



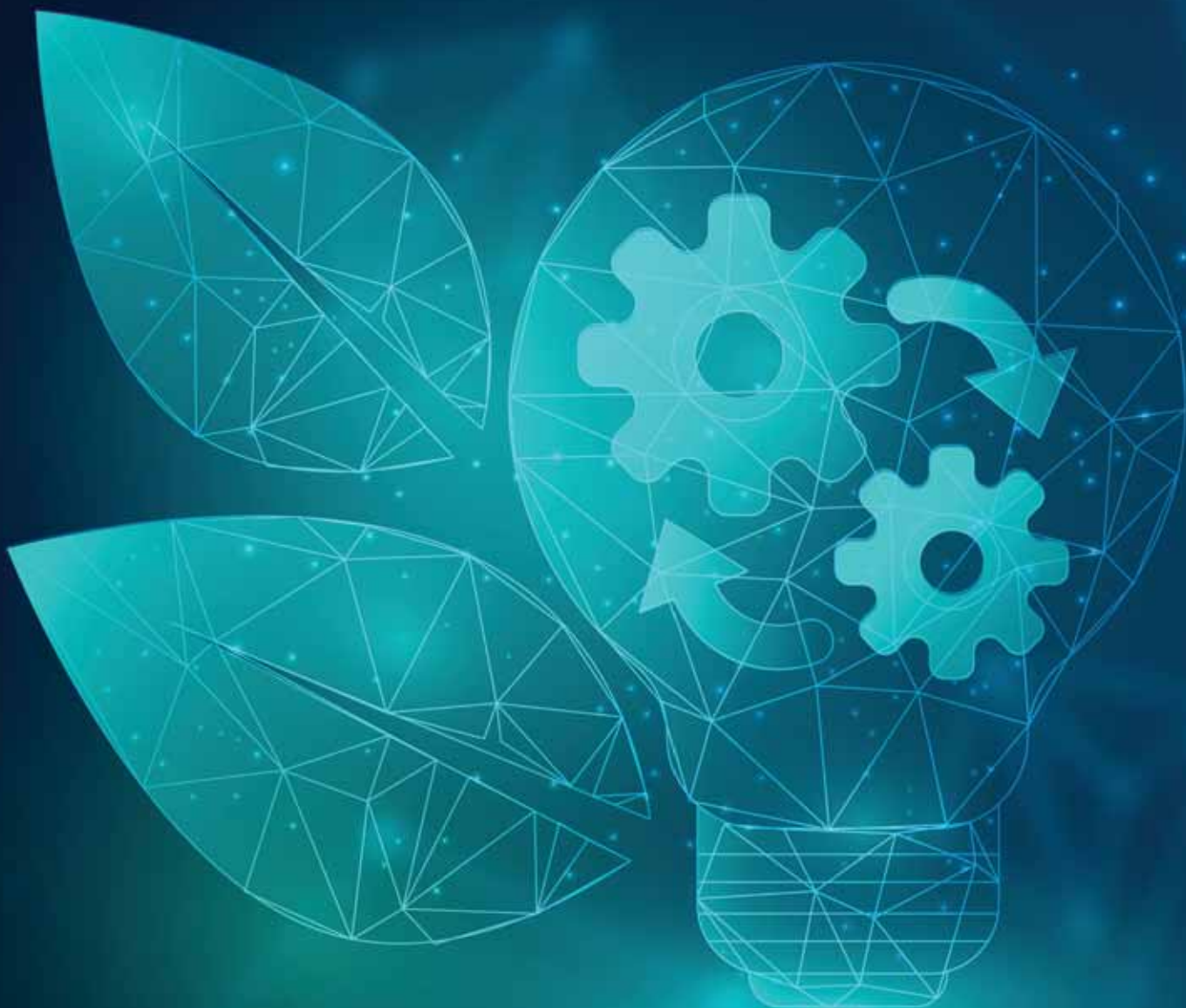
پیام مهر

ماهنامه داخلی بانک کشاورزی | سال ۶۹ | شماره ۲۰۷ | دی ۱۴۰۱

- گذراز معادله‌ای با جمع صفر
- منابع بانک در خدمت بخش کشاورزی، تحقق ۱۱۷ درصدی
- جنس فعالیت بانک کشاورزی با آینده جهان گره خورده است
- تصاحب بازار: دشوار اما دست‌یافتنی
- بانکداری همسو با نیاز مشتری

رمز ماندگاری در جهان رقابتی

جایگاه بازاریابی در صنعت بانکداری جهانی: رویکردها، رویه‌ها و چشم‌اندازها







نرخ سود علی الحساب سپرده‌های بانکی



مرکز ارتباط سبیز: ۰۲۱-۸۱۳۰۱

اداره کل روابط عمومی و همکاری های بین الملل

 keshavarzibank

 www.bki.ir





بهره‌وری با کشاورزی دانش‌بنیان

بخش کشاورزی از عرصه‌ی دانش‌بنیان یک مقداری دورتر از بخش‌های صنعت و خدمات و مانند اینها است. اگر ما در کشاورزی، شرکت‌های دانش‌بنیان را افزایش بدهیم و دانش را در مسئله‌ی کشاورزی به‌کارگیری کنیم، می‌توانیم در امر اصلاح بذر - که خیلی در تولید محصول کشاورزی مهم است - در مورد آبیاری نوین، در مورد شیوه‌های جدید تولید، در مورد بهره‌وری بهتر از آب و خاک - که آب و خاک دو محصول ارزشمندند که قبلاً هم اشاره کردیم - می‌توانیم حداکثر استفاده را بکنیم، بهره‌وری‌مان را افزایش بدهیم و اینها را اصلاح کنیم.

یکم فروردین‌ماه ۱۴۰۱
بیانات مقام معظم رهبری در سخنرانی ابتدای سال



بازاریابی در نقطه صفر

«بازاریابی» یا آنچه فرنگی‌ها «مارکتینگ» خطابش می‌کنند در کسری از ثانیه یک مفهوم از پیش تعریف شده و جاافتاده در اذهان و افکار را تداعی می‌کند: مجموعه‌ای از تلاش‌های در پس تولید یک محصول یا خدمت تازه برای یافتن مشتری و بازار؛ تعریفی که امروزه چندان کارآمد نبوده و دچار تغییراتی بنیادین شده است؛ تا این اندازه که تقریباً تمام برنامه‌های بازاریابی که بعد تولید محصول، تدوین می‌شوند محکوم به شکست اند؛ بازاریابی نوین، بازاریابی در نقطه صفر است.

آنچه امروز عرضه یک محصول یا خدمت را به ثمر می‌نشانند، رویه‌ای نیست که پس از تولید به دنبال کشف بازار و برقراری کانال بین مشتری و محصول باشد؛ بازاریابی مدرن پیش از تولید محصول آغاز می‌شود و به واقع محصولی را تولید می‌کند که برایش بازاریابی کرده باشد. به عبارتی دیگر تولید و بازاریابی جای‌شان را عوض کرده‌اند و بر خلاف رویه سنتی، بازاریابی بر تولید مقدم شده است. از خردترین کارخانه‌ها تولیدکننده محصول تا سازمان‌های بزرگ اقتصادی و عرضه‌کنندگان خدمات پولی و مالی، آنهایی موفق‌ترند که بنیان تولیدشان، کشف و شناخت بازار است.

در دنیای مدرن، کاشفان و تحلیل‌گران بازار، تولیدکنندگان را هدایت می‌کنند که چه تولید کنند و چه تولید نکنند؛ صنعت بانکداری نیز از این اصل و مصداق کلی مستثنی نبوده و رویه‌ها و اقتضائات بازاریابی بانکی به کل دستخوش تغییر شده است. رویکردها و چشم‌انداز بازاریابی و بانک‌ها موضوع اصلی و پرونده این شماره پیام‌مهر است.



بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

فهرست



گذر از معادله‌ای با جمع صفر

۴

منابع بانک در خدمت بخش کشاورزی، تحقق ۱۱۷ درصدی

۱۰

آموزه‌های بانک جهانی

۱۲

جنس فعالیت بانک کشاورزی با آینده جهان گره خورده است

۱۶



زمان تحقق وعده‌هاست!

۲۴

تصاحب بازار؛ دشوار اما دست یافتنی

۲۸



بانگداری همسو با نیاز مشتری

۳۶

بانک کشاورزی با تکیه بر چه اولویت‌ها و راهبردهایی کار می‌کند؟

۴۲



گذری بر عملکرد مدیریت شعب بانک در استان قزوین

۴۸

از مدیریت‌ها و شعب بانک کشاورزی چه خبر؟

۵۸

شناسنامه

نشانی: تهران، بزرگراه جلال آل احمد، نبش
خیابان پاتریس لومومبا، شماره ۲۴۷
کدپستی: ۱۴۴۵۹۹۴۳۱۶
تلفن: ۸۸۲۴۵۰۱۰
نمابر: ۸۸۲۴۵۰۰۹
وبسایت: www.bki.ir

صاحب امتیاز: بانک کشاورزی
مدیرمسئول: سعید شهبازی
سردبیر: احمد بهرامی
همکاران این شماره:
محمود بیگی، محمد مهدی بقائی، فریبا
خرمی و علی اصغر غلامزاده

پیام مهر

ماهنامه داخلی بانک کشاورزی

| سال ۶۹ | شماره ۲۰۷ |

دی سال ۱۴۰۱





گذر از معادله‌ای با جمع صفر

گفت‌وگو با مدیرعامل بانک کشاورزی پیرامون نقش و جایگاه شعب در تحقق برنامه‌های بازاریابی

عدد مشتریان بالقوه نظام بانکی و میزان منابع در دسترس آنان به طور تقریبی ثابت است؛ حال بسته به نوع و کیفیت خدمات این مشتریان، از بانکی به بانک دیگر می‌روند. در میانه رقابت بانکها و موسسات مالی هم تعداد این مشتریان زیاد یا کم نمی‌شود و معادله با جمع صفر است. به این معنا تلاش‌ها و برنامه‌های دیگر بانکها و موسسات می‌تواند به قیمت از دست رفتن گروهی از مشتریان فعلی بانکی دیگر تمام شود. هنر بازاریابی، جذب و نگهداری مشتری در چنین فضایی برجسته‌تر می‌شود.

پیرامون نقش و جایگاه شعب در تحقق برنامه‌های بازاریابی بانک به گفت‌وگو نشستیم که بخش‌هایی از این گفت‌وگو را در ادامه می‌خوانید.





شعبه، قلب تپنده بانک است

شعبه کانون توجه بوده و بانک شعبه محور است. از اینرو هر اتفاق مهمی که قرار است در بانک صورت گیرد، بی‌شک در شعبه محقق می‌شود. هر اندازه نیز که در ستاد و بخش مدیریت بانک تولید فکر و اندیشه و برنامه شود، تا شعب توان آمادگی پیاده‌سازی این اندیشه‌ها را در شعب نداشته باشند، برنامه‌ها در حد اندیشه باقی خواهد ماند. بیان این اصل ساده نهایت اهمیت شعبه در فعالیت یک بانک را به روشنی عیان خواهد کرد. همچنین اگر بانک را به بدن انسان تشبیه کنیم، شعبه قلب تپنده این بدن خواهد بود.

جذب مشتری به مثابه جمع صفر

بانک کشاورزی دست‌کم با ۴۰ بانک و موسسه مالی که کار بانکی انجام می‌دهند، همکار است. بنابراین انتخاب‌های گسترده‌ای پیش‌روی مشتریان برای استفاده از خدمات شبکه بانکی وجود دارد. حال آنچه مشتریان را جذب بانک کشاورزی می‌کند، عملکرد شعب است. مسابقه‌ای هم برای جذب مشتریان در شبکه بانکی حاکم است در اصطلاح ریاضی دانان جمع صفر بوده و یا به عبارتی دیگر مسابقه برنده - برنده نیست. در این شرایط بردن پیشی گرفتن یک بانک، معادل عقب افتادن یک بانک یا موسسه دیگر است. در این شرایط تمامی موسسات و بانک‌ها و از جمله آن بانک کشاورزی برای بقا رقابت می‌کنند. اما پیروزی با موسساتی است که از سطح بالایی از دانش، فکر و برنامه برخوردار باشند.

مهارت‌های انسانی، فاکتور برتری در بازار رقابتی

برای سبقت گرفتن از دیگر بانک‌ها و موسسات ارائه دهنده خدمات مالی در این میدان رقابت ابزارهای ویژه‌ای لازم است. بخشی از این ابزارها سخت‌افزاری بوده و دارای چهارچوب مشخص است. اما در رقابت آنچه مهمتر از سخت‌افزارهاست، ابزارهای نرم‌افزاری یا مغزافزاری است. چنانکه تهیه سنگ گرانبه و میز و رایانه و تلفن بسیار سهل‌تر از تولید فکر و ایده کارآمد است. از میان ابزارهای نرم‌افزاری که کیفیت و کمیت خدمات بانک را افزون ساخته و جایگاه آن را در میان شبکه بانکی ارتقا می‌بخشد، می‌توان مهارت‌های انسانی و نظارتی اشاره کرد.

جایگاه نیروی انسانی

با اینکه در هیچ ترازنامه و حساب سود و زیانی، عامل سرمایه انسانی ذکر نمی‌شود اما نتیجه نهایی سود و زیان سازمان‌ها را همین نیروی انسانی رقم می‌زند. از این‌روست که سرمایه انسانی به عنوان با ارزش‌ترین دارایی یک سازمان به شمار می‌رود. نیروی انسانی تنها سرمایه‌ای است که با استفاده بیشتر کاهش نیافته و بصورت فزاینده توسعه پیدا می‌کند. بنابراین برنامه‌ریزان اقتصادی در یک دهه گذشته همواره بر نقش عامل انسانی تاکید کرده و آن را کلید توسعه سازمان‌ها می‌پندارند.



اتفاق‌های مهم بانک در شعبه رقم می‌خورد

هویت و قوام بانک کشاورزی وابسته به شعب است. از سوی دیگر به دلیل ویژگی تفکیک ناپذیری خدمات بانکی، این تمایل نزد مشتریان وجود دارد که ارائه‌کننده خدمت را از خدمت ارائه‌شده جدا ندانند. از اینرو کارکنانی که در تماس با مشتریان هستند و در راس آنها رئیس شعبه توأمان باید به انتظارات مشتری و اهداف بانک توجه داشته باشند. چراکه کارکنان یک بانک بیانگر خود بانک هستند و به طور مستقیم می‌توانند رضایت‌مندی مشتری را تحت تاثیر قرار دهند. به بیانی دیگر می‌توان گفت که هر اتفاق مهمی که قرار است در بانک صورت گیرد، بی‌شک در شعبه محقق می‌شود. هر اندازه نیز که در ستاد و بخش مدیریت بانک تولید فکر و اندیشه و برنامه شود، تا شعب توان آمادگی پیاده‌سازی این اندیشه‌ها را نداشته باشند، برنامه‌ها در حد اندیشه باقی خواهد ماند. بیان این اصل ساده نهایت اهمیت شعبه و نقش رئیس شعبه به عنوان هدایت‌کننده شعبه را در فعالیت یک بانک به روشنی عیان خواهد کرد.

هنر تفویض اختیار، شعبه را کارآمد می‌کند

یک مدیر یا رئیس شعبه مستقل کار نمی‌کند و همواره برنامه‌هایش منوط



به کارایی همکارانی است که در یک شعبه با او همکاری می‌کنند. مهم نیست یک رئیس شعبه روزانه ۵ ساعت کار کند و یا ۱۲ ساعت؛ مهم این است که توان مدیریت پتانسیل کاری همکاران خود را داشته باشد. چنانکه یک رئیس شعبه روزانه ۱۲ ساعت کار کند و توان مدیریت و بر عملکرد همکاران خود را نداشته باشد و ۲۰ یا ۳۰ نفری که در شعبه مشغول هستند، روزانه تنها ۱ ساعت کمتر کار کنند نه تنها رئیس اضافه و بیشتر کار نکرده که به لحاظ کاری هم به بانک بدهکار شده‌اند.

بر این اساس است که گفته می‌شود که هنر مدیریت، تفویض اختیار است. اما این نکته را نباید فراموش کرد که تفویض اختیار، تفویض مسئولیت نیست. به عبارتی دیگر تفویض بخشی از اختیارات، موجب سلب مسئولیت از رئیس یک شعبه نمی‌شود. لازمه تفویض اختیار نیز اعتماد است. بنابراین می‌توان گفت که بعد مهارت انسانی بر اعتماد و اعتمادسازی استوار است. اما اینکه به چه کسانی می‌تواند اعتماد کرد و سطح این اعتماد تا چه حد است را مهارت‌های انسانی روشن می‌کند.

اعتماد، دارایی نامحسوس شعبه

فضای کاری روشن و شفاف در شعبه و فعالیت بر اساس اعتماد متقابل یک دارایی نامحسوس محسوب می‌شود. پیش‌نیاز اعتماد به همکاران و کارمندان شعبه، اعتماد ایشان به رئیس شعبه است و پایه اعتماد به رئیس بر اساس ایجاد یک رابطه دوستانه با همکاران شکل می‌گیرد. حال اینکه این رابطه دوستانه و بر اساس اعتماد چگونه میان کارمندان و رئیس شعبه شکل می‌گیرد یک راهکار بیشتر نداشته و آن سعه صدر و آستانه تحمل بالا از سوی روسای شعب است. منصف بودن یک رئیس در تقسیم کار و وظایف نیز از دیگر عواملی است که اعتمادسازی در شعبه را افزایش می‌دهد. صادق بودن، قابل پیش‌بینی بودن در برخورد با مسائل واحد، قابل اتکا بودن، پشتیبانی منطقی از همکاران و لحاظ کردن برخی مسائل خانوادگی همکاران هم در ایجاد فضای دوستانه و اعتماد همکاران و کارمندان به مدیران و روسای شعب تاثیرگذار است.

چنانچه اعتماد کارمندان به روسای شعب را مرحله اول اعتمادسازی قلمداد کنیم، این اعتمادسازی با لحاظ کردن موارد فوق جامه عمل خواهد پوشید و اینک نوبت اعتماد رئیس به همکاران شعبه است. اینکه چگونه و تا چه اندازه می‌توان اعتماد کرد نیازمند داشتن مهارت‌های خاصی از سوی رئیس یک شعبه است. بر این اساس می‌توان گفت که یک وظیفه اصلی روسای شعب، مدیریت اعتماد است. روسای شعب باید این توانایی را در حد بالایی داشته و هر روز نیز خود را توانمندتر کنند که در چه شرایطی به چه افرادی اعتماد کرده و تفویض اختیار کنند تا در بالاترین سطح، کارایی شعبه را افزایش دهند.



دیدار صمیمی رییس هیأت مدیره بانک با کارکنان شعب شهر مشهد

آذر

۱۴

بانک کشاورزی، خدمت جدید «پیش فروش نهاده‌ها» را به امکانات بازارگاه نهاده‌های کشاورزی افزود

آذر

۱۹

روابط عمومی بانک کشاورزی به عنوان روابط عمومی برتر در بخش ارتباط با رسانه‌ها انتخاب شد

آذر

۲۲

عرضه تنخواه کارت، خدمت جدید بانک کشاورزی با هدف ارائه خدمات تخصصی در حوزه مدیریت شرکت‌ها و سازمان‌های دولتی

آذر

۲۸





حضور محسن صفدری عضو هیات مدیره بانک کشاورزی در استان خراسان جنوبی



طی حکمی از سوی وزیر امور اقتصادی و دارایی و رئیس مجمع عمومی بانک ها، ناصر سیف الهی به عنوان عضو هیأت مدیره بانک کشاورزی تعیین و منصوب شد

ارائه گواهی اعتبار مولد «گام» در بانک کشاورزی برای حمایت از واحدهای تولیدی



برگزاری نشست کمیته تحول دیجیتال بانک کشاورزی

آذر

۲۹

دی

۴

دی

۱۱

دی

۱۳



منابع بانک در خدمت بخش کشاورزی تحقق ۱۱۷ درصدی

بانک کشاورزی طی کمتر از ۱۰ ماه موفق به تحقق برنامه پرداخت تسهیلات در سال جاری شده است. تسهیلاتی که بخش کشاورزی در آن حداکثری بوده و به صورت ویژه و هدفمند برای تامین امنیت غذایی کشور مصرف شده است. جزئیات پرداخت تسهیلات بانک کشاورزی در سال ۱۴۰۱ را در نماداده‌های حاضر دنبال می‌کنیم.



۱,۴۰۰
میلیارد ریال

تسهیلات پرداختی بانک کشاورزی تا دهم دی ماه سال ۱۴۰۱



۱۱۷
درصد

تحقق برنامه پرداخت تسهیلات سال ۱۴۰۱ بانک تا دهم دی ماه



۱,۲۰۰
میلیارد ریال

برنامه پرداخت تسهیلات در سال ۱۴۰۱

افزایش تسهیلات پرداختی
۱۴۰۱ نسبت به ۱۰ ماهه
۱۴۰۰



۶۹
درصد



۵۷۲
میلیارد ریال

سهم زیربخش ها از
تسهیلات



۸۶
درصد

بخش کشاورزی



۴
درصد

تسهیلات قرض الحسنه



۱۰
درصد

سایر بخش های تولیدی



اولویت‌های تامین مالی بخش کشاورزی جهانی بر چه محورهایی تاکید دارد

آموزه‌های بانک جهانی

وهب متقی‌نیا، رئیس هیات مدیره بانک کشاورزی

سرعت فزاینده تغییرات آب و هوایی، رشد جمعیت و تغییر ترجیحات غذایی، بیماری همه گیر جهانی و درگیری‌ها، امنیت غذایی و توسعه بخش کشاورزی و غذایی را تهدید کرده است. آنها فشار زیادی را برای تغییر تمرکز سیاست‌ها به سمت توسعه یک صنعت کشاورزی-غذایی پایدارتر و انعطاف پذیرتر در سراسر جهان وارد کردند. برآوردها حاکی از آن است که تقاضای جهانی غذا تا سال ۲۰۵۰ دست کم ۷۰ درصد افزایش خواهد یافت و حداقل ۸۰ میلیارد دلار سرمایه گذاری سالانه در سراسر زنجیره ارزش در پاسخ به آن مورد نیاز است. به دلیل محدودیت منابع عمومی، مقیاس بزرگ در مکانیزاسیون، فناوری‌های هوشمند آب و هوا، پردازش و لجستیک کشاورزی و مواد غذایی، بدیهی است که عموم کشورهای جهان توان تامین منابع را نداشته و این چالش در کشورهای جهان بیش از دیگر کشورها احساس می شود.

به همین رو تامین مالی بخش کشاورزی با هدف فقرزدایی از مهمترین اولویت‌های جهانی است و بخش کشاورزی و غذا در میان مقاصد اصلی هدایت منابع از سوی بانک جهانی قرار گرفته است. آگاهی از حوزه‌های مورد تمرکز بانک جهانی برای تامین مالی بخش کشاورزی، می تواند نمایانگر رویکردهای جهانی به تامین مالی بخش کشاورزی باشد.



با توجه به اینکه سیستم‌های مالی برخی کشورها ظرفیت کافی برای تامین مالی تغییر جهت کشاورزی پایدار و صنایع کشاورزی و غذایی را نداشته و بانک‌ها، مؤسسات مالی خرد و سرمایه‌گذاران نهادی به طور سنتی منابع بسیار محدودی را برای بخش‌ها فراهم می‌کنند، به طور معمول وام‌ها و سبد سرمایه‌گذاری‌های بخش کشاورزی در مقایسه با سهم بخش کشاورزی از تولید ناخالص داخلی کشورها پایین است. به همین رو بانک جهانی سعی دارد در توسعه و اجرای استراتژی‌ها و ابزارهای مالی کشاورزی برای جذب سرمایه خصوصی و تعمیق بازارهای مالی کشاورزی انعطاف‌پذیر کمک کند.

بانک جهانی نخستین گام حمایت مالی از بخش کشاورزی را مداخلات سیاستی و نظارتی عنوان می‌کند. به واقع مطالعات تشخیصی را در مورد وضعیت مالی کشاورزی انجام داده و برنامه‌های اقدام مشخصی را برای اصلاح سیاست‌ها و مقررات عمومی به منظور ایجاد محیطی مناسب برای بسیج منابع مالی کشاورزی تهیه می‌کند. برخی از نمونه‌های حوزه مداخله سیاستی و قانونی شامل سهمیه‌های وام، سقف‌های نرخ بهره، مقررات گسترش شعب در مناطق کشاورزی، مقررات احتیاطی مؤثر بر وام‌دهی کشاورزی، چارچوب‌های تامین مالی و مکانیسم‌های جایگزین برای کشاورزی قراردادی است.

تقویت بازارهای مالی کشاورزی اقدام بعدی بانک جهانی است. این بانک راه‌حلهایی را برای وام‌دهندگان کشاورزی ارائه می‌دهد تا به منابع مالی بلندمدت دسترسی داشته باشند، خدمات خود را دیجیتالی و سبز کنند، ریسک‌های کشاورزی را مدیریت کنند و طبقات دارایی کشاورزی را رشد دهند. بانک جهانی همچنین برای اصلاح و ایجاد ظرفیت مؤسسات مالی عمومی و استفاده از فین‌تک‌ها و پلت‌فرم‌های دیجیتال برای پیشبرد امور مالی کشاورزی، کمک‌های فنی ارائه می‌کند. حمایت از تعاونی‌های مالی با توجه به اهمیت این نهادها به عنوان ارائه‌دهندگان خدمات مالی به کشاورزان خرده مالک، شرکت‌های کوچک و متوسط روستایی و خانوارها هم در میان برنامه‌های بانک جهانی جای دارد.

توسعه محصولات نوآورانه برای تامین مالی بخش کشاورزی، دیگر رویکرد بانک جهانی برای تامین مالی بخش کشاورزی است. تامین مالی زنجیره ارزش، امتیازدهی اعتباری نوآورانه بر اساس ویژگی‌های کشاورزی، طرح‌های تضمین اعتبار جزئی، پلت‌فرم‌های کشاورزی دیجیتال که ارزش کشاورزی را به هم مرتبط می‌کند محورهایی است که بانک جهانی به عنوان طرح‌های نوآورانه در تامین مالی کشاورزی بر آن تاکید دارد. همچنین دیجیتالی کردن زنجیره‌های ارزش کشاورزی و راه‌حل‌های بازار سرمایه (مانند انتشار اوراق



قرضه برای تأمین‌کنندگان مالی کشاورزی، و کسب‌وکارهای کشاورزی، صندوق‌های سرمایه‌گذاری کشاورزی) از دیگر محصولات نوآورانه‌ای است که بانک جهانی برای تسهیل در تأمین مالی بخش کشاورزی بر آنها تأکید دارد.

تغییر اقلیم و مدیریت ریسک‌های آب‌وهوایی محور دیگری است که بانک جهانی برای بهبود روند تأمین مالی بر آن تأکید دارد. تولیدات کشاورزی و شرکت‌های کوچک و متوسط کشاورزی به شدت در برابر تغییرات آب و هوایی آسیب‌پذیر هستند، که خطر را در تأمین مالی کشاورزی به میزان قابل توجهی افزایش می‌دهد و بسیاری از بانک‌ها به دلیل همین ریسک‌ها به سادگی از بخش کشاورزی دوری می‌کنند. لذا بانک جهانی توسعه و اجرای راه‌حلهایی با هدف تسهیل و افزایش سرمایه‌گذاری‌های هوشمند آب و هوایی را در برنامه دارد تا با تغییر حداقلی اقلیم و مدیریت ریسک‌های آب‌وهوایی در بخش کشاورزی، بانک‌ها و موسسات مالی دیگر را به سرمایه‌گذاری در این بخش ترغیب کند.

مدیریت دانش جامعه عمل دیگر اقدام بانک جهانی برای تسهیل تأمین مالی در بخش کشاورزی است. این دانش‌اندوزی و ترویج آن نه تنها در حوزه مالی که در میان فعالان بخش کشاورزی می‌تواند منشاء اثری برای جلب سرمایه و منابع مالی در بخش کشاورزی باشد. هر اندازه کشاورزی دانش‌محور شده و فعالان بخش با شیوه‌های مدرن کشاورزی آشنا شوند، در عین حال که بهره‌وری در تولید را افزایش داده و ریسک‌های احتمالی را مدیریت می‌کنند، توان معرفی کارآمد حوزه فعالیت خود به بانک‌ها و بازار سرمایه را داشته و روند جذب منابع مالی را تسهیل و تسریع می‌کنند. ذات و هویت سرمایه، شامه تیز و شاخک‌های بسیار حساسی داشته و اگر به این باور برسد که بخش کشاورزی که سرنوشتش به آینده بشر گره خورده، می‌تواند در بلندمدت ارزش‌آفرین بوده و ریسک‌های احتمالی را مدیریت کند، نه تنها بانک‌های غیرتخصصی و تجاری هم برای تأمین مالی بخش کشاورزی پیش‌قدم می‌شوند، که فعالان بازار سرمایه هم، منابع‌شان را به بخش کشاورزی هدایت می‌کنند.

اشتراک تجربه‌های تأمین مالی بخش کشاورزی با حضور بانک‌های تخصصی کشاورزی در جهان با تشکیل کارگروه‌های مشارکتی بانک جهانی، دیگر رویکردی است که در دستور بانک جهانی قرار دارد. روندی که در اولین پروژه آن در همکاری بانک جهانی و رابو بانک هلند (بزرگترین موسسه تأمین مالی در صنعت کشاورزی در هلند و یکی از بزرگترین سرمایه‌گذاران محصولات غذایی جهان) به اجرا درآمده و هدف آن افزایش آگاهی‌بخشی تأمین مالی خرد بخش کشاورزی با رویکرد تعاونی‌هاست.



- مداخلات سیاستی و نظارتی
- تقویت بازارهای مالی کشاورزی
- حمایت از تعاونی‌های مالی
- توسعه محصولات نوآورانه
- تغییر اقلیم و مدیریت ریسک‌های آب و هوایی
- مدیریت دانش جامعه عمل
- اشتراک تجربه‌های تامین مالی

**رویکردهای
بانک جهانی برای
توسعه تامین
مالی کشاورزی**



جنس فعالیت بانک کشاورزی با آینده جهان گره خورده است

محسن صفدری - عضو هیات مدیره بانک

بانک کشاورزی از زمان افتتاح تا دهه هفتاد نه به صورت یک بانک، بلکه به عنوان یک صندوق اعتباری به کار خود ادامه می‌داد و نگرش غالب در این مجموعه بر روند اعطای تسهیلاتی که از طرف دولت در اختیار این مجموعه قرار داده می‌شد به بخش کشاورزی بود و این مجموعه تلاشی برای جذب سرمایه‌های خارجی و مشتریان جدید نمی‌کرد. طی بیش از دو دهه اخیر و با تغییر این نگرش و همچنین تغییر روند کاری از صندوق اعتباری به صورت بانک، تغییرات چشم‌گیری در این مجموعه به وجود آمد و بانک کشاورزی توانست نام خود را به عنوان یک بانک موفق و سودآور در بین بانک‌های کشور مطرح سازد. در روند حرکت، بزرگترین نقطه قوت بانک کشاورزی را می‌توان این دانست که سرنوشت این مجموعه با بخش کشاورزی که آینده دنیا خواهد بود در هم آمیخته است و این موضوع می‌تواند باعث تداوم کار این بانک در آینده شود. از دیگر نقاط قوت این بانک می‌توان به آگاهی‌های این مجموعه نسبت به نقاط ضعف موجود اشاره کرد که همین امر باعث شده تا با آگاهی از نقاط منفی، مسئولان بانک در صدد رفع مشکلات بر آیند. از نقاط ضعف بانک کشاورزی هم می‌توان به این نکات اشاره کرد: بانک هنوز نتوانسته حق خود را از بازارهای مالی کشور بدست آورد. همچنین برخی اوقات به دلیل گرفتاری‌های موجود از رسیدگی به امور مشتریان و خدمت‌رسانی به این عزیزان غفلت شده است که باید با برنامه



ریزی‌های جامع و کاربردی به رفع این مشکلات پرداخت که بانک بتواند هرچه بهتر و قوی‌تر نسبت به گذشته اقدام به خدمت‌رسانی به مردم کند. لیکن، با توجه به وابستگی جهانی به مسئله کشاورزی و نیاز انسانها به تولید مواد غذایی در صورت عملکرد درست و حساب شده آینده به بانک کشاورزی تعلق دارد. با تلاش‌های روز افزون کارکنان این مجموعه و همچنین پیشرفت‌های چند دهه اخیر در به روز شدن امکانات این بانک برای خدمت‌رسانی به مشتریان، آینده بسیار روشنی پیش روی این بانک است. از سوی دیگر با توجه به اهمیت بخش کشاورزی و البته سهم عمده بانک در توسعه آن، باید توجه بیشتری به نقش بانک در تحقق برنامه‌های کلان اقتصادی شود. نقش بانک کشاورزی در تحقق توسعه اقتصادی در بخش کشاورزی می‌تواند این باشد که این بخش را هر چه بیشتر به مسئولان کشور معرفی کرده و در پیگیری نیازهای بخش کشاورزی و کشاورزان هر چه بیشتر و بهتر تلاش کند و در بخش تخصیص منابع نیز بهینه عمل کرده و به کسانی که در بخش تولید محصولات آنها بیشتر مورد نیاز جامعه است تسهیلات ارائه کند. ارائه تسهیلات را از لحاظ اقتصادی بودن طرح با اولویت‌بندی انجام دهد البته باید به این نکته نیز اشاره کرد که در صورت اولویت بندی تولید محصول برای کشاورزان بانک و دولت موظف است در صورت بروز مشکلات خسارات کشاورزان را جبران کند. یکی دیگر از کارهایی که بانک کشاورزی می‌تواند در این بخش انجام دهد کوتاه کردن فاصله بین تولیدکننده و مشتری با تقویت زنجیره‌های تولید است که باعث می‌شود کشاورزان سود بیشتری از محصولات تولیدی خود بدست آورده و در نتیجه با انگیزه بیشتر و رونق اقتصادی بهتر، به کار خود ادامه دهند.

بخش اعظم درآمد کار کشاورزان در ایران صرف امرار معاش می‌شود و به همین دلیل کشاورزان نمی‌توانند به توسعه کار خود فکر کنند و از این‌رو کشاورزی در کشور باید اقتصادی شود. همچنین به دلیل بالا بودن مخاطرات در این بخش، مدیریت بحران به طور کامل اجرا و اعمال نمی‌شود و تصمیم‌گیری‌ها در زمان بحران سریع و کارآمد نبوده و از زمانی که کشاورزان دچار بحران و خسارت می‌شوند تا زمانی که در قبال بحران تصمیم‌گیری شود و این تصمیمات به صورت عملی برای جبران خسارات به اجرا درآید بسیار زمان برده و گاهی زمانی این تصمیمات به اجرا در می‌آیند که برای جبران ضررهای کشاورزان بسیار دیر شده و جبران خسارت سخت می‌شود. لذا مدیریت بحران و سرعت بخشیدن به جبران خسارت می‌تواند کمی موثر و عملی در تداوم فعالیت‌های کشاورزی باشد.

مورد بعدی در بخش کشاورزی عدم کفایت سرمایه‌گذاری و اعتبارات است؛ بدین معنا که بانک کشاورزی تمام منابعی که از سرمایه‌گذاری‌های مشتریان بدست آورده به اضافه تمامی سرمایه‌هایی که دولت در اختیار بانک گذاشته است را به بخش کشاورزی ارائه کرده ولی باز در این بخش نیاز به اعتبارات وجود دارد و این سرمایه‌ها نتوانسته تمامی نیازهای کشاورزان را برآورده کند. در مجموع آنچه در حال حاضر در این بخش از نیازهای کشاورزان تامین می‌شود بین ۵۰ تا ۶۰ درصد از نیازهای بخش کشاورزی است، لذا تامین کامل این نیازها، می‌تواند گام بزرگی در راه تحقق توسعه اقتصادی در بخش کشاورزی باشد. از دیگر مواردی که می‌توان به آن اشاره کرد علمی شدن الگوی کشت در بین کشاورزان است زیرا کشاورزان با دیدگاه خود و به صورت تجربی و با توجه به شرایط بازار و نه به صورت علمی اقدام به کاشت محصولات کشاورزی می‌کنند. آموزش کشاورزان در زمینه کاشت علمی محصولات می‌تواند باعث پایین آمدن ریسک و زیان در این بخش شده و از طرفی باعث رونق این بخش شود. در آخر می‌توان گفت که یکی از دیگر نیازها در بخش کشاورزی موضوع تحقیقات و توسعه است. با تحقیق در زمینه‌های موجود و مولفه‌های موثر در بالا بردن تولید در این بخش می‌توان کشاورزی را به صورت علمی توسعه داد، زیرا نه تنها آینده ایران بلکه آینده دنیا به توسعه کشاورزی وابسته است.

بزرگترین نقطه قوت بانک کشاورزی را می‌توان این دانست که سرنوشت این مجموعه با بخش کشاورزی که آینده دنیا خواهد بود در هم آمیخته است و این موضوع می‌تواند باعث تداوم کار این بانک در آینده شود



ناصر سیف‌اللهی، عضو هیات مدیره بانک کشاورزی تشریح کرد:

مشتری مداری بر مدار ارزش آفرینی

رویکرد سازمان‌های مالی در دنیای به شدت رقابتی امروز در حال استوار شدن بر اصلی است که در سطحی به مشتری سرویس و خدمت ارائه کنند که نه تنها خواسته‌ها و نیاز او را برآورده کند که بالاتر از سطحی باشد که انتظار داشته؛ حال این مشتری که خدمات دریافتی‌اش به سطحی رسیده که هم به لحاظ تنوع در دریافت خدمات و هم کیفیت، فراتر از سطح انتظارش بوده، رضایتی حداکثری از سازمان پیدا می‌کند؛ رضایتی که از آن تحت عنوان ارزش آفرینی برای مشتری از آن یاد می‌کنند. چشم‌اندازی که ناصر سیف‌اللهی، عضو هیات مدیره بانک کشاورزی بر آن تاکید داشته و رضایتمندی و خلق ارزش برای مشتری را از اولویت‌های اصلی این بانک می‌داند. گزیده‌ای از سخنان این عضو هیات مدیره بانک کشاورزی پیرامون مشتری مداری با محوریت ارزش آفرینی را در ادامه می‌خوانید.

سه اولویت راهبردی

بانک کشاورزی در قامت یک بانک ریشه‌دار که پشتیبان اصلی بخش کشاورزی و حامی امنیت غذایی کشور است، همواره در جهتی حرکت کرده که ضمن ارائه خدمات نوین بانکی، به عنوان بازوی اجرایی دولت در بخش کشاورزی، مسیر خودکفایی و تامین امنیت غذایی کشور را هموار کند. به همین رو هر اندازه بانک کشاورزی در تحقق چشم‌انداز و برنامه‌هایش توانمندتر شود، اثرات مثبت آن برای جامعه به



ارمغان می‌آید. در نتیجه چنین پیش‌فرض‌هایی، ارتقاء جایگاه بانک کشاورزی در برهه کنونی اولویتی راهبردی و کلان است که تک‌تک اعضای خانواده بزرگ کشاورزی برای تحقق آن تلاش می‌کنیم. ارتقاء جایگاه بانک نیز بر ستون اصلی استوار است که در تعامل با مشتری شکل می‌گیرد. رضایتمندی و خلق ارزش برای مشتریان همان دو محور و ستون اساسی است که بسر ارتقای جایگاه بانک را فراهم می‌کند.

خلق ارزش ویژه برای مشتری

هدف اصلی تمام تلاش‌های بازاریابی بانک برای کسب سود از طریق به حداکثر رساندن رضایت مشتری و خلق ارزش برای او است. این بدان معنا است که اگر مشتریان راضی و خشنود باشند، همچنان بیشتر خواهند خرید و بسیاری از مشتریان جدید نیز اضافه خواهند شد. که نتیجه اینها منجر به افزایش فروش و همچنین سود بیشتر خواهد شد. تمایز تصمیمات برای قرار دادن مشتری در هسته بانک (که اغلب به عنوان رویکرد مشتری محور به کسب و کار شناخته می‌شود)، تمرکز بر سرمایه‌گذاری مشتریان در بلندمدت و تمرکز بر بازاریابی به عنوان یک موضوع در سطح سازمان (نه بخش بازاریابی) همه موضوعات مرتبط و مهم در بازاریابی بانکی امروز هستند.

با برقراری رابطه سودمند با مشتری و شایسته کردن او، رابطه‌ای با مشتری برقرار می‌شود که ارزش طول عمر مشتری (ارزش ویژه مشتری) را در اختیار بانک قرار می‌دهد. مشتری دوست دارد تمام نیازهای ممکن را با بانک مرتفع کند و بدین ترتیب منابع (سپرده) بانک افزایش پیدا می‌کند. علاوه بر این، مشتری تجربه خوشایند خود را با دوستان و آشنایان نیز در میان گذاشته و آن‌ها را نیز به تعامل با بانک تشویق و ترغیب می‌کند. طرح ارزش، مجموعه مزیت‌ها و ارزش‌هایی است که بانک به مشتری وعده داده تا نیازهای او را مرتفع سازد.

هدف نهایی از مدیریت ارتباط با مشتری، خلق ارزش ویژه مشتری است. ارزش ویژه مشتری مجموع ارزش‌های طول زندگی مشتری در کل مشتریان فعلی و بالقوه شرکت است. بنابراین، این معیاری برای ارزیابی ارزش مشتری در آینده است. واضح است که هرچه مشتریان سودآور بانک وفادارتر باشند، ارزش مشتری آن نیز بیشتر است. ارزش ویژه مشتری ممکن است معیار بهتری برای عملکرد بانک نسبت به فروش فعلی یا سهم بازار باشد. در حالی که فروش و سهم بازار منعکس‌کننده گذشته است، ارزش ویژه مشتری آینده را نشان می‌دهد.

وفادارسازی مشتریان

با وجود توسعه بانکداری دیجیتال و ظهور ابزار و رویه‌های مدرن بانکداری، فضای به شدت رقابتی و تلاش موسسات مالی برای جذب مشتریان جدید، قوام یک بانک یا موسسه مالی به مشتریان وفاداری است که ارزش‌هایشان برای کار کردن با یک بانک فراتر از مواردی چون نرخ سود است. این گروه از مشتریان طی بازه زمانی بلندمدت، چنان رابطه‌شان با بانک عمق می‌کند که به ندرت حاضر به ترک بانک می‌شوند. در نتیجه بانک‌های مشتری‌مدار در گام نخست به دنبال توسعه تعامل با مشتری با هدف عمق‌بخشی به رابطه بانک و مشتری هستند. لیک تعامل و تفاهم با مشتریان و ایجاد حس وفاداری آنان نسبت به بانک نتیجه مشتری‌مداری، پاسخگویی مطلوب و ارائه خدمات نوین و برجسته است.

جذب منابع مالی پایدار

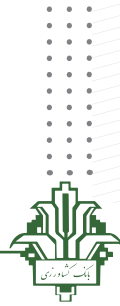
اینکه عنوان می‌شود، شعبه پیشانی و نوک پیکان خدمت‌رسانی بانک است، یک اصل کلیدی در بانکداری است؛ چراکه تلاش‌های یک مجموعه بزرگ در شعبه به ثمر می‌نشیند. برنامه‌ها و اهداف کلان در بانک تعریف شده و سپس تبدیل به برنامه‌های اجرایی می‌شود و به شعبه می‌رسد و در نهایت این برنامه‌های اجرایی از سوی واحدهای ستادی پشتیبانی می‌شود تا دغدغه نرم‌افزاری و سخت‌افزاری در شعب وجود نداشته باشد. با این حال تلاش و مداومت همکاران شعبه، سیاست‌ها و راهبردها را به ثمر می‌نشانند. نظر به این نقش و جایگاه شعب در بانک، فرآیند بازاریابی و جذب منابع مالی پایدار از وظایف اصلی شعب در راستای تحقق برنامه سالیانه بانک خواهد بود.

تکیه بر مزیت‌های رقابتی

بانک کشاورزی به همان اندازه که در قامت یک بانک توسعه‌ای و تخصصی در بخش کشاورزی، حامی بخش کشاورزی است و از امنیت غذایی حمایت می‌کند، در ارائه خدمات مدرن و نوین بانکی نیز پیش‌رو است. چنانکه ایجاد مزیت رقابتی در اعطای نرخ سود سپرده‌ها، تسهیل شرایط پرداخت تسهیلات و افزایش سهم از بازار بیانگر اهتمام بانک کشاورزی برای تعالی، شکوفایی و نوآوری در ارائه خدمات بانکی است.

تحقق تعالی با سرمایه انسانی ارزشمند

بدون تردید نیروهای انسانی توانمند و خلاق بانک کشاورزی سرمایه‌های ارزشمند این بانک به شمار می‌روند. سرمایه‌های که شعب بانک بیش از پیش می‌توانند با بهره‌مندی از خلاقیت و توان علمی این سرمایه انسانی در عرصه خدمات متفاوت و متنوع به مشتریان نقش آفرینی کند.

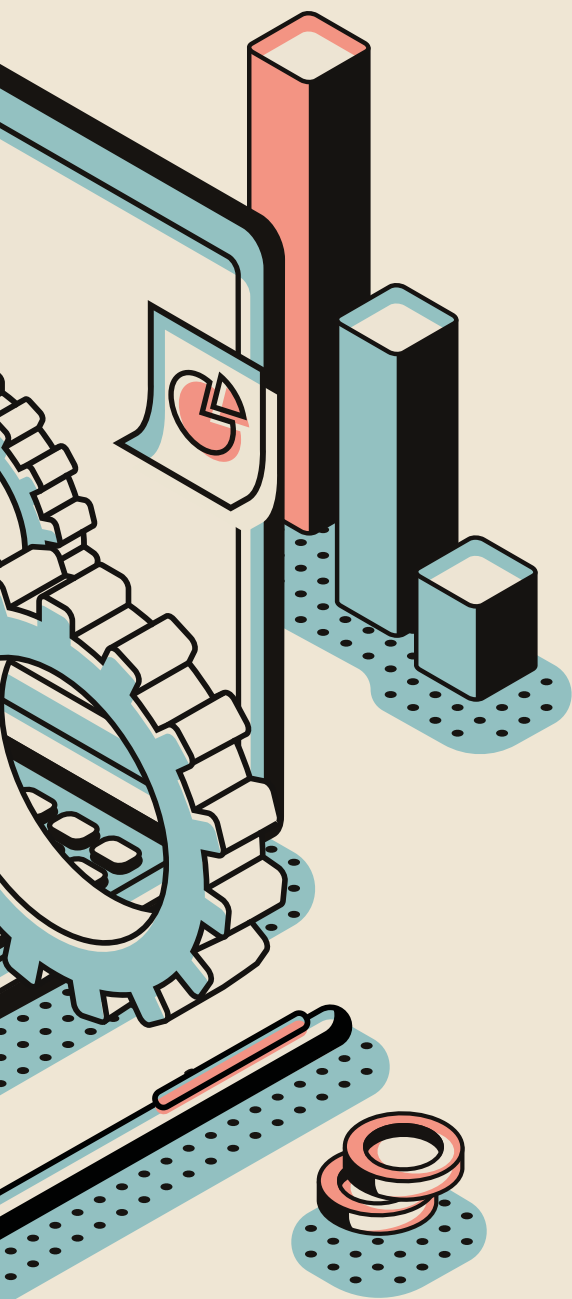


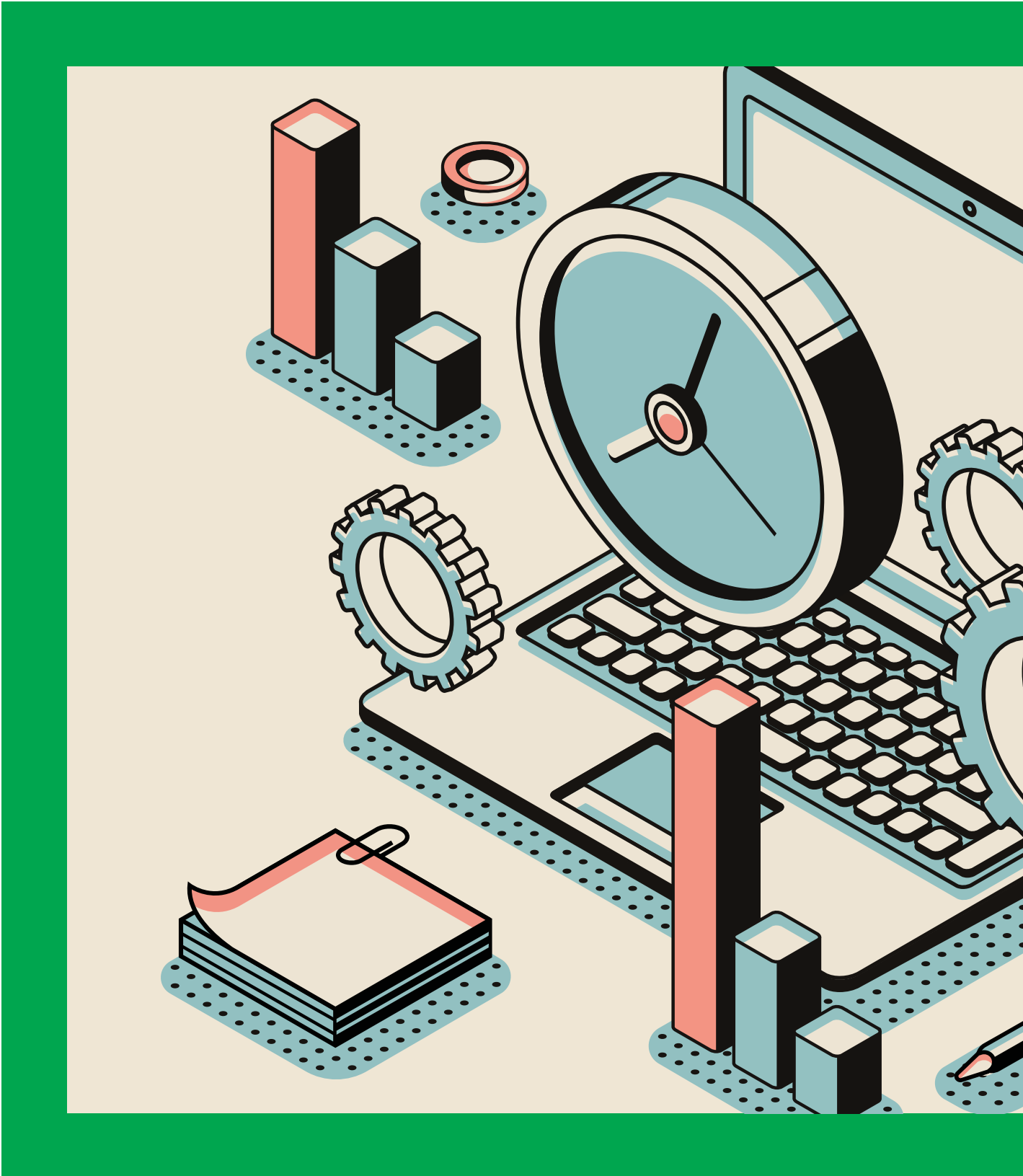
پرونده اول: بازاریابی

جایگاه بازاریابی در صنعت بانکداری جهانی:
رویکردها و رویه‌ها و چشم‌اندازها

رمز ماندگاری در جهان رقابتی

سازمان‌های امروزی به وضوح دریافته‌اند که رمز موفقیت و راز ماندگاری آن‌ها در فضای به شدت رقابتی، شناسایی و برآوردن هرچه بهتر نیازهای مشتریان است. این مهم در سایه توجه به بازاریابی علمی و مدرن امکان‌پذیر است. در این بین بازاریابی در شرکت‌های خدماتی (به ویژه خدمات مالی)، به دلیل وجه تمایز و تفاوت‌های اساسی که ماهیت خدمات با سایر تولیدات دارند، از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. تحولاتی نظیر پیشرفت سریع علم و تکنولوژی، افزایش رقابت و جهانی‌سازی، بانک‌ها و مؤسسات ارائه‌دهنده خدمات مالی به طراحی مجدد فرآیندهای کسب و کار سنتی و ارائه خدمات نوین با استفاده از کانال‌های متنوع و تکنولوژی وادار کرده است. بنابراین بانک‌ها روش‌های سنتی بازاریابی را پاسخگوی شرایط موجود ندانسته و به سمت به کارگیری روش‌های نوین بازاریابی در صنعت بانکداری حرکت کرده‌اند. در شرایط کسب و کار امروزی بانکی موفق است که تکنیک‌های بازاریابی اثربخش تری نسبت به رقبا بکار بگیرد.







برجسته‌ترین روندهای بازاریابی بانکی در سالی که گذشت

آیا دوران شکوه شعب بازگشته است؟

روندهای بازاریابی بانکی در سال ۲۰۲۲ با تأکید بیشتر بر استفاده از داده‌ها، هدف اصلی خود را تعامل عمیق‌تر با مشتری می‌داند. چنین رویکردی می‌تواند مقدمه‌ای بر شکوفایی دوباره شعبه باشد. شش روند (ترند) بازاریابی بانک در سال ۲۰۲۲ را با هم مرور می‌کنیم.

پاتوق‌هایی برای تعامل

در حالی که مراجعه حضوری به شعبه به طور کلی کاهش یافته است، اما تعدادی از بانک‌های پیشرو در تلاش هستند تا با ایجاد پاتوق‌هایی شبیه به کیوسک‌های تعاملی دوران شکوفایی شعب را بازگردانند. تردیدی نیست که شعبه‌ها ابزارهای بازاریابی عالی برای بانک‌ها هستند زیرا فرصت‌های عالی برای جذب مشتریان و تعامل بسیار نزدیک را فراهم می‌کنند. به همین روست که در سال ۲۰۲۳ باید منتظر سرمایه‌گذاری بیشتر در آموزش کارمندان و طراحی مجدد شعب باشید زیرا بانک‌ها هنوز به شعبه باور دارند.

توسعه بازاریابی دیجیتال

در حالی که حتی تجربه درون شعبه‌ای برای ادامه جذب مشتریان دیجیتال‌تر می‌شود، بازاریابان مالی استراتژی‌های نوین بازاریابی بانکی را تنظیم می‌کنند تا کاوش کنند و تعامل با مشتریان را از طریق کانال‌های دیجیتال بیشتر کنند.





«تجربه مشتری» فراتر از هر کمپین وبسته تبلیغاتی عمل می‌کند

زمان تحقق وعده‌هاست!

هر اندازه هم که یک بانک یا موسسه مالی کمپین‌های قدرتمند تعریف کرده و تبلیغات رنگارنگ و اثرگذار اجرا کند، برنامه‌ها به ثمر نمی‌نشینند تا صداقت تبلیغات بانک برای مشتری اثبات شود و به بیانی «تجربه مشتری» در استفاده از خدمات و محصولات بانک همانی باشد که در تبلیغات دیده است.

اخیرا موسسه مشاوره مالی و سرمایه‌گذاری PWC نتایج تحقیقاتی در رابط با اثربخشی تبلیغات بازاریابی در صنعت بانکداری را منتشر کرده که نشان می‌دهد بیش از ۸۰ درصد مشتریان تازه در صورت عدم برآورده شدن نیازهای بانکی خود، به فکر ترک بانک خود هستند. از آنجایی که مشتریان طیف وسیعی از گزینه‌ها را برای انتخاب دارند، بخش بانکی تحت فشار زیادی قرار دارد تا چیزی بهتر از آنچه که رقبایشان نمی‌توانند به مشتریان ارائه دهند، ارائه دهد. بنابراین، ارائه خدمات با کیفیت به مشتریان که به کاهش شکایات، ارائه تجربیات شخصی، افزایش تجارت و از همه مهمتر، بهبود تجربه کلی مشتری کمک می‌کند، برای بانک‌ها ضروری شده است.



اما تجربه مشتری به چه معناست؟

به عبارت ساده، احساس مشتریان نسبت به یک بانک و خدمات آن است. این بیشتر شبیه این است که موسسات بانکی تا چه اندازه به وعده‌های داده شده و انتظارات افزایش یافته در هنگام تبلیغ پیشنهادات خود عمل می‌کنند. بنابراین، اگر بانک می‌خواهد وفاداری به برند ایجاد کند، اعتماد مشتریان را جلب کرده و آنها را برای مدت طولانی حفظ کند، بهبود تجربه مشتری را باید در اولویت قرار دهد. موسسه مشاوره مالی و سرمایه‌گذاری PWC پنج استراتژی را برای بهبود تجربه پیشنهاد می‌هد که در ادامه هر کدام را بررسی می‌کنیم.

پیشنهاد اول: دیجیتالی شدن بیشتر و بیشتر

بر اساس مطالعه گروه مشاوره بوستون، ۴۳ درصد از مشتریان بانک خود را ترک خواهند کرد، اگر بانک‌شان نتواند یک تجربه دیجیتالی عالی ارائه دهد. این تعجب آور نیست، با توجه به اینکه مشتریان اکنون از بانک خود همان سطح راحتی و خدمات مشتری را انتظار دارند که از سایر خرده فروشان آنلاین انتظار دارند. تجربه پرداخت دیجیتالی یکپارچه مزایای زیادی هم برای بانک‌ها و هم برای مشتریان دارد. چنانکه برای بانک‌ها می‌تواند منجر به افزایش رضایت و وفاداری مشتریان و سود بیشتر شود. این مطالعه نشان داد که بانک‌هایی که در ارائه یک تجربه دیجیتالی یکپارچه برتر هستند، ۱۰ درصد بیشتر از هممتایان خود درآمد ایجاد می‌کنند.

پیشنهاد دوم: افزایش همکاری با شرکت‌های فین تک

مشارکت بانک و فین تک به آرامی در حال افزایش است و قطعاً به موضوع داغ بحث در جلسات هیئت مدیره بانک تبدیل می‌شود. طبق گزارش The State of the Union in Bank-Fintech Partnerships، ۹ موسسه مالی از هر ۱۰ موسسه مالی، مشارکت‌های فین تک را برای تجارت خود مهم می‌دانند و همکاری بانک و فین تک از ۴۹ درصد در سال ۲۰۱۹ به ۸۹ درصد در سال ۲۰۲۲ رسیده است. همچنین حدود ۶۵ درصد از بانک‌ها و اتحادیه‌های اعتباری در سه سال گذشته با حداقل یک شرکت فین تک شریک شده‌اند. راه‌های مختلفی وجود دارد که بانک‌ها می‌توانند با فین تک همکاری کنند. بانک‌ها می‌توانند در شرکت‌های فین تک سرمایه‌گذاری کرده یا با آنها در پروژه‌های خاص شریک شوند تا از تخصص فین تک بدون تعهد بلندمدت استفاده کنند.

پیشنهاد سوم: تمرکز بیش از حد بر شخصی‌سازی

به زبان ساده، شخصی‌سازی بیش از حد به رویکرد مصرف‌کننده‌محور در ارائه خدمات بانکداری دیجیتال با استفاده از علم داده رفتاری و هوش مصنوعی (AI) برای تولید محصولات متکی بر خواست مصرف‌کننده است. به گفته گروه مشاوران



مک‌کینزی، شخصی‌سازی بانکی می‌تواند به بانک‌ها کمک کند تا هزینه‌های خود را تا ۵۰ درصد کاهش دهند، درآمد را ۵ تا ۱۵ درصد افزایش دهند و کارایی هزینه‌های بازاریابی را ۱۰ تا ۳۰ درصد افزایش دهند.

شخصی‌سازی بیش از حد در بین موسسات مالی را می‌توان در بانک ایرلند مشاهده کرد که قصد دارد با استفاده از علم داده، تجزیه و تحلیل و هوش مصنوعی، به «نتفلیکس بانکداری» تبدیل شود و توصیه‌های درستی را به مشتریان خود بر اساس آنچه در زندگی آنها اتفاق می‌افتد، ارائه دهد.

پیشنهاد چهارم: به کار گرفتن هوش مصنوعی در کمپین‌های بازاریابی

فناوری‌های نوظهور مانند هوش مصنوعی و تحلیل داده‌ها در نحوه تعامل مصرف‌کنندگان با موسسات مالی و بانکی خود نقش مهمی دارند. این فناوری‌های در حال تکامل به بانک‌ها کمک می‌کنند تجربیات مشتری را شخصی‌سازی کنند، هدف‌گیری و پروفایل‌سازی بهتر، ارزیابی سریع ریسک و نمایه‌های اعتباری را نام ببرند. بانک‌ها داده‌ها را از منابع مختلف از جمله تراکنش‌های مشتری، فعالیت‌های حساب و گزارش‌های اعتباری جمع‌آوری می‌کنند. این داده‌ها بینش‌های ارزشمندی را در مورد رفتار مشتری ارائه می‌کنند و می‌توانند برای توسعه کمپین‌های بازاریابی هدفمند، بهبود پیشنهادات محصول و موارد دیگر با ادغام تحلیل‌های مبتنی بر هوش مصنوعی استفاده شوند.

پیشنهاد پنجم: قرار دادن تامین مالی سبز در اولویت

از آنجایی که پایداری به یک موضوع مهم فزاینده برای مصرف‌کنندگان تبدیل شده، برای بانک‌ها مهم‌تر از همیشه است که اولویت را برای تامین مالی سبز در نظر بگیرند. این نه تنها راهی عالی برای جذب مشتریان آگاه به محیط زیست است، بلکه راهی برای بانک‌ها است تا نشان دهند که شهروندان مسئولیت‌پذیری هستند که به آینده سیاره ما اهمیت می‌دهند.

راه‌های مختلفی برای مشارکت بانک‌ها در امور مالی سبز وجود دارد، مانند ارائه وام‌های سبز یا سرمایه‌گذاری در شرکت‌ها یا صندوق‌های متمرکز بر محیط‌زیست. با استفاده از این فرصت‌ها، بانک‌ها می‌توانند خود را به عنوان رهبران مبارزه با تغییرات آب و هوایی قرار دهند و در عین حال بازدهی مثبتی از سرمایه‌گذاری داشته باشند.

جمع‌بندی

برای برآوردن نیازهای مصرف‌کننده دیجیتال فردا، بانک‌ها باید از امروز شروع به تجدیدنظر در تجربه مشتری خود کنند. با تغییر چشم انداز جدید فین‌تک و چالش‌های دیجیتال، بانک‌ها دیگر نمی‌توانند عقب بمانند. آنها می‌توانند با زیر نظر گرفتن این پنج پیشنهاد، اطمینان حاصل کنند که برای سال ۲۰۲۳ و پس از آن آماده هستند.



۱۴۳ %

این مشتریان بانک خود را ترک خواهند کرد، اگر بانک‌شان نتواند یک تجربه دیجیتال عالی ارائه دهد

۶۵ %

بانک‌ها و موسسات مالی جهان در سه سال گذشته حداقل بایگ شرکت فین‌تک شریک شدند

۱۴۰ %

افزایش همکاری‌های بانک‌ها و فین‌تک‌ها از سال ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۲

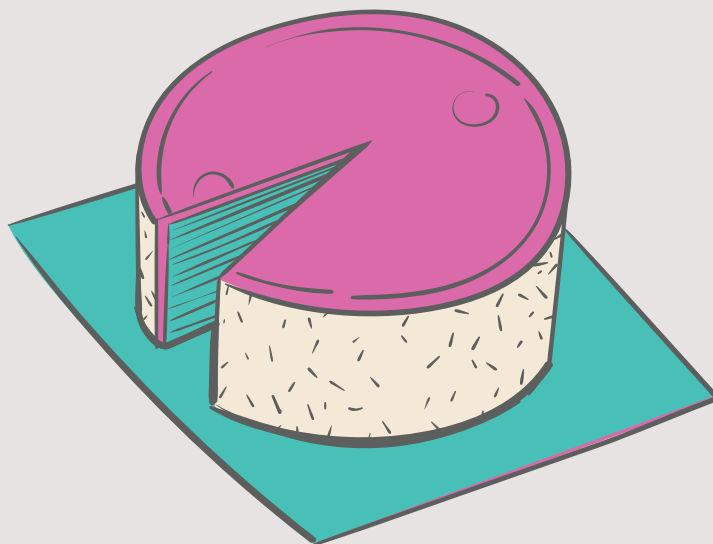
۱۰ %

درآمدهای بیشتری بانک‌های موفق در ارائه تجربه دیجیتالی برتر نسبت به سایر هم‌تایان

۵۰ %

کاهش هزینه‌های تولید محصول و بازاریابی بانک با تمرکز بیش از حد بر شخصی‌سازی خدمات





تصاحب بازار: دشوار اما دست‌یافتنی

کدام استراتژی‌ها، مسیر بانک‌ها برای تصاحب بازار را هموار می‌کند؟

به واسطه توسعه بسترهای ارتباطی و البته رقابت روزافزون در صنعت بانکداری، کمترین محصول یا خدمت بانکی را می‌توان یافت که انحصاری بوده و بانک به پشتوانه آن بازارهای بالقوه و جامعه هدف مشتریان را یکی پس از دیگر درنور دیده و تصاحب کند. هر اندازه هم که بانکی محصولی خلاقانه و بکر عرضه کند در کمتر از چند هفته نمونه‌های مشابهش و یا بعضاً تکامل یافته‌تر در دیگر موسسات مالی و بانک‌ها ارائه می‌شود. به همین روست که در بانکداری مدرن، بازاریابی بر محصول پیشی گرفته و بی‌تردید کسب سهم بهینه‌تر از بازار، در گروی بازاریابی هدفمندتر است.

به فراخور اهمیت موضوع، بی‌راه نیست رجوع کنیم به تجربه‌های امتحان پس داده و بدانیم موسسات مالی و بانک‌های بزرگ دنیا با تکیه بر کدام استراتژی‌های بازاریابی بانکی در سال ۲۰۲۲ گوی رقابت را روبرو شده و توانستند سهم بیشتری از بازارهای بالقوه کسب کنند.

شناخت جامعه و تحلیل جمعیت به طور مستمر

نخستین قدم بانک‌های بزرگ برای تصاحب بازار، تحلیل ترکیب جمعیت و شناخت گروه‌های مختلفی جامعه اعم از تفکیک‌های سنی، شغلی، سطح درآمدی و غیره است و قرار دادن خود در مقابل این پرسش است که برای هر کدام از گروه‌ها چه چیزی برای ارائه و عرضه دارد و چگونه می‌تواند آن‌ها را جذب و وفادار کند. یک بانک موفق در حوزه بازاریابی هر اندازه هم که مشتریان حقوقی و تجاری قدرتمند و با میزان منابع بالا داشته باشد، از گروه‌های به ظاهر کم‌اثر چون دانش‌آموزان هم غافل نمی‌شود. بانک‌های قدرتمند طی سال ۲۰۲۲ همواره در پی کشف و شناسایی و ورود به این بازارهای جدید بوده‌اند. این رویه نه تنها در ابعاد کلان بانک که در اجزای کوچکتر چون تک تک شعب جاری است. شعب فراتر از حوزه عمل، مشتریان معمول و ظرفیت‌های اطراف شعبه، وسیع‌تر فکر می‌کنند و به سراغ بازارهای جدید می‌روند.

استراتژی‌های بازاریابی از منظر جمعیت‌شناسی الزاما به معنای شناسایی گروه‌های بکر و با ارزش بسیار بالا نیست که



یکباره تمام اهداف تجهیز منابع بانک یا شعبه را محقق کنند. به عنوان نمونه برخی بانک‌ها طی سال ۲۰۲۲ حتی برای دانش‌آموزان یک دبیرستان یا یک کالج هم کمپین‌های بازاریابی تشکیل دادند؛ چنین عملکردی به این معناست که در رویکردهای جدید بازاریابی بانکی، هیچ گروه جمعیتی نادیده گرفته نمی‌شود.

بانکداران، «اینفلوئنسر»های بازاریابی

بانک اچ‌اس‌بی‌سی در ابتدای سال ۲۰۲۲ خود را در برابر یک پرسش چالش‌برانگیز قرار داد: آیا همکاران‌مان در شبکه اجتماعی لینکدین عضویت دارند؟ آن‌ها چه چیزهایی در حساب خود پست می‌کنند؟ آیا خود را نماینده این بانک معرفی می‌کنند؟ آیا نمادی از بانک در حساب‌شان دیده می‌شود؟ و ...؛ این دغدغه‌های بانکی است که از لحاظ حجم و کیفیت دارایی‌ها در میان پنج موسسه مالی برتر جهان جای دارد.

ایجاد بروشورها و دستورالعمل‌های بازاریابی اساس و بنیان تلاش‌های بازاریابی برای هر موسسه مالی است، آژانس‌های بازاریابی هم می‌توانند کمک کنند تا رنگ اصلی، جمله‌بندی و ... را تنظیم کنید؛ اما آنچه بیشتر دیده می‌شود، فراتر از بروشورهای تبلیغاتی است. مشتریان جدید به پروفایل‌های بانکداران خود نگاه می‌کنند. بنابراین بانکداران حضور پررنگی در شبکه‌هایی چون لینکدین دارند؛ این همان چیزی است که به آن اینفلوئنسر مارکتینگ می‌گویند و هر همکار بخشی از یک استراتژی بازاریابی موثر است. حضور بانکداران در شبکه‌های اجتماعی برای بازاریابی فراتر از ربات‌های چت و یا هوش مصنوعی است؛ مشتریان در رسانه‌های تعاملی به دنبال ارتباطات انسانی برای آگاهی پیرامون یک بانک هستند و بانکداران با حضور هدفمند در شبکه‌های اجتماعی این خلاء را پر می‌کنند.

تولید محتوای اختصاصی تبلیغات

مشتریان هوشمند شده‌اند؛ همین یک جمله کافی بود تا سیاست‌ها و برنامه‌های بازاریابی بانک‌ها و موسسات مالی را به کل تغییر دهد؛ قریب به اتفاق نسل نوین مشتریان، یعنی همان‌هایی که علاقه چندانی به شعب فیزیکی بانک‌ها نداشته و تمام رابطه خود با بانک را در بستر دیجیتال تعریف می‌کنند، دست‌کم به حساب کاربری در شبکه‌های اجتماعی داشته و همواره در معرض انواع محتوای تبلیغاتی قرار دارند. برای این گروه از مخاطبان هر محتوای تبلیغاتی و برنامه بازاریابی نه تنها جذاب نیست، که حتی ممکن است معکوس عمل کند. این گروه از مشتریان تازه بانکداری، محتوای خوب را می‌شناسند، جذب آن می‌شوند و حتی به آن به وجد آمده و آن را به اشتراک گذاشته و خود عامل جذب مشتریان تازه می‌شوند. با توجه به همین موضوع، تولید محتوای اثرگذار در کانون بانک‌ها قرار گرفت.

کارآمدی محتوای برای مشتریان

تعامل مستمر با مشتری به عنوان یک استراتژی بازاریابی دیجیتال برای بانک‌ها بسیار مهم است؛ به همین رو رسانه‌های اجتماعی قدرتمند و اثربخش در برنامه‌های راهبردی بازاریابی بانک‌ها جای دارند. لیک محتوایی که در این بستر تعاملی با مشتری ارائه می‌شود، تنها معرفی بانک و محصول و خدمت و وام و بسته سرمایه‌گذاری و غیره نیست، بلکه محتوایی است که مشتری به آن نیاز داشته، آن را ذخیره کرده و بارها از آن استفاده کند. چنین محتوایی مانند نحوه برخورداری از معافیت‌های مالیاتی سرمایه‌گذاری و یا شرایط بهره‌مندی از تسهیلات ارزان، در حوزه بازاریابی منجر به ایجاد روابط پایدار بانک و مشتری می‌شود.

جمع‌بندی

به کار گرفتن چنین تجربه‌هایی در تعامل با مشتری، به مانند سفری است که بانک با مشتری آغاز می‌کند و طی این سفر هر دو هم‌سفر هم بانک و هم مشتری از آن بهره‌مند شده و طبیعتاً، کیفیت این سفر، افراد دیگری را نیز به خود جلب و جذب خواهد کرد.



عملکرد بانک کشاورزی در پرداخت تسهیلات قرض الحسنه ازدواج

گام بلند در تحکیم بنیان خانواده

بانک کشاورزی از ابتدای سال ۱۴۰۱ تا پایان آذر ماه، نزدیک به ۴۹ هزار میلیارد ریال تسهیلات قرض الحسنه ازدواج به واجدان شرایط پرداخت کرده است. این بانک در راستای تسهیل ازدواج و تحکیم بنیان خانواده در ۹ ماهه ابتدای سال جاری ۴۸ هزار و ۶۳۷ میلیارد ریال تسهیلات قرض الحسنه ازدواج به ۳۵ هزار و ۵۹ نفر از متقاضیان واجد شرایط پرداخت کرده است. در حال حاضر حدود ۱۴ هزار نفر در صف انتظار دریافت تسهیلات قرض الحسنه ازدواج از بانک کشاورزی قرار دارند که بر اساس نوبت و با تخصیص ماهانه اعتبار، پرداخت تسهیلات در حال انجام است.



۴۹,۰۰۰
میلیارد ریال

تسهیلات قرض الحسنه ازدواج بانک
کشاورزی پرداختی ۹ ماهه نخست ۱۴۰۱



۳۵,۰۰۰
نفر

زوج‌های جوان که از تسهیلات قرض الحسنه
ازدواج بانک کشاورزی برخوردار شدند



توسط بانک کشاورزی برای تامین مالی طرح های اشتغالزا جذب شد

۱۰۰ درصد اعتبارات تبصره ۱۸

بانک کشاورزی با جذب ۱۰۰ درصد اعتبار تخصیصی « بند الف تبصره ۱۸ قانون بودجه سال ۱۴۰۰ » به تعهدات خود در زمینه تامین مالی طرح های اشتغالزا در بخش کشاورزی و صنایع وابسته موضوع این قرارداد با وزارت جهاد کشاورزی عمل کرد.

بر اساس این قرارداد مبلغ ۴۳ هزار و ۳۱۳ میلیارد ریال خالص سهم دولت (وزارت جهاد کشاورزی) به انضمام دو برابر این میزان به مبلغ ۸۶ هزار و ۶۲۵ میلیارد ریال سهم بانک از محل منابع داخلی تلفیق و جمعاً ۱۲۹ هزار و ۹۳۸ میلیارد ریال اعتبار در قالب تسهیلات « بند الف تبصره ۱۸ » تا پایان آبان ماه سال ۱۴۰۱ به ۶۵۸۴ نفر معرفی شدگان وزارت جهاد کشاورزی تعهد و پرداخت شده است.

بانک کشاورزی به منظور جذب بهینه اعتبارات تخصیصی دولت در این قرارداد، مبلغ ۷ هزار میلیارد ریال اعتبار مازاد بر تعهدات خود برای حمایت از طرح های اشتغالزا پرداخت کرده است که با احتساب این مبلغ، در مجموع ۱۳۶ هزار و ۹۳۸ میلیارد ریال تسهیلات در قالب این بند از قانون بودجه به کشاورزان، دامداران و صاحبان صنایع پرداخت شده است. تسهیلات تامین مالی طرح های اشتغالزا از محل « بند الف تبصره ۱۸ قانون بودجه سال ۱۴۰۰ » با نرخ سود ۱۰ تا ۱۴ درصد و بازپرداخت یک تا هفت ساله با توجه به نوع طرح پیشنهادی، به معرفی شدگان وزارت جهاد کشاورزی پرداخت شده است.



۱۰۰
درصد

جذب اعتبار تخصیصی «بند الف تبصره ۱۸
قانون بودجه سال ۱۴۰۰»



۱۳۵,۰۰۰
میلیارد ریال

تسهیلات پرداخت شده در قالب «بند الف
تبصره ۱۸» به فعالان بخش کشاورزی



۶,۵۸۴
نفر

فعالان بخش کشاورزی که از تسهیلات
«بند الف تبصره ۱۸» برخوردار شدند



لوح «استاد شهریار» به بانک کشاورزی همدان رسید

مدیریت و شعب بانک کشاورزی استان همدان در ارزیابی ۴ ماهه و در مجموع امتیازات موفق شدند تندیس استاد شهریار را از آن خود کنند. در مراسمی که به پاس قدردانی از زحمات همکاران بانک در استان همدان در مدیریت بانک کشاورزی استان همدان برگزار گردید این لوح به دکتر حیدر نژادیان مدیر شعب بانک در استان و به نمایندگی از کلیه همکاران بانک در همدان اهدا شد.



تاثیرگذار در سیستم بانکی کشور برشمرد. وی با اشاره به تلاش بانک در حوزه تسهیلات مکانیزاسیون و مردمی سازی یارانه‌ها، ضمن برشمردن اهمیت جایگاه مشتری‌مداری در بانک، بر تقویت بخش ارزی استان تاکید کرد.

اهمیت جایگاه ارزشیابی در واحدهای بانک

در ادامه ابوطالبی میرصالح ریاست اداره کل نظارت و امور شعب با برشمردن جایگاه ارزشیابی در واحدهای بانک اعم از مدیریتهای و شعب در قالب نتایج ارزیابی بهبود عملکرد ماهیانه و نتایج و اهداف مترتب بر آن و تاثیر انکارناپذیر عملکرد شعب در این ارزیابی‌ها، این موفقیت را به مجموعه بانک کشاورزی استان همدان تبریک گفت. وی در رابطه با تندیس استاد شهریار که به‌عنوان یک الگو در بانک کشاورزی شناخته می‌شود، گفت: هر استانی که در مجموع عملکرد، امتیاز بالایی داشته باشد به‌عنوان مجموعه شاخص برگزیده می‌شود. استان همدان در ۴ ماهه گذشته، ۲ بار رتبه عالی کسب کرده و ۲ بار قابل قبول بوده است که در یک روند ۴ ماهه رو به پیشرفت معرفی شده است. ابوطالبی با بیان اینکه رقابت برای کسب این عنوان در استان‌ها از اهمیت بالایی برخوردار است، گفت: شعب استان در امتیازات کسب شده در بخش وصول مطالبات ۶۷ درصد امتیاز را دریافت کردند و در بخش مدیریت مالی بالای ۸۰ درصد و در امور مشتریان ۸۷ درصد و در بخش بانکداری الکترونیک ۷۹ درصد امتیاز کسب شده است که کمترین امتیاز مربوط به بخش ارزی با ۵۹ درصد بوده است.

دستاوردی که حاصل تلاش تک تک کارکنان بود

حیدر نژادیان مدیر شعب بانک در استان نیز با تقدیر از زحمات



حاضران در رویداد

در این مراسم آقایان طاهری بروجنی عضو هیات عامل و معاون هیات نظارت و بازرسی بانک، ابوطالبی میرصالح ریاست اداره کل نظارت و امور شعب، حیدر نژادیان مدیر شعب بانک در استان همدان، حیدری مدیر شعب بانک در استان کردستان، پیمانی مدیر کل اقتصاد و دارایی همدان، معاونین و کارشناسان مسئول مدیریت استان و روسای شعب بانک در همدان حضور داشتند.

حفظ موفقیت مهمتر از کسب آن

مهندس طاهری بروجنی عضو هیات عامل بانک با تقدیر از زحمات مدیر و کلیه همکاران بانک در استان، با اشاره به عملکرد برتر استان همدان در ارزیابی بهبود عملکرد کشور در دو ماه متوالی در چهارماهه دوم سال جاری و کسب تندیس استاد شهریار که در مقاطع ۴ ماهه به استان برتر اهدا می‌گردد، حفظ موفقیت را مهمتر از کسب آن دانست و با ابراز امیدواری درخصوص تداوم موفقیت‌های استان همدان در مقاطع آتی، بانک کشاورزی را به‌عنوان یک بانک مرجع و



کشاورزی به عنوان یکی از بانک‌های موفق استان به شمار می‌رود. حسن پیمانی افزود: نوع ارزیابی اداره اقتصاد و دارایی بر اساس نوع پرداخت تسهیلات، نحوه برخورد کارمندان با ارباب رجوع و شاخص‌های دیگر می‌باشد که طبق سنجش‌های انجام شده بانک کشاورزی از بانک‌های موفق استان است که علاوه بر آن در سطح کشوری نیز مورد تقدیر قرار گرفته است.

تقدیر از کارکنان مدیریت و شعب

در پایان این مراسم، تندیس استاد شهریار که پیش از این در اختیار استان بوشهر بود به دکتر حیدر نژادیان مدیر شعب بانک در استان به نمایندگی از مجموعه بانک در استان اهدا گردید. همچنین از آقایان عباسی و برفی شکور بعنوان رئیس شعبه و نماینده شعبه برتر در کشور و همچنین آقایان صحابی نفیسی (رئیس شعبه لالچین)، بلالی (رئیس شعبه شیرین سو)، گودرزی (رئیس شعبه شهرک)، رضایی (مسئول حراست استان)، شمشیری (کارشناس مسئول امور مشتریان)، علی محمد شریفی (کارشناس مسئول وصول مطالبات)، حکیمی نیا (کارشناس مسئول بازرسی و حسابرسی)، صادقی شعار (کارشناس مسئول امور مالی) در مدیریت استان، و آقایان ترکاشوند (از شعبه سامن)، حیدری (شعبه ابوذر نهاوند)، بهرامی (شعبه توپسرکان) و خانم حدادی (شعبه بعثت) تقدیر گردید.

کلیه همکاران ستاد و صف بانک در همدان که به مدد همت و تلاش خود توانسته‌اند موفقیت‌ها را با بهره‌گیری از ظرفیت‌ها و در سایه وفاق و همدلی میسر نمایند، بانک کشاورزی استان همدان را طی سال‌های اخیر در کسب جایگاه‌های مختلف در بخش‌های مختلف عملکردی از تحقق ۶ ساله برنامه ابلاغی تجهیز منابع تا عملکرد جذب برخی تسهیلات مانند مردمی سازی یارانه‌ها، فرزند آوری، بند الف تبصره ۱۸ و سایر بخش‌ها مرهون تلاش مضاعف و همت همکاران استان برشمرد.

هوشنگ حیدر نژادیان با بیان اینکه کسب تندیس شهریار در سطح کشور نشان از تلاش همکاران بانک کشاورزی استان است، گفت: همه همکاران در شعب استان اهتمام جدی به تحقق برنامه‌های تعهدی استان داشته‌اند و تلاش خواهند کرد با حفظ موقعیت موجود و ارتقای شاخص‌ها بهبود عملکرد داشته باشند تا این تندیس ارزشمند در سال‌های متوالی در استان ماندگار باشد. بانک کشاورزی استان در ۱۰ ماهه سال جاری توانسته حدود ۴۲ هزار میلیارد ریال به تعداد ۳ هزار فقره تسهیلات پرداخت کند که در نوع خود ارزشمند است، هم به لحاظ تعداد و هم مبلغ، رشد قابل توجهی داشته است.

بانک کشاورزی از بانک‌های موفق استان است

همچنین مدیر کل امور اقتصاد و دارایی استان بیان کرد: باتوجه به ارزیابی که از بانک‌های استان انجام داده‌ایم، بانک



معرفی دو محصول بانک کشاورزی طی ماه گذشته

بانکداری همسو با نیاز مشتری

بانک کشاورزی طی ماه گذشته دو محصول «تنخواه کارت» و «گام» را عرضه کرد. دو محصول جدید که با شناسایی خواست و نیاز جامعه مشتریان ارائه شده است.



تنخواه کارت بانك كشاورزی

بانك كشاورزی با هدف ارائه خدمات تخصصی در حوزه مدیریت شركت‌ها و سازمان‌های دولتی، خدمت جدیدی با عنوان «تنخواه کارت» را عرضه كرد.

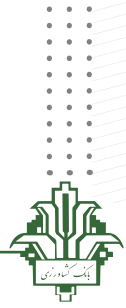
تنخواه‌داری در شركت‌ها از طریق چك و واریز وجه به حساب شخصی تنخواه‌داران، مشکلاتی از قبیل خروج پول از حساب و كنترل شركت و نیز مشکلات مالیاتی برای مسئول تنخواه را به همراه دارد؛ ولی با «تنخواه کارت كشاورزی» شركت/سازمان می‌تواند با افتتاح حساب جاری بدون دسته چك، کارت‌های بانکی به تعداد تنخواه‌داران با قابلیت انجام عملیات بانکی دریافت كند. همچنین شركت/سازمان می‌تواند هر لحظه به صورت آنلاین، ریز تراكنش‌ها را مشاهده و در صورت لزوم، مبلغ موجودی کارت را تغییر دهد.

دارنده «تنخواه کارت» می‌تواند تا سقف موجودی کارت، از طریق پایانه‌های فروشگاهی (POS) طرف قرارداد با شاپرك مستقر در فروشگاه‌ها و مراکز خدماتی و همچنین از طریق تمامی فروشگاه‌های اینترنتی طرف قرارداد با شاپرك، نسبت به خرید کالا و خدمات موردنیاز خود اقدام كند. این کارت‌ها همچنین قابلیت پرداخت قبض، خرید شارژ، مانده‌گیری، صورت‌حساب، انتقال وجه و قابلیت برداشت وجه را دارا هستند.

بانك كشاورزی با هدف رفع موانع پولی، رونق تولید، هدایت منابع مالی به فعالیت‌های مولد اقتصادی و تأمین سرمایه درگردش سالم و پایدار برای واحدهای تولیدی، خدمت گواهی اعتبار مولد «گام» را ارائه می‌كند.

بانك كشاورزی، در اجرای برنامه بانك مرکزی برای تأمین غیرتورمی سرمایه در گردش زنجیره تولید به ویژه برای واحدهای كوچك و متوسط، گواهی اعتبار مولد «گام» را به عنوان یک ابزار بازار محور با قابلیت نقل و انتقال در بازارهای پول و سرمایه ارائه می‌كند. بر اساس این گزارش، استفاده از «گام» تسهیلات جدیدی را برای تأمین اعتبار بنگاه‌های تولیدی فراهم می‌كند که بر اساس آن تولیدکنندگان بر مبنای فاکتور خرید مواد اولیه و واسط، از بانك عامل درخواست انتشار و تضمین گواهی اعتبار مولد گام در سررسید کرده و به بنگاه فروشنده مواد اولیه تحویل می‌دهند. این گزارش می‌افزاید: دارنده «گام» می‌تواند آن را تا زمان سررسید نزد خود نگه دارد یا به فروشنده مواد اولیه خود تحویل دهد و یا این که در بازار سرمایه تنزیل كند. طراحی اوراق گام یکی از برنامه‌های بانك مرکزی با كمك نظام بانکی است که در چارچوب مدیریت نقدینگی، تلاش می‌كند امکان تأمین غیرتورمی سرمایه در گردش زنجیره تولید را به ویژه برای واحدهای كوچك و متوسط فراهم كند.

تولید به «گام» پشت‌گرم می‌شود



خط خبر جهان



پرونده دوم:
بین الملل

پیام مهر در این بخش از مجله، اخبار بانک کشاورزی جهان را مرور کرده و آخرین تجربیات و تحولات همتایان بانک کشاورزی در سراسر جهان را گردآوری کرده و بازتاب می‌دهد.



برنامه پاکستان برای تامین مالی کشاورزان بدون بانک



فین تک متمرکز بر بخش کشاورزی با عنوان +Digitt، مجوز راه اندازی آزمایشی موسسه پول الکترونیکی خود (EMI) را از بانک دولتی پاکستان دریافت کرده است. این موسسه قصد دارد اکوسیستم کشاورزی را دیجیتالی کند و از طریق فن آوری، مشارکت و روابط با شرکت های کشاورزی، به کشاورزان بدون بانک کمک مالی کند.

دیجیت پلاس با استارت آپ های حوزه مالی و فین تک های متمرکز بر بخش کشاورزی شریک شده است تا جایگزینی مبتنی بر بازار بانکداری سنتی ارائه داده و راه حل های تازه برای تامین مالی بخش کشاورزی ارائه دهد. قاسم اخترخان، بنیانگذار و مدیر ارشد استراتژی دیجیت پلاس، در مورد مقیاس و پتانسیل این سرمایه گذاری گفت: ما مشتاقانه منتظر ارائه راه حل های فناوری مالی برای کشاورزان پاکستانی هستیم که بتوانند حساب های بانکی باز کنند و به اعتبار دسترسی پیدا کرده و همچنین خدمات مالی دیجیتال مدرن مانند پرداخت قبوض، تجارت الکترونیک، سرمایه گذاری و انتقال پول دریافت کنند. این تلاش پتانسیل حل مسائل امنیت غذایی، افزایش بازده محصول و بهبود رفاه انسانی در پاکستان را دارد که مستقیماً هزاران کشاورز را تحت تأثیر قرار می دهد. احمد سلیمی، مدیر عامل دیجیت پلاس، بینش بیشتری در مورد اینکه این شرکت چگونه پتانسیل اقتصاد کشاورزی را باز می کند، ارائه کرده و می گوید: ما از فناوری برای توسعه محصولات مالی دیجیتال نوآورانه با تمرکز بر خدمات خرد استفاده می کنیم تا بستری جامع ایجاد کنیم که ارائه این راه حل ها را به طیف گسترده ای از کاربران، نه تنها فرصت تامین مالی به کشاورزان خرد بدهد که بازاری هم برای خرده فروشی بخش کشاورزی فراهم کند.

دیجیت پلاس خاطر نشان می کند که علیرغم سهم حدود ۲۵ درصدی بخش کشاورزی در تولید ناخالص داخلی پاکستان، این بخش به خدمات مالی سیستم بانکی دسترسی مناسبی ندارد.

حمایت مضاعف زراعت بانک از کشاورزان جوان



بانک کشاورزی ترکیه (زراعت بانک) طرحی را برای پرداخت تسهیلات به کشاورزان جوان عرضه کرده است؛ عنوان طرح جدید هم این است: «وام های سرمایه در گردش و سرمایه گذاری برای کشاورزان جوانی که مایل به دنبال رویاهای بزرگتر هستند!»، زراعت بانک تاکید کرده که ما به تولیدکنندگان جوانی که در چارچوب مصوبه هیأت وزیران حق دریافت تسهیلات کم بهره را دارند، امکان استفاده از وام پروژه تا سقف ۳ (سه) برابر مبلغ مصوب را فراهم می کنیم.

وام های سرمایه در گردش و سرمایه گذاری را می توان در زمینه های دامداری، لبنیات، مرغداری و زنبورداری، مزارع سبزی و موز در گلخانه های کنترل شده و پرورش قارچ در دسترس قرار داد. دامنه وام را هم می توان به خرید حیوانات زنده، خرید ماشین آلات و تجهیزات و هزینه های خوراک دام، سموم دفع آفات، کودها، نیروی کار و غیره تعمیم داد. مشروط بر اینکه این هزینه ها و خریدها با ظرفیت تجاری مطابقت داشته باشد.



بانک کشاورزی مصر راه اندازی ۴ شعبه جدید دیجیتال

بانک کشاورزی مصر ABE قصد دارد ۴ شعبه دیجیتال جدید افتتاح کند. علا فاروق، رئیس بانک کشاورزی مصر اخیراً خبر داده که این بانک قصد دارد طی یک ماه آینده چهار شعبه دیجیتال جدید را با همکاری E-Finance افتتاح کند و تعداد شعب الکترونیکی این بانک را به شش شعبه برساند.

مدیرعامل بانک کشاورزی مصر تأکید کرده که گسترش چشمگیر خدمات دیجیتال مستلزم حمایت مستمر و نوسازی زیرساخت‌های فناوریانه بانک است که همین امر باعث می‌شود بانک استراتژی بلندپروازانه‌ای را برای توسعه زیرساخت‌های فناوریانه به منظور همگامی با پیشرفت‌های صنعت بانکداری جهان اجرا کند. این بانک با شتاب در اجرای طرح تحول دیجیتال، دیجیتالی کردن تمامی خدمات خود و دستیابی به اهداف ملی شمول مالی با انتشار سیستم‌های پرداخت الکترونیکی در بخش کشاورزی در حال حرکت است. علاوه بر آن، راه اندازی مجموعه‌ای از محصولات دیجیتال و برنامه‌های کاربردی هوشمند که نیازهای مشتریان خود را برای استفاده از خدمات بانکداری دیجیتال و یافتن کانال‌های پرداخت جایگزین برآورده می‌کند، همواره به روز می‌شود.

بانک کشاورزی مصر عرضه مجموعه‌ای از اپلیکیشن‌های الکترونیکی و خدمات دیجیتالی راه اندازی شده را در برنامه دارد که از جمله آنها می‌توان به مراکز خدمات الکترونیکی، کیف پول الکترونیکی کشاورزی و سامانه وام الکترونیکی برای کشاورزی اشاره کرد.



صندوق مشترک توسعه کشاورزی در بنگلادش ایجاد می‌شود

بانک مرکزی بنگلادش، صندوق مشترک توسعه کشاورزی را برای تقویت پرداخت اعتبار در بخش تولیدات کشاورزی تشکیل داده تاروند پرداخت تسهیلات در بخش کشاورزی را تسریع کرده و همه بانک‌ها را در پرداخت وام‌های کشاورزی دخیل کند.

بر اساس بخشنامه تشکیل این صندوق، بانک‌هایی که نتوانند به اهداف سالانه پرداخت اعتبارات کشاورزی و روستایی خود دست یابند، مبالغ پرداخت نشده را با سود سالانه ۲ درصد در این صندوق واریز می‌کنند که بانک مرکزی به عنوان وام به سایر بانک‌ها برای پرداخت در بخش کشاورزی بر حسب تقاضا توزیع می‌کند.

بر اساس سیاست اعتباری کشاورزی و روستایی بانک بنگلادش، پولی که از این صندوق به بانک‌ها تخصیص داده می‌شود، با بهره ۸ درصد بین کشاورزان توزیع می‌شود. اما بانک‌های مربوطه باید ظرف ۱۸ ماه پس از استقراض، وام را با بهره به بانک مرکزی بازپرداخت کنند.

سیاست‌های بانک مرکزی بنگلادش با هدف توسعه پرداخت تسهیلات و وام‌های کشاورزی طی سال ۲۰۲۲ افزایش ۲۰ درصدی پرداخت تسهیلات در بخش را به دنبال داشته است.



کمک مالی ۶,۴ میلیون دلاری برای توسعه زنجیره ارزش کشاورزی در گامبیا



هیئت مدیره صندوق توسعه آفریقا، کمک مالی ۶/۴ میلیون دلاری به بخش کشاورزی گامبیا را برای اجرای مشارکت ریسک تصویب کرد. این پروژه دسترسی به وام های موسسات مالی را برای ذینفعان زنجیره ارزش کشاورزی افزایش می دهد. منابع را برای ترویج سرمایه گذاری خصوصی در زنجیره ارزش کشاورزی و تغییر پایدار کشاورزی گامبیا بسیج می کند. این پروژه که از سال ۲۰۲۳ تا ۲۰۲۵ اجرا خواهد شد، همچنین دسترسی موسسات مالی به ابزارهای کاهش ریسک را با هدف جذب سرمایه گذاری بیشتر در بخش کشاورزی گسترش می دهد. این مؤسسات دانش خود را در مورد بخش کشاورزی بهبود خواهند بخشید و مهارت های خود را در تجزیه و تحلیل، تأمین مالی و مدیریت پورتفولیو پروژه های کشاورزی تقویت خواهند کرد. علاوه بر این، کارآفرینان زنجیره ارزش کشاورزی مهارت های خود را در مدیریت ریسک مالی و اعتباری و مدیریت ریسک آب و هوا تقویت خواهند کرد.

انتظار می رود این پروژه برای ذینفعان منابع مالی متناسب با نیازهای آنها فراهم کند، بهره‌وری آنها را افزایش داده و انعطاف‌پذیری آنها را در برابر تغییرات آب و هوایی تقویت کند. این امر به نوبه خود باعث رشد کشاورزی، افزایش صادرات و افزایش امنیت غذایی و تغذیه می شود.

همکاری مشترک بانک کشاورزی مالی و کمپانی IBM



بانک کشاورزی مالی Agrobank کمپانی IBM را برای کمک به دیجیتالی کردن عملیات و ارائه خدمات بهتر به جوامع کشاورزی انتخاب کرده و سیستم بانکداری اصلی خود را با سیستم مبتنی بر IBM Power نوسازی می کند. ظرفیت های IBM Power این بانک را قادر می سازد تا ثبات، امنیت و انعطاف پذیری عملیات خود را افزایش دهد.

آگروبانک به عنوان پیشرو در تامین مالی کشاورزی و بانکداری مبتنی بر زنجیره ارزش در مالی، در تلاش برای جلوتر ماندن از منحنی تامین مالی کشاورزی و ارائه بهترین تسهیلات برای مشتریان خود، از فناوری های جدید استقبال می کند. پیاده سازی سیستم جدید به آگروبانک امکان دهد تا ثبات، امنیت، انعطاف پذیری عملیات خود را افزایش داده و ۵۰ درصد از زمان پردازش و مدیریت کل کسب و کار را با موفقیت کاهش دهد. این به نوبه خود، شاهد بهبود رضایت مشتری در سراسر مالی خواهد بود. آگروبانک اعتقاد راسخی به این دارد که چگونه تحول دیجیتال بهره‌وری و کارایی عملیاتی بیشتری را به همراه دارد و در عین حال رضایت مشتری را افزایش می دهد. در حالی که مالی در مسیر بهبودی پس از خسارت های ناشی از همه گیری کووید-۱۹ قرار دارد، این بانک کاملاً متعهد به کمک به بازسازی اقتصاد مالی از طریق طرح های مختلف کارآفرینی در بخش کشاورزی است.



**بانک کشاورزی تایلند با تکیه
بر چه اولویت‌ها و راهبردهایی
کار می‌کند؟**

چشم‌اندازی برای بالندگی روستا و کشاورز



بانک کشاورزی و تعاونی‌های روستایی تایلند برنامه‌های زیادی را برای کمک به کشاورزان زن در مناطق روستایی اجرایی کرده و همچنین طرح‌ها و فعالیت‌های زیادی را برای ظرفیت‌سازی زنان روستایی در توسعه خوداشتغالی و بنگاه‌های کوچک انجام داده است. بانک کشاورزی و تعاونی‌های کشاورزی تایلند یک بانک دولتی است که تحت مقررات دولت در سال ۱۹۶۶ افتتاح شد تا سبب رشد و بالندگی اجتماعی جمعیت روستایی تایلند از طریق ارائه خدمات فنی و مالی شود.



**مدرسه‌های بانکی**

بانک کشاورزی و تعاونی‌های کشاورزی تایلند، سیاست گسترش دانش مالی کارکنان خود را برای انتقال به کشاورزان و خانواده آنها و جوانان در مدرسه‌های بانکی در پیش گرفته است. این سیاست برای ترغیب انضباط مالی و تزریق پول کافی برای تامین سلامت افراد و خانواده آنهاست. همچنین تفاهم‌نامه‌ای را با بانک مرکزی تایلند به امضای رسانده است که طی آن دانش مالی کودکان و جوانان را افزایش دهد.

بانک مطمئن در توسعه روستایی

بانک کشاورزی و تعاونی‌های کشاورزی تایلند به منظور افزایش کیفیت زندگی کشاورزان، مأموریت خود را این‌گونه تعریف می‌کند: «بانکی مطمئن در توسعه روستایی با فناوری مدیریتی نوین و خدمات گسترده به کشاورزان.» حال برای تحقق این چشم‌انداز، بانک کشاورزی و تعاونی‌های کشاورزی تایلند برنامه‌های زیر را در دستور کار خود دارد:

۱. پرداخت گسترده خدمات تسهیلاتی برای افزایش کارایی در چرخه ارزش کشاورزی و پاسخ به نیازهای مشتریان با کارایی و کیفیت

۲. بهینه‌سازی یادگیری مدیریت منابع با هدف تقویت کشاورزان و تشکل‌های مالی و کشاورزی
۳. اداره کردن مدیریت منابع سرمایه در گردش به منظور کفایت در تناسب با مشتریان و عملیات بانک

۴. افزایش استفاده از فناوری روز به منظور بهبود کارایی، مدیریت و خدمات

۵. مقید بودن به «اداره خوب شرکت» و «مسئولیت اجتماعی شرکت» برای رشد پایدار

توسعه جامعه محلی با رویکرد فلسفه خودکفایی اقتصادی

بانک کشاورزی و تعاونی‌های کشاورزی تایلند الگوی توسعه جامعه محلی را با رویکرد تسری فلسفه اقتصاد خودکفایی به کشاورزان مشتری بانک و مردم تایلند فلسفه خودکفایی اقتصادی را به کار گرفته است. هدف بانک کشاورزی و تعاونی‌های کشاورزی تایلند از به‌کارگیری این الگو این است که مردم جوامع محلی بتوانند سطح زندگی بهتری را تجربه کرده و جامعه محلی را تقویت کنند.

اقتصاد خودکفایی فلسفه‌ای بر اساس اصول فرهنگی تایلند است. این اقتصاد روش توسعه بر اساس میان‌روزی، صرفه‌جویی و امنیت اجتماعی است. الگویی که از دانش و اخلاق به‌عنوان الگوی زندگی استفاده می‌کند و می‌گوید اساساً باید قدرت اندیشه و استقامت وجود داشته باشد تا انسان به خوشبختی حقیقی در زندگی دست یابد. فلسفه خودکفایی اقتصادی سه اصل دارد:

۱. **میان‌روزی:** خودکفایی به معنای انجام دادن خیلی کم یا خیلی زیاد چیزی نیست و تولید و مصرف باید در حد متعادل باشد.

۲. **تناسب:** تصمیم‌گیری در تمام مراحل خودکفایی باید منطقی و با ملاحظه تمام عوامل مرتبط باشد. همچنین پیش‌بینی دقیق نتایجی که از یک اقدام انتظار می‌رود باید مد نظر قرار گیرد.

۳. **مدیریت ریسک:** مدیریت ریسک، آمادگی برای رویارویی با حوادث و تغییرات در جنبه‌های گوناگون است.

۶ ستون راهبردهای عملیاتی بانک

بانک کشاورزی و تعاونی‌های کشاورزی تایلند BACC اصل خودکفایی اقتصادی، مدیریت عالی و مسئولیت اجتماعی را در تمامی ارتباطات و مراودات خود در نظر دارد. کسانی عهده‌دار مسئولیت‌ها می‌شوند که در تمامی امور، چشم‌انداز و اهداف بانک را در نظر داشته باشند. توسعه و تبدیل بخش کشاورزی و مناطق روستایی به یک جامعه مبتنی بر دانش، هدف نهایی است. در این رابطه، BAAC مردم روستاها را در دریافت خدمات مالی، توسعه کسب و کار کشاورزی و شبکه‌ای، بازاریابی و آگاهی از ابزار مدیریت ریسک کمک می‌کند. در نتیجه، راهبردهای عملیاتی بر ۶ محور



یا استراتژی استوار است.

۱. حمایت از کمک‌های مالی در زنجیره تولید محصولات کشاورزی

بانک کشاورزی و تعاونی‌های کشاورزی تایلند BACC زنجیره مالی ارزشمندی از ترکیب تمامی افشار جامعه و جنبش‌های تعاونی، جهت ایجاد فرصت‌هایی برای کشاورزان خرد و اختصاص تسهیلات مالی به آنها راه‌اندازی کرده است. همچنین BAAC روستاییان را به مدیریت ریسک‌های موجود در حیطه کشاورزی، زندگی و درآمد تشویق می‌کند. علاوه بر این تلاش‌هایی در زمینه ارائه خدمات مالی پویاتر و رقابتی‌تر به نسبت سایر بانک‌ها به روستاییان شده است.

۲. توسعه دانش برای تقویت قدرت مشتریان

افزایش اطلاعات و دانش کشاورزان و نهادهای کشاورزی به گونه‌ای که آنها عزم راسخ و کافی برای خودکفایی اقتصاد داشته باشند و در به اشتراک گذاشتن دانش و اطلاعات خود و ارتباط با سایر نهادها و جوامع همانند شبکه‌ای متقابل عمل کنند. از اهداف بانک کشاورزی و تعاونی‌های کشاورزی تایلند BACC آموزش کشاورزان است؛ به گونه‌ای که بتوانند فن‌آوری‌های جدید کشاورزی، قدرت چانه‌زنی بیشتر و کسب مهارت در مبادلات محصولات کشاورزی و در نهایت بهبود بهره‌وری را داشته باشند.

۳. مدیریت موثرتر و کاراتر صندوق

از دیگر راهکارها تمرکز روی سپرده است. بانک می‌تواند با تلاش در جهت کسب سپرده‌گذاران جدید، در نظر داشتن بخش‌های دولتی و خصوصی جامعه و برقراری ارتباط تنگاتنگ و راه‌اندازی کمپین تشویق به سپرده‌گذاری و صرفه‌جویی سرمایه یا سپرده خود را افزایش دهد. علاوه بر این «خدمت‌رسانی بی وقفه» و نرخ بهره رقابتی به عموم مردم ارائه می‌شود.

۴. ارائه خدمات مالی جدید

به منظور برآوردن نیازهای متنوع مشتریان و بهبود بهره‌وری کسب و کار می‌توان محصولات و



**۲۰ درصد خارج از بخش**

لایحه سال ۲۰۰۶ به بانک کشاورزی و تعاونی‌های کشاورزی تایلند اجازه داد تا تسهیلات غیربخش کشاورزی هم پرداخت کند که شامل افراد، تعاونی‌ها و سازمان‌هایی از هر نوع فعالیت با هدف شغل‌آفرینی و توسعه روستایی می‌شود، اما به هر حال تسهیلات غیربخش نباید بیش از ۲۰ درصد کل تسهیلات پرداختی باشد.

خدمات متمایزی ارائه داد. به عنوان مثال سیستم بانکی مرکزی (CBS) و طرح «بانک نزدیک‌تر از خانه» که با استفاده از فن‌آوری و اطلاعات جدید آغاز به کار کرده‌اند، از این قبیل خدمات هستند.

۵. تعالی سازمانی

بانک کشاورزی و تعاونی‌های کشاورزی تایلند BACC برای رسیدن به کارایی و اثربخشی بیشتر اصول دولتی و مدیریتی ریسک را در تمام ارکان خود یکپارچه و هماهنگ کرده است. همچنین «برنامه حرفه‌ای جهت تجارت» و «نظریه بازار محور» به روز رسانی شده است. به منظور ارتقاء سطح مهارت و بهره‌وری کارکنان، آکادمی BAAC به عنوان یک مرکز آموزش در خانه افتتاح شده است. علاوه بر این تلاش‌هایی در جهت بهبود موثر روابط عمومی انجام شده است.

۶. تمرکز بر مسئولیت‌های اجتماعی

به منظور ارتقاء مسئولیت اجتماعی (CSR)، تلاش‌هایی در زمینه برقراری ارتباط صوتی با ذینفعان شده است. به منظور معرفی بانک کشاورزی و تعاونی‌های کشاورزی تایلند BACC به عنوان یک بانک سبز، مطابق با معیارهای استاندارد، اصول بانکداری دولتی سبز تنظیم شده است. کارمندان بانک به هوشمند، سالم و خوشحال بودن طبق شعار «Happy ۸» تشویق می‌شوند. در پروژه «Tree Bank»، تاکید بر حفظ محیط زیست کشور مانند جنگل و رودخانه است.

بانک سبز

بانک کشاورزی و تعاونی‌های کشاورزی تایلند به منظور حفظ تعادل بین اقتصاد و تقویت اجتماعی، بانک سبز را به کار گرفته است. بانک سبز، فلسفه خوداتکایی اقتصادی را بر پایه چارچوب‌های زیست‌محیطی پیش می‌برد. اهداف این طرح شامل آگاه‌سازی کشاورزان برای کشت و کار و ملاحظات حفظ محیط‌زیست و آموزش دانش نوین کشاورزی به کشاورزان با محوریت سلامت محیط‌زیست است.

طرح بانک سبز با حمایت از جوامع محلی و ترغیب آنها، توسعه محیط‌زیست را در برنامه داشته و تاکنون موفق شده با همکاری ۵ هزار ۵۰۰ جامعه محلی، بالغ بر ۹ میلیون اصله درخت در سراسر کشور تایلند بکارد. در برنامه توسعه جوامع محلی بانک سبز، عنوان شده است چشم‌انداز طرح بانک سبز همکاری با ۲۰ هزار جامعه محلی در ۵ سال آینده است.

بیش از نیمی از اعضای بانک سبز در جوامع محلی را زنان تشکیل می‌دهند. این اعضا با کمک فرزندان خود از درختان حفاظت کرده و از منافع آن استفاده می‌کنند. بانک سبز طی آموزش به جوامع محلی چهار بهره درختان را برای آنها تبیین کرده که می‌توانند از آن بهره ببرند. چهار منفعت درختکاری برای جوامع محلی شامل موارد زیر است:

۱. چوب کافی برای خانه‌سازی و فروش را فراهم می‌کنند.
۲. سبزی‌ها و میوه‌های کافی را برای زندگی تامین می‌کنند.
۳. درختان انرژی برای سایر مقاصد مرتبط را تامین می‌کنند.
۴. محیط‌زیست مناسب را به وجود می‌آورند.

بانک کشاورزی و تعاونی‌های کشاورزی تایلند همچنین در طرح بانک سبز، حساب پس‌انداز ویژه‌ای را برای مشتریان خود در جوامع محلی که درختکاری می‌کنند، در نظر گرفته است. بانک به این سپرده‌ها سود بالاتری پرداخت می‌کند تا به این وسیله از فعالیت‌های انجام شده برای کاشت درختان در جوامع محلی حمایت کند.



پرونده سوم: استان‌ها

پشتیبان و بسترساز

تشریح و تبیین نقش بانک کشاورزی در توسعه بخش کشاورزی استان قزوین

تنوع اقلیمی زمینه مساعدی برای کشت انواع محصولات گرمسیری و سردسیری در نقاط مختلف استان قزوین را فراهم کرده و این استان را به ظرفیت بالقوه در تولید محصولات کشاورزی و تامین امنیت غذایی بدل کرده است. همجواری و نزدیکی به پایتخت به عنوان بازار مصرفی بزرگ و هابی برای توزیع و صادرات، هم بر مزیت‌های قزوین به عنوان یک قطب تولید محصولات کشاورزی افزوده است. اما بسترساز، توسعه بخش کشاورزی در استان قزوین، حمایت‌های مالی و کارشناسی بانک کشاورزی در این استان بوده که مکمل تلاش‌های کشاورزان و فعالان بخش کشاورزی بوده و برنامه‌های توسعه بخش را به ثمر نشانده است. حال آنکه حمایت‌های بانک کشاورزی چگونه بستر توسعه کشاورزی قزوین را فراهم آورده، موضوع پرونده پیش‌روست.





گذری بر عملکرد مدیریت شعب بانک در استان قزوین

رشد ۹۰ درصدی پرداخت تسهیلات

بانک کشاورزی استان قزوین با داشتن ۳۰ شعبه در استان طی ۸ ماهه نخست سال جاری موفق به تحقق رشد ۹۰ درصدی پرداخت تسهیلات شده که عمده این تسهیلات نیز در بخش کشاورزی پرداخت شده و بستر ساز توسعه بخش بوده است. گزارش حاضر پیرامون عملکرد و دستاوردهای بانک کشاورزی در استان قزوین است.

عملکرد هشت ماه ۱۴۰۱ مدیریت و شعب استان

با توجه به جایگاه برتر استان قزوین در تولید محصولات زراعی و باغی و دام و طیور افزود پرداخت تسهیلات بانکی به بهره‌برداران بخش کشاورزی در راستای ارتقای امنیت غذایی کشور، حفظ و توسعه ظرفیت تولیدی بخش کشاورزی صورت می‌گیرد



بانک کشاورزی استان از ابتدای سال جاری تا پایان آبان ماه سالجاری نیز مبلغ ۱۳۹۵۳ میلیارد ریال تسهیلات به بخش‌های کشاورزی، صنعت و خدمات پرداخت کرده که نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۹۰ درصد در مبلغ تسهیلات و ۲۴ درصد در تعداد تسهیلات رشد داشته است. در سال جاری مبلغ ۳۳۴۷ میلیارد ریال تسهیلات سرمایه در گردش واحدهای دامداری و مرغداری به ۲۲۸۶ واحد تولیدی استان در قالب طرح مردمی سازی یارانه‌ها پرداخت شده است.

همچنین با هدف مکانیزه کردن اراضی تحت کشت کشاورزان در راستای بهبود عملکرد و افزایش درآمد در بخش کشاورزی، بهینه سازی و بروز رسانی ادوات کشاورزی مبلغ ۴۶۴ میلیارد ریال تسهیلات مکانیزاسیون پرداخت شده است. استان قزوین تاکنون نسبت به جذب ۲۶۵۲ میلیارد ریال تسهیلات بند الف تبصره ۱۸ اقدام نموده و مابقی اعتبار نیز حداکثر تا پایان آذرماه سالجاری جذب خواهد شد.

در سالجاری نیز با اجرای دستورالعمل بندخ ماده ۳۳، سود و جرائم تسهیلات بانکی بیش از ۱۸۷۸ نفر از کشاورزان استان با اعتباری بالغ بر ۱۴۴ میلیارد ریال تعیین تکلیف شد. با تلاش مجموعه بانک کشاورزی استان و در راستای کسب رضایتمندی حداکثری گندمکاران و کلزا کاران استان مبلغ پرداخت ۲۰۴۹۲ میلیارد ریال بهای گندم و مبلغ ۱۰۵۷ میلیارد ریال بهای کلزا در کمترین زمان ممکن بابت خرید تضمینی این محصولات استراتژیک به حساب کشاورزان واریز شد.

در سال زراعی ۱۴۰۰-۱۴۰۱ صندوق بیمه بانک کشاورزی استان با تلاش مضاعف همکاران موفق به تحقق بیش از ۱۰۰ درصدی برنامه های ابلاغی گردیده با صدور ۳۰۳۱۶ فقره بیمه نامه نسبت به بیمه ۱۱۵ هزار هکتار محصولات زراعی، ۱۰ هزار هکتار محصولات باغی، ۳۷ میلیون قطعه طیور و ۲۹۳ هزار راس دام و..... اقدام نموده است.

دلایل و عوامل اصلی بهبود عملکرد استان

- معرفی و شناسایی شاخصهای ارزیابی عملکرد برای هر شعبه به صورت تفکیکی، با توجه به عملکرد آن شعبه و مقایسه آن با شعب هم تراز
- تدوین و تهیه برنامه ریزی کامل و جامع برای هر یک از بخشهای مدیریت و تجزیه و تحلیل برنامه ها برای کلیه شعب از طریق برگزاری همایش‌ها و سمینارهای منطقه ای و بررسی هفتگی اجرای برنامه ها
- استفاده حداکثری از ابزارهای موجود علی‌الخصوص در حوزه وصول مطالبات از قبیل بند خ ماده ۳۳، بخشودگی وجه التزام تسهیلات، بند ز تبصره ۲ قانون بودجه و....
- جزء به جزء کردن اهداف بانک در شعب و واگذاری آن به هر یک از

در سال زراعی ۱۴۰۰-۱۴۰۱
صندوق بیمه
بانک کشاورزی
استان با تلاش
مضاعف همکاران
موفق به تحقق بیش
از ۱۰۰ درصدی برنامه
های ابلاغی گردیده
با صدور ۳۰۳۱۶ فقره
بیمه نامه نسبت به
بیمه ۱۱۵ هزار هکتار
محصولات زراعی، ۱۰
هزار هکتار محصولات
باغی، ۳۷ میلیون
قطعه طیور و ۲۹۳
هزار راس دام
و..... اقدام نموده
است



همکاران شعبه

- کاهش هزینه‌های اداری و کنترل بودجه استان
- کنترل و نظارت مستمر کاهش بهای تمام شده پول از طریق نظارت و کاهش هزینه‌های غیر بهره‌ای و افزایش سهم منابع ارزان قیمت در پرتفوی منابع استان
- کنترل و مدیریت منابع و مصارف استان در هشت ماهه سال جاری و کسب رتبه ۵ کشور
- کنترل سطح مطلوب ضریب خود اتکایی مالی استان
- افزایش سهم درآمدهای غیر مشاع استان و کسب رتبه ۳ کشور در پی تمرکز بر تعیین تکلیف و فروش اموال تملیکی و افزایش درآمدهای کارمزدی
- ارسال تحلیل عملکرد شعب به صورت گزارش در تمام سطوح عملکرد و مقایسه آن با عملکرد پایان سال
- پیگیر مستمر استفاده از بازار داخلی در سطح شعب و تعادل منابع و مصارف بصورت موقت از طریق بازارهای داخلی در راستای کاهش هزینه‌های تامین مالی

برقراری رابطه اثر بخش ستاد با کارکنان و مشتریان

- کارکنان مهمترین سرمایه‌های سازمان هستند و عملکرد سازمان به عملکرد آنها وابسته است و دستیابی به عملکرد بالای نیروی انسانی نیازمند برقراری ارتباط موثر و خوب بین مدیران و کارمندان برای جلب رضایت و بهبود عملکرد آنان است
- جایگاه هر کارمند و برنامه‌های بانک و نقش او در تحقق برنامه‌های بانک و استان کاملاً مشخص شده است
 - کلیه کارمندان در تصمیمی‌گیریها و مسائلی که مرتبط با ارتقاء پست سازمانی و سرونوشت و آینده شغلی آنها می‌باشد مشارکت داده می‌شوند.
 - کمک، مساعدت و تعاملات اثر گذار با کارمندان در هنگام مواجهه با مشکلات شخصی
 - مشارکت کارمندان در تدوین برنامه‌های استان
 - حضور مستمر مدیر و معاونین استان در شعب و ارتباط مستقیم با کارمندان

کارکنان مهمترین سرمایه‌های سازمان هستند و عملکرد سازمان به عملکرد آنها وابسته است و دستیابی به عملکرد بالای نیروی انسانی نیازمند برقراری ارتباط موثر و خوب بین مدیران و کارمندان برای جلب رضایت و بهبود عملکرد آنان است



- ایجاد انگیزه های مادی و معنوی بین همکاران در بازه های زمانی مختلف به عنوان پارامتر با اهمیت برای رسیدن به اهداف از پیش تعیین شده
- تبادل اطلاعات حضوری با مشتریان به منظور ایجاد تعامل سازنده و ایجاد اعتماد و حس وفاداری
- نهایت استفاده از سامانه CRM از طریق ثبت کلیه مذاکرات با مشتریان در سامانه توسط مدیریت و شعب و پیگیری نحوه ارتباط با مشتریان صرفاً «اعتباری بصورت ماهیانه و بررسی و ارسال گزارش تکمیلی عملکرد به شعب استان
- باتوجه عملکرد فوق الذکر استان قزوین همواره جز ۳ استان برتر کشور در زمینه مدیریت ارتباط با کارکنان (ERM) بوده است

توصیه‌های به همکاران شعب به منظور بهبود عملکرد

- از آنجاییکه لازمه رسیدن به نتیجه مطلوب در هر پروژه، شناخت کافی همکاران از نحوه اجرا و ارزیابی آن طرح می باشد ضرورت دارد جلسات و دوره های آموزشی منظم در محل مدیریت و یا حتی در محل شعب برگزار شود با تاکید بر موارد ذیل:
- تمرکز بر افزایش مانده حساب جاری مشتریان بعنوان یکی از شاخص تاثیر گذار در تمامی شاخصهای امور مشتریان
 - عدم استفاده شعب از حساب مرکز جهت پرداخت تسهیلات در راستای حفظ سطح مطلوب ضریب خودتکایی مالی
 - تمرکز بر تعیین و تکلیف مانده اموال تملیکی
 - استفاده از بازار داخلی در سطح شعب در راستای کاهش هزینه های تامین مالی
 - اولویت قرار دادن تجهیز منابع و افزایش درآمدهای مشاع و غیر مشاع با استفاده از فروش خدمات بانکی
 - وصول مطالبات حداکثری با استفاده از تمامی ابزارهای موجود

جمع بندی برنامه های استان تا پایان سال

امسال با الهام از شعار ملی « تولید، دانش بنیان و اشتغال آفرین» حمایت همه جانبه از تولیدات کشاورزی را سرلوحه برنامه های خود قرار داده و تا این تاریخ توانسته ایم تا حدود زیادی به آن جامه عمل پوشانده و عملکرد موفق داشته باشیم و انشاله با کنترل و نظارت مستمر با توجه به اهداف تعیین شده و برنامه ریزی صورت گرفته بتوانیم تا پایان سال کلیه برنامه های بانک را تحقق ببخشیم.

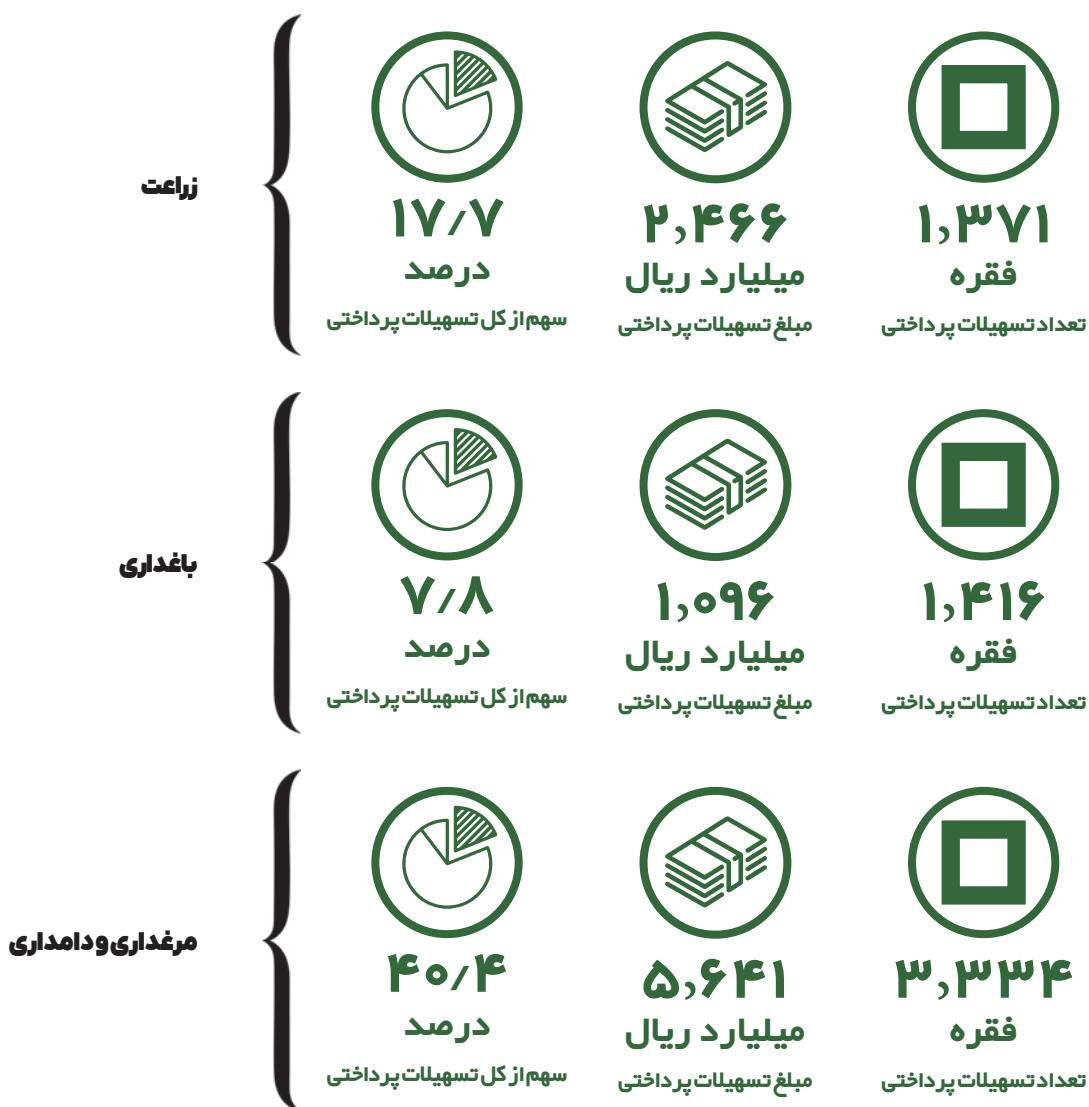
امسال با الهام از شعار ملی « تولید، دانش بنیان و اشتغال آفرین» حمایت همه جانبه از تولیدات کشاورزی را سرلوحه برنامه های خود قرار داده و تا این تاریخ توانسته ایم تا حدود زیادی به آن جامه عمل پوشانده و عملکرد موفق داشته باشیم و انشاله با کنترل و نظارت مستمر با توجه به اهداف تعیین شده و برنامه ریزی صورت گرفته بتوانیم تا پایان سال کلیه برنامه های بانک را تحقق ببخشیم



تسهیلات بانک کشاورزی قزوین در کدام زیربخش‌ها پرداخت شد؟

توسعه کشاورزی استان با حمایت همه جانبه بانک

عمده منابع و تسهیلات بانک کشاورزی طی سال ۱۴۰۱ در زیربخش‌های کشاورزی پرداخت شده است که جزئیات بیشتر در گراف‌های پیش‌رو گرد آمده است.

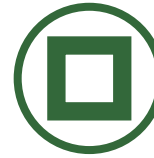




شيلات و آبريان

۵/۲
درصد

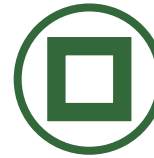
سهم از کل تسهیلات پرداختی

۲۱
میلیارد ریال
مبلغ تسهیلات پرداختی۱۴
فقره
تعداد تسهیلات پرداختی

قالی بافی و صنایع دستی

۵/۱
درصد

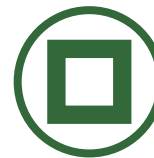
سهم از کل تسهیلات پرداختی

۸
میلیارد ریال
مبلغ تسهیلات پرداختی۱۱
فقره
تعداد تسهیلات پرداختی

صنایع تبدیلی و خدمات کشاورزی

۱۸/۲
درصد

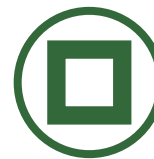
سهم از کل تسهیلات پرداختی

۲,۵۴۱
میلیارد ریال
مبلغ تسهیلات پرداختی۱,۵۰۴
فقره
تعداد تسهیلات پرداختی

قرض الحسنه از دواج

۶/۱
درصد

سهم از کل تسهیلات پرداختی

۸۵۹
میلیارد ریال
مبلغ تسهیلات پرداختی۶۶۷
فقره
تعداد تسهیلات پرداختی



شرکت مرغک

شرکت مرغک تولید کننده مرغ تخمگذار، جوجه مادر تخمگذار و جوجه‌ی تخمگذار تجارتي از طرح‌های شاخص بخش کشاورزي استان قزوین در شهرستان آبیگ است که با حمایت مالی بانک کشاورزي به بهره‌برداری رسیده است.



اشتغالزایی:

۹۵
نفر



تسهيلات پرداختی بانک کشاورزي:

۱۲۵ میلیارد ریال سرمایه‌ای
۱۰۰ میلیارد ریال سرمایه در گردش



میزان کل سرمایه‌گذاری:

۲۱۰
میلیارد ریال



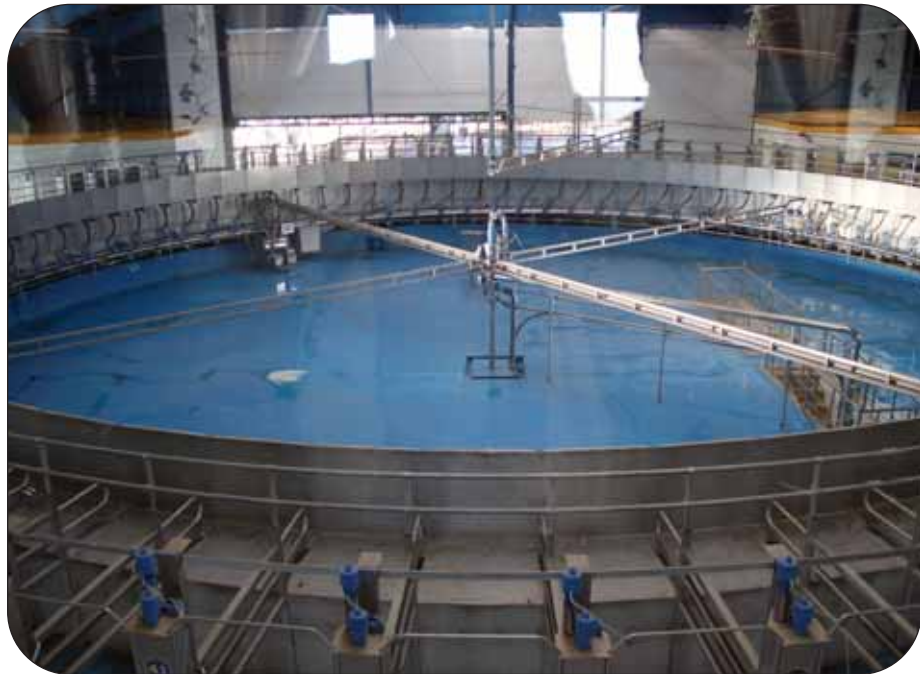
ظرفیت تولید در سال:

۴۰,۰۰۰,۰۰۰
قطعه



زیربنای طرح:

۲۰,۰۰۰
متر مربع



شرکت گشت و صنعت آوین دشت

شرکت گشت و صنعت آوین دشت تولید کننده شیر و گوشت با نصب و راه‌اندازی بزرگترین دستگاه شیردوشی روتاری خاورمیانه از طرح‌های شاخص بخش کشاورزی استان قزوین شهرستان تاکستان است که با حمایت مالی بانک کشاورزی به بهره‌برداری رسیده است.



اشتغالزایی:

۲۵۰
نفر



تسهیلات پرداختی بانک کشاورزی:

۳۶۷ میلیارد ریال سرمایه‌ای
۴۰۳ میلیارد ریال سرمایه در گردش



ظرفیت طرح:

۳ هزار راس مولد
۶ هزار راس کل‌گله



ظرفیت تولید در روز:

۱۲۸
تن شیر



زیربنای طرح:

۸۲
هکتار



گفت‌وگو با رئیس شعبه تاکستان استان قزوین

رتبه ۱۹ ام در کل شعب بانک را کسب کردیم

روند روبه رشد و عملکرد مطلوب شعبه تاکستان سبب شده در بررسی عملکرد شعب، رتبه ۱۱۹ ام در میان تمامی شعب بانک در کل کشور را کسب کند. پیرامون عملکرد شعبه با حسن کوچک‌خانی، رئیس شعبه به گفت‌وگو نشستیم که حاصل آن را در ادامه می‌خوانید.

حسن کوچک‌خانی، استخدامی سال ۱۳۷۷ دارای مدرک تحصیلی کارشناس ارشد مدیریت بازاریابی است که از بدو استخدام در شعب خرم‌دشت (کارمند)، آوج (ارزیاب و مسئول اعتبارات)، خرم‌دشت (رئیس شعبه از سال ۱۳۸۴)، آبگرم (رئیس شعبه)، ضیاءآباد (رئیس شعبه) بوده و از آذرماه سال ۱۳۹۶ تاکنون مسئولیت شعبه تاکستان را بر عهده دارد.

برای شروع بپردازیم به معرفی شعبه و ترکیب مشتریان؟

بانک کشاورزی شعبه تاکستان در شهر تاکستان نبش چهارراه غفاری در موقعیت مناسب شهر واقع شده است. عمده جامعه هدف شعبه همانگونه که از اسم شهر پیداست باغداران (تاقداران) هستند که اکثریت مردم به شغل باغداری با محصول عمده تولید انگور مشغول به کار هستند و در کنار آن مرغداران، دامداران و شرکتهای بسته‌بندی وابسته به محصولات کشاورزی و همچنین کسبه هستند.

به صورت موجز و کوتاه گزارشی از عملکرد شعبه طی بازه زمانی که مسئولیت شعبه تاکستان را برعهده دارید، ارائه دهید؟

شعبه تاکستان از سال ۹۷ تاکنون در بخش تجهیز منابع با رشد بیش از ۵۱۰ درصدی از ۷۰۰ میلیارد به ۳۶۰۰ میلیارد ریال در حال حاضر رسیده که با توجه به ابلاغ ۹۰۰ میلیاردی تعهدات سال جاری میانگین در هشت ماه سال جاری بیش از ۱۱۵ درصد تعهدات تحقق پیدا کرده است. در بخش بانکداری الکترونیک نیز عملکرد خوبی داشته و در سال گذشته رتبه اول استان در صدور انواع کارت های فعال بانکی و رتبه ۲۲ کشوری را کسب نموده



است و در بخش پرداخت تسهیلات و وصول مطالبات نیز در پایان آذر در رتبه اول استان از نظر وصول نقدی و کاهش مطالبات را به خود اختصاص داده و با داشتن ۳۲۳۴ میلیارد ریال مانده کل تسهیلات، ریسک اعتباری شعبه زیر ۱/۵ (یک ونیم) در صد است. در عین حال بر اساس نتایج ارزیابی عملکرد شعب از طریق اداره کل نظارت در ماههای شهریور و مهر سال جاری در بین شعب سراسر کشور رتبه ۱۹ و در گروه شعبات اصلی مرکزی رتبه ۸ کشوری را در طبقه عالی کسب کرده است.

دلایل این سیر صعودی و موفقیت‌های شعبه را چه علل و مواردی می‌دانید؟

بدون شک دوام، ادامه کار و موفقیت هر سازمان وابسته به نیروی انسانی آن است و ما خدا را شاکریم که اکثر همکاران ما دارای تعصب سازمانی بوده و هدف آنها پیشرفت و سربلندی بانک است و در این خصوص از هیچ کوشش و تلاشی دریغ نمی‌کنند. همچنین با توجه به خط مشی سالانه و برنامه و تعهداتی که در شروع سال برای شعب تدوین و ابلاغ، شعبه آن را در دستور کار قرار می‌دهد و سپس با توجه به توانمندی و علایق همکاران با صدور احکام جداگانه داخلی برای همکاران، وظایف و مسئولیت مشخص می‌گردد و همکاران براساس شرح وظیفه نسبت به ارائه عملکرد هفتگی و ماهانه می‌نمایند که با بررسی عملکرد همکاران پیش‌زمینه جهت اختصاص پاداشهای موردی، اضافه کار و ارزشیابی شده و موجب بهبود عملکرد بیشتر همکاران می‌گردد. در عین حال تعامل و همکاری لازم با تعاونی‌های بخش کشاورزی و وفای به عهد، احترام به مشتری از دیگر دلایل موفقیت شعبه بوده است.

برنامه‌های شعبه تا پایان سال چگونه ترسیم شده است؟

تلاش در ارتقای سطح عملکردی در تمام زمینه‌ها از جمله افزایش میزان بهره‌وری که یکی از مهمترین شاخصهای در حال حاضر بانک بوده و از طرفی سوق دادن حسابهای گران‌قیمت به حسابهای ارزان قیمت و حفظ و ارتقای رتبه عملکردی در ارزیابی‌ها و در نهایت کسب رتبه ممتازی برای شعبه از جمله برنامه‌های شعبه است.

و به عنوان پرسش پایانی آیا می‌توانید خاطره از تعامل با مشتری مداری برای خوانندگان مجله نقل کنید؟

اوایل ماه‌های شروع به کارم سال ۹۶ در شعبه تاکستان بود که یکی از مشتریان با کم‌حوصلگی به اتاق بنده آمد و اظهار داشت که بدهکارم ملک بنده را بفروشید و بدهی خودتان را بردارید، چرا پیامک می‌فرستید؟ وقتی اطلاعات وی را در مهرگستر بررسی کردم متوجه شدم ایشان از مرغداران شهر و دارای بدهی معوقه نزد شعبه بوده و برای پرونده ایشان درخواست صدور اجرائیه گردیده است. بنده از ایشان خواستم که پرونده را بررسی و نتیجه را به ایشان اعلام کنم. موضوع را با همکاران اعتبارات و وصول و کارشناس شعبه در میان گذاشتیم و تصمیم بر این شد که بدهی ایشان را تقسط نماییم و سپس با مذاکره‌ای که با ایشان در چندین مرحله صورت گرفت، نهایتاً پرونده تعیین تکلیف و وصول گردید و در حال حاضر نیز ایشان یکی از مشتریان فعال شعبه است.



از مدیریت‌ها و شعب بانک کشاورزی چه خبر؟

در گوشه گوشه ایران هر جا که مزرعه‌ای محصول بدهد، باغی به بار بنشیند، چرخ‌های کارخانه برای تولید صنایع غذایی به حرکت درآید، بانک کشاورزی نقش و سهمی در آن داشته است. دستاوردی که حاصل تلاش و همراهی کارکنان بانک در جای‌جای ایران است. در ادامه بررسی هر چند کوتاه از این تلاش‌ها را در مدیریت‌ها و شعب بانک عرضه می‌کنیم.

بخش اول: رتبه‌های برتر

صدر نشینی اصفهان در مدیریت اعتبارات

در ارزیابی عملکرد آبان ماه مدیریت‌های بانک کشاورزی، مدیریت شعب بانک کشاورزی استان اصفهان در محور مدیریت اعتبارات برای پنجمین بار از ابتدای سال جاری موفق به کسب جایگاه اول شد. مدیریت شعب بانک کشاورزی استان اصفهان در محور مدیریت اعتبارات برای پنجمین ماه متمادی موفق شد جایگاه اول کشور را حفظ کرده و در گروه عملکرد عالی قرار بگیرد.

رتبه اول استان بوشهر در عملیات ارزی

بانک کشاورزی استان بوشهر برای پنجمین ماه متوالی، در آبان ماه در محور عملیات ارزی رتبه یک کشوری را کسب کرد. بر اساس نتایج ارزیابی عملکرد مدیریت‌ها در پایان آبان‌ماه، مدیریت استان بوشهر در محور عملیات ارزی با کسب ۹۶/۵ امتیاز از ۱۰۰ امتیاز این محور، رتبه یک کشوری را کسب کرد و در طیف عملکردی عالی قرار گرفت.

رتبه برتر مدیریت کرمان در فاکتور تجهیز منابع

مدیریت شعب بانک کشاورزی استان کرمان تا پایان ۲۸ آذر ماه سال ۱۴۰۱، رتبه نخست کشوری را از حیث تجهیز منابع در بین مدیریت‌های کشور کسب کرد. مدیریت کرمان بارشد ۳۳ هزارمیلیارد ریال منابع نسبت به پایان سال قبل و تحقق ۱۷۱ درصدی برنامه تاتاریخ ۲۸ آذرماه، رتبه اول کشوری را در بین تمامی مدیریت‌ها کسب کرد.

رتبه اول کشوری هرمزگان در حوزه مدیریت مالی

مدیریت شعب بانک کشاورزی استان هرمزگان در پایان آبان ماه سال جاری موفق به کسب مقام اول کشور در حوزه مدیریت مالی شد. بر اساس نتایج ارزیابی و بهبود عملکرد استان‌ها در پایان آبان ماه سال ۱۴۰۱، استان هرمزگان با امتیاز ۲۰۷ از ۲۴۰ امتیاز مقام اول کشور را در حوزه مدیریت مالی کسب کرد.



رتبه نخست کشوری سودآوری هرمزگان

مدیریت شعب بانک کشاورزی استان هرمزگان، در پایان آبان ماه سال ۱۴۰۱، رتبه نخست کشوری را در شاخص سودآوری در بین مدیریت‌های کشورهای کسب کرد. بر اساس نتایج ارزیابی عملکرد ماهانه مدیریت‌ها در پایان آبان ماه ۱۴۰۱، این مدیریت با ۴،۳۵۲ میلیارد ریال سودآوری، رتبه نخست کشوری را در این شاخص، از آن خود کرد.

رتبه نخست هرمزگان در درصد سهم درآمدهای غیر مشاع

مدیریت شعب بانک کشاورزی استان هرمزگان، در پایان آبان ماه سال ۱۴۰۱، رتبه نخست کشوری را در درصد سهم درآمدهای غیر مشاع از کل درآمدها را در بین مدیریت‌های کشورهای کسب کرد. بر اساس نتایج ارزیابی عملکرد ماهانه مدیریت‌ها در پایان آبان ماه ۱۴۰۱، این مدیریت با کسب ۵۱ درصد بالاترین ترین درصد سهم درآمدهای غیر مشاع از کل درآمدها، رتبه نخست کشوری را از آن خود کرد.

رتبه اول کشوری خراسان جنوبی در درصد سرویس دهی دستگاه‌های خودپرداز

مدیریت شعب بانک کشاورزی استان خراسان جنوبی در پایان آبان ماه سال جاری موفق به کسب مقام اول کشور در درصد سرویس دهی دستگاه‌های خودپرداز شد. بر اساس نتایج ارزیابی و بررسی عملکرد استان‌ها در پایان آبان ماه سال ۱۴۰۱، استان خراسان جنوبی با امتیاز ۴ و مقدار عملکرد ۹۶/۸، مقام اول کشور را در درصد سرویس دهی دستگاه‌های خودپرداز کسب کرد.

رتبه دوم خراسان جنوبی در درصد تحقق برنامه املاک تملیکی

مدیریت شعب بانک کشاورزی استان خراسان جنوبی در پایان آبان ماه سال جاری موفق به کسب مقام دوم کشور در درصد تحقق برنامه املاک تملیکی شد. بر اساس نتایج ارزیابی و بررسی عملکرد استان‌ها در پایان آبان ماه سال ۱۴۰۱، استان خراسان جنوبی با امتیاز ۴۰ و مقدار عملکرد ۱۰۰، مقام دوم کشور را در درصد تحقق برنامه املاک تملیکی کسب کرد.

رتبه دوم سیستان و بلوچستان در درصد سهم درآمدهای غیرمشاع

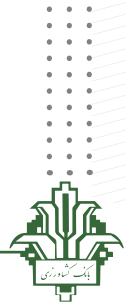
مدیریت شعب بانک کشاورزی استان سیستان و بلوچستان، در پایان آبان ماه ۱۴۰۱ رتبه دوم درصد سهم درآمد‌های غیرمشاع را در بین مدیریت‌های کشورهای کسب کرد. این مدیریت در پایان آبان ماه ۱۴۰۱، در شاخص درصد سهم درآمدهای غیرمشاع، جایگاه دوم کشور را به خود اختصاص داد.

رتبه دوم سیستان و بلوچستان در شاخص قیمت تمام شده پول

مدیریت شعب استان سیستان و بلوچستان، در پایان آبان ماه سال جاری، رتبه نخست کشوری، شاخص قیمت تمام شده پول، را در بین مدیریت‌های کشورهای کسب کرد. بر اساس نتایج ارزیابی عملکرد ماهانه مدیریت‌ها تا پایان آبان ماه ۱۴۰۱، این مدیریت با پایین‌ترین میزان قیمت تمام شده پول، رتبه نخست کشوری را در این شاخص، از آن خود کرد.

رتبه نخست اردبیل در زمینه تجهیز منابع

شعب بانک کشاورزی استان اردبیل موفق شده است تا پایان نیمه اول آذرماه ۱۴۰۱، با تحقق ۱۴۲



درصدی تحقق منابع رتبه نخست را در بین مدیریت‌ها به خود اختصاص دهد. مدیریت این استان توانسته در زمینه تجهیز منابع رتبه‌های برتر و نخست را در سال جاری به خود اختصاص دهد.

رتبه دوم خراسان رضوی در خدمات بانکداری الکترونیک

مدیریت شعب بانک کشاورزی استان خراسان رضوی در پایان آبان ماه سال جاری موفق به کسب مقام دوم کشور در خدمات بانکداری الکترونیک شد. براساس نتایج ارزیابی و بررسی عملکرد استان‌ها در پایان آبان ماه سال ۱۴۰۱، استان خراسان رضوی مقام دوم کشور را در خدمات بانکداری الکترونیک کسب کرد.

بخش دوم: رویدادها



رئیس کمیسیون کشاورزی مجلس شورای اسلامی:

بانک کشاورزی، خط مقدم بخش کشاورزی است

محمد جواد عسکری نماینده مردم داراب و زرین دشت و رئیس کمیسیون کشاورزی مجلس شورای اسلامی، بانک کشاورزی را خط مقدم بخش کشاورزی دانست و بر لزوم توجه ویژه دولت به این بانک تاکید کرد. عسکری در همایش روسای شعب بانک کشاورزی استان فارس که با حضور فرشید فرخ نژاد مدیرعامل این بانک برگزار شد، با بیان این مطلب افزود: برای حمایت اعتباری از بانک کشاورزی، در بودجه سال ۱۴۰۲ و در برنامه هفتم توسعه، پیگیری‌ها و رایزنی‌هایی انجام شده است.

وی با اشاره به اهمیت و حساسیت موضوع امنیت غذایی و نقش مهم تولید غذای سالم، مطلوب و با کیفیت در تمام حوزه‌ها از جمله کاهش هزینه‌های بهداشت، درمان و بیمه‌های درمانی، بر نقش کلیدی بخش کشاورزی و بانک کشاورزی در تحکیم پایه‌های امنیت غذایی کشور تاکید کرد و گفت: در این راستا باید به بانک کشاورزی نگاه ویژه داشت، با برنامه و در قالب نقشه راه حرکت کرد، از تمام ظرفیت‌های بخش کشاورزی و بانک کشاورزی استفاده و زیرساخت‌ها و سازوکارها را تقویت کرد.

عسکری ضمن قدردانی از بانک کشاورزی برای تحقق ۱۰۰ درصد تعهدات و تکالیف خود در حوزه کشاورزی، اظهار امیدواری کرد سایر بانک‌ها در شبکه بانکی کشور نیز به تکالیف و

تعهدات خود در زمینه تأمین مالی بخش کشاورزی عمل کنند. وی تصریح کرد: بخش کشاورزی با داشتن حدود ۴ میلیون نفر بهره‌بردار، بزرگترین بخش خصوصی کشور است. بیش از ۳ برابر بخش صنعت بازدهی دارد، حدود ۳۵ درصد اشتغال کشور مربوط به این بخش است و ظرفیت و قابلیت بسیار بالایی برای ارزآوری و شکوفایی اقتصادی کشور دارد. در مجلس شورای اسلامی در زمینه امنیت غذایی و رفع موانع تولید، طرحی متشکل از ۱۵ ماده و ۲۸ اصل تدوین شده که طی آن برای اولین بار نظرات همه فعالان حوزه کشاورزی با موفقیت جمع آوری و برای رفع کاستی‌ها و نارسایی‌ها و ارائه راهکارهای مناسب استفاده شده است. همچنین دستگاه‌های متولی مکلف به همکاری شده‌اند و برای نخستین بار در کشور تشکیل شورای قیمت‌گذاری به تصویب رسیده است.

نماینده مردم داراب و زرین دشت در بخش پایانی سخنان خود، با اشاره به تنوع اقلیمی و ظرفیت‌های بالای استان فارس در بخش کشاورزی، ضمن قدردانی از خدمات و تلاش‌های بانک کشاورزی، خواستار حمایت و توجه بیشتر به استان فارس و بهره‌برداران بخش کشاورزی استان شد.



دیدار صمیمی رییس هیأت مدیره بانک با کارکنان شعب شهر مشهد

وهب متقی نیا رییس هیأت مدیره بانک، از شعب ابوطالب و گوهرشاد در مدیریت استان خراسان رضوی بازدید و با کارکنان و مشتریان این شعب دیدار و گفت و گو کرد. متقی‌نیا در بازدید از این شعب، شاخص‌های بانکی، پرداخت تسهیلات، سپرده‌گذاری‌ها و وضعیت منابع مالی این شعب را بررسی و رهنمودهای لازم برای افزایش حجم تأمین مالی و استفاده حداکثری از ظرفیت‌های موجود برای رشد منابع را ارائه کرد.

وی در گفت و گو با کارکنان شعب در جریان استقبال، رضایت و بازخورد مثبت مشتریان از اجرای طرح چکاوک و ثبت چک در سامانه صیاد بانک کشاورزی قرار گرفت و بر افزایش ضریب استفاده از همراه بانک و سامانه پل (پرداخت لحظه‌ای) تأکید کرد. بررسی ظرفیت و وضعیت نیروی انسانی شعب نظیر سوابق کاری، وضعیت قراردادی، حقوقی و معیشتی کارکنان شعب از دیگر برنامه‌های این بازدید بود.



حضور عضو هیات مدیره بانک در استان خراسان جنوبی

به دنبال حضور ریاست محترم جمهوری، وزرا و معاونان کابینه دولت سیزدهم به استان خراسان جنوبی در تاریخ ۱۷ آذر ماه، محسن صفدری، عضو هیات مدیره بانک کشاورزی به خراسان جنوبی سفر کرد. عضو هیات مدیره بانک کشاورزی به منظور شرکت در جلسه نشست با فعالان اقتصادی در منطقه ویژه اقتصادی استان که به ریاست رییس جمهور برگزار شده بود، در بیرجند حضور یافت.

در این جلسه استاندار، جمعی از مقامات کشوری و لشکری، مدیران دستگاه‌های اجرایی و فعالان اقتصادی استان حضور داشتند و در ارتباط با فرصت‌ها و پتانسیل‌های استان برای ایجاد رونق اقتصادی و راهکارهای مربوطه تبادل نظر شد.



سفر معاون ارزی بانک به استان البرز

شهرزاد مشیری معاون ارزی بانک با هدف بررسی راهکارهای توسعه خدمات ارزی با برخی از تولیدکنندگان استان البرز دیدار و گفت‌وگو کرد. مشیری در این بازدید که ۲۹ آذرماه برگزار شد، ضمن دیدار با مدیران دو شرکت صنعت آفرین ماهان و مهگل، درباره راهکارهای ارائه خدمات ارزی با این دو شرکت گفت و گو کرد. این دو شرکت که در زمینه ی تولید کاتالیست خودرو و کره و روغن خوراکی فعالیت می‌کنند از مشتریان ارزی بانک هستند که نقش مهمی در تولید و اشتغال کشور دارند.

حضور در شعب ارزی میدان توحید کرج وهشتگرد از دیگر برنامه های سفر معاون ارزی بانک

به استان البرز بود. محمد شریفیان رییس اداره کل عملیات ارزی بانک، منوچهر رافعی مدیر استان و علیرضا ولیان‌فر معاون امور مشتریان استان البرز در این بازدیدها، مشیری را همراهی می‌کردند.



قدرانی از عملکرد مدیریت شعب بانک کشاورزی در استان

سید محمدرضا سیدحسینی، ریاست سازمان جهاد کشاورزی استان سیستان و بلوچستان، از عملکرد مدیریت شعب بانک کشاورزی استان سیستان و بلوچستان قدرانی کرد. در حاشیه نشست ستاد صندوق بیمه محصولات کشاورزی استان، مهندس سیدحسینی، با اهدای لوح به مدیر شعب و معاون خدمات بیمه ای استان از عملکرد مطلوب بانک کشاورزی در زمینه ارائه خدمت صادقانه و خالصانه برای تحقق اهداف توسعه ای و نهادینه شدن فرهنگ بیمه در جامعه کشاورزی استان، قدرانی کرد.

سفر معاون نظارت مدیرعامل بانک به استان کرمان

علیرضا طاهری بروجنی معاون نظارت مدیرعامل بانک با هدف شرکت در شورای گفتگوی استان کرمان و دیدار با همکاران به این استان سفر کرد. طاهری بروجنی در بدو ورود به کرمان به شهرستان سیرجان عزیمت و ضمن دیدار با همکاران شعب شهر سیرجان با خانواده همکار فقیید عباسلو (مدیر اسبق استان یزد) دیدار کرد. شرکت در جلسه شورای گفتگوی استانی و همایش روسای شعب از دیگر برنامه‌های معاون مدیرعامل بانک در روز دوم سفر به استان کرمان بود.

طاهری بروجنی در جمع روسای شعب با بیان اینکه نیروی انسانی مشتریان اصلی و پایدار بانک محسوب می‌گردند، تاکید کرد رضایتمندی پرسنل اصلی‌ترین و نخستین اولویت مدیران عالی بانک بوده و این رضایتمندی نقش بسزایی در تحقق اهداف بانک ایفا خواهد کرد.



افتتاح ساختمان جدید شعبه رودان

ساختمان جدید شعبه شهرستان رودان در راستای سیاست نوسازی و بهسازی شعب بانک کشاورزی در استان هرمزگان با حضور پرویز نجفی رئیس اداره مهندسی ساختمان و تاسیسات مهدی زمانیان معاون اداره مهندسی ساختمان و تاسیسات، مهدی جهان نجاتی مدیر شعب بانک در استان هرمزگان، معاونین، کارشناسان، همکاران و جمعی از مشتریان ویژه شعبه افتتاح شد.

بازدید عضو هیأت عامل از مدیریت شعب استان البرز

مسعود رضایی، عضو هیأت عامل بانک کشاورزی سی‌ام آذرماه از مدیریت شعب بانک کشاورزی استان البرز بازدید کرد. مسعود رضایی معاون سرمایه انسانی و عضو هیأت عامل بانک، با منوچهر رافعی دهکردی، مدیرشعب بانک در استان و پرسنل مدیریت دیدار و گفتگو کرد. در این دیدار، رضایی از تغییرات و اصلاحات در چارت سازمانی مدیریت و شعب خبر داد. وی لزوم استخدام جدید در بانک کشاورزی با هدف همت و تلاش مضاعف، برای کاهش ریسک نقدینگی و تأثیرگذاری بیشتر بر تولیدات بخش کشاورزی و بهبود وضعیت اقتصادی روستائیان را از اولویتهای بانک برشمرد و رهنمودهای لازم، برای افزایش حجم تأمین مالی و استفاده از ظرفیت های موجود، برای رشد منابع را ارائه کرد.



سفر عضو هیئت مدیره صندوق بیمه کشاورزی به استان مرکزی

نیازعلی ابراهیمی پاک عضو هیئت مدیره صندوق بیمه کشاورزی به همراه قدرت‌اله نوری مدیر امور بیمه ای صندوق بیمه کشاورزی، محمدجواد شمس زاده رئیس اداره کل پایش و ارزیابی خسارت صندوق بیمه کشاورزی و حسین حدادنژاد رئیس اداره کل توسعه خدمات بیمه ای صندوق بیمه کشاورزی به استان مرکزی سفر و در جلسه ستاد بیمه کشاورزی استان شرکت کردند.

در این جلسه که با حضور اعضاء ستاد صندوق بیمه کشاورزی استان و بهنام نظری معاون سیاسی، امنیتی و اجتماعی استانداری مرکزی برگزار شد، داریوش عظیمی مدیر شعب بانک کشاورزی استان مرکزی گزارشی از عملکرد بیمه استان در سال جاری ارائه کرد. تشریح خسارت های عمومی و انفرادی در زیربخش های زراعت و باغات، اجرایی شدن دستورات مقام عالی

وزارت جهاد کشاورزی در خصوص بیمه اجباری دام ، بررسی راهکارهای افزایش سطوح بیمه استان ، استفاده حداکثری از شبکه اینترنتی برکت به منظور تبلیغ و ترویج بیمه کشاورزی در سال زراعی ۱۴۰۲-۱۴۰۱ از دیگر موارد مطروحه در این جلسه بود .



دیدار مدیر استان مرکزی با نماینده اراک

داریوش عظیمی مدیر شعب بانک کشاورزی استان مرکزی ، با علی اکبر کریمی، نماینده مردم اراک، کمیجان، و خنداب در مجلس شورای اسلامی دیدار و گفتگو کرد. در این دیدار داریوش عظیمی با ارائه گزارشی از عملکرد بانک کشاورزی از ابتدای سال جاری تا پایان آبان ماه، بر اهمیت تأمین منابع مالی مورد نیاز و لزوم کاهش مانده مطالبات غیرجاری به منظور پرداخت تسهیلات در بخش کشاورزی تأکید کرد. در این دیدار، کریمی نماینده مردم اراک، کمیجان و خنداب در مجلس شورای اسلامی، با اشاره به ارتباط و همکاری خوب بانک کشاورزی با نمایندگان مجلس شورای اسلامی و همچنین رسالت بانک کشاورزی به‌عنوان یک بانک تخصصی با گستردگی شعب آن در مناطق مختلف روستایی و شهری برای تأمین مالی نیازهای کشاورزان، بر لزوم بومی سازی بانکداری الکترونیک در بانک کشاورزی، به منظور کاهش مراجعات حضوری به شعب و استفاده بهینه از سرمایه های بانک و امکانات موجود تأکید کرد.



بازدید عضو هیأت عامل بانک از مدیریت شعب مرکزی

مسعود رضایی، عضو هیأت عامل بانک کشاورزی ، صبح روز پنج شنبه ، هفدهم آذرماه از مدیریت شعب بانک کشاورزی استان مرکزی بازدید کرد. رضایی معاون سرمایه انسانی و عضو هیأت عامل بانک ، ضمن حضور در جلسه بخشنامه خوانی هفتگی مدیریت ، با داریوش عظیمی، مدیر شعب بانک در استان و پرسنل مدیریت دیدار و گفتگو کرد.



اشاره

بانک کشاورزی قریب ۹۰ سال تاریخ را یدک می‌کشد، ۹ دهه نشیب و فراز، ۹ دهه توفیق و البته گذر از گردنه‌های سخت. در این عمر بلند هزاران نفر همراه و همپای بانک بودند که این روزهای سخت و شیرین ساخته شد. در صفحات تقویم تاریخ بانک کشاورزی که بیان رویدادهایی می‌پردازیم که بر بانک گذشت و البته چهره‌های ماندگاری که در این مسیر همراه بانک کشاورزی بودند.

تقویم تاریخ بانک کشاورزی، دفتر پنجم

اولین نظامنامه اعطای وام‌های فلاحتی

پس از تشکیل بانک فلاحتی و صنعتی ایران و انجام تشریفات ثبتی و افتتاح آن ایجاب می‌نموده که آیین‌نامه‌ای و به اصطلاح معمول در آن زمان نظامنامه‌ای هم برای تعیین ضوابط و شرایط مربوط به عملیات بانک از جمله پرداخت وام و وصول آن تهیه و به مورد اجرا گذاشته شود. با این وصف، برای تسریع در شروع به کار همان مقررات پیش‌بینی شده در قانون اجازه تأسیس بانک فلاحتی مصوب شهریور ۱۳۰۹ را ملاک عمل قرار داده و تا اواخر سال ۱۳۱۶ وام‌هایی براساس مقررات مندرج در قانون فوق‌الاشعار پرداخت نموده‌اند.

پیشنهاد وزارت مالیه برای تهیه نظامنامه

اولین نظامنامه (آئین‌نامه) اعطای وام‌های فلاحتی بنابر پیشنهاد شماره وزارت مالیه (دارایی) در اسفندماه ۱۳۱۶ طی ماده ۱۹ و ۳ تبصره به تصویب هیأت وزراء رسیده و برای اجرا به بانک ابلاغ گردیده است. متعاقب آن، مقررات مربوط به چگونگی پرداخت انواع وام‌های کشاورزی، صنعتی، رهنی و نحوه عمل در هر مورد تا زمان تصفیه و برگشت وام‌ها طی دستورالعمل‌های متعددی به شعب بانک جهت اجرا ابلاغ شده لکن در عمل برای متصدیان امور مشکلات عدیده‌ای فراهم نموده است.



تدوین مجموعه مقررات در سال ۱۳۱۹

بانک در سال ۱۳۱۹ اقدام به جمع آوری تمام بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌های صادره تا قبل از آن تاریخ شده و مجموعه‌ای تحت عنوان (مجموعه مقررات) تدوین و به چاپ رساند و اجرای مفاد این مجموعه ضمن بخشنامه شماره ۳۲۱ مورخ ۱۴ اردیبهشت ۱۳۲۰ به تمام شعب و نمایندگی‌ها ابلاغ شد.

شرح

مجموعه مقررات مصوب ۱۳۲۰

در متن این قانون آماده است: «چون مقررات وام‌های کشاورزی و صنعتی و رهنی از بدو تأسیس بانک تاکنون به تدریج ضمن بخشنامه‌ها و دستورها و نامه‌های مختلف ابلاغ گردیده و از این جهت صورت پراکنده پیدا کرده و این پراکندگی از یک طرف مراجعه به آنها را مشکل می‌نموده و از طرف دیگر باعث اختلاف در تطبیق و تفسیر مقررات می‌گردیده لذا از چندی به این طرف به جمع‌آوری و تنظیم آنها اقدام شده و اینک مجموعه منظمی شامل ۲۲۲ ماده تدوین که در آن مطالب برحسب موضوع طبقه بندی شده تا باعث اختلاف نظر در تعبیر و تفسیر آنها نشود.»
مجموعه مقررات مورد بحث مشتمل بر سه قسمت بوده که شرح آن در ادامه آماده است.

مقررات مربوط به وام‌های کشاورزی

قسمت اول آن در خصوص مقررات مربوط به وام‌های کشاورزی صنعتی، رهنی طی نوزده فصل شامل موارد وام انواع تضمین درخواست وام ارزیابی و برآورد هزینه، ارزیابی میزان وام مصرف و مدت وام بهره و کارمزد برگ تصمیم تنظیم، پیمان پرداخت وام بارزسی تعهدات جریمه‌ها تکرار، وام تمدید، وام تبدیل مورد عمل، فسخ پیمان و فک، رهن و تبدیل گروهی وصول وجه وام است.

قسمت اول



بخشنامه‌ها

قسمت دوم در خصوص بخشنامه‌های صادره از طرف اداره کل ثبت اسناد و املاک که ارتباط موضوعی با مقررات جاری بانک از جهات مختلف داشته است. در این قسمت به منظور رفع هرگونه ابهام در استناد به مقررات و قوانین ثبتی و آیین‌نامه اجرایی آن رونوشت بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌های صادره اداره کل ثبت اسناد و املاک مرکز به عنوان ادارات ثبت اسناد شهرستانها جمع آوری و ضمیمه شده تا مورد توجه و اطمینان نظر متصدیان مسئول در شعب بانک واقع گردد.

قسمت دوم

فرم‌ها

قسمت سوم در خصوص تعیین فرم‌ها و نمونه‌های چاپی مورد عمل بانک است که در تمام شعب و نمایندگی‌ها به صورت یکنواخت مورد اقدام قرار گیرد و از زواید بی مورد اجتناب شود.

قسمت سوم

بقای ۱۶ ساله

مجموعه مقررات موصوف از سال ۱۳۲۰ تا ۱۳۳۶ مورد استناد بوده و یکی دو بار با اصلاحات و تغییرات ضروری تجدید چاپ شده است.

شیوه تدوین مقالات

رتبه‌های قابل توجه در تولید مقالات علمی کشور به بحث روز تبدیل شده است و براساس شاخص تعداد مقالات و تعداد موارد استناد به آنها موفقیت‌های چشمگیری را به تولیدکنندگان این مقالات نسبت می‌دهند؛ اما باید توجه داشته باشیم که تولید دانش، تنها به تعداد و حجم مقالاتی که ارائه می‌شود بستگی ندارد؛ بلکه غنای محتوا، تازگی و شیوه‌ارایه صحیح و بسیاری از عوامل دیگر در این میان تعیین‌کننده‌اند.

بانک تخصصی کشاورزی نیز باید قدم در این راه بگذارد تا از این قافله علم عقب نیفتد و همکاران ارجمند با بهره‌گیری از تخصص و توانمندی‌های خود با انجام پژوهش و ارائه مقالات پرمحتوا که محصول آن اعتلای دانش و در نتیجه بهبود کیفی و کمی زندگی خواهد بود؛ ما را در چاپ و انتشار مطالب پرمحتوا یاری رسانند. از این‌رو، بر آن شدیم تا بعضی اصول و قواعد اولیه را برای تهیه و تدوین مقالات به اطلاع همکاران گرامی برسانیم و تقاضا کنیم پیش از ارسال مطلب موارد زیر را به دقت رعایت کنند.

- ۱- مقالات ارسال شده نباید قبلاً در هیچ نشریه دیگری چاپ شده باشد.
- ۲- حجم مقاله از حدود هزار و ۵۰۰ کلمه تجاوز نکند. مقالات طولانی حتماً به همراه خلاصه (با حداکثر هزار و ۵۰۰ کلمه) ارسال شود.
- ۳- متن اصلی مقالات ترجمه شده به همراه ترجمه آن ارسال شود.
- ۴- پیام‌مهر در ویرایش و تلخیص مطالب آزاد است.
- ۵- چارچوب مقاله نظام‌مند و شامل تمام بخش‌های مقدمه، شرح موضوع، بحث، نتیجه‌گیری و منابع باشد.
- ۶- عنوان مقاله کوتاه و معرف محتوای آن باشد.
- ۷- عنوان جداول، تصاویر و نمودارها گویا و روشن باشد.
- ۸- نام، نام خانوادگی، تحصیلات یا تخصص مرتبط با موضوع مقاله، سمت و محل خدمت و شماره تلفن خود را در زیر عنوان مقاله ذکر کنید.
- ۹- میان بخش‌های مختلف مقاله هماهنگی و ارتباط منطقی وجود داشته باشد و انسجام و توالی مطالب حفظ شود.

۱۰- فهرست منابع و مراجع با توجه به موارد زیر آورده شود.

۱۰-۱- ترتیب ارجاع کتاب

نام خانوادگی نویسنده، نام نویسنده (نام مترجم یا مصحح)، عنوان اثر، نام ناشر، محل انتشار، سال انتشار و شماره صفحه

۱۰-۲- ترتیب ارجاع نشریه یا مجله

نام خانوادگی نویسنده، نام نویسنده، عنوان مقاله، نام مجله (نشریه)، سال، دوره، شماره و صفحه

۱۰-۳- ارجاع اینترنت

در صورت استفاده از وبسایت‌های اینترنتی ذکر نشانی دقیق صفحه ضروری است و به‌طور جدی از آرایه‌واژه اینترنت به‌عنوان ماخذ خودداری کنید.

۱۱- وقتی واژه‌های فنی، اصطلاحات یا عناوین خاصی برای اولین بار در متن به کار می‌رود شماره‌ای (توک) در بالای کلمه مورد نظر قرار گیرد و سپس در قسمت زیرنویس معنی آن اصطلاح یا طرز نوشتن آن کلمه به انگلیسی یا زبان دیگر آورده شود.

توجه: فقط واژه‌هایی که قبلاً به کار برده نشده، معادل خارجی آنها در انتهای مقاله بیاید.

۱۲- نقل قول‌ها داخل گیومه باشد.

۱۳- مقالات تنها از طریق ایمیل ماهنامه پیام‌مهر به آدرس payamemehr@agri-bank.com ارسال

شود و از ارسال مقالات به‌صورت کتبی و فاقد فایل word خودداری کنید.

۱۴- مقالاتی که به‌طور خلاصه در ماهنامه چاپ می‌شود را می‌توانید به‌طور کامل در وبسایت اصلی بانک بخش پیام‌مهر بخوانید.



اداره کل روابط عمومی و همکاری های بین الملل

www.bki.ir

پورتال داخلی بانک کشاورزی

رسانه های اختصاصی کارکنان

اطلاع رسانی برخط رویدادهای مهم بانک



اطلاعیه های رفاهی



اخبار انتصابات



اخبار استان ها



بریده جراید



فراخوان ها



بخشنامه ها



دسترسی به تمام
سامانه های داخلی بانک



سیمای مهر



نشریه داخلی

اخبار داخلی بانک را هر روز از راه های زیر دنبال کنید:

3

سامانه جامع
منابع انسانی بانک
به نشانی
infohr.bki.ir

2

نشانی
Portal.bki.ir
در شبکه داخلی بانک

1

آیکون پورتال
نصب شده
بر صفحه رایانه اداری

