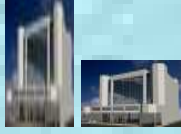


بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



مصرف الإدخار والتنمية الإجتماعية
Savings & Social Development Bank



سياسة المصرف لعام 2014م

(وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَى
عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ)

صدق الله العظيم

التوبة الآية (105)

القرار الإداري رقم (43/2013م)

في إطار إهتمام إدارة مصرف الإدخار والتنمية الإجتماعية بالسياسات اللازمة لتحقيق أهدافه ورسالته ، فقد قررت تكوين لجنة لوضع سياسات المصرف للعام/2014م .

حيث جاء تكوين اللجنة المُكلفة بوضع السياسة كما يلي :

- | | |
|----------------|------------------------|
| رئيساً | 1. د . فاطمة خضر باشاب |
| عضواً | 2. جميلة عبد الله كرار |
| عضواً | 3. نوال مجذوب عبد الله |
| عضواً | 4. بهاء الدين الطيب |
| عضواً | 5. محمد زين محمد طياري |
| عضواً ومُقرراً | 6. كرار عيسى علي |

تتمثل مهام هذه اللجنة في وضع السياسات اللازمة لإنجاز أنشطة ورسالة المصرف خلال العام/2014م .

حتى تتمكن اللجنة من إنجاز المهام الموكولة لها ، فقد قامت بعقد عدد من الإجتماعات ذات النقاش المُستفيض حول هذه المهام ، كما إتصلت بالإدارات التنفيذية المُختلفة للمصرف وطلبت منها ماتقترحه من أنشطة وتهدف لإنجازه خلال العام/2014م .

قامت اللجنة بمناقشة هذه السياسات المُقترحة ومراجعتها وتعديل مايلزم تعديله ، ومن ثم إعادة صياغتها وعرضها بالصفحات التالية .

محتويات

سياسة مصرف الإدخار والتنمية الإجتماعية

للعام/2014م

رقم الصفحة	الموضوع	م
	الإستهلال	1
	القرار الإداري رقم (2013/43م) "لجنة وضع سياسات المصرف للعام/2014م"	2
5	المقدمة	3
6	أهداف سياسة المصرف للعام /2014م	4
	مرجعيات سياسة المصرف للعام/2014م	5
	محاور سياسة المصرف للعام/2014م	6
	محور سياسة الموارد المالية :	
7	(أ) إستقطاب وتنمية الموارد المالية	
7	(ب) إدارة السيولة	
8	(ت) إستخدام وتوظيف الموارد المالية:	
9	- نافذة التمويل الأصغر والتنمية الإجتماعية	
10	- نافذة التمويل التجاري	
11	- نافذة النقد الأجنبي	
12	محور سياسة تنمية الموارد البشرية والتدريب	7
13	محور سياسة التقنية وتطوير النظم	8
	محور سياسة الضبط والتقييم :	9
15	(أ) سياسة الضبط المؤسسي	
16	(ب) سياسة درء المخاطر	
17	(ج) سياسة الضبط الداخلي (المراجعة الداخلية والتفتيش)	
18	محور سياسة الإنتشار الجغرافي	10
19	محور تهيئة بيئة العمل	11
19	محور سياسة التسويق المصرفي والإعلام	12
19	(أ) سياسة التسويق المصرفي	
20	(ب) السياسة الإعلامية للمصرف	

سياسة مصرف الإنجاز والتنمية الإجتماعية للعام ٢٠١٤

المقدمة :

سياسة المصرف تعنى مجموعة الإجراءات والتدابير التي ينتهجها المصرف ويهتدى بها في تحقيق أهدافه وأغراضه المتمثلة في قيامه بجميع الأعمال المصرفية والمعاملات المالية داخلياً وخارجياً لدعم وتقوية مركزه المالي بالصورة التي تمكنه من أداء دوره الأساسي وإنجاز رسالته السامية في تحسين الوضع الإقتصادي والإجتماعي للفئات المُستهدفة من المجتمع ، حيث يتم ذلك من خلال تقديم خدمات التمويل الأصغر والصغير والتمويل ذي البعد الإجتماعي إلى كافة قطاعات المجتمع الفقيرة القادرة على الإنتاج ولا تملك وسائله بشروطٍ ميسرةٍ وضماناتٍ سهلةٍ تحقيقاً لمبدأ العدالة الإجتماعية لكي لا يكون المال دولةً بين الأغنياء .

يتفرد المصرف بتقديم خدمات إجتماعية أخرى إلى فئات المُجتمع المُستهدفة والتي من خلالها تعاضم دوره في المسئولية الإجتماعية ، ومنها على سبيل المثال لا الحصر (توزيع الدعم الإجتماعي ، صرف كفالة الطلاب ، مشروع تسليم الطالب الجامعي ، تقديم القروض الحسنة لذوي الإعاقة ، التسجيل الإلكتروني بالجامعات ...إلخ) . كما يعمل المصرف كآلية لتنسيق جهود المؤسسات والمنظمات التي تعمل على مكافحة أو التقليل من حدة الفقر والتعاون مع عدد مُقدر منها من خلال أنشطة مصرفية مُؤسسة تُوظف المال لأغراض التنمية الإقتصادية والإجتماعية في ظل الإقتصاد الإسلامي وفقاً لأحكام الشريعة الإسلامية وهداياها .

من أغراض وأهداف المصرف التي تحتاج إلى سياسة واضحة المعالم تنمية الوعي الإدخاري وإبتكار الوسائل الجاذبة للمدخرين وربطه بالتمويل الأصغر وتشجيعه وتوجيه كافة موارده لخدمة التنمية الإقتصادية والإجتماعية . ولتحقيق أهداف المصرف التنموية ونشر مفهوم الصيرفة الإجتماعية وسط أرياف الولايات يواصل المصرف سياسة الإنتشار الأفقي للوصول بخدمات التمويل الأصغر إلى كافة فئات المجتمع السوداني المُستهدفة وحفز ثقافة الإدخار وسط تلك الشرائح ، حيث يخضع هذا الإنتشار إلى دراسة موضوعية يتم من خلالها الإختيار الأمثل للمناطق المُستهدفة بما فيها الجامعات المختلفة لنشر ثقافة العمل المصرفي وسط منتسبيها . بناءً على هذا المفهوم يُعتبر المصرف من أذرع الدولة التي تُسهم في تحقيق التنمية المُستدامة والنمو الإقتصادي والإجتماعي عن طريق إستغلال الموارد المادية والبشرية المتاحة لتفعيل كافة القطاعات الإقتصادية بولايات السودان المختلفة .

أهداف سياسة المصرف للعام 2014 م :

تهدف سياسة المصرف للعام 2014م إلى الآتي :

1. التمكين لرسالة وأهداف المصرف الواردة بقانونه .
2. نشر الوعي المصرفي ومفهوم الصيرفة الإجتماعية وسط المجتمعات المُستهدفة عبر الإستمرار في التوسع الجغرافي اللازم.
3. الإهتمام بالضبط المؤسسي وتمكين المصرف من الصمود أمام المنافسة الحادة للإستقرار في السوق المصرفية .
4. تفعيل دور التسويق المصرفي والإعلام لإستقطاب مزيد من الموارد.

مرجعيات سياسة المصرف للعام 2014 م :

1. قانون مصرف الإِدخار والتنمية الإجتماعية للعام/1996م .
2. السياسة الإقتصادية الكلية للدولة .
3. سياسة بنك السودان المركزي 2014 م .
4. الخطة الخمسية لمصرف الإِدخار والتنمية الإجتماعية (2012-2016 م) .
5. لائحة تنظيم عمل مؤسسات التمويل الأصغر لعام 2011م .
6. البرنامج الإقتصادي الثلاثي (2012-2014) .
7. سياسة المصرف للعام 2013 م .

محاور سياسة مصرف الإِدخار والتنمية الإجتماعية للعام 2014 م :

تشتمل سياسة المصرف للعام 2014م على المحاور التالية :

1. الموارد المالية .
2. تنمية الموارد البشرية والتدريب .
3. التقنية وتطوير النظم .

4. الضبط والتقويم .

5. الإنتشار الجغرافي .

6. تهيئة بيئة العمل .

7. التسويق المصرفي والإعلام .

أولاً : محور سياسة الموارد المالية :

إستقطاب وتنمية الموارد المالية :

منهجية سياسة المصرف في مجال تنمية وإستقطاب الموارد المالية : ينتهج المصرف مجموعة من السياسات في مجال تنمية وإستقطاب الموارد المالية يتمثل أهمها فيما يلي :

السعى لرفع وتقوية رأس مال المصرف للوصول الى النسبة المثلى لكفايته والتي تُحقق الملاءة المالية المطلوبة .

تنمية الوعي الإدخاري بإبتكار الأساليب الجاذبة للمدخرين والمحافظة عليهم لتُصبح ودائع الإدخار إحدى مكونات الموارد الأساسية .

التوسع في الشراكة مع بنك السودان المركزى وإستقطاب الموارد الخارجية من الجهات الداعمة لتنمية قطاع التمويل الأصغر .

التوسع في العمل من خلال نافذتى الإستثمار والنقد الأجنبي لتلبية إحتياجات زبائن المصرف والمحافظة عليهم ، مع إستقطاب زبائن جُدد ومحاولة إشباع رغباتهم .

تفعيل الإتفاقيات مع الشركات ، ومواصلة العمل مع الشركات العاملة في مجال الصادر لتوفير موارد نقد أجنبي كبيرة للمصرف يمكن إستغلالها في إستيراد إحتياجات الزبائن .

المواصلة في توطيد العلاقات بين المصرف والولايات للإسهام في زيادة ونمو مُعدلات الودائع بالمصرف بتحويل حسابات صناديق الضمان الإجتماعي عبر المصرف .

الإستمرار في سياسة التوسع في التعاون مع الجامعات لجذب مواردها .

جذب مزيد من موارد النقد الأجنبي بالآتى :

أ- إستقطاب موارد المغتربين .

ب- تنشيط الصادرات غير البترولية من خلال تبني سياسة تعتمد على مصدرين أكفاء أصحاب خبرة في هذا المجال .

ت- الإستمرار في سياسة درء المخاطر الناتجة عن تعاملات النقد الأجنبي .

ث- المُشاركة في محافظ تمويل الصادرات .

إدارة السيولة :

تعتبر إدارة السيولة من أهم الوسائل التي تدعم إستمرار نشاط المصرف ، وهي تمثل مقدرة المصرف على الإيفاء بالتزاماته في مواعيدها بإستخدام موارده الجارية دون الإستعانة بتمويل خارجي .

أهداف إدارة السيولة :

1. العمل على إستقرار الموقف السيولي للمصرف من خلال ربط الإستخدامات بأنواع المصادر .
2. الحفاظ علي زبائن المصرف و توفير إحتياجاتهم من الخدمات في الأوقات المناسبة .
3. الإستغلال الأمثل لموارد المصرف .

آليات تنفيذ إدارة السيولة :

1. العمل على الحفاظ على الحدود المثلى المقررة لنسب السيولة .
2. مراقبة مخاطر السيولة في المصرف .
3. وضع نظام جيد للتقرير عن الموقف السيولي يتضمن حجم التدفقات النقدية الداخلة والخارجة و تحديد الفجوة و التعرف علي حساسية مصادر وإستخدامات أموال المصرف للمتغيرات الخارجية .
4. دراسة تركيبية الأصول و الخصوم و فترات إستحقاقها .
5. الموازنة بين السيولة والربحية .
6. وضع خطة طوارئ لإدارة السيولة في الأوقات الحرجة و تحديد طرق التعامل مع الأزمات قصيرة الأجل .
7. العمل علي إدخال مصادر تمويل جديدة لها المقدرة علي جذب تدفقات نقدية .
8. الأخذ في الإعتبار التدفق النقدي الناتج عن الإلتزامات خارج الميزانية والإلتزامات الطارئة .

9. تذييل ودرء مخاطر أسعار الصرف (مخصص سعر الصرف)

10. العمل على إستيفاء المخصصات المطلوبة .

11. تطبيق مُتطلبات الجهات الرقابية والإشرافية الخاصة بالنواحي المالية .

(1) إستخدام وتوظيف

الموارد المالية :

يقوم المصرف بتوفير التمويل اللازم للقطاعات الإقتصادية المُختلفة من خلال نافذتين متكاملتين هما :

- نافذة التمويل الأصغر والتنمية الإجتماعية : والذي يشكل المحور الأساسي لنشاط ورسالة المصرف حيث يخدم الفئات المُستهدفة من الفقراء ومحدودي الدخل وغيرهم .

-نافذة التمويل التجاري : والذي يُحقق عائدات تعمل على تغطية نفقات التمويل التنموي الإجتماعي وضمان إستمراريته.

إستعراض لسياسة إستخدام الموارد المالية عبر نافذتين كما يلي :

(1) نافذة التمويل الأصغر

والتنمية الإجتماعية :

1. توجيه 60% من حجم محفظة التمويل بالمصرف إلى التمويل الأصغر والمتناهي الصغر و 20% للتمويل ذي البعد الإجتماعي .

2. إستهداف 50.000 أسرة بالتمويل الأصغر وتوجيه التمويل للقطاعات الإنتاجية لشرائح التمويل الأصغر خاصة الخريجين والمرأة الريفية وصغار المزارعين .

3. إستهداف النساء بنسبة 40% من عدد المستفيدين من التمويل الأصغر .

4. زيادة موارد التمويل الأصغر بالتعاون مع الشركاء من الجهات الحكومية وغير الحكومية عن طريق إستقطاب ما لا يقل عن 120 مليون جنيه والتوسع في الشراكة مع بنك السودان المركزي لدعم التمويل الأصغر .

5. التوسع في إستخدام الضمانات غير التقليدية بنسبة لا تقل عن 40% من حجم الضمانات المُستخدمة .

6. الحفاظ على التمويل بصيغة المرابحة عند معدل لا يتجاوز ال 70% من محفظة التمويل الأصغر.

يعمل المصرف على تصنيف التمويل وفقا للآتي :

1. التمويل المتناهي الصغر :

هو التمويل الذى يمنح إلى زبائن التمويل الأصغر فى حدود مبلغ لا يزيد عن 3000 جنيه .

2. التمويل الأصغر :

هو التمويل الذى يمنح إلى زبائن التمويل الأصغر فى حدود مبلغ يتراوح بين (3000 جنيه - 20.000 جنيه) .

تركز سياسات المصرف فى التمويل الأصغر على المجالات التالية :

(أ) فى مجال تقديم خدمة التمويل للإفراد والمجموعات :

1. رعاية وسائط التمويل الأصغر وتحفيزها ومتابعة أدائها لتسهم فى نشر ثقافة التمويل الأصغر .
2. توسيع التمويل الموجه للخريجين بالتنسيق مع الجامعات والمراكز البحثية والقطاع الخاص .
3. تفعيل الضمانات غير التقليدية وإدخال وثيقة التأمين الشاملة للتمويل الأصغر وضمان الودائع الإدخارية بالإضافة إلى الضمانات الأخرى السارية .
4. العمل على تنويع صيغ التمويل الإسلامية عند منح التمويل الأصغر من (مقاوله - إستصناع - مشاركة - مضاربة مُقيدة) ، بالإضافة إلى المربحة بنسب لا تزيد عن 70% .
5. تطبيق هامش ربح لصيغتي المربحة والمقاوله فى حدود 15% كمؤشر فى العام لعمليات التمويل الأصغر ، اما بقية الصيغ حسب العقود الموقعة بين الفروع والذباين .
6. عدم إشتراط تحصيل القسط الأول من ذباين التمويل الأصغر .
7. زيادة ذباين التمويل الأصغر من خلال التمويل عبر الوسائط .
8. التنسيق وإبرام إتفاقيات تفاهم مع مؤسسات التمويل المحلية والدولية والإقليمية والهيئات والمنظمات التى تعمل فى مجال تخفيف وطأة الفقر .

(ب) فى مجال القطاعات والأنشطة الإقتصادية المستهدفة .

1. توجيه التمويل الأصغر إلى كُلى من القطاع (الزراعى بشقيه النباتى والحيوانى بنسبة 40% - الخدمى بنسبة 20% - الحرفى بنسبة 15% - المهنى بنسبة 15% - الصناعات الصغيرة بنسبة 10%) .
2. توجيه التمويل حسب الميزات النسبية لكل ولاية من خلال تنفيذ مبادرة (قرية واحدة منتج واحد) .
3. توجيه التمويل للمناطق الريفية فى إطار المشروع القومى للمرأة الريفية .

(ج) فى مجال تقديم التمويل بالجملة لمؤسسات التمويل الأصغر :

1. تطوير العلاقات مع مؤسسات التمويل الأصغر المرخص لها من قبل بنك السودان المركزى .
2. تقديم التمويل بالجملة للمؤسسات وربطها بالمصرف لزيادة الإنتشار .

(د) فى مجال دراسات الأثر الإجماعى والإقتصادى للتمويل الأصغر :

تطوير العلاقات مع المؤسسات البحثية والجامعات لدراسة أثر التمويل الأصغر على الفئات المستفيدة .

التجارى والإستثمار :

تهدف سياسة التمويل التجارى والإستثمار الى الآتى :

1. تقوية المركز المالى للمصرف لتحقيق إستدامة التنمية الإقتصادية والإجتماعية .
2. تحقيق التميز للمصرف والسعي نحو الريادة في السوق المصرفي .

آليات تنفيذ سياسة إستخدام موارد التمويل التجارى :

لتحقيق تلك الأهداف تركز سياسة التمويل التجارى على زبائن مميزين ومشروعات ذات ربحية عالية وبمعدل دوران مُرتفع نسبياً ويمكن أن يتم تنفيذ ذلك عبر الآليات التالية :

1. إستقطاب موارد جديدة للمصرف لضمان إستمرارية التمويل للزبائن .
2. تمويل آليات إستخراج الذهب بعد عمل الدراسات مع الفروع المتوقع لها العمل في هذا المجال .
3. الإستمرار فى تمويل البنات التحتية فى الولايات فى مجال المشروعات التنموية والخدمية .
4. التركيز على الصادرات غير البترولية وخاصة سلع البرنامج الإقتصادى الثلاثى وهى :
سلع إحلال الواردات : القمح ، السكر ، زيوت الطعام والأدوية .
- وسلع الإنتاج من أجل الصادر : القطن ، منتجات الثروة الحيوانية ، الصمغ العربى والذهب والمعادن الأخرى) .
5. الإستمرار فى تمويل الجامعات والمعاهد العليا الحكومية والخاصة وتمويل إحتياجات العاملين .
6. الإستمرار فى المساهمة فى معظم محافظ التمويل التى يتبناها بنك السودان المركزى والتي تهدف الى تمويل المشاريع المرتبطة بالقطاعات ذات الأولوية .
7. إتباع سياسة تمويلية لضبط وتنظيم العمليات التمويلية بالصيغ الإسلامية المختلفة بالفروع وتوحيد مفاهيم العمل بها .
8. إستخدام صيغة المرابحة فى العمليات التمويلية بإستخدام صيغ أخرى .
التقليل من

محكمة لتحصيل الديون المستحقة وإسترداد المتعثرة .

نافذة العمل في

(3)

مجال النقد الأجنبي :

آليات سياسة العمل في مجال النقد الأجنبي :

1- التدريب والتأهيل :

من أهم اولويات إدارة العلاقات الخارجية والنقد الأجنبي تأهيل العاملين في مجال النقد الأجنبي سواء العاملين بالإدارة أو الفروع بعقد دورات تدريبية داخلية وخارجية .

تفعيل شبكة المراسلين :

- تنشيط شبكة المراسلين القائمة وإضافة مراسلين جدد.
- تنشيط الإتصالات مع المراسلين بالاتصالات المباشرة وعبر الوسائط .
- 2- إستقطاب موارد النقد الأجنبي :
- السعى لدعم المصرف بالنقد الأجنبي من نافذة بنك السودان المركزى .
- جذب زبائن للصادر .
- جذب زبائن إستيراد خاصة في مجال السلع الإستراتيجية حيث يتم دعمها من قبل بنك السودان المركزى.
- 3- الإبقاء على خدمات الحج :

من أهم سياسات المصرف الإبقاء على تحاويل كل إجراءات الحج عبر المصرف من خلال الآتي :

- التنسيق و الترتيب مع الإدارة العامة للحج والعمرة لحج العام 1435 هـ .
- تسهيل إنسياب العلاقات بين الإدارة العامة للحج والمصرف وربطهم بالشبكة.
- التنسيق مع قطاع المؤسسات لحج العام 1435 هـ .
- التنسيق مع الحج والعمرة ولاية الخرطوم 1435 هـ .

ثانياً : محور سياسة تنمية الموارد البشرية والتدريب :

تهتم إدارة المصرف بتهيئة الظروف التنظيمية الملائمة للعاملين وتنمية قدراتهم ومهاراتهم بالصورة التي تشجعهم على بذل أكبر قدر من الجهد والعطاء .

آليات سياسة تنمية الموارد البشرية :

1. تحديد إحتياجات المصرف من القوى العاملة في مختلف التخصصات المتوافقة مع رسالة وأهداف المصرف وفق الهيكل المعجاز .
2. إجراء تنقلات في إطار تبادل المراكز وإكتساب مزيد من الخبرات بين الدرجات القيادية والدرجات الوسطى وفق ما تقتضيه مصلحة العمل .
3. توفير برنامج تقني مُتكامل لشئون العاملين يتصف بالمرونة والفعالية .
4. إدخال نظام الأرشفة الإلكترونية في عمل الإدارة .
5. إعادة توزيع الموظفين وفق درجاتهم الوظيفية والخبرة والمؤهل حسب ما ورد بالهيكل الوظيفي والحد الأمثل للقوى العاملة بكل فرع أو إدارة .
6. إنشاء قسم لتخطيط القوى العاملة للمساهمة في الحصول على الكادر البشري وحسن إستخدامه وتطويره والتأكد من توفر العدد والتنوعية الملائمة لإنجاز رسالة وأهداف المصرف .

آليات سياسة التدريب والتأهيل :

تهتم الإدارة بالعنصر البشري و رفع كفاءته لتجويد الاداء وفق المتطلبات والمواصفات الوظيفية الحديثة ولذا جاء شعار التدريب للعام 2014م "الجودة الشاملة في كل المجالات المصرفية" وخاصة في مجال خصوصية المصرف ، ويتم إنجاز ذلك وفقاً للتالي :

1. تطوير التدريب المهني والتقني داخلياً وخارجياً في المجالات المصرفية المختلفة ، ومجالات وأنشطة التمويل الأصغر باعتبار المصرف المؤسسة الأولى في السودان في هذا المجال .
2. حفز العاملين على الحصول علي المؤهلات العلمية بإبتعائهم لنيل الشهادات المهنية في المجالات المصرفية المُتخصصة ، والشهادات الأكاديمية الجامعية وفوق الجامعية لغير الحاصلين عليها .

أنشطة تنفيذ سياسة التدريب :

(أ) التدريب الداخلي :

- 120 ضابط ائتمان وعدد من الدورات في كل المجالات المصرفية المختلفة .
- التدريب مع الجهات المتخصصة المعترف بها وداخل مواقع العمل .
- المساهمة في الحصول على البكالوريوس لغير الجامعيين والماجستير والشهادات المهنية في مجال عمل المصرف .
- الشهادة السودانية للعمال .

- المساهمة في تدريب المستفيدين (زبائن التمويل الأصغر) .

(ب) التدريب الخارجى:

- المشاركة فى الدورات والورش والمؤتمرات الخارجية .

ثالثاً : محور سياسة التقنية المصرفية وتطوير النظم :

التقنية المصرفية المعاصرة هى ركيزة لتقديم خدمات متطورة تلبى إحتياجات المصرف الحالية والمستقبلية وفق سياسات بنك السودان المركزى وطموحات المصرف بتقديم خدمات ترضى زبائنه بأقل التكاليف وأسهل الطرق من خلال البرامج المتطورة والشبكات المحلية (LAN) والواسعة (WAN) ياتباع كل وسائل التأمين وإستغلال الأنظمة لتصب الفائدة فى تحقيق الأهداف المنشودة وذلك ياتباع الموجهات الآتية :

1/ تطبيق متطلبات بنك السودان المُمثلة فى الآتى :

مركزية النظام المصرفي التي تشمل مايلي :

- خدمات محول القيود القومى المتمثل فى ربط الصرافات الآلية ونقاط البيع والإستفاده من الخدمات المصاحبة له.
- نظام المقاصة الإلكترونية وربطها مع النظام المصرفي الشامل .
- الرواجع المركزية والإستعلام الإلكتروني .
- نظام سويفت (Swift) العالمى .

2/ تطبيق سياسة الإنتشار عبر الآليات التالية :

- تطبيق نظام الوحدات الإلكترونية .

- الدفع عبر الموبايل .

- محفظة الإدخار الإلكترونية .

3/ تطوير الأنظمة الداخلية للمصرف من خلال الآليات التالية :

أ/البرامج :

1. تطوير النظام المصرفي الشامل وتفعيل التنظيمات المصاحبة ومركزيتها وتطبيق البرامج المساعده للإدارات .
2. تطوير الأنظمة المساعدة للنظام المصرفي الشامل والمتمثلة فى البريد الإلكتروني، البورتال، المؤتمرات المتلفزة .

ب/ تطوير الأجهزة والشبكات :

1/ إختيار أجهزة الكمبيوتر وملحقاتها بالموصفات والإمكانات التي تُساعد على إستيعاب البرامج وتشغيلها بكفاءة عالية.

2/ ربط الفروع والرئاسة بالشبكة المحلية (LAN) والواسعة (WAN) بالموصفات المتعارف عليها عالمياً وتحديد السعات المناسبة التي تُساعد على إنسياب العمل بسهولة ويُسر لكل الأنظمة على مستوى المصرف وبنك السودان المركزي .

ج/ التأمين بتطبيق أنظمة الحماية مثل :

- مضاد الفيروس (ANTI-VIRUS) والجدران النارية (FIREWALL) .
- تطبيق نظام درء الكوارث (DISASTER RECOVERY) لنقل البيانات آنيأً من الفروع الى الرئاسة تحسباً لأي طارئ يحدث في أنظمة التشغيل أو الكوارث الطبيعية أوالمفتعلة.

د/ أخرى :

- تكملة طباعة وتوزيع كتيب التوقعات الجديد للمصرف .
- تجديد شفرة التحاويل المالية بالمصرف .
- العمل بالتعرفة المصرفية الجديدة للمصرف للعام 2014 .
- بدء صرف الكفالة لطلاب الولايات عبر البطاقة المصرفية .

رابعاً : محور سياسة الضبط والتقويم :

سياسة الضبط والتقويم تهدف الى تحقيق درجة عالية من الكفاءة والفاعلية في تحقيق أهداف المصرف عن طريق تخفيف حجم المخاطر الناجمة عن المُخالفات مثل تجاوز الصلاحيات والإختلاسات والأخطاء والسرقة أو التقاعس عن العمل وغيرها، وذلك من خلال إطار عام للإشراف المُحكم المُفضي الى السيطرة على المخاطر ضمن حدود مقبولة ، وتقويم وتحسين فاعلية العمليات من حيث :

- درء الخطر .

• الرقابة .

• التوجيه .

وتشمل سياسات الضبط والتقويم مايلي :

1. الضبط المؤسسي .

2. درء المخاطر .

3. الضبط الداخلي (المراجعة الداخلية والتفتيش) .

(أ) سياسة الضبط المؤسسي :

يلتزم المصرف بإتباع سياسة الضبط المؤسسي المُتمثلة في الآتي :

1. تفعيل آلية التأكد من إلتزام المصرف والعاملين بإجراءات مكافحة غسيل الأموال وتمويل الإرهاب
2. الرقابة الملازمة للتأكد من إلتزام المصرف بالضوابط والإجراءات المصرفية السليمة .
3. تطوير إجراءات ونماذج العمليات المصرفية بالصورة التي تجعلها متوافقة مع مبدأ أعرف عميلك (KYC) .
4. إسناد الإفصاح فى القوائم المالية على المرتكزات الواردة بمعيار العرض والإفصاح العام رقم(1) ومنشور بنك السودان المركزي الخاص بالإفصاح .
5. الإلتزام التام بالصيغ التمويلية الإسلامية .
6. التقيد بمعايير المحاسبة والمراجعة والضبط للمؤسسات المالية الإسلامية .
7. الإلتزام بميثاق الأخلاق للمحاسبين والمراجعين للمؤسسات المالية الإسلامية الذي حددته هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية.

آلية تنفيذ سياسة الضبط المؤسسي :

- أ- المراجعة المُستمرة للسياسات والإجراءات المصرفية المحددة والتأكد من تحديثها ومواكبتها للموجود بالسوق المصرفية ، مع ضرورة تقييم عدم الإلتزام .
- ب- تطوير برامج الحوسبة لتسهيل متابعة العمليات المصرفية للزبائن .
- ت- مُتابعة تقارير المُخالفات المصرفية لدراستها ووضع الضوابط التي تمنع حدوثها أو تعمل على تقليلها .
- ث- إتباع أسس العرض (التجميعي) للآتي :
 - مخصصات التمويل التي تتحملها قائمة الدخل .
 - مخصصات الديون والإحتياطيات .
 - مخصصات هبوط الأسعار .

- ج- مراجعة مرشد العمل .
- ح- إدخال نظام عادل لربط الحوافز وسياسة الترفقيات بالأداء .
- خ- أن يتضمن تقرير مجلس الإدارة الذي يرفق مع الحسابات الختامية السنوية ، إفصاح عام عن تركيبة مجلس الإدارة ، والإدارة التنفيذية ، الهيكل الإداري ، وطبيعة أي معاملات للمصرف والشركات التابعة والجهات ذات العلاقة ومستوى الأداء بالمصرف .

أنشطة تنفيذ سياسة الضبط المؤسسي :

- اتباع النظم والإجراءات :

يهدف الى الإلتزام التام بالإجراءات الخاصة بالعناية الواجبة بالزبون ووضع برنامج للكشف عن حالات الإشتباه وتصنيف وتحديث بيانات الزبائن وفق درجة مخاطرتهم وان يستوعب النظام تحديث البيانات حتى 5 سنوات من تاريخ الادخال .

- تفعيل التعاون و التنسيق :

التنسيق والتعاون مع مسؤولي الإلتزام والمراقبين للإلتزام بالإجراءات المطلوبة للتعامل مع الزبائن ومد جسور التعاون معهم التي تمكن من التعرف على ممتلكاته .ومصادر ثروتهم الحقيقية . الإلتزام بجانب الشفافية في عكس حالات إشتباه الإلتزام بالسرية وعدم الإدلاء بأى معلومات الا في حدود القانون .

- تفعيل الرقابة :

لإستمرار مكافحة عمليات غسل الأموال ومن أجل وجود دور رقابي فاعل يجب الإلتزام برفع التقاريرالدورية لجهات الإختصاص .

(ب) سياسة درء المخاطر:

يتبع المصرف لدرء المخاطر أو التقليل من حدتها السياسات التالية :

1. تطبيق الموجهات المصرفية الكفيلة بتحقيق الربحية والإستمرارية والنمو بالصورة التي تجعل المصرف صامداً أمام المنافسة المصرفية .
2. العمل على المحافظة على سمعة طيبة للمصرف وثقة الزبائن والمُتعاملين معه .
3. العمل على تخفيف مخاطرالإئتمان والتشغيل والسوق وغيرها من المخاطر المصرفية الأخرى .
4. المساهمة في توفير أرضية صالحة لكيفية التطبيق السليم لمعايير بازل الدولية للرقابة المصرفية (بازل II وبازل III... إلخ) ، ومعايير مجلس الخدمات المالية الإسلامية (IFSB) .

آلية تحقيق سياسة درء المخاطر :

1. إعداد الدراسات الفنية الخاصة بشأن الحدود المقبولة للمخاطر المختلفة التي يتعين الإلتزام بها.
2. وضع الضوابط والحدود الخاصة بمراقبة وتقويم كافة الأعمال (التمويل ، الإستثمار، المعاملات، السيولة... إلخ) .
3. مراجعة وإقرار المبادئ الإرشادية اللازمة لتحديد وقياس ومراقبة وضبط المخاطر المتنوعة على مستوى المصرف ككل.

4. إعداد المؤشرات والتحليلات المالية لكل ما هو تكلفة وعائد والوقوف على مدى إنجاز الأهداف المحددة بالخططة للمحافظة على السلامة المصرفية.
5. إعداد البيانات اللازمة لإدارة الأصول والخصوم بالصورة المثلى ، والمحافظة على هيكل تمويلي متوازن مع تحقيق المواءمة بين السيولة والربحية .
6. إعداد ومتابعة المؤشرات المستخدمة في قياس مدى سلامة أداء المصرف بالتركيز على المؤشرات الخاصة بالإندار المبكر أو ما يُعرف بمعيار (CAEL) للرقابة الوقائية .
7. عرض تقارير دورية على الإدارة العليا بشأن حجم المخاطر التي يتعرض لها المصرف ووضع المُقترحات المناسبة للحد من هذه المخاطر.
8. اقتراح البدائل المتاحة لتنويع مصادر المطلوبات للحصول على موارد توفير السيولة .
9. إعداد نماذج مالية لتحليل مدى حساسية تقلبات الأسعار .
- 10.المُساهمة في إستحداث أو تطوير الخدمات التي يمكن أن يقدمها المصرف مع تقديم الرأي والتوصية ذات الصلة بالإلتزام بالقوانين والتعليمات الرقابية في حالة إقترح أي منتج أو منتجات جديدة .
- 11.التسيق المستمر مع السلطات الرقابية بشأن التعليمات والضوابط والتشريعات والقوانين الرقابية ، بغرض متابعة الإدارات المختلفة بالمصرف للإلتزام بتلك التعليمات .

(ج) سياسة الضبط الداخلي (المراجعة الداخلية والتفتيش) :

تقوم سياسة الضبط الداخلي على مرتكزات أساسية يتمثل أهمها فيما يلي :

1. إجراءات وأنظمة متكاملة : تهدف الى ضبط الأداء كمأ ونوعاً ، وذلك من خلال تقسيم الصلاحيات والمسئوليات أفقياً ورأسياً. بطريقة تضمن وجود رقابة داخلية على العمليات .
2. أنظمة محاسبية ومعلوماتية : تتسم بالدقة والشمول وترمي الى توفير المعلومات والبيانات المالية بهدف تزويد الإدارة في مختلف مستوياتها بالتقارير اللازمة في الأوقات المحددة للتحكم في الأداء والمخاطر.
3. المراجعة الداخلية : وتتمارس إجراءات الضبط الداخلي وتشمل :
 - أ. المراجعة المالية.

ب. المراجعة الإدارية.

ج. مراجعة البيانات المعالجة إلكترونياً.

آلية تحقيق سياسة الضبط الداخلي :

الهدف الأساسي لعمليات المراجعة وال ضبط الداخلي في المصرف هو تقويم المخاطر ويتم ذلك بإتباع الآتي :

1/ آلية فحص وتقويم كافة المخاطر التي يواجهها المصرف بالإضافة الى تقويم الوسائل المتبعة في قبول المخاطر وإدارتها.

2/ الية تقويم مدى الفاعلية والالتزام بوسائل الضبط الداخلي والسياسات .

3/ وضع آلية مناسبة للتأكد من تنفيذ التوصيات والمقترحات المضمنة في تقارير المراجعة .

4/ مراجعة وتقييم كفاية وفعالية نظام الرقابة الداخلية للمصرف ، واختيار المعايير والأدلة المستحدثة لتواكب التطور في نظم عمل المصرف .

5/ تفعيل عمل الوحدات التي تم إستحداثها في الإدارة لاسيما تلك التي تُعنى بمتابعة مدى الإلتزام بتوجيهات فرق التفتيش والمراجعة الداخلية والخارجية بشقيها { بنك السودان المركزي وديوان المراجعة القومي } .

6/ المراقبة اللصيقة لأداء المصرف لمنع وقوع الأخطاء المقصودة وغير المقصودة وإتخاذ التدابير الاحترازية بشأنها .

خامساً : محور سياسة الإنتشار الجغرافي :

تهدف إستراتيجية المصرف إلى الإنتشار في كل ولايات السودان ، وعليه فإن سياسة المصرف ترمي الى تحقيق عدد من الأهداف يتمثل أهمها في الآتي :

1. السعي لتوصيل خدمات التمويل الأصغر لكل فئات المجتمع السوداني.

2. حفز الإدخار وسط الشرائح المُستهدفة في المجتمع السوداني .

3. نشر مفهوم الوعي المصرفي في المدن والأرياف .

يُحقق المصرف سياسة الإنتشار الأفقى من خلال الآليات التالية :

1. وجود فرع للمصرف على الأقل في كل ولاية من ولايات السودان .

2. الإنتشار في المناطق الأقل نمو لتقديم التمويل الأصغر وحفز الوعي الإدخاري والمصرفي .

3. الإنتشار في الجامعات لتقديم خدماته ونشر الثقافة المصرفية وسط المجتمع الجامعي .

4. الإنتشار في المناطق التي تكون حلقة وصل بين مجتمع ولاية وولايات أخرى .

5. الإستمرار في فتح التواكيل والوحدات المصرفية والصرافات الآلية بمجمعات الطلاب ووسط المجتمع .

أنشطة تحقيق سياسة الإلتشار للعام 2014م تتمثل فيما يلي:

(أ) تكملة تنفيذ فتح :

- فرع سوق ليبيا .
- فتح فرع زانجي .
- فتح فرع الضعين .

(ب) تجهيز إجراءات فتح الفروع الآتية :

- فتح فرع وادي حلفا (حلفا القديمة) .
- فتح توكيل العبيدية .
- ترفيع توكيل جامعة النيلين إلى فرع .

سادساً : محور تهيئة بيئة العمل :

- المتابعة مع الجهات ذات الصلة بالمصرف لتنفيذ خطة المصرف في الإلتشار الأفقي (البحث عن المباني للفروع او التواكيل وإيجارها وتأهيلها ومن ثم شراء كل إحتياجات هذه الفروع والتواكيل من أجهزة وأثاث ومعدات) .
- العمل على تجديد الإيجارات للمباني من المصرف للغير وللمباني المؤجرة من الغير للمصرف .
- متابعة تكملة تشييد مباني خطة العام 2013م لفروع (دنقلا، المناقل، الفاو، ربك، الجنية، نيالا) .
- العمل على تنفيذ مباني خطة 2014م (فرع الفاشر، تاهيل بربر، انشاء مخازن) .
- شراء أسطول العربات الجديدة حسب الخطة وإحلال العربات القديمة .
- تنفيذ الموازنة التشغيلية بالتدرج حسب الحاجة للثالثات والمعدات وأجهزة الكمبيوتر والصرافات الالية والمولدات إلخ .
- العمل على تنفيذ ارشيف المركز الرئيسي المدرج بالخطة.
- العمل على وضع برنامج للأصول الثابتة والمخزونات وآخر للأرشفة الالكترونية بالتنسيق مع إدارة الحاسوب.
- العمل على ربط عدد عشرين فرعاً بنظام المراقبة الالكترونية (كامرات مراقبة) وفق خطة هذا العام.

سابعاً : محور سياسة التسويق المصرفي و الإعلام :

(أ) سياسة التسويق المصرفي :

يُعتبر التسويق المصرفي أهم آلية لتنشيط إستقطاب وتنمية الموارد المالية وفقاً للآتي:

1. دراسة السوق المصرفية لتحديد رغبات الزبون وإحتياجاته الحالية والمستقبلية وتصميم وتقديم الخدمات التي يرغب في الحصول عليها .
2. الإطلاع الدائم والمستمر على أنشطة المصارف الأخرى لمواكبتها للصدود أمام المنافسة المصرفية.
3. المساهمة في عملية التحديث والتطوير المصرفي وخلق أسواق مصرفية وإبتكار أنواع جديدة من الخدمات المصرفية.
4. الترويج والإعلان عن السلع والخدمات التي يقدمها المصرف .
5. المحافظة على الزبائن عن طريق توفير مجموعة من الخدمات المميزة كسهولة الإجراءات ، وتقديم الخدمات المجانية ، ومدعم بالكشوفات الدورية التقنية ، تهيئة الإستقبالات والصالات المريحة بالإضافة الى الإبتكارات التكنولوجية والوسائل الفنية وغيرها التي تُميز المصرف على منافسيه .
6. الوقوف على مشاكل الزبائن عن طريق تفعيل دور صناديق الشكاوى بالفروع والمركز الرئيسي .
7. نشر خدمة الودائع الإلكترونية ومنتجات الودائع الإدخارية والإستثمارية والحصالة الإلكترونية وسط المجتمع .
8. المراجعة الدورية المتعلقة بسعر المنتج والخدمات المصرفية حيث يعتبر السعر من أهم الوسائل التنافسية .
9. مراجعة وضع فروع وتواكيل المصرف بحيث تكون بارزة وواضحة المعالم للزبائن مع وجود لافتات ظاهرة تسهل الوصول إليها .
10. إستخدام العلاقات الشخصية وعلاقات الوجوه وعلاقات أعضاء هيئة الأمانة ومجلس الإدارة في إستقطاب الودائع .
11. توقيع مذكرات التفاهم بين المؤسسات المستهدفة والإدارة العليا من خلال الزيارات التي تنظمها وحدة التسويق في مواقعهم وتبصيرهم بالدور الكبير الذي يقوم به المصرف في جانب التنمية الإجتماعية والمصرفية .

وسائل تنفيذ سياسة التسويق:

1. منح مساحة مقدرة لادارة التسويق من التسهيلات لإستقطاب الزبائن .
2. استقطاب العاملين بالمؤسسات عن طريق (النقابات العمالية) لمنحهم التمويل الأصغر بتحويل مرتباتهم .
3. الإتصال بإدارات المؤسسات المستهدفة وتوقيع مذكرات تفاهم للتعامل مع المصرف .
4. إنشاء مظلات صغيرة في اماكن تجمع المواطنين .
5. عمل لافتات بالشوارع الرئيسية والكبارى بالعاصمة ومدن الولايات .
6. تزويد ملاعب كرة القدم بشعارات المصرف .

7. الترويج عبر وسائط الإعلام المسموعة والمرئية والمقروءة .

10. توقيع مذكرات تفاهم مع قناة النيل الأزرق بالمشاركة في الاخبار اليومية واستضافة كل 3 اشهر في احد البرامج عالية المشاهدة .

11. انشاء مركز لخدمة العملاء (call center) .

(ب) السياسة الإعلامية للمصرف :

تتمثل السياسة الإعلامية للمصرف فيما يلي :

1- إبراز دور المصرف في التمويل الأصغر بأعتبره المؤسسة المصرفية الأولى في هذا المجال وترسيخ رؤيته ورسالته وشعاره لدى العامة .

2- نشر ثقافة التمويل الأصغر والإدخار وتوظيف ذلك لجذب المدخرات الصغيرة وتطوير صناعة التمويل الأصغر .

4- إطلاع الجمهور على الأنشطة غير التقليدية التي يمارسها المصرف (توزيع الدعم الإجتماعي / الكفالة / تسليف الطلاب / مشروعات البني التحتية والمشاريع ذات البعد الإجتماعي الخ) .

آليات تنفيذ السياسة الإعلامية للمصرف :

- توثيق الأنشطة الإدارية والإجتماعية لإستخدامها وتوظيفها عند الضرورة وخاصة في مجال تمويلات الخريجين والمشروعات الصغيرة .
- توثيق وعكس التجارب في مجالات المصرف المختلفة .
- إعداد خطة إعلامية مبرمجة على مدار العام للإعلان عن المصرف من خلال وسائط الإعلام المسموعة والمرئية والمقروءة وغيرها .
- الترويج والإعلان عن المنتجات والخدمات التي يقدمها المصرف .