



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مصرف الإيداع والتنمية الإجتماعية



Savings & Social Development Bank

مصرف الإيداع والتنمية الإجتماعية



2015م

(وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ
وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ
فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ)

صدق الله العظيم

التوبة الآية (105)

محتويات
سياسة مصرف الإيدار والتنمية الإجتماعية
للعام/2015م

رقم الصفحة	الموضوع	م
4	المقدمة	1
5	مرجعيات سياسة المصرف للعام/2015م	2
5	محاو ر سياسة المصرف للعام/2015م	3
6	محور سياسة الموارد المالية :	4
6	(أ) إستقطاب وتنمية الموارد المالية :	
6	- زيادة رأس المال	
6	- إدارة السيولة	
6	- التسويق المصرفي -كألية لإستقطاب وتنمية الموارد المالية	
8	(ب) إستخدام وتوظيف الموارد المالية:	
8	- نافذة التمويل الأصغر والتنمية الإجتماعية	
10	- نافذة التمويل التجاري	
10	- إستخدام موارد النقد الأجنبي	
14	محور سياسة تنمية الموارد البشرية والتدريب	5
15	محور سياسة التقنية وتطوير النظم	6
	محور سياسة الضبط والتقويم :	7
17	(أ) سياسة الضبط المؤسسي	
17	(ب) سياسة درء المخاطر	
18	(ج) سياسة الضبط الداخلي (المراجعة الداخلية والتفتيش)	
19	محور سياسة الإنتشار الجغرافي	8
20	محور السياسة الإعلامية	9

سياسة مصرف الإيداع والتنمية الإجتماعية للعام 2015م

المقدمة :

سياسة المصرف تُعنى مجموعة الإجراءات والتدابير التي ينتهجها المصرف ويَهتدى بها في تحقيق أهدافه وأغراضه المتمثلة في قيامه بجميع الأعمال المصرفية والمعاملات المالية داخلياً وخارجياً لإدعم وتقوية مركزه المالي بالصورة التي تمكنه من أداء دوره الأساسي وإنجاز رسالته السامية من خلال تقديم خدمات التمويل الأصغر والصغير والتمويل ذي البعد الإجتماعي لكافة قطاعات المجتمع الفقيرة القادرة على الإنتاج ، بالإضافة الى تقديم خدمات إجتماعية أخرى لفئات المُجتمع منها على سبيل المثال لا الحصر (توزيع الدعم الإجتماعي ، صرف كفالة الطلاب ، مشروع تسليم الطالب الجامعي ، التسجيل الإلكتروني... إلخ) . كما يعمل المصرف بالتنسيق والتعاون مع عدد مُقدر من المؤسسات والمنظمات التي تعمل على مكافحة أو التقليل من حدة الفقر من خلال أنشطة مصرفية مُؤسسة تُوظف المال لأغراض التنمية الإقتصادية والإجتماعية.

من أغراض وأهداف المصرف التي تحتاج لسياسة واضحة المعالم تنمية الوعي الإدخاري وإبتكار الوسائل الجاذبة للمدخرين وربطه بالتمويل الأصغر وتشجيعه وتوجيهه لكافة موارده لخدمة التنمية الإقتصادية والإجتماعية . كما يواصل المصرف سياسة الإنتشار الأفقى للوصول بخدمات التمويل الأصغر لكافة فئات المجتمع السوداني المُستهدفة وحفز الإدخار وسط الشرائح الفقيرة ، ولتحقيق أهدافه التنموية ونشر مفهوم الصيرفة الإجتماعية وسط أرياف الولايات ، حيث تتم دراسة هذا الإنتشار بموضوعية والإختيار الأمثل للمناطق المُستهدفة ، كما تفرد المصرف بسياسة الإنتشار بالجامعات لنشر ثقافة العمل المصرفي وسط منتسبيها . بناءً على هذا المفهوم يُعتبر المصرف من أذرع الدولة لتحقيق التنمية المُستدامة والنمو الإقتصادي والإجتماعي بإستغلال الموارد الإقتصادية والبشرية المتاحة في كافة بقاع السودان المختلفة . وعليه بُنيت سياسة المصرف لعام 2015م لتحقيق أهداف الخطة الخمسية ، مستوعبةً في ذلك المتغيرات الداخلية والخارجية التنموية والإقتصادية.

مرجعيات سياسة المصرف لعام 2015م :

إستندت سياسة المصرف على المرجعيات التالية :

1. قانون مصرف الإيداع والتنمية الإجتماعية للعام/1996م .
2. السياسة الإقتصادية الكلية للدولة .
3. سياسة وموجهات بنك السودان المركزي التمويلية والنقدية والمصرفية 2015م .
4. الخطة الخمسية لمصرف الإيداع والتنمية الإجتماعية (2012-2016م) .
5. لائحة تنظيم عمل مؤسسات التمويل الأصغر لعام 2011م .

محاور سياسة مصرف الإدخار والتنمية الإجتماعية لعام/2015م :

تشتمل سياسة المصرف على المحاور التالية :

1) محور سياسة الموارد المالية :

(أ) إستقطاب وتنمية الموارد المالية :

- التسويق المصرفي -كألية لإستقطاب وتنمية الموارد المالية

(ب) إدارة السيولة

(ج) إستخدام وتوظيف الموارد المالية:

- نافذة التمويل الأصغر والتنمية الإجتماعية

- نافذة التمويل التجاري وإستخدام موارد النقد الأجنبي

2) محور سياسة تنمية الموارد البشرية والتدريب

3) محور سياسة التقنية وتطوير النظم

4) محور سياسة الضبط والتقويم :

(أ) سياسة الضبط المؤسسي

(ب) سياسة درء المخاطر

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

5) محور سياسة الإنتشار الجغرافي

6) محور السياسة الإعلامية

أولاً: محور سياسة الموارد المالية :

(أ) إستقطاب وتنمية الموارد المالية :

■ زيادة رأس مال المصرف:

- زيادة رأسمال المصرف من خلال السعى مع الإدارة العليا للمصرف ومجلس الإدارة لحث المساهمين لزيادة راس المال بما يتوافق مع الخطة الخمسية والأهداف الكمية والنوعية المرجو تحقيقها .

- المتابعة مع الجهات ذات الصلة لتحقيق هذه الزيادة

■ إدارة السيولة:

- تجويد الأداء المالى من خلال تطبيق متطلبات الجهات الرقابية والإشرافية الخاصة بالنواحي المالية .

- تحقيق السلامة المالية وذلك بإستيفاء المخصصات المطلوبة .

- الحفاظ على نسب السيولة المثلى المقررة ومراقبتها من خلال التقارير الإسبوعية للتدفقات النقدية المتوقعة .

■ التسويق المصرفي كألية لإستقطاب وتنمية الموارد المالية

يعتبر تخطيط الأنشطة التسويقية جزءاً لا يتجزأ من التخطيط الاستراتيجي العام للمؤسسة المصرفية كما أن التسويق المصرفي من المنظور الإسلامي نشاط مؤسسي يهدف الى تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية من خلال التوافق ما بين جودة المنتج وكفاءته إشباعاً لحاجات الفرد المتمثلة فى الوصول لدرجة تمام الكفاية والرفاهية لحاجات المجتمع وصولاً لتحقيق الاكتفاء الذاتي للأمة .

أهداف خطة التسويق والعلاقات العامة :

- 1/ تكملة الهيكل الوظيفى لإدارة التسويق المجاز من قبل مجلس الادارة.
- 2/ تفعيل دور العلاقات العامة كعنصر من عناصر الترويج وإظهار صورة المصرف لدى المجتمع
- 3/ تفعيل أدوات العلاقات العامة لبناء هوية المصرف مثل بطاقات العمل الشخصية والموقع الإلكتروني والزي الرسمي لموظفي الإدارة وتبعية الاستقبال للإدارة وتنظيم بطاقات الزوار والمنشورات الترويجية .
- 4/ تبعية صندوق الشكاوى والمقترحات للإدارة وتحليله وحل المشكلات الفورية .
- 5/ تحليل العملاء وتصنيفهم كشرائح .
- 6/ الترويج لمنتج المحفظة الإلكترونية عبر الوسائل الإعلامية واللوحات الإرشادية وتوحيدها فى كل الفروع .
- 7/ التنسيق مع الادارات المختصة لإطلاق (منتج: قرية واحدة منتج واحد) (one village one product)
- 8/ تفعيل خدمات الموبايل المصرفى للعاملين والزبائن (إعلانات توعية)
- 9/ الترويج للخدمات الإلكترونية التقنية التى يقدمها المصرف عبر وسائل الاعلام .
- 10/ مركز خدمة عملاء الى جانب موظفي علاقات عامة بالفروع .
- 11/ استقطاب العملاء المميزين .

الانشطة التى تحقق الاهداف:

- 1/ تخصيص برامج فى الإذاعة والتلفزيون عن الخدمات التى يقدمها المصرف والمشروعات المميزة التى تم تنفيذها.
- 2/ تفعيل إطلاق المحفظة الإلكترونية عن طريق ايجاد نقاط البيع وعمل البوسترات الارشادية الموحدة لكل الفروع بالولايات .
- 2/ السعى الجاد مع الادارات المختصة لإطلاق خدمة منتج واحد قرية واحدة والترويج له عن طريق الاسكيتشات الدرامية لتكون محفوظة ومالوفة للجميع.
- 3/ الاتصال بالمسؤولين والجمهور العام والمساهمين والعملاء المرتقبون من أجل بناء الثقة وتكوين صورة ايجابية عن المصرف من خلال عكس نشاطات المصرف عن طريق الدعاية والاعلان والعلاقات العامة ورعاية البرامج التلفزيونية عالية المشاهدة .
- 4/ الاتصال بالمؤسسات من خلال الزيارات وتزويدها بالكتيبات والمطبقات التعريفية وعمل تعاقدات معها للتعامل مع خدمات المصرف .
- 5/ المواصلة فى استقطاب صناديق الضمان الاجتماعى التابعة للوزارة لإيداع مواردها طرف المصرف .
- 6/ إستقطاب مرتبات العاملين بالدولة والمعاشات عن طريق النقابات للاستفادة من خدمة التمويل الأصغر .
- 7/ المنهجية والسلوك الراقي فى خدمة العملاء هى الغاية التى تسعى إليها إدارة التسويق والعلاقات العامة من خلال :

- مهارات التكيف والتخاطب
- المظهر العام
- الانضباط الداخلى
- فن الأصغاء للزبون
- الحماس للمهنة

- الثقة بالنفس
- القوة والأمانة
- الخ كل ذلك من خلال إقامة الندوات والدورات التدريبية .
- 8/ الزيارات الميدانية لفروعنا للوقوف على حجم الأنشطة ونطاق السوق حسب طبيعة المنطقة الجغرافية والخدمات المقدمة للجمهور ميدانياً .
- 9/ التنسيق بين إدارة الشئون المصرفية والاستثمار والتمويل الأصغر والتسويق والاعلام للتفاكر حول المنتجات الجديدة وتسعيرها وكيفية تسويقها .
- 10/ استخدام العلاقات الشخصية وعلاقات الوجوه فى إستقطاب الودائع.
- 11/ الإستفادة من علاقات أعضاء هيئة الأمناء ومجلس الإدارة فى استقطاب الودائع .
- 12/ المساعدة فى استخراج الاوراق الثبوتية والجوازات والتاثيرات وسفر وإستقبال الادارة العليا وكبار الزوار.
- 13/ المشاركة فى الاحتفالات والمهرجانات الخاصة بالمصرف والمناسبات العامة والتجهيز والترتيب لها مع الجهة المختصة لظهار الصورة المشرفة للمصرف .
- 14/ إبتكار منتجات تمويلية فى اطار مشاريع تشغيل الخريجين.
- 15/ المشاركة بالمعارض فى المناسبات العامة.
- 16/ الاستمرار فى تدريب الموظفين الحاليين ودعم الإدارة بكوادر مؤهلة فى مجال التسويق والعلاقات العام

(ب) 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 الأساسى لنشاط المصرف حيث يخدم الفئات المُستهدفة من الفقراء ومحدودي الدخل وغيرهم .
 - نافذة التمويل التجارى : والذي يُحقق عائداً تعمل على تغطية نفقات التمويل التتموى الإجتماعي وضمان إستمراريته .

فيما يلي إستعراض لسياسة إستخدام أو إستغلال الموارد المالية عبر نافذتين كما يلي:

(1) نافذة التمويل الأصغر والتنمية الإجتماعية :

وفقاً للخطة الإستراتيجية الخمسية للمصرف 2012-2016م وتحقيقاً لخطة وسياسات المصرف للعام 2015م تصدر موجهاً التمويل الأصغر للعام 2015م مستهدفة زيادة موارد التمويل الأصغر وتوجيهها للقطاعات الانتاجية والخدمية التى تساعد فى خلق فرص التوظيف الذاتى وتساهم فى الناتج المحلى الاجمالي تحقيقاً للأهداف الآتية :

- توجيهه 80% من حجم محفظة التمويل بالمصرف الى التمويل الأصغر والصغير والتمويل ذي البعد الاجتماعى .
- إستهداف 50,000 أسرة بالتمويل الأصغر وتوجيه التمويل للقطاعات الإنتاجية لشرائح التمويل الاصغر خاصة الحرفيين و المهنيين و الخريجين والمرأة الريفية وصغار المزارعين .
- الاستمرار فى تطبيق الضمانات غير التقليدية والنزول بنسبة الضمانات التقليدية إلى 40% .
- خفض نسبة التمويل بصيغة المرابحة ليصل الى 70% من محفظة التمويل الاصغر.

- زيادة زبائن التمويل الأصغر عبر توسيع النوافذ التمويلية .
- تقديم خدمات متطورة تؤدي الى نفاذ سياسات الدولة فيما يخص تسهيل التمويل الاصغر وتمليك وسائل الانتاج.

تركز سياسات المصرف في التمويل الأصغر على المجالات التالية :

1/زيادة موارد التمويل الأصغر عبر:

- (1) التعاون مع الشركاء من الجهات الحكومية والغير حكومية و تشبيك العلاقة مع القطاع الخاص لتوجيه التمويل نحو المشروعات الانتاجية .
- (2) الاستمرار في تشجيع الادخار بنشر ثقافة الادخار وحصالة الادخار الالكترونية .

2/ تنوع صيغ التمويل:

- العمل على تنوع صيغ التمويل الأصغر بتفعيل صيغ المقاوله والإستصناع والمشاركة والسلم والمرابحة بالإضافة المضاربة المقيدة .
- كل فرع سيعمل على تنفيذ تمويلات داخل هذه القطاعات حسب ما تتميز به منطقته من مشروعات إنتاجية إلا أن إجمالي هذه القطاعات حتماً ستفضي الى المخطط أعلاه وحصر التمويل في القطاعات المفيدة للمجتمع وعدم تمويل الانشطة التي لاتفيد المجتمع مثل .
- تمويل كروت الشحن لأي من شركات الاتصال .
- تمويل المشروعات ذات الأثار البيئية السالبة .

2/تكلفة التمويل:

- أ) تطبيق مؤشر هامش الربح في حدود 15% للعام .
- ب) تطبيق مؤشر هامش الربح للزبائن الممولين بضمان معاشاتهم ومرتباتهم وودائع الضمان 12% للعام.
- ج) ضرورة عدم إلزام زبائن التمويل الأصغر بتوريد القسط الأول للحصول على التمويل.

(2) نافذة التمويل التجاري والنقد الأجنبي :

- تهدف سياسة التمويل التجاري والإستثمار الى الآتى :
- تقوية المركز المالي للمصرف لضمان إستمراريته لتحقيق أهدافه السامية نحو إستدامة التنمية الإقتصادية والإجتماعية .
 - تحقيق التميز للمصرف والسعي نحو الريادة في السوق المصرفي .

آليات تنفيذ سياسة إستخدام موارد التمويل التجاري :

- لتحقيق تلك الأهداف تركز سياسة التمويل التجاري على زبائن مميزين ومشروعات ذات ربحية عالية وبمعدل دوران مُرتفع نسبياً ويمكن أن يتم تنفيذ ذلك عبر الآليات التالية :
- إستمرارية التمويل التجاري للزبائن .
 - الإستمرار في تمويل البنيات التحتية في الولايات في مجال المشروعات التنموية والخدمية
 - التركيز على الصادرات غير البترولية وخاصة سلع البرنامج الإقتصادي الخماسي وهي :
 - (سلع إحلل الواردات: القمح ، السكر ، زيوت الطعام والأدوية) . و سلع الإنتاج من أجل الصادر: (القطن ، منتجات الثروة الحيوانية ، الصمغ العربي والذهب والمعادن الأخرى) .

- الإستمرار فى تمويل الجامعات والمعاهد العليا الحكومية والخاصة وتمويل إحتياجات العاملين .
- الإستمرار فى المساهمة فى معظم محافظ التمويل التى يتبناها بنك السودان المركزي والتي تهدف الى تمويل المشاريع المرتبطة بالقطاعات ذات الأولوية .
- إتباع سياسة تمويلية لضبط وتنظيم العمليات التمويلية بالصيغ الإسلامية المختلفة بالفروع وتوحيد مفاهيم العمل بها .
- التقليل من التمويل بصيغة المرابحة وذلك بتفعيل الصيغ الإسلامية الأخرى كالمشاركة والمقاوله والسلم والموازى والمقاوله ... الخ وفقاً للمراشد الفقهية والفتاوى الصادرة عن الهيئة العليا للرقابة الشرعية .
- إتباع تدابير محكمة لإتحصيل الديون المستحقة وإسترداد المتعثرة .
- السعى للوصول لنسبة توظيف بمجموع فروع الولايات لا تقل عن 70% من جملة ودائعها المستقطبة .

3/نافذة العمل في مجال النقد الأجنبي :

ركزت السياسة في هذا المحور علي بيئة العمل الخارجية والداخلية وتحليلها لتحديد جوانب القوة والضعف والفرص والمهددات والمخاطر التى تواجه المصرف على العمل علي تقليل تأثير هذه المهددات وتحفيز الفرص.

موجهات الخطة :

1/السياسة التمويلية والمنشورات الصادرة من بنك السودان.

2/المنشورات الصادرة والمنظمة للعمل من الادارة.

3/الأداء للعام 2014 م .

أبرز التحديات التى تواجه المصرف:

من خلال دراسة البيئة الداخلية والخارجية ، هناك بعض التحديات التى تواجه المصرف منها:

(1) المراسلين :

أدى الحظر الأمريكى علي المصارف السودانية الى قفل كثير من حساباتنا طرفهم وابقاف التعامل مع السودان عامة منهم : البنك الراجحى ، البنك الأهلى جدة ، بنك المشرق – بنك دبی، بنك الصين ، وبنك كومرز ، وبنك اليوباف فرنسا . والجزء المتبقى من المراسلين عمل على تحجيم عملهم في إصدار الاعتمادات والتحويل الى أطراف اخري .

(2) استقطاب العملاء :

إستقطاب عملاء جدد او قدامى للنقد الأجنبي.

(3) التدريب :

تدريب موظفي النقد الأجنبي تدريباً يواكب التقدم والتطور الذى يطرأ على عمل النقد الاجنبي والذي هو في تطور مستمر لاسيما ان المصرف يشهد فتره اضافة نظام التجارة الالكترونية E_TRADE

(4) الموازنة التقديرية :

من ضمن المشاكل التى تؤرق الإداره هي تحقيق موازنة العام 2015م في جانب إيرادات النقد الاجنبي حتي يتم تحقيق الربط المقدر لهذا العام.

(5) التعثر :

تحمل المصرف تعثراً كبيراً ولفترات ليست بالقصيرة مما أثقل كاهل المصرف ، وهذا التعثر نتج عن تعثر بعض العملاء في الدفع عند الأجل او بوفاة البعض منهم او نتج عن تغير سعر الصرف وعدم إستجابة بنك السودان بتوفير النقد الاجنبي عند الأجل الذي أدى الى كشف بعض حساباتنا مع المراسلين مما إستدعى مجهود كبير لتغطيتها .

خطة العمل لتجاوز التحديات :-

وهذه الخطة تعمل على إيجاد آليات تنفيذ ومعينات للخطة فيما يلي:

(1) فى مجال المراسلين :

أ/ فتح قنوات اتصال مستمرة مع المراسلين عبر الزيارات المتبادله وعبر وسائل الاتصال الأخرى.

ب/ العمل علي خلق مراسلين جدد تصب في صالح المصرف .
ج/ الاتجاه للعمل مع بعض الصرافات الخارجية (دبي) وذلك لايجاد وسائل للتحويل الخارجية وتحصيل الصادر (وفقاً لما جاء في سياسة بنك السودان 2015م).

د/ زيادة تسهيلات المراسلين وذلك عند تحسن العلاقات الخارجية معهم.
هـ/ فتح قنوات مع البنوك المحلية من خلال إتخاذهم مراسلين للاستفادة من شبكة مراسليهم الخارجية وذلك بالدخول معهم في علاقات تعاقدية في اطار ما ورد في سياسة بنك السودان تحت عنوان سوق ما بين المصارف.

(2) فى مجال استقطاب العملاء :-

أ/ العمل الدؤوب على جذب العملاء الجدد او إعادته القدامى وخاصة عملاء الصادر وذلك من خلال تقديم خدمات سريعة ومريحة للزبون وايضا تقديم تمويل يمكن الزبون من العمل وجذب موارده ، وذلك بتضافر الجهود وإشراك كل الجهات ذات الصلة في إيجاد الزبائن وهي:-

*الادارة العليا.

*قسم التسويق.

*الفروع.

*اداره النقد الاجنبي والعلاقات الخارجية.

أ/ العمل على جذب ادارة الحج والعمرة مره اخري ، وذلك من خلال تكثيف الاتصالات بالجهات ذات الصلة ، وان نعمل علي توسيع الصادر حتى نستوعب طلباتهم من النقد الاجنبي.

ب/العمل على جذب ودائع المغتربين .

(3) فى مجال التدريب :

وبما ان الهدف هو التوسع في عمل النقد الاجنبي ، عليه لابد من ايجاد الكادر المؤهل تاهيلاً جيداً لاداء المهمة الموكلة إليه ، عليه لابد من تدريب كل الموظفين علي النحو التالي:-

*تدريب داخلي: اجراء دورات تدريبيه داخل البنك ومع البنوك الأخرى واكاديمية السودان للعلوم المصرفية في مجال النقد الاجنبي.

*تدريب خارجي: المشاركة في الدورات الخارجية سواءً كانت في المعاهد الخارجية

او لدي المراسلين بعد اجراء اتصالات معهم.
*تدريب عملي: وهو بان ينتدب موظف من فرع الي فرع آخر للتدريب في مجال النقد الأجنبي وذلك لتلقي التدريبات العملية لعمليات النقد أجنبي.

والموظفون المستهدفون هم: -

موظفي الفروع العاملة في النقد الاجنبي
موظفي ادارة النقد الاجنبي.

(4) فى مجال الموازنه التقديرية :-

وبما ان الموازنة المجمعة للمصرف فيما يخص ايرادات النقد الاجنبي تبلغ 2,415,456 جنيه لعام 2015م الا ان الادارة جاهدة لزياده 25% لتبلغ 3,019,433 جنيه ونأمل ان يتم ذلك عبر :

1/ تقديم تمويل لعلاء الصادر لكافه السلع من السمسم والفول والكردي بالاضافة للحوم الحية واشراك فروعنا في مناطق الانتاج وايضا تفعيل دور فرع بورتسودان ليواكب العمل في المرحلة القادمة والتي من المتوقع ان تشهد حركة صادر تحقق ارباحاً للمصرف.

2/ تنشيط عمليات الاستيراد بكافه أنواعها.

3/ العمل علي إجراء التحويل والسدادات عبر موارد العميل الذاتية.

4/ قبول توريدات النقد الاجنبي لاجراء التحويل الخارجية.

(5) فى مجال التعثر :

1/ تفعيل دور الصادر حتى يتم استيعاب كثير من الخسائر.

2/ الشراء من بعض البنوك او السوق الموازي لسداد التعثر.

ثانياً: محور سياسة تنمية الموارد البشرية والتدريب:

(أ) محور الموارد البشرية:

1. تحديد إحتياجات المصرف من القوى العاملة في مختلف التخصصات وذلك على ضوء أهداف المصرف وفق الهيكل المجاز .
2. إجراء تنقلات في إطار تبادل المراكز وإكتساب مزيد من الخبرات بين الدرجات القيادية والدرجات الوسطى وفق ما تقتضيه مصلحة العمل .
3. إعادة توزيع الموظفين وفق درجاتهم الوظيفية والخبرة والمؤهل حسب ما ورد بالهيكل الوظيفي والحد الأمثل للقوى العاملة لكل فرع ولكل إدارة .
4. سد النقص في القوى العاملة بالفروع والإدارات وفق الهيكل الوظيفي المجاز سواء بالتعيين أو النقل .
5. إدخال برنامج كامل لشئون العاملين بالتعاون مع شركة الأنظمة المالية والمصرفية .
6. إدخال نظام الأرشفة الإلكترونية في عمل الإدارة .
7. إنشاء قسم تخطيط القوى العاملة ليعيننا على إستراتيجية الحصول على القوى البشرية في المصرف وحسن إستخدامها وتطويرها والتأكد من توافر العدد والنوعية الملائمة من القوى البشرية بأعمال تتناسب مع إحتياجات وأهداف المصرف .
8. إجراء الترقيات وفق الوظائف الشاغرة بالهيكل الوظيفي .

9. تطوير نظام دفع المرتبات (البيرول) والسلفيات .

ب) محور التدريب والتأهيل

التدريب يهدف إلي تحسين طرق وأساليب الأداء لزيادة الإنتاجية والي تنمية قدرات العاملين ومهاراتهم في مجال أعمالهم علمياً وعملياً ولتغيير السلوك والاتجاهات في مجال علاقات العمل وأيضا يمكن العاملين من مسايرة التقدم العلمي والتكنولوجي والإلمام بأساليب العمل الحديثة لذا سوف يكون التدريب في كل المجالات المصرفية داخلياً وخارجياً بالتركيز علي خصوصية المصرف المؤسسة الأولى في السودان في تقديم خدمات التمويل الأصغر.

أولاً: في مجال التدريب الداخلي :-

(أ) تدريب داخل قاعات مركز التدريب في كل المجالات المصرفية والإدارية وفي مجال تخصص المصرف بتدريب (120) ضابط انتمان .
(ب) المشاركة مع الجهات المتخصصة والمعترف بها للتدريب في كل المجالات المصرفية والإدارية وبمواقع العمل

ثانياً : التدريب الخارجي :

لمواكبة التطورات في السوق المصرفية العالمية ومعرفة تجارب الآخرين خاصة في مجال خصوصية المصرف لذا يشارك المصرف في الدورات الخارجية في كل المجالات المصرفية وخاصة في مجال خصوصية المصرف لكل الدرجات والمشاركة في المؤتمرات والورش المتخصصة والتدريب بمواقع العمل .

ثالثاً: محور سياسة التقنية وتطوير النظم:

تركز السياسة المصرفية وتطوير النظم علي ثلاثة محاور أساسية وهي:-

➤ محور الاستقرار المالي والسلامة المصرفية

➤ محور نظم الدفع والتقنية المصرفية

➤ محور الانتشار الجغرافي

1/ محور الاستقرار المالي والسلامة المصرفية:

تحقيق الاستقرار المالي والمحافظة علي السلامة المصرفية في جميع أعمال المصرف وذلك بالتقيد بالنسب المثلي في مايتعلق بنسبة التعثر وكفاية رأس المال ومتوسط التكلفة الادارية وذلك بتفعيل إجراءات الاشراف والرقابة المصرفية بالتنسيق مع الادارات المختصة ، وذلك بإصدار المنشورات والتعميمات المنظمة للعمل والالتزام بموجهات بنك السودان المركزي والضبط المؤسسي .

وتتمثل متطلبات وأهداف هذا المحور في الاتي :

- العمل علي جذب الودائع بشقيها المحلي والأجنبي مع تجويد الخدمات المصرفية .
- العمل علي تطبيق المعايير الرقابية الدولية وفقاً للجنة الخدمات المالية الاسلامية ولجنة بازل ومتطلبات غسيل الأموال ومكافحة الإرهاب وقانون الامتثال الضريبي .
- العمل علي النزول بنسبة التعثر إلي نسبة أقل من 6% وبناء المخصصات اللازمة لذلك.
- تفعيل وتحديث آليات أنظمة العمل الحالية والبرامج (بنتابانك) بما يلائم موجهات ومعايير مخاطر نظم الدفع .

- إنشاء وحدة إلكترونية لخدمة العملاء (Call Center) تتلقى شكاوى ومقترحات الزبائن وتجيب علي أسئلتهم واستفساراتهم بالسرعة المطلوبة بالإضافة لصندوق الشكاوى والمقترحات .
- نشر ثقافة التصنيف الائتماني لزبائن المصرف وذلك ببناء قاعدة بيانات ومعلومات مصنفة ودقيقة وشاملة للزبائن حسب متطلبات بنك السودان المركزي ووكالة الاستعلام والتصنيف الائتماني .

2/ محور الدفع والتقنية المصرفية :

- يهدف هذا المحور الي تطوير نظم الدفع الالكتروني وزيادة انتشارها وترقية العمل المصرفي بإستخدام أنظمة تقنية متطورة ، وذلك بالتوسع في نظم الدفع الحديثة وإدخال الخدمات الالكترونية من خلال أحدث مبتكرات التقانة المصرفية العالمية المتاحة والمتمثلة في : -
- تهيئة البنية التحتية وربطها مع قطاع الأسواق والمؤسسات المالية المشاركة والمستفيدة من نظم الدفع .
- إبتكار وإدخال منتجات مصرفية كالنقود الإلكترونية وتعزيز الثقة فيها وتوفير الادوات والضوابط التي تتيح تداولها والتعامل بها بالتنسيق مع شركات ومؤسسات القطاع الخاص وفقاً للمعايير الدولية المتعارف عليها .
- توفير العدد الكافي من نقاط البيع والصرافات الآلية والموبايل بانك وفق ضوابط موجّهات بنك السودان المركزي لتحقيق وتعزيز الشمول المالي ودعم مشروعات الحكومة الإلكترونية.
- إكمال التعاقد مع الهيئة العامة للجمارك السودانية لتقديم خدمة الدفع الإلكتروني للرسوم الجمركية .
- الاطلاع علي عروض الشركات العاملة في مجال تقديم خدمات المحفظة الالكترونية (باكت / ريتال) للتعاون معها في تقديم خدمات المحفظة الإلكترونية وادارة شبكة وكلاء المصرف للمحفظة الالكترونية .
- العمل علي استقطاب المؤسسات والشركات والمصالح لدفع مرتبات منسوبيها عبر بطاقة المحفظة الإلكترونية الفضية .
- العمل علي استقطاب عملاء المصرف المميزين لتكوين شبكة وكلاء محفظة إلكترونية بالعاصمة والولايات وإطلاق بطاقة مدخراتي الالكترونية .
- العمل علي تصميم برنامج مساعد كبديل لبرنامج الـ Cardpro لاعداد ملفات البطاقات حسب الصياغة المطلوبة لاصدارها في شكل مجموعات (Batches).
- تدريب موظفي الفروع علي كيفية اصدار البطاقات في شكل مجموعات واي اضافات أخرى جديدة بالنظامين (CMS & FIMI).
- بناء قاعدة المدخرين بتقبل دور الوسائط المحلية والتعاونيات واصحاب المهن والحرف والانتاج الزراعي والنباتي و الحيواني وربطهم بالتمويل الأصغر .
- إدخال بقية الولايات من مستحقي كفالة الطلاب والدعم الإجتماعي الي نظام الدفع الالكتروني عبر الصرافات الآلية ونقاط البيع .

رابعاً: محور سياسة الضبط والتقويم:

➤ سياسة الضبط المؤسسي

- سياسة درء المخاطر
- سياسة الضبط الداخلي

أ) سياسة الضبط المؤسسي:

- تفعيل التأكد من إلتزام المصرف والعاملين بأجراءات مكافحة غسل الأموال وتمويل الإرهاب .
- متابعة تطوير نماذج العمليات المصرفية لتتوافق مع مبدأ أعرف عميلك (KYC).
- الرقابة الملازمة للتأكد من إلتزام المصرف بالضوابط والإجراءات المصرفية السليمة الصادرة من الجهات الرقابية .
- الإلتزام التام بالصيغ التمويلية الإسلامية .
- التقيد بمعايير المحاسبة والمراجعة والضبط للمؤسسات المالية .
- الاستمرار فى تدريب العاملين فى عمليات غسل الأموال وتمويل الإرهاب .

ب) سياسة درء المخاطر:

- تهدف سياسة درء المخاطر لتطبيق الموجهات المصرفية الكفيلة بتحقيق الربحية والإستمرارية والنمو بما يجعل المصرف صامداً أمام المنافسة المصرفية .
- العمل على المحافظة على سمعة المصرف وثقة الزبائن والمتعاملين معه.
- العمل على تخفيف المخاطر المتنوعة .
- المساهمة في توفير أرضية صالحة لكيفية التطبيق السليم لمعايير بازل للرقابة المصرفية ومعايير مجلس الخدمات المالية الإسلامية (IFSB) .

وذلك من خلال الأنشطة التالية:

- إعداد الدراسات الفنية الخاصة بشأن الحدود المقبولة للمخاطر المختلفة التي يتعين الإلتزام بها .
- وضع الضوابط والحدود الخاصة بمراقبة وتقويم كافة الأعمال (التمويل- الإستثمار – المعاملات – السيولة إلخ) .
- مراجعة وإقرار المبادئ الإرشادية اللازمة لتحديد وقياس ومراقبة وضبط المخاطر المتنوعة على مستوى المصرف ككل .
- إعداد المؤشرات والتحليلات المالية لكل ماهو تكلفة وعائد والوقوف على مدى إنجاز الأهداف المحددة بالخطة للمحافظة على السلامة المصرفية .
- إعداد البيانات اللازمة لإدارة الأصول والخصوم بالصورة المثلى والمحافظة على هيكل تمويلي متوازن.
- إعداد ومتابعة مؤشرات السلامة المصرفية بالتركيز على مؤشرات الإنذار المبكر (CAEL) للرقابة الوقائية .
- عرض تقارير دورية على الإدارة العليا بشأن حجم المخاطر التي يتعرض لها المصرف ووضع مقترحات لتخفيفها .
- التنسيق المستمر مع السلطات الرقابية بشأن التعليمات والضوابط والتشريعات والقوانين الرقابية ومتابعة الإلتزام بتلك التعليمات .

ج) سياسة الضبط الداخلي:

آلية تنفيذ السياسة:

- إتباع إجراءات وأنظمة متكاملة تهدف الى ضبط الأداء كماً ونوعاً للتأكد من تقسيم وتوزيع الصلاحيات والمسئوليات أفقياً ورأسياً بما يوفر الرقابة الداخلية في كل مراحلها .
- إستخدام أنظمة محاسبية ومعلوماتية تتسم بالدقة والشمول وتوفر المعلومات والبيانات المالية لتزويد الإدارة بالتقارير المطلوبة للتحكم في الأداء ودرء المخاطر .

- القيام بالمراجعة والضبط الداخلي الذي يُغطي الأداء المالي والإداري ؛ ومراجعة البيانات والمعلومات المُستخرجة إلكترونياً .
- الإهتمام بالسياسة العامة للدولة والعمل بأهداف المصرف وفقاً للضوابط والموجهات والمنشورات المنظمة لذلك .
- تطوير وتقويم وتجويد أداء المصرف من خلال تطوير الأنظمة ومُخرجاتها لتكملة متطلبات العمل ؛ ومعالجة مواقع الضعف والخلل فيها

أنشطة تحقيق أهداف السياسة:

- مراجعة وتقييم كفاية وفعالية نظام الرقابة الداخلية مع إختيار المعايير والأدلة المُستحدثة لتواكب التطور في نظم عمل المصرف والمتطلبات الأخرى .
- مراجعة مدى الفاعلية والالتزام بوسائل الضبط الداخلي .
- مراجعة الأنظمة المحاسبية والمعلوماتية ومُخرجاتها للتأكد من صحتها ودقتها وسلامتها .
- فحص ومراجعة أنشطة المصرف لتقويم كافة المخاطر التي يُتوقع أن يواجهها المصرف .
- التأكد من مدي الالتزام بالسياسة العامة للدولة وأهداف المصرف وفقاً للضوابط والموجهات والمنشورات المنظمة لها .
- التأكد من تنفيذ توصيات ومقترحات ومعالجات تقارير المراجعة الخارجية والداخلية .
- المراقبة للصيقة لأداء المصرف لدرء المخاطر ومنع وقوع الأخطاء المقصودة وغير المقصودة وإتخاذ التدابير الإحترازية بشأنها .

خامساً: محور سياسة الإنتشار الجغرافي :

العمل علي تحقيق سياسة الإنتشار الجغرافي بفتح الفروع الجديدة والتواكيل ومكاتب الصرف والوحدات المصرفية لتغطية جميع ولايات السودان المختلفة ونشر ثقافة الادخار والتمويل الأصغر وتوفير الخدمات المصرفية والتمويلية لكل الانشطة الانتاجية (زراعية – صناعية – وأسر منتجة) والانشطة ذات البعد الاجتماعي والعمل علي فتح فرعي الضعين وحلفا الجديدة وإعادة فتح فرع الشواك .

● محور الاجارات:

العمل على تجديد الاجارات للمباني من المصرف للغير وللمباني المؤجرة من الغير للمصرف .

● محور الاصول الثابتة (المباني والعربات والاثاثات والاجهزة والمعدات وخلافه):

- متابعة تكملة تشييد مباني خطة العام 2014م لفروع (الفاشر وبربر).
- العمل على تنفيذ مباني خطة 2015م(تشييد المرحلة الاولى لمبنى فرع كادقلي والكاملين،عمل طابق بيرج الرئاسة على مستوى الطابق الثاني بالجانب الجنوبي ،توسعة مبنى فرع الخوي وفرع كوستي ،تاهيل مبنى فرع الشواك ومبنى ففرع كسلا).
- شراء أسطول العربات الجديدة حسب الخطة وإحلال العربات القديمة.
- تنفيذ الموازنة التشغيلية بالتدرج حسب الحاجة للثاثات والمعدات وأجهزة الكمبيوتر والصرافات الالية والمولداتوخلافه.
- العمل على تنفيذ أرشيف المركز الرئيسي المدرج بالخطة.
- العمل على وضع برنامج للأصول الثابتة والمخزونات وآخر للارشفة الالكترونية بالتنسيق مع إدارة الحاسوب والشئون المالية.
- العمل على ربط عدد عشرون فرع بنظام المراقبة الإلكترونية(كامرات مراقبة)وفق خطة هذا العام .

1) محور الانتشار الأفقي:

- المتابعة مع الجهات ذات الصلة بالمصرف لتنفيذ خطة المصرف في الانتشار الافقي (البحث عن المباني للفروع او التواكيل و ايجارها وتأهيلها ومن ثم شراء كل إحتياجات هذه الفروع والتواكيل من أجهزة وأثاثات ومعدات).

سادساً: محور السياسة الإعلامية:

- 1) إبراز دور المصرف كواحد من أكبر وأعرق أذرع الدولة المتخصصة في مجال التمويل الأصغر وكآلية للتخفيف من وطأة الفقر والبطالة .
- 2) تعميق مفهوم التمويل الأصغر وسط شرائح المجتمع .
- 3) المساهمة في نشر ثقافة الإدخار وتشجيع تعبئة الموارد وجذب المدخرات.

آليات تنفيذ السياسة الإعلامية للمصرف :

- توثيق الأنشطة الإدارية والاجتماعية لإستخدامها وتوظيفها عند الضرورة .
- توثيق وعكس تجارب المصرف المختلفة في جميع المجالات.
- استغلال تغطيات أنشطة المصرف والمناسبات المختلفة، للترويج لمجهودات المصرف والتوعية بشمول النشاط المصرفي لمصرف الادخار، وأنه يقوم بكافة الأعمال المالية والمصرفية .
- إعداد خطة إعلامية مبرمجة على مدار العام للإعلان عن منتجات المصرف وخدماته ومشاريعه ومنجزاته.

- نشر النشاط الإداري للمصرف بصورة منتظمة بالصحف اليومية .

أولاً: في مجال الإعلام المقروء والمطبوع:

- إصدار 3 أعداد توثيقية من صحيفة المصرف الإدخار والتنمية .
- إصدار عدد 10 صفحات تسجيلية بالصحف السيارة والسيادية .
- الإشتراك في المجالات .
- إنتاج عدد 8 مطبقات .

ثانياً : في مجال الإعلام المرئي والمسموع .

- بث عدد 6 إعلانات في العام بواقع مرتان أسبوعياً .
- بث عدد 50 مشروع عبر التلفزيون القومي وقناة النيل الأزرق .

ثالثاً: محور التوثيق والمونتاج :-

- إنتاج عدد 6 إعلانات .
- توثيق مونتاج عدد 50 مشروع مولها المصرف .

رابعاً : محاور أخرى :

- الإحتفال باليوم العالمي للإدخار .
- هدايا عام 2016 م .
- إنشاء معرض ثابت بالإستقبال ولافتة كبيرة بمدخل المصرف .