۸۴۶	۶۶۰۷۸۸۰۰	محمود لک
۲۵	شهرک اکباتان	۸۲۵	شهرک اکباتان، فاز یک، خیابان نفیسی، روبروی مخابرات، پلاک ۵۹	۴۷۰۰۵۰۴۱-۴۷۰۰۵۰۸۳	۴۴۶۹۵۴۳	نیما رسولی
۲۶	میدان آرژانتین	۸۲۶	تهران، میدان آرژانتین، اول خیابان بیقی، پلاک ۲۱	۸۸۵۱۶۶۴۰-۸۸۵۱۶۴۱۸	۸۸۵۱۷۳۸۱	علیرضا رشیدی
۲۷	خیابان ملت اکباتان	۸۲۷	تهران، خیابان سعدی جنوبی، خیابان اکباتان، پلاک ۹۳	۳۳۹۹۸۰۰۵-۷ و ۱۲	۳۳۹۹۸۰۰۹	حسام حاجی حیدری
۲۸	قیطریه	۸۲۸	تهران، بلوار ۳۵ متری قیطریه، روبروی پارک قیطریه، پلاک ۸۵	۲۲۲۳۴۲۷-۸	۲۲۲۳۴۲۵۸	احسان کیانی
۲۹	ملاصدرا	۸۲۹	تهران، خیابان ملاصدرا، بعد از خیابان شیراز، پلاک ۱۳۲	۸۸۶۳۵۱۷-۸۸۶۳۷۴۴۸	۸۸۶۳۶۳۱	فاطمه حیاتی
۳۰	خیابان سید جمال الدین اسد آبادی	۸۳۰	تهران، خیابان سید جمال‌الدین اسدآبادی، نبش شمالی خیابان ۴۹، پلاک ۴۳۳	۸۸۲۱۷۹۳۵-۸۸۲۱۰۲۹۶	۸۸۶۲۸۳۷	بهنام عسگری علویچه
۳۱	میدان قزوین	۸۳۱	تهران، خیابان کارگر جنوبی، ضلع شمال شرقی میدان قزوین، پلاک ۱۸	۵۵۴۸۱۱۲۲-۴-۸	۵۵۴۸۱۱۷۹	مسلم مرتضوی‌فر
۳۲	خیابان دکتر بهشتی	۸۳۲	تهران، خیابان شهید دکتر بهشتی، بعد از چهارراه سهروردی، پلاک ۱۳۸	۸۸۵۱۲۶۰۳-۸	۸۸۷۴۶۶۹۹	سید محمد میرحسینی نیری
۳۳	فلکه سوم تهرانپارس	۸۳۴	تهران، خیابان آیت اله خوشوقت، بالاتر از فلکه سوم تهرانپارس، نبش خیابان ۲۱۴ شرقی، پلاک ۱۳۰	۷۷۳۷۰۱۸۶	۷۷۳۷۰۴۴۱	ارسلان بی‌آزار
۳۴	خیابان ولیعصر - پارک ساعی	۸۳۵	تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از خیابان شهید دکتر بهشتی، نبش کوچه کوزه گر، پلاک ۲۱۳۳	۸۸۵۵۹۶۶۵-۸۸۷۰۹۴۸۱-۲	۸۸۵۵۹۶۶۶	رضا جلالی
۳۵	فلکه اول تهرانپارس	۸۳۶	تهران، فلکه اول تهرانپارس، ابتدای خیابان آیت اله خوشوقت، نبش خیابان ۱۴۸ غربی، پلاک ۳۳	۷۷۷۳۳۳۵۰-۵۴	۷۷۷۳۳۳۵۵	سلیمان بیات
۳۶	بازار کاشا	۸۳۷	تهران، بازار بزرگ تهران، سزه میدان، بازار کاشا، نبش بازار کاشا، پلاک ۶۴	۵۵۱۵۱۸۲-۴-۵	۵۵۸۰۸۵۰۹	وحید میرزاخانی
۳۷	الهیه	۸۳۸	تهران، خیابان ولیعصر، خیابان شهید فیاضی، بعد از خیابان کوهیار، پلاک ۶۹	۲۱۲۰۰۹۶۲-۶۳	-	مژگان طرّف نژاد
۳۸	منیریه	۸۳۹	تهران، خیابان ولیعصر، میدان منیریه، خیابان منیریه، نبش بن بست ناظمی، پلاک ۵۳	۶۶۴۹۱۰۷۵-۸۵-۸۷	۶۶۴۹۱۰۷۳	رامتین سلیمانی
۳۹	شهرک راه آهن	۸۴۰	تهران، اتوبان همت غرب، شهرک گلستان، بلوار امیر کبیر، نرسیده به چهارراه کله، پلاک ۵۳	۴۴۷۳۸۹۵۹-۴۴۷۳۸۹۶۹	۴۴۷۳۷۸۸۸	محسن باقری نیا
۴۰	میدان نیوت	۸۴۱	تهران، بزرگراه رسالت، خیابان آیت، ضلع جنوب غربی میدان نیوت، پلاک ۵۶۰	۹-۷۷۹۴۰۴۲۸	۷۷۹۴۰۴۱۸	علی اکبر فتحی زاده

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه/باجه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمای	نام مسئول شعب/باجه‌ها
۴۱	دلاوران	۸۴۲	تهران، میدان رسالت، خیابان هنگام، بلوار دلاوران، بین چهارراه آزادگان و تکاوران، پلاک ۳۷۵	۷۷۲۱۳۸۴۸-۷۷۱۸۹۳۹۱	۷۷۲۱۳۷۷۷	زهرآ کسرائی پور
۴۲	بلوار فردوس	۸۴۵	تهران، بزرگراه شهید ستاری، بلوار فردوس شرقی، پلاک ۴۳۴	۴۴۰۰۳۸۵-۶	۴۴۰۰۳۸۲۶	راحله خیر خواه
۴۳	فرودگاه امام خمینی	۸۴۶	تهران، کیلومتر ۳۰ اتوبان تهران - قم، فرودگاه بین‌المللی امام خمینی، سالت ورودی	۵۵۲۷۸۴۰-۹	۵۵۲۷۸۴۱۰	مصطفی کریمی
۴۴	میدان تجریش	۸۴۷	تهران، میدان تجریش، خیابان شهرداری، پلاک ۸۱	۳۶۸۵۸۷۰۶-۳۶۸۵۸۷۰۳	۳۶۸۵۸۳۱۶	رضا جلیل زاده
۴۵	نازی آباد	۸۴۸	تهران، نازی‌آباد، خیابان مدائن، پلاک ۱۱۶ و ۱۱۸	۵۵۳۳۱۰۰۴-۷	۵۵۳۵۶۰۵۱	محمد رضا البرزی
۴۶	سرو	۸۴۹	تهران، سعادت‌آباد، بلوار سرو غربی، نبش شمال شرقی میدان سرو، پلاک ۷۷	۲۲۰۹۴۳۵۶	-	حسن رنجبر قلیچی
۴۷	امین حضور	۸۵۳	تهران، میدان بهارستان، خیابان مصطفی خمینی، خیابان امیرکبیر شرقی، نبش کوچه جاویدی، پلاک ۱۴۰	۳۳۴۴۳۷۱۱-۳۳۴۴۳۷۰۴	۳۳۱۳۸۳۱۴	روح اله سیاوشی
۴۸	مولوی	۸۵۴	تهران، خیابان مولوی شرقی، نبش کوچه شهید علی اکبر قاسمی، پلاک ۵۱۸	۵۵۱۵۷۳۷۶-۵۵۱۵۶۱۰۹	۵۵۱۵۴۷۲۹	علی اکبر عینی
۴۹	خیابان لوازانی	۸۵۵	تهران، کامرانیه، خیابان لوازانی غربی، نبش دوراهی آریا، پلاک ۳	۲۲۸۱۶۶۹۲-۳-۵	۲۲۸۱۶۶۸۹	حمید زرهونه
۵۰	تهرانسر	۸۵۶	تهران، تهرانسر، بلوار اصلی، نبش خیابان ۱۴	۴۴۵۸۷۵۹۶-۴۴۵۸۷۵۸۶	۴۴۵۱۷۶۶۲	مجید صادقی دستک
۵۱	آصف	۸۵۸	تهران، زعفرانیه، بلوار یزدادی، نبش غربی خیابان ماکونی‌پور، پلاک ۱۹	۲۲۸۰۳۲۲۷-۲۲۸۰۳۲۳۰	۲۲۸۰۲۹۰۱	علیرضا رحیمی خو
۵۲	میدان حسین آباد	۸۵۹	تهران، چهارراه پاسداران، میدان حسین‌آباد، ساختمان مهلا، پلاک ۱۲۰	۲۲۹۶۰۰۱۳-۲۲۹۵۹۹۷۹	۲۲۹۵۹۹۰۹	محمود احسنی
۵۳	مقدس اردبیلی	۸۶۱	تهران، خیابان مقدس اردبیلی، نبش خیابان فرخ، پلاک ۱	۳۶۸۰۲۴۵۳-۳۶۸۰۲۴۰۹	۳۶۸۰۲۴۶۱	میرحسین آقاجانی
۵۴	خیابان ولیعصر - زرتشت	۸۶۲	تهران، بالاتر از میدان ولیعصر، نرسیده به خیابان زرتشت، نبش کوچه ناصر، پلاک ۱۷۷۷	۸۸۸۰۵۷۵۳-۸۸۹۰۶۱۷۸	۸۸۸۰۷۵۹۲	مونا رضایی
۵۵	خیابان دزاشیب - سه راه عمار	۸۶۳	تهران، میدان قدس، انتهای خیابان شهید کبیری (دزاشیب)، سه‌راه عمار، پلاک ۱۵۸	۲۲۷۵۳۹۱۴-۱۸	۲۲۷۵۳۹۱۳	سیدیه محبی آشتیانی (معاون همه)
۵۶	خیابان جمهوری	۸۶۵	تهران، خیابان جمهوری، بین خیابان ولی عصر و شیخ‌هادی، پلاک ۸۵۲	۶۶۹۷۱۳۹۴-۶۶۹۷۱۳۹۲	۶۶۴۵۹۳۸	عباس دانش‌نیا
۵۷	یهشی - قائم مقام	۸۶۶	خیابان شهید یهشی، بعد از بزرگراه مدرس، پلاک ۲۷۵	۸۸۵۳۶۲۸۹-۸۶۱۲۲۱۶۰	-	رضا محمدقاسمی
۵۸	برج سامان	۸۶۷	خیابان شریعتی، بالاتر از پل سیدخندان، نرسیده به بزرگراه همت نبش کوچه اتوبانک، پلاک ۱۰۰۵، برج سامان، طبقه اول	۰۲۱-۲۲۳۳۰۰۰۰ داخلي ۳۹۸۴ ۳۹۸۰	۰۲۱-۲۲۳۳۰۰۰۰ داخلي ۳۹۸۹	فاطمه حاجی بابایی
۵۹	قلهک	۸۶۸	خیابان دکتر شریعتی، بالاتر از دوراهی قلهک، پلاک ۱۴۲۵	۲۲۶۰۱۵۲۷-۲۲۶۰۳۶۱۳	۲۲۶۰۳۶۰۳	هومن رسولی
۶۰	ستارخان	۸۶۹	تهران، محله توحید، خیابان کوثر سوم، خیابان ستارخان، پلاک ۸۰	۶۶۴۳۵۲۳۹-۶۶۹۲۸۱۶۲	۶۶۵۷۴۶۷۵	بهوش قاسمی
۶۱	پونک	۸۷۰	تهران، بزرگراه اشرافی اصفهانی، بالاتر از میدان پونک، نبش کوچه ۱۹، پلاک ۱	۴۴۴۶۲۵۱۰	۴۴۴۶۲۸۱۵	مهدی طلایی
۶۲	مژده	۸۷۱	تهران، خیابان نیاوران، خیابان شهید مقدسی (مژده)، خیابان میری، پلاک ۴	۲۲۷۱۶۵۱۶-۲۲۷۱۶۳۵۱	۲۲۷۱۶۲۹۳	احمد عهدی
۶۳	لاله زار	۸۷۲	تهران، خیابان لاله‌زارنو، نرسیده به خیابان منوچهری، پلاک ۴۶۱	۳۶۸۷۰۴۵۸-۳۶۸۷۰۳۱۷	۲۲۵۳۰۱۴۶	داریوش خداداد
۶۴	میدان هفت تیر	۸۷۳	میدان هفت‌تیر، بالاتر از مسجد الجواد، پلاک ۲۷۵	۸۸۸۱۵۲۱۰-۸۸۸۱۵۸۹۰	۸۸۸۴۶۱۹۰	امیر ضیاء
۶۵	نیاوران	۸۷۴	تهران، نیاوران، خیابان شهید باهنر، روبروی پارک باهنر، پلاک ۱۴۸	۲۶۱۱۷۱۹۲-۹۳	۲۶۱۱۷۱۹۵	واله سعیدی
۶۶	بلوار ۲۴ متری سعادت آباد	۸۷۵	تهران، سعادت‌آباد، میدان فرهنگ، بلوار ۲۴ متری، نبش کوچه چهارم غربی، پلاک ۱۸	۲۲۳۷۸۵۶۶-۷	۲۲۳۵۷۶۰۵	بناترین بابایی
۶۷	خیابان آقازرگی - الهیه	۸۷۶	تهران، الهیه، انتهای خیابان شهید آقازرگی، نبش خیابان حسن اکبری، پلاک ۸۸	۲۲۳۹۱۰۷۱ ۲۲۳۹۹۷۱۶ ۲۲۳۹۹۷۴۱ ۲۲۳۹۸۷۵۷	۲۲۳۹۴۳۱۳	مهدی سلطانی
۶۸	بزرگراه فتح	۸۷۷	تهران، بزرگراه فتح، جاده قدیم کرج، بعد از شیر پاستوریزه، مجتمع تجاری تهران، پلاک ۲۳۸	۶۶۸۱۵۹۶۹-۶۶۸۱۵۹۶۸	۶۶۸۱۶۰۰۸	عباس آهنگری کیوی
۶۹	شهر قدس	۸۷۸	شهر قدس، بلوار ۴۵ متری انقلاب، روبروی پارک آزادگان، پلاک ۳۶۸	۴۶۸۳۲۲۳۰-۴۶۸۳۲۲۳۸	۴۶۸۳۲۲۴۱	جبار رضایی دره نیجه
۷۰	بلوار مرزداران	۸۸۱	تهران، شهرک زاندارمری، بلوار مرزداران، بین اینار و دانش، پلاک ۱۳۶	۴۴۳۱۱۰۴۰-۴۴۳۱۲۶۲۹	۴۴۳۱۱۸۴۱	منصوره رضایان مقدم
۷۱	بلوار کشاورز	۸۸۲	تهران، بلوار کشاورز، بین خیابان وصال شیرازی و نادر، پلاک ۱۷۸	۸۸۹۸۳۱۵۴-۶	۸۸۹۸۳۱۵۷	روح اله صفری
۷۲	بلوار دریا	۸۸۳	تهران، خیابان سعادت‌آباد، بلوار دریا، نبش خیابان رامشه، پلاک ۵۰	۸۸۵۷۸۱۷۱-۸۸۰۷۱۲۰۲	۸۸۳۶۶۷۹	امیر گیلانی فر
۷۳	گیشا	۸۸۴	تهران، کوی نصر (گیشا)، نبش خیابان نوزدهم، پلاک ۲۶۲	۸۸۴۵۷۸۴-۵	۸۸۴۵۷۸۷	محمدرضا پیشگاه هادیان
۷۴	جهانشهر کرج	۹۰۱	کرج، میدان سپاه، اول بلوار جمهوری، نبش نیلوفر، پلاک ۱	۰۲۶-۳۴۴۶۱۱۱۵-۱۷۲۰	۳۴۴۸۱۴۴۵-۰۲۶	مهدی تک دهقان
۷۵	میدان توحید کرج	۹۰۲	کرج، خیابان شاه عباسی، بین میدان توحید و میدان قدس، برج سامان، طبقه همکف	۰۲۶-۳۲۲۰۶۴۷۱-۴	۰۲۶-۳۲۲۰۵۴۸۲۲	مرتضی باغستانی
۷۶	شهریار	۹۰۴	شهریار، خیابان ولیعصر، ضلع شرقی میدان امام خمینی (نبش خیابان محسنی)	۶۵۲۶۹۰۲۱-۲۳-۲۶	۶۵۲۶۸۹۶۲	جواد علی بخشی
۷۷	مهرشهر کرج	۹۰۵	کرج، مهرشهر، بلوار شهرداری، فاز دو، نبش خیابان ۲۰۸، پلاک ۵۴۳	۰۲۶-۳۴۴۱۷۹۰۷	۰۲۶-۳۴۴۱۷۹۰۸	غلامعلی کریمی ایبازنی
۷۸	قم	۹۰۰۱	قم، بلوار امین، نبش کوچه ۴۱	۰۲۵-۳۲۹۴۰۶۰۲ ۰۲۵-۳۲۹۳۳۱۱۳	۰۲۵-۳۲۹۱۶۶۱۶	اکبر مردانی
۷۹	فلکه جهاد - قم	۹۰۰۲	قم، فلکه جهاد، خیابان ۱۹ دی، پلاک ۵۵۵ و ۵۵۷	۰۲۵-۳۷۷۰۸۸۴۰-۲	۰۲۵-۳۷۷۰۵۹۴۹	حامد سرخوش
۸۰	شیراز	۹۱۰۱	شیراز، خیابان زند، حدفاصل خیابان‌های فلسطین و هفت‌تیر (۲۰ متری سینما سعدی)، ساختمان پاسارگاد، پلاک ۳۶۶	۰۷۱-۳۲۳۱۹۵۲۲-۵-۶-۷	۰۷۱-۳۲۳۱۹۵۱۳	روح الله پورملاکه

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه/پایه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمایر	نام مسئول شعب/پایه‌ها
۸۱	قصردشت	۹۱۰۳	شیراز، خیابان قصردشت، سه‌راه خلد برین، پلاک ۷۵	۰۷۱-۳۶۲۷۹۱۸۰ ۰۷۱-۳۶۲۷۹۲۲۶	۰۷۱-۳۶۲۷۹۱۲۱۶	عبدالکریم ستوده
۸۲	معالی آباد شیراز	۹۱۰۴	شیراز، معالی آباد، بلوار شریعتی، نبش کوچه ۳۷	۰۷۱-۳۶۳۴۱۳۹۷	۰۷۱-۳۶۳۴۱۴۰۶	مهدی ملاشعید
۸۳	پاسداران شیراز	۹۱۰۵	شیراز، بلوار پاسداران، حد فاصل خیابان میث و تقاطع شهید مطهری، ساختمان سامان	۰۷۱-۳۸۳۳۸۱۱-۳	۰۷۱-۳۸۳۳۷۰۸۰	اصغر یاری
۸۴	بندرعباس	۹۱۲۱	بندرعباس، بلوار امام خمینی، سه‌راه دلتا، برج بلور، طبقه همکف	۰۷۶-۳۲۲۳۵۳۰۲-۳	۰۷۶-۳۲۲۳۵۳۰۳۰	مهدی بهاری (سرپرست موقت شعبه)
۸۵	زاهدان	۹۱۳۱	زاهدان-خیابان امیرالمومنین مابین امیرالمومنین ۲۷ و ۲۹	۰۵۴-۳۲۲۳۸۲۷۹	-	حمیده شه بخش
۸۶	یوشهر	۹۱۴۱	یوشهر، میدان امام خمینی، ابتدای خیابان فرودگاه، پلاک ۳۷	۰۷۷-۳۳۵۶۲۳۱۹-۲۴	۰۷۷-۳۳۵۶۲۳۲۵	مجید گزی
۸۷	قزوین	۹۲۰۱	قزوین، خیابان خیام شمالی، پلاک ۵۶۰	۰۲۸-۳۳۳۵۷۳۰۵-۶	۰۲۸-۳۳۳۵۸۰۹۵	محمد جهانگیری پاشاکی
۸۸	همدان	۹۲۲۱	همدان، خیابان جهان‌نما، روپرو خیابان آزاد همدانی، نبش کوچه سوداگر، پلاک ۱۵۳	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۹۰-۲	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۸۹	امیر فولادی
۸۹	کرمانشاه	۹۲۴۱	کرمانشاه، میدان فردوسی، جنب بیمارستان معتضدی، پلاک ۱۲	۰۸۳-۳۷۷۵۹۵۹۱-۶۱	۰۸۳-۳۷۷۵۹۵۹۷۱	مهرداد مرادی
۹۰	ایلام	۹۲۶۱	ایلام، خیابان طالقانی، روپرو فرمانداری، پلاک ۳۵۱	۰۸۴-۳۳۳۳۳۱۷۳	۰۸۴-۳۳۳۳۳۱۵۲	سجاد کلهر کاظمی
۹۱	سنندج	۹۲۷۱	سنندج، چهارراه فلسطین، بلوار سید قطب، پلاک ۳	۰۸۷-۳۳۲۴۵۴۳۲-۳	۰۸۷-۳۳۲۴۵۴۲۶	حسین عبدیان
۹۲	خرم آباد	۹۲۸۱	خرم آباد، خیابان علوی، نرسیده به میدان امام، پلاک ۴۲۲	۰۶۶-۳۳۳۳۵۵۹۰-۲	۰۶۶-۳۳۳۳۵۵۹۱	بیژن ابراهیمیان
۹۳	مشهد	۹۳۰۱	مشهد، بلوار احمد آباد، ۳۰ متری اول احمد آباد (خیابان رضا)، نبش کوچه رضای دوم	۰۵۱-۳۸۴۴۳۲۰۳	۰۵۱-۳۸۴۴۳۹۱۴	محمد ممقانی
۹۴	مدرس مشهد	۹۳۰۲	مشهد، بلوار مدرس، نبش مدرس ۵، پلاک ۳۷	۰۵۱-۳۲۲۸۳۸۰۰-۵	۰۵۱-۳۲۲۴۱۰۴۶	سارا زارعی
۹۵	سجاد مشهد	۹۳۰۳	مشهد، بلوار سجاد، نبش سجاد ۸ (خیابان لاله جنوبی)	۰۵۱-۳۷۶۴۸۲۰۸-۹	۰۵۱-۳۷۶۷۴۰۴۶	الله سازگار
۹۶	قرنی (مشهد)	۹۳۰۴	مشهد، بلوار قرنی، مابین چهارراه ابوطالب و قرنی، پلاک ۲۸	۰۵۱-۳۷۱۲۵۸۰۲-۸	۰۵۱-۳۷۱۲۵۸۰۹	مجید امیری دولتی
۹۷	بلوارهاشمیه (مشهد)	۹۳۰۵	بلوار شهید صامی، حدفاصل بلوار کوثر و هاشمیه، بین شهید صامی و ۲۴ و ۲۶، پلاک ۱۵۸	۰۵۱-۳۸۸۴۳۳۶۷ ۰۵۱-۳۸۸۴۵۸۱۱	-	امیر رضا زره‌داران
۹۸	نیشابور	۹۳۱۶	نیشابور، خیابان امام خمینی(ره)، بین امام خمینی ۲۲ و ۲۴، پلاک ۱۳۸۸	۰۵۱-۴۳۴۹۴۱۳۰۱۵	۰۵۱-۴۳۴۹۴۱۶	علی‌فدائی‌نیا (سرپرست موقت شعبه)
۹۹	بجنورد	۹۳۳۱	بجنورد، تقاطع بلوار امام خمینی(ره) و میرزا رضا کرمانی	۰۵۸-۳۲۲۴۴۳۲۰	۰۵۸-۳۲۲۴۷۳۴۸	یاسر محمودخانی
۱۰۰	گلشهر رشت	۹۴۰۱	رشت، ابتدای بلوار گلشهر، ضلع شرقی میدان باستانی شاعر	۰۱۳-۳۲۱۱۴۷۱۰۱۲	۰۱۳-۳۲۱۱۴۷۱۳	مسعود تقی زاده
۱۰۱	ساری	۹۴۰۲	ساری، خیابان فرهنگ، بعد از سه‌راه قارن، به طرف میدان شهدا	۰۱۱-۳۳۳۵۹۷۲۰۵	۰۱۱-۳۳۳۵۹۷۱۱	ابوذر اساسه
۱۰۲	بابل	۹۴۲۱	بابل، میدان ولایت، ابتدای خیابان مدرس، روپرو شهرداری	۰۱۱-۳۲۱۹۷۱۴۰-۴۱	۰۱۱-۳۲۱۹۷۱۴۸	سید عبدالحمید طاهری
۱۰۳	آمل	۹۴۳۱	آمل، خیابان امام خمینی(ره)، حد فاصل آفتاب ۱۸ و ۲۰	۰۱۱-۴۴۲۹۶۴۲۱-۲۷	۰۱۱-۴۴۲۹۶۴۳۵	اسمعیل حسن زاده (معاون شعبه)
۱۰۴	گرگان	۹۴۴۱	گرگان، خیابان ولیعصر (عج)، بین عدالت ۸ و ۱۰	۰۱۷-۳۲۳۶۹۰۰۳-۵	۰۱۷-۳۲۳۶۹۰۱۶	سمیه نظریان
۱۰۵	سمنان	۹۴۵۱	سمنان، میدان مشاهیر، ابتدای بلوار قدس جنب بانک صادرات	۰۲۳-۳۳۳۶۳۱۸-۱۹-۲۲	-	حمید صوفی آبادی
۱۰۶	کرمان	۹۵۰۱	کرمان، خیابان سپید قرنی، نرسیده به میدان سپید قرنی، نبش کوچه قرنی ۸	۰۳۴-۳۲۲۳۳۸۶-۷	۰۳۴-۳۲۲۷۷۹۶۰	حسین شیعیه سیمکی
۱۰۷	میدان کوثر (کرمان)	۹۵۰۲	کرمان، میدان کوثر، ابتدای بلوار آزادگان	۰۳۴-۳۲۴۷۶۷۱۱	۰۳۴-۳۲۴۷۶۷۴۲	ملیحه تبریزیان
۱۰۸	رفسنجان	۹۵۱۱	رفسنجان، ابتدای خیابان مطهری، بعد از پل فجر، ساختمان محمد عسگری	۰۳۴-۳۴۳۲۱۰۳-۵	۰۳۴-۳۴۳۲۱۰۲	زهره ولی‌اللهی (معاون شعبه)
۱۰۹	زاینده رود	۹۵۲۱	اصفهان، خیابان توحید میانی، نبش کوچه شهید تقی آبادی، پلاک ۵	۰۳۱-۳۶۲۸۲۵۷۴	۰۳۱-۳۶۲۸۶۰۹	احسان جمشیدیان
۱۱۰	چهارباغ بالا	۹۵۲۲	اصفهان، میدان آزادی، خیابان چهارباغ بالا، نبش کوچه بهار آزادی، پلاک ۱۶۹	۰۳۱-۳۱۳۳۷۴۴۲-۳	۰۳۱-۳۶۲۸۶۰۷۹	مجید سیف‌الدینی
۱۱۱	هشت بهشت اصفهان	۹۵۲۳	اصفهان، خیابان زرگهر، خیابان هشت بهشت شرقی، پلاک ۵۴۶	۰۲۱-۳۳۳۸۷۸۰۰-۸۱ ۰۲۱-۳۳۳۸۸۱	-	سمیرا سبزه زار
۱۱۲	خانه اصفهان	۹۵۲۴	اصفهان، شهرک خانه اصفهان، خیابان گلستانه، پلاک ۶۰	۰۲۱-۳۴۳۷۲۲۷۱	۰۲۱-۳۴۴۱۳۸۸	علیرضا مستاجران
۱۱۹	سیتی سنتر اصفهان	۹۵۲۵	اصفهان، بزرگراه شهید وحید دستجردی، مقابل ورودی جنوبی شهرنیا، مجتمع سیتی سنتر اصفهان، طبقه همکف	۰۳۱-۳۶۵۱۶۸۴۱-۲	۰۳۱-۳۶۵۱۶۸۴۳	روزبه سلیمی
۱۲۰	یزد	۹۵۴۱	یزد، خیابان امام خمینی(ره)، نبش کوچه شهید صدوقی، پلاک ۲۷۴	۰۳۵-۳۶۲۲۱۶۹۱-۲	۰۳۵-۳۶۲۲۹۵۲۵	محمدحسین مداح‌زاده
۱۲۱	بلوار جمهوری اسلامی یزد	۹۵۴۲	یزد، بلوار جمهوری اسلامی نبش کوچه محمود آباد، رو به روی برج آسمان	۰۳۵۳۳۰۲۱۴۰-۴۹	-	محمد رضا زارع
۱۲۲	اراک	۹۵۶۱	اراک، خیابان شهید رجایی، پلاک ۸۸۲۷	۰۸۶-۳۲۲۱۴۴۰۴-۵	۰۸۶-۳۲۲۲۵۹۵۷	محمد فرح بخش
۱۲۳	تبریز	۹۶۰۱	تبریز، خیابان امام، بالاتر از چهارراه شهید بهشتی، نبش کوی فرهنگ، پلاک ۵۲۱	۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۰۰-۲۰	۰۴۱-۳۳۳۷۵۱۶۰	ابراهیم پایداره
۱۲۴	ولیعصر تبریز	۹۶۰۲	تبریز، خیابان ولیعصر(عج)، حدفاصل فلکه بازار و ایرادک، پلاک ۱۶	۰۴۱-۳۳۳۲۲۴۰۹	۰۴۱-۳۳۳۰۱۱۵۵	محمدعلی رضائی اقدم
۱۲۵	۱۷ شهریور تبریز	۹۶۰۳	تبریز، خیابان ۱۷ شهریور جدید، بلوار شهید قاضی طباطبایی، پلاک ۸۳	۰۴۱۳۵۵۶۰۹۴۱ ۰۴۱۳۵۵۷۳۱۷۲	۰۴۱-۳۵۵۷۳۱۷۳	اروج میرزائی
۱۲۶	استاد شهریار تبریز	۹۶۰۴	تبریز، ابتدای جاده اتل گلی، نبش کوی الهی‌پرست، پلاک ۳	۰۴۱-۳۳۲۹۳۳۶۲	۰۴۱-۳۳۲۹۳۳۶۰	علیرضا محمودی
۱۲۷	بازار تبریز	۹۶۰۵	تبریز، خیابان جمهوری اسلامی، ابتدای خیابان دارانی (شهید مدنی)، پلاک ۱۴۲۷	۰۴۱-۳۵۲۴۴۰۴۹	۰۴۱-۳۵۲۴۴۶۲۳	احمد رنجبری
۱۲۸	ارومیه	۹۶۲۱	ارومیه، خیابان کاشانی، روپرو مرکز بهداشت، پلاک ۱۵۶	۰۴۴-۳۲۲۴۴۳۱۱	۰۴۴-۳۲۲۴۰۳۹۲	شهاب‌امامی
۱۲۹	خیابان سرداران ارومیه	۹۶۲۲	ارومیه، خیابان سرداران، جنب کوچه شهید صفوی (کوچه تلفنخانه سابق)، پلاک ۱۶۹	۰۴۴-۳۲۲۵۰۵۲۳-۲۴	۰۴۴-۳۲۲۷۸۴۶	مسعود نامی‌فر
۱۳۰	اردبیل	۹۶۴۱	اردبیل، خیابان شیخ صفی، پلاک ۱۶۰	۰۴۵-۳۳۳۵۲۶۰۱-۵	۰۴۵-۳۳۳۵۲۵۰۱	ناصر هوشیاری
۱۳۱	زنجان	۹۶۸۱	زنجان، میدان آزادی، ابتدای خیابان امام، ساختمان ممتاز	۰۲۴-۳۳۳۲۰۶۵۴-۵	۰۲۴-۳۳۳۲۷۷۳۳	حمید رضا ففوری
۱۳۲	اهواز	۹۷۰۱	اهواز، خیابان شهید چمران (کیانپارس)، حد فاصل خیابانهای ۳ و ۴ شرقی، پلاک ۳۰۵	۰۶۱-۳۳۹۲۰۵۲۴۰۶	۰۶۱-۳۳۹۲۰۷۴۵۰	حسنت سپندار
۱۳۳	کیش	۹۸۰۱	کیش، خیابان فردوسی، مرکز تجاری کیش، طبقه همکف	۰۷۶-۴۴۴۵۴۹۰۰-۹۵	۰۷۶-۴۴۴۵۴۲۵۹	محمد سلگی
۱۳۴	قشم	۹۸۲۱	قشم، بلوار ولیعصر (امام قلی خان)، روپرو مجتمع تجاری خلیج فارس، ساختمان گل‌دیس	۰۷۶-۳۵۲۴۶۶۴۰-۴۱	۰۷۶-۳۵۲۴۶۶۴۰۰	عباس اطهری
۱۳۴	اروند	۹۸۵۱	آبادان، بلوار شهید منتظری (شاپور سابق)، نبش خیابان امیرکبیر (امیری)	۰۶۱-۵۳۲۲۶۷۲۴-۵	۰۶۱-۵۳۲۲۶۷۳۱	حمید گنجیزیان

شعب بانک سامان پاسنگوی همیشگی شما

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

سرپرستی‌ها

ردیف	عنوان سرپرستی	نام سرپرست	نشانی	شماره تلفن
۱	سرپرستی ناحیه ۱	اله میرزایی	تهران، میدان تجریش، خیابان شهرداری، پلاک ۸۱، طبقه سوم	۲۶۸۵۹۲۰۶-۲۶۸۵۹۱۱۵-۲۶۸۵۹۱۱۸
۲	سرپرستی ناحیه ۲	متین اقبال زاده		
۳	سرپرستی ناحیه ۳	علی حمیدیا	بزرگراه رسالت، خیابان آیت، ضلع جنوب غربی میدان نبوت، پلاک ۵۶۰، طبقه فوقانی شعبه میدان نبوت - کد پستی: ۱۶۴۸۸۷۳۱۱	۷۷۹۱۲۵۴-۷۷۹۱۰۱۱۹-۷۷۹۱۵۰۰۹
۴	سرپرستی ناحیه ۴	بهاره علیاری		۷۷۹۱۷۳۱
۵	سرپرستی ناحیه ۵	بابک برومند		۷۷۹۱۰۱۱۲
۶	سرپرستی ناحیه ۶	مهدی باقی	خیابان سید جمال الدین اسدآبادی، نیش کوچه چهل و نهم، پلاک ۴۳۳، نیم طبقه شعبه سیدجمال الدین اسدآبادی - کد پستی: ۱۴۳۴۹۳۵۷۳	۸۸۶۱۶۴۸۵-۸۸۶۲۹۰۶۷-۸۸۰۴۲۳۱۴
۷	سرپرستی ناحیه ۷	مریم طرفی نژاد		۸۸۰۳۳۱۴۳-۸۸۰۶۲۸۸۳
۸	سرپرستی ناحیه ۸	مجتبی قنبرزاده	بزرگراه همت غرب، شهرک گلستان، بلوار امیر کبیر، نرسیده به چهارراه گلها، پلاک ۵۳، طبقه فوقانی شعبه شهرک راه آهن - کد پستی: ۱۴۹۴۷۱۴۴۴۱	۴۴۷۳۹۱۱۱-۴۴۷۶۸۷۸۹
۹	سرپرستی ناحیه ۹	مهدی احمدی		۴۴۷۳۷۹۸۰-۴۴۷۶۸۷۴۷
۱۰	سرپرستی ناحیه ۱۰		برج سامان، طبقه ۱۵، مدیریت جذب و فروش	
۱۱	سرپرستی شعب استان‌های شمال	محمود ملکی	ساری خیابان فرهنگ بعد از سه راه قارن به طرف میدان شهدا	۰۱۱-۳۳۲۵۹۷۸۱-۳۳۲۵۹۷۸۶-۳۳۲۵۹۷۸۴
۱۲	سرپرستی شعب استان‌های شمال غرب	غلامرضا نیکمهد	تبریز خیابان امام بالاتر از چهارراه شهید بهشتی نیش کوی فرهنگ پلاک ۵۲۱	۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۴۰-۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۳۸
۱۳	سرپرستی شعب استان‌های شرق و شمال شرق	مهدی توننده 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		برج سامان، طبقه ۱۵، مدیریت جذب و فروش	
۱۶	سرپرستی شعب استان‌های جنوب و جنوب غرب	مهرزاد نظری	شیراز-بلوار پاسداران (زرهی)، حدفاصل خیابان بعثت و تقاطع مطهری، ساختمان سامان، طبقه اول کد پستی: ۷۱۸۵۷۷۳۳۹۵	۰۷۱-۳۸۴۴۶۶۷۲-۰۷۱-۳۸۴۴۶۶۷۰-۷۲
۱۷	سرپرستی استانهای جنوب شرق		کرمان، خیابان سپهبد قرنی، نرسیده به میدان سپهبد قرنی، نیش کوچه قرنی ۸	۰۳۴۴-۲۲۳۸۷۹۴

دفاتر بانکداری اختصاصی

نام دفتر	نام مسئول دفتر	کد دفتر	نشانی	شماره تماس
سرپرستی دفاتر بانکداری اختصاصی	محمد حسین افضلی	-	تهران-خیابان شریعتی-بالاتر از سیدخندان-نیش کوچه اتوبانک- پلاک ۱۰۰۵-برج سامان- طبقه ۱۵ (۳۹۱۱)	۰۲۱-۲۲۳۳۰۰۰۰
دفتر بانکداری اختصاصی زعفرانیه	احسان مهدی پور	۸۶۴	تهران-زعفرانیه-خیابان یکتا- ابتدای خیابان طاهری-پلاک ۳	۰۲۱-۲۲۷۱۶۵۳۸
دفتر بانکداری اختصاصی تبریز	نادر جهانگیرزاده سوره	۸۶۴۱	تبریز-خیابان ولیعصر- فلکه ایرداک- اول خیابان سعدی- برج مبین - طبقه ۸	۰۴۱-۳۳۳۱۶۲۲۰
دفتر بانکداری اختصاصی مشهد	حمید طوسی	۸۶۴۲	مشهد- بلوار سجاد- نیش سجاد هشتم- ساختمان بانک سامان- طبقه هفتم	۰۵۱-۳۷۶۸۱۷۱۶
دفتر بانکداری اختصاصی قم	امیر محمد هاشمی	۸۶۴۳	قم-بلوار امین-نیش کوچه ۴۱ ساختمان بانک سامان-طبقه دوم	۰۲۵-۳۲۴۰۰۴۴۱
دفتر بانکداری اختصاصی اصفهان	صابر ملبوس باف	۸۶۴۴	اصفهان-خ توحید جنوبی- بعد از چهار راه پلیس - ساختمان ژوبار- 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 جنوبی، قبل از چهارراه پلیس، ساختمان ژوبار، طبقه سوم، واحد ۳۰۳	۰۳۱۳-۳۱۳۱۳۳۱۰ و ۰۳۱۳-۳۱۳۱۳۳۲۵	۰۳۱۳-۳۱۳۱۳۳۱۶	زهرا ایلخانی
دفتر بانکداری شرکتی تهران	تهران، خیابان شریعتی، نیش کوچه اتو بانک، پلاک ۱۰۰۵، برج سامان	۰۲۱-۲۲۳۳۰۰۰۰ داخلی ۳۵۶۶	-----	محبوبه کوشافر

۱ جایزه بزرگ
۱۰۰ میلیون تومانی

محمدعلی خوش سیرت لاقانی
شماره مشتری: ۳۳۰۰۶۲۶۲

اسامی برندگان

سور دی ماه سامانیوم

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



هدیه‌ها در راهه خوشحالی همراه!

در سورسفندها سامانیوم
یک جایزه ۱۰۰ میلیون تومانی، ده جایزه ۱۰ میلیون تومانی
صد جایزه ۵۰۰۰ سامانی





رَبَّنَا أَفْرِغْ عَلَيْنَا صَبْرًا

پروردگارا! صبر و شکیبایی بر ما فرو ریز