



انتقاد پورا بر اهیمی از تصمیم اخیر بانک مرکزی

وی ادامه داد: این اقدام بانک مرکزی ترازنامه بانک‌ها را نامتعادل کرد؛ یعنی بانک باید سود ۲۰ درصد به اوراق بدهد اما تسهیلات را با نرخ ۱۸ درصد ارائه کند؛ ضمن اینکه موجب شد تلاش‌ها برای نظم دهی به بانک‌ها در پرداخت تسهیلات ناکام بماند و به رقابت منفی میان بانک‌ها در جذب منابع منجر شود.

رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس گفت: اقدام بانک مرکزی در افزایش نرخ سود اوراق به ۲۰ درصد به تولید و نظام بانکی لطمه زد. به گزارش ایسنا، محمدرضا پورابراهیمی گفت: افزایش نرخ سود اوراق از ۱۵ به ۲۰ درصد بر بازار سرمایه، نظام بانکی و نرخ تأمین مالی بنگاه‌های اقتصادی تأثیر گذاشت؛ یعنی با یک تصمیم بانک مرکزی همه ذی‌نفعان دچار مشکل شدند.

چالشی که منابع بانک‌ها را ذره ذره آب می‌کند

نظام بانکی و ردپای دارایی‌های موهوم



شرایط غیر واقعی مواجه کرده است. حسین درودیان، اقتصاددان در این رابطه می‌گوید: معمولاً مشکل جاری در نظام بانکی توسط عموم مردم و حتی مقامات به ناتوانی بانک از پرداخت سپرده‌ها فرو کاسته می‌شود. اما این موضوع یک مساله فرعی و مصداق آدرس غلط است؛ چرا که حتی بهترین بانک دنیا با بهترین و سوده‌ترین دارایی هم اگر با هجوم دفعی سپرده‌گذاران روبه‌رو شود، قادر به ایفای تعهدات نقدی نیست. وی می‌افزاید: بانک نهادهای است که اساساً بر این فرض متکی است که سپرده‌گذاران در حدی بزرگ و بصورت

یکجا سپرده خود را واخواهی نمی‌کنند و در این میان، دارایی‌های بانک، هر چقدر با کیفیت و سوده، معجل و غیر نقد است. درودیان ادامه داد: فرض کنیم بانک با هجوم و هراس روبه‌رو شود و مردم سپرده‌ها را از آن خارج کردند و بانک هم به اتکای بانک مرکزی با اصلاً با داشتن موجودی نقد کافی (فرض محال) این سپرده‌ها را نقدی صاحبان آن پرداخت کرد. اکنون افرادی که سپرده خود را دریافت کرده‌اند، با آن پول چه می‌کنند و آیا آنها با گونی اسکناس بر دوش، امور پولی خود را انجام می‌دهند؟ واضح است که آنان اقدام به انتقال پول خود

شد. این اقتصاددانان در پاسخ به سوالی مبنی بر اینکه مساله اصلی در مورد بانک‌ها چیست و اینکه می‌گویند وضع بانک‌ها وخیم است به چه معنا است؟ توضیح داد: معضل اساسی آن است که دارایی‌های نظام بانکی در مقیاسی قابل توجه، «پوک» و توخالی است. بخشی معنی‌دار از دارایی بانک‌ها، به واقع از بین رفته یا توسط بانک بیشتر از واقعیت ارزش گذاری شده است، با این هدف که زیان‌های به بار آمده برمال نشود. علت اصلی در بروز این معضل، پرداخت بهره به سپرده‌ها، نامتناسب با بازدهی واقعی دارایی بانک‌ها بوده که ریشه در رقابت مخرب بانک‌ها دارد.

درودیان معتقد است که این مشکل، یک خطر خاموش و بی‌صداست و اگر چه به ظاهر بانک‌ها بر پا هستند و همه چیز آرام است؛ اما در واقعیت، نظام بانکی به جهت وجود یک غده سرطانی در ترازنامه، قدرت تأمین مالی و وام دهی را از

دست داده و بخش مهمی از ترازنامه او به دارایی موهوم (پوچ) اختصاص یافته است. وی افزود: تأمین مالی در ایران بانک محور است و ناتوانی بانک از اعطای تسهیلات در اثر اشغال ترازنامه او توسط یک تومور سرطانی، معادل است با افت سرمایه گذاری و رکود در کشور. خارج کردن این غده اکنون شرط بسیار مهم، واساسی برای بازگرداندن اقتصاد به عملکرد سالم و روبه رشد است. این حرکت بزرگ، نیازمند مدیران بزرگ و تصمیمات بزرگ است؛ لیکن با تداوم وضع موجود، باید در انتظار اتفاقاتی بزرگ بود.

اگرچه برخی بر این باورند که مشکل جاری در نظام بانکی، ناتوانی در پرداخت سپرده‌ها است، اما دارایی‌های پوک و ردپای دارایی‌های موهومی در ترازنامه‌ها، ذره ذره نظام بانکی را آب می‌کند. دارایی‌های موهومی در نظام بانکی این روزها دیگر به یک مشکل جدی تبدیل شده است، مشکلی که البته آدرس غلطی را به نظام بانکی می‌دهد و اگرچه به ظاهر، ترازنامه‌های بانکی متعادل بوده و مثبت است، اما در باطن، توموری سرطانی را رنگ و لعاب داده است که ادامه فعالیت آن، به طور قطع آسیب جدی را به این بخش از اقتصاد کشور وارد می‌کند و اتفاقاً، آسیبی جبران‌ناپذیر خواهد بود.

در این میان برخی، مشکل اصلی بانک‌ها را در مواجهه با پول‌هایی می‌دانند که در قالب سپرده از سوی مردم به نظام بانکی داده شده است و هر بار هم که موضوع مراجعه گسترده سپرده‌گذاران به نظام بانکی برای دریافت سپرده‌های خود پیش می‌آید، همه یک مشکل را در راستای ورشکستگی بانک‌ها در ذهن تداعی می‌کنند؛ در حالیکه کارشناسان بر این باورند که معضل اصلی نظام بانکی در حال حاضر این نیست؛ بلکه این طبیعی است که اگر مراجعه به یکبار برای پس‌گیری سپرده‌ها در بهترین بانک‌های دنیا نیز صورت گیرد، حتماً بانک با مشکل مواجه خواهد شد و این یک امری طبیعی است؛ در حالیکه معضل اصلی بانک‌ها در شرایط کنونی، دارایی‌های پوک و موهومی است که ترازنامه‌ها را با

امضای تفاهم‌نامه همکاری بانک تجارت با شرکت کشتیرانی

بانک تجارت و شرکت کشتیرانی جمهوری اسلامی به منظور افزایش، توسعه و ارائه خدمات داخلی و بین‌المللی بانکی، تفاهم‌نامه همکاری امضاء کردند. به گزارش روابط عمومی بانک تجارت، این تفاهم‌نامه با موضوع ارائه تسهیلات و خدمات بانکی ربالی و ارزی و بین‌المللی، پانزدهم اسفند در مراسمی به امضای رضا دولت‌آبادی مدیر عامل این بانک و محمد سعیدی مدیر عامل شرکت کشتیرانی جمهوری اسلامی در برج آسمان رسید. دولت‌آبادی، مدیر عامل بانک تجارت با ابراز خرسندی از امضای تفاهم‌نامه با شرکت کشتیرانی جمهوری اسلامی گفت: بانک تجارت سال‌هاست که تفاهم‌نامه‌های مختلفی با شرکت کشتیرانی به امضای رسانده و همواره روابط بسیار مناسبی در ارائه خدمات مختلف بانکی با این مجموعه داشته و امروز هم مصمم هستیم این همکاری‌ها گسترش

یابد. وی با اشاره به گستردگی شبکه شعب و کارگزاری‌های بانک تجارت افزود: این بانک در حال حاضر در گشایش اعتبارات اسنادی ربالی، ارزی و مشارکت در طرح‌های زیربنایی جایگاه ویژه‌ای در سیستم بانکی کشور دارد و با توجه به امکانات و ظرفیت‌های موجود داخلی و خارجی در زمینه صدور ضمانت‌نامه و تأمین مالی در بخش‌های مختلف آمادگی داریم تا فصل جدیدی را در همکاری‌های آتی بانک تجارت و شرکت کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران رقم بزنیم. محمد سعیدی مدیر عامل شرکت کشتیرانی جمهوری اسلامی نیز با یادآوری این مطلب که همواره از تعامل با بانک تجارت احساس رضایت می‌کند، گفت: در طی سال‌های گذشته همکاری عمیق و ارزشمندی با بانک تجارت وجود داشته که تجربه موفقیت آمیزی برای طرفین بوده است.

تخصیص هزینه تبلیغاتی بانک صادرات برای کمک به زلزله‌زدگان



بانک صادرات ایران به دلیل تخصیص هزینه چاپ سرسید و تقویم سال ۹۷ به آسیب دیدگان زلزله منطقه غرب کشور، در سال ۹۷ سرسید و تقویم اختصاصی نخواهد داشت. به گزارش روابط عمومی بانک صادرات ایران،

هزینه تبلیغاتی چاپ سرسید و تقویم سال ۹۷ این بانک در راستای اقدامات انسان دوستانه و کمک به هموطنان آسیب دیده زلزله غرب کشور در آبان ماه سال جاری، به این امر اختصاص یافت و از این رو تقویم و سرسید ویژه بانک صادرات ایران برای سال ۹۷ چاپ نمی‌شود. بنا بر این گزارش، حمایت‌های انجام شده توسط مجموعه بانک صادرات ایران از آسیب دیدگان زلزله غرب کشور،

از ساعات اولیه این رخداد غم‌انگیز رقم خورد به نحوی که از بدو امر، یک میلیارد ریال از محل بودجه تبلیغاتی بانک برای کمک به هموطنان زلزله زده تخصیص یافت. بانک صادرات ایران در ادامه این کمک‌ها هزینه چاپ سرسید و تقویم سال ۹۷ را نیز به جمع کمک‌های خود به این هموطنان افزود. همکاران بانک صادرات ایران بیش از ۲۰ میلیارد ریال از مزایای یک روز مرخصی خود به این میزان افزودند و در ادامه بیش از ۳۰ میلیارد ریال کمک‌های نقدی بانک صادرات ایران و شرکت‌های تابعه و هموطنان خیرخواه به این مجموعه کمک‌های نقدی افزودند.

اهدای «شاهین طلایی» سومین جشنواره تبلیغات ایران به بانک شهر

بانک شهر «شاهین طلایی» سومین جشنواره تبلیغات دیجیتال ایران را که با



تاکید بر سه اصل «خلاقیت، اثربخشی، حق انتخاب مشتری» برگزار شد، از آن خود کرد. به گزارش مرکز ارتباطات و روابط عمومی، در این جشنواره که با حضور جمعی از مسئولان عالی‌رتبه کشوری، انجمن صنفی تبلیغات آژانس‌ها و کانون‌های تبلیغاتی، روابط عمومی‌ها و شرکت‌های تولیدی و خدماتی در دانشگاه تربیت مدرس برگزار شد، بانک شهر موفق شد تا «شاهین طلایی» این دوره از جشنواره تبلیغات ایران را به خود اختصاص دهد. بر این اساس، جایزه این دوره از جشنواره به دلیل موفقیت‌های این بانک در حوزه تبلیغات دیجیتال، مرتبط با کمپین فضای مجازی «شهر من» به بانک شهر اهدا شد. گفتنی است، بیش از ۲ هزار اثر تبلیغاتی به دبیرخانه سومین جشنواره تبلیغات ایران ارسال شد و در حدود ۱۲۰ اثر از سوی هیات داوران شایسته تقدیر اعلام شدند.

برگزاری جشنواره قرآنی کودک در ایلام با مشارکت بانک پارسیان



جشنواره قرآنی کودک و نوجوان با مشارکت بانک پارسیان، اداره امور قرآنی تبلیغات اسلامی و معاونت قرآن و عترت اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان ایلام با هدف شناسایی و هدایت استعدادهای قرآنی کودکان و نوجوانان این استان برگزار شد. بنابه این گزارش، از آنجایی که یکی از مهمترین وظایف والدین آموزش قرآن به فرزندان است که این مهم با توسط والدین و با توسط آموزش کلاس‌ها صورت می‌گیرد لذا به منظور شناسایی و هدایت استعدادهای فرزندان، بانک پارسیان در تاریخ ۱۵ تا ۱۸ بهمن سال جاری در استان ایلام با مشارکت نهادهای ذی‌ربط این استان نسبت به برگزاری این جشنواره اقدام کرد. این گزارش می‌افزاید: شرکت کنندگان این جشنواره را کودکان و نوجوانان بین سنین ۵ تا ۱۵ سال تشکیل می‌دادند و برگزاری این جشنواره به این صورت است که ابتدا شرکت کنندگان در هر مقطع تحصیلی و در قالب یک گروه جداگانه با هم به رقابت پرداخته سپس افراد منتخب در این مرحله به مرحله بعدی که همان مرحله استانی است راه پیدا کردند. لازم به ذکر است که در این جشنواره بیش از ۵۲۰ نفر از کودکان و نوجوانان از ۱۰ شهرستان تایبه به همراه ۴۰ نفر از اساتید و داوران قرآنی شرکت کردند.

حمایت پست بانک برای افزایش ظرفیت ذخیره میوه در مراغه



تقی کرمی، مدیر کل امور روستایی استانداری آذربایجان شرقی با حضور در غرفه پست بانک ایران در سومین نمایشگاه توانمندی‌های روستاییان و عشایر کشور نقش خدمات این بانک در تأمین رفاه و رونق اقتصاد روستاها را بسیار ارزشمند دانست و گفت: با حمایت و همکاری این بانک در احداث ۷ سردخانه، ظرفیت ذخیره میوه در شهرستان مراغه ۳۵ هزار تن افزایش یافته است. به گزارش روابط عمومی پست بانک ایران، کرمی اعتماد ایجاد شده بین این بانک و دهیارها را زمینه‌ای برای شکوفایی بیشتر اقتصاد روستاها عنوان کرد و اظهار داشت: همکاری واحدهای اجرایی و ستادی این بانک در پرداخت تسهیلات صندوق توسعه ملی موجب اشتغال پایدار شده که این مهم شایسته تقدیر است.

این دو بخش به در بخش‌های مختلفی همچون شناخت نیازهای مخاطبان، طراحی بسته‌های و کمپین‌های مختلف تبلیغاتی، نحوه ارائه پشتیبانی محصول و ده‌ها موضوع دیگر به شدت به هم گره خورده است. از طرفی دیگر، عنصری وجود دارد که برای هر روابط عمومی به عنوان یک اصل اساسی محسوب شده و موجب پیوند آن با بخش بازاریابی‌ها هر موسسه‌ای مرتبط می‌شود، موضوع جلب رضایت مخاطبان است. این مخاطبان می‌توانند ذی‌نفعان، مشتریان یا مخاطبان یک موسسه و حتی کارکنان آن موسسه باشند و هنر روابط عمومی در این است تا با فعالیت‌های مختلف خود موجبات رضایت‌مندی و جلب نظر آنها را فراهم نماید. حال هر چه این دو بخش مهم در یک موسسه با هم هماهنگی بیشتر و بهتری نسبت به پوشش فعالیت‌های یکدیگر اقدام خود شود.

پیوند عمیق ۳ رکن عامل بالندگی هر موسسه



نبود روابط عمومی در مؤسسات و بنگاه‌های اقتصادی بزرگ نقص و کمبود محسوب نمی‌شد، اما امروزه نبود روابط عمومی در یک موسسه بزرگ یعنی شکست حتمی آن موسسه خواهد بود. در آینده نزدیک تمامی این سخنان صحیح بوده و باید گفت که آنچه این روزها اتفاق افتاده است تحولات رخ داده بستر دو گانه فناوری و روابط عمومی است که موجب شده تا روابط عمومی‌ها دیگر به استفاده کننده

روابط عمومی در سازمان سبب تغییر ماهیت در برخی از فعالیت‌ها و ماموریت‌های آن شده است. همه ما زیاد شنیده‌ایم که: در گذشته فعالیت روابط عمومی‌ها تنها به دامنه محدودی در حوزه کارکنان، مدیران و مخاطبان وفادار یک موسسه ختم می‌شد، در حالی که امروزه، به هوشمندتر شدن مخاطبان و از بین رفتن مرزها در فضای کسب و کار و مرادفات اقتصادی و اجتماعی، روابط عمومی‌ها را ناچار کرده تا نسبت به شناسایی، رصد و تحلیل افکار عمومی پیرامون سازمان خود را در اقصی نقاط جهان اقدام نمایند. در گذشته روابط عمومی‌ها از کنترل فضای کسب و کار عاجز بودند، اما امروزه آنها هستند که مدیریت افکار عمومی را در دست گرفته و با بهره‌وری از امکانات جدید به کمک مؤسسات خود شتافته‌اند. در گذشته

سیدحجت‌هاشمی برکی

مدیر روابط عمومی و کارشناس ارشد بازاریابی فن‌آوری در عصر حاضر به مانند اکسیژن برای فضای کسب و کار عمل کرده و عدم استفاده و یکارگیری صحیح آن موجب بروز خسارات جبران‌ناپذیر به سازمان‌ها خواهد شد. بخش‌های مختلف هر موسسه اقتصادی و غیر اقتصادی مانند مدیریت، نیروی انسانی، حوزه تولید و خدمات، فروش و بازاریابی، همه و همه با مقوله فناوری‌های نوین درگیر شده و ناچار به ارتقای سطح معلومات و دانش‌های خود در این حوزه هستند. تحولات سریع در بخش‌های مختلف و مرتبط با حوزه فناوری اطلاعات ارتباطات در کنار توسعه روزافزون ابزارهای هوشمندی همچون رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی، با تأثیرگذاری مستقیم بر فعالیت‌ها و عملکرد بخش