

مدیر عامل بانک کشاورزی در گفت‌وگوی اختصاصی با

مجله دام، کشت و صنعت:

رویکرد تجاری به معنای ارتقای هویت بانک کشاورزی است

تاریخ کشاورزی کشور نشان داده است که مدیریت و تجهیز منابع مالی کشاورزان که عموماً در طول دهه‌های اخیر به عهده‌ی بانک کشاورزی بود، نه تنها یک علم بلکه هنری است که باید به تلفیق علوم روز اقتصاد و بانکداری نوین و درک معمولی از وضعیت اقتصادی، اجتماعی بخش کشاورزی بپردازد. با این دیدگاه بانک کشاورزی که در روزگاری نه چندان دور خود را تا حد برترین بانک کشور و رتبه دویست و دوازدهم بانک‌های دنیا مطرح کرده بود، به عهده مدیریتی سپرده شد که به گفته‌ی آگاهان و فعالان اقتصادی از توانمندی‌های علمی و تجربی بالایی برای هدایت بانک کشاورزی در مسیر آینده برخوردار است. دکتر محمد طالبی با مدرک دکترای مدیریت مالی از دانشگاه تهران در کارنامه‌ی خود شالوده‌ای از سوابق مدیریت کلان مالی و اقتصادی را در کنار حضور در بخش کشاورزی دارد.

طالبی اما ابتدا اندیشه‌ی قدرتمند نمودن بانک کشاورزی را در سرفه‌ی پروانده تا به یمن تعامل بین بانکداری تجاری و کشاورزی که به زعم وی یک تجربه جهانی است، بخش کشاورزی به وجود پشتوانه‌ای مستحکم و مقتدر چون بانک کشاورزی بر خود بیابد. مدیر عامل بانک کشاورزی صبح روز کاری چهارم اسفند ماه سال جاری خود را با بازدید از استان اصفهان آغاز نمود. وی به همراه مهندس حبیب‌الله نیکزادی پناه سرپرست شعب بانک کشاورزی استان اصفهان و مهندس داور ماهیکار عضو هیات مدیره این بانک پس از بازدید از چند شعبه بانک کشاورزی در استان به دیدار استاندار اصفهان رفته و در جلسه‌ای در استانداری به بررسی مسایل مختلف سرمایه‌گذاری در بخش‌های اقتصادی و کشاورزی استان پرداخت. وی عملکرد بانک کشاورزی استان اصفهان را در مقایسه با سایر استان‌های مطرح توصیف نمود و تشکر و ویژه‌ای از همکاران این بانک در استان داشت. دکتر طالبی نوید داد که با ورود بانک به عرصه تجارت قداست و حیثیت کشاورزی را حفظ خواهد کرد. وی به این نکته اشاره نمود که منابع مالی را در شهرها جمع و در روستاها خرج می‌کند. همچنین همکاران بانک در استان با توجه به تعصب و تعلق خاطر قول دادند جایگاه بانک را ارتقاء دهند. هرچند دکتر طالبی تاکنون ترجیح داده است به جای گفت‌وگو با رسانه‌ها، به بازبینی ساختارها و تدوین سیاست‌ها بپردازد تا ماحصل آنچه در آینده دسترنج تلاش‌های وی و همکارانش است، در رسانه‌ها منعکس شود، با این حال گفت‌وگوی اختصاصی مجله دام، کشت و صنعت با مدیر عامل بانک کشاورزی که بیشتر حول و حوش استراتژی‌ها و توانمندی‌های بالقوه بانک کشاورزی و به نوعی نخستین گفت‌وگوی مطبوعاتی وی محسوب می‌شود، خالی از لطف نیست.

اگر با نگاه اقتصادی به بخش کشاورزی بنگریم و همواره وضعیت اقتصادی بخش را مدنظر داشته باشیم، این کمک می‌کند که جاذبه‌ی بخش کشاورزی را برای سرمایه‌گذاران افزایش دهیم و کسانی که می‌خواهند به دنبال سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی بروند، این کار برایشان جذاب و مناسب باشد. این گونه است که بخش توسعه پیدا می‌کند. لذا در صورت عدم آگاهی دادن و شناخت به سرمایه‌گذاران نسبت به بخش، بدیهی است که آنان رغبتی به حضور در عرصه‌های کشاورزی نشان نمی‌دهند و نتیجه آن که رشد و توسعه یافتگی هم کندتر صورت می‌گیرد. عملکرد نشریات تخصصی کشاورزی را تاکنون چگونه ارزیابی کرده‌اید؟ البته شخصاً تاکنون ارزیابی خاصی از این موضوع نداشتم. اما حتماً به روابط عمومی اعلام می‌کنم که این ارزیابی را انجام و آن را منعکس نماید.

می‌توانند این فرهنگ را ایجاد کنند و این طور نباشد که ما وام را به آنها بدهیم و آنها منابع خود را به بانک‌های دیگر ببرند!! چه برنامه‌هایی برای افزایش خدمت‌رسانی در بخش کشاورزی دارید؟ اساساً خدمات بانک کشاورزی باید کل اقتصاد کشور را دربر گیرد. تجاری بودن بانک یعنی ارتقا پیدا کردن هویت بانک کشاورزی! ما برای جذب منابع باید هویت بانکی خودمان را ارتقا دهیم که منابع اضافی را به سمت بخش ببریم. ارتقای هویت تجاری بانک کشاورزی به معنی معرفی این هویت تجاری است. اساساً همه‌ی هدف ما این است که منابع خود را افزایش دهیم تا خدمت‌رسانی را به بخش بیشتر کنیم. نقش رسانه‌ها بخصوص نشریات تخصصی کشاورزی را در فرهنگ‌سازی و توسعه سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی و موفقیت بانک کشاورزی چگونه ارزیابی می‌کنید؟

آقای دکتر طالبی، استراتژی حضرتعالی برای رساندن بانک کشاورزی به جایگاه برترین بانک کشور چیست؟ بانک کشاورزی تا حد زیادی برای مردم ناشناخته است، به این دلیل که تصورهای بر این باور است که این بانک صرفاً به بخش کشاورزی خدمت می‌کند، در صورتی که بانک کشاورزی از نظر نیروی انسانی، بانکداری الکترونیک و سیستم‌ها و روش‌ها جزو بانک‌های برتر است و خدمات متفاوت و قابل رقابتی را ارائه می‌دهد. ما باید هم این خصوصیت را ارتقا دهیم و هم منابع جذب کنیم، در این صورت خود کشاورزان و فعالان کشاورزی بخش زیادی از تولید ناخالص داخلی را به خودشان اختصاص می‌دهند. کشاورزان خود باید به این باور برسند که به سوی بانک کشاورزی روی آورند و در آن سرمایه‌گذاری کنند که این مستلزم فرهنگ‌سازی است و مجالات تخصصی مانند دام، کشت و صنعت