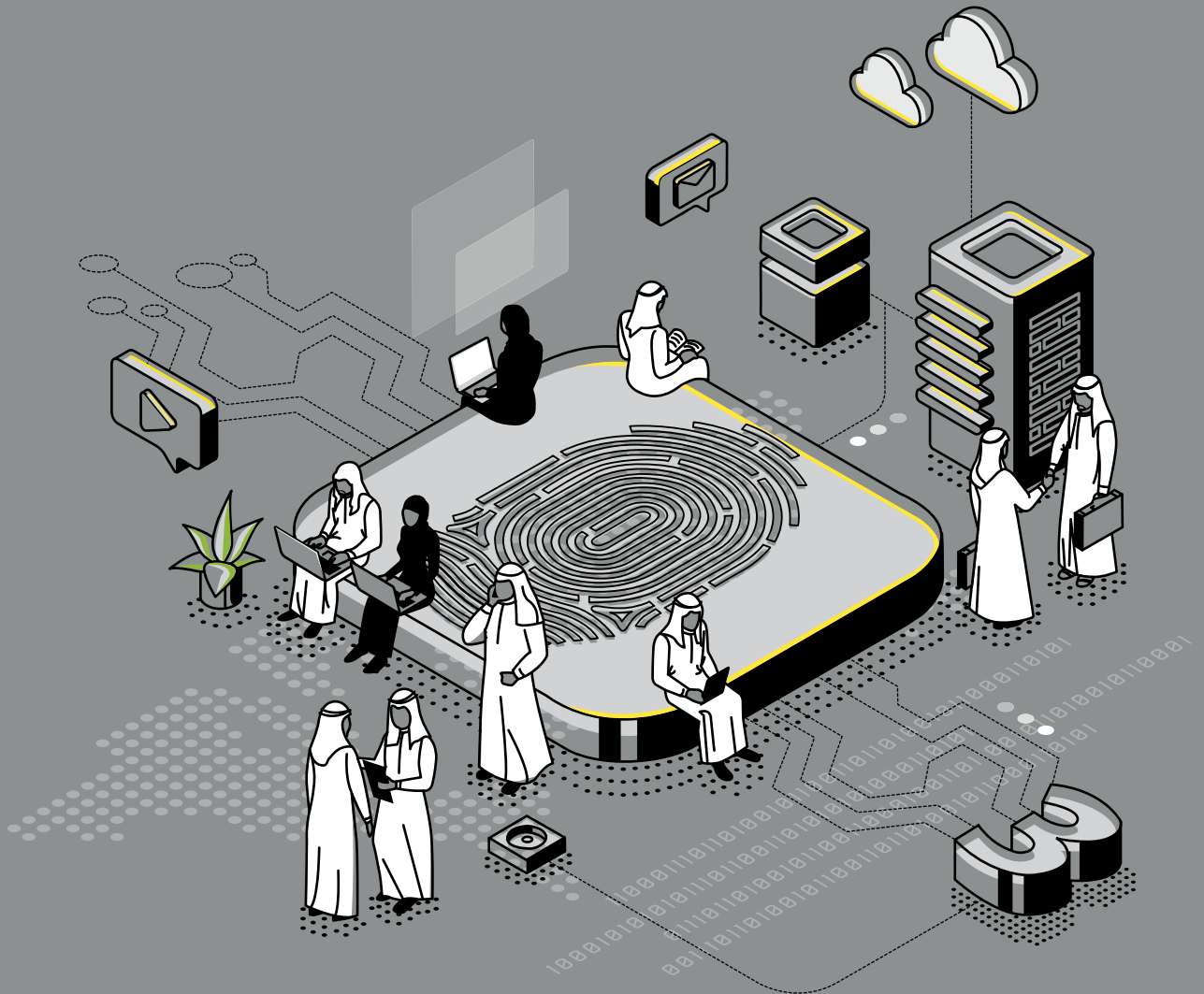


# إقامة علاقات وثيقة

يحرص البنك السعودي للاستثمار على بناء علاقات طويلة الأجل وتعزيز التعاون من خلال بناء الشراكات وتوطيدها. لذلك، من الضروري أن تتسم الاتصالات والعلاقات مع أصحاب المصلحة بالسلاسة والفعالية، لا سيما مع العملاء وشركاء الأعمال والمستثمرين، إلى جانب الالتزام التام بالمتطلبات التنظيمية وسياسات البنك.



## القيمة السوقية

2017	2018	2019	للسنوات المنتهية في 31 ديسمبر
11,325	12,840	13,530	القيمة، مليون ريال سعودي
2.42	2.07	1.96	نسبة إجمالي القيمة السوقية

## حقوق المساهمين

2015	2016	2017	2018	2019	مؤشر الأداء الرئيسي
			بعد التعديل		
6,500	7,000	7,500	7,500	7,500	رأس المال (مليون ريال سعودي)
12,036	12,833	13,494	11,621	12,007	إجمالي حقوق المساهمين (مليون ريال سعودي)
1.90	1.40	1.83	0.65	0.17	الربح الأساسي والمخفض لكل سهم (بالريال السعودي)

## فهم العميل بصورة أفضل الخدمات البنكية للأفراد

يهدف البنك السعودي للاستثمار إلى تقديم خدمات مصرفية بنكية متميزة للأفراد من خلال التقرب من العملاء، وفهمهم بشكل أفضل، ومن ثم إقامة علاقات معهم وجعلهم شركاء، مالياً على المدى البعيد. ويخص البنك عروضة لتتناسب وضع العميل ومتطلباته ويجعل الخدمات المصرفية البنكية أبسط ويسهل الوصول إليها؛ ويضمن هذا النهج الشامل للعميل أن يحقق ازدهاره المالي على المدى القصير والطويل. ومن خلال فهم احتياجات العميل وتفضيلاته، يقدم البنك المساعدة في التخطيط المالي للعميل للحفاظ على ثروته والحرص على تلبية متطلبات التدفقات النقدية المستقبلية المتوقعة، مما يسر له تحقيق النمو المالي وتنمية الأصول.

وخلال العام، ركز البنك على تطوير قدراته الرقمية والأتمتة وأطلق قنوات بيع رقمية جديدة من أجل توسيع نطاق الوصول للبنك وتعظيم العائد من ذلك وتطلع إلى توفير مجال التكنولوجيا التقنية المالية (فينتيك) لتغيير نموذج الأعمال الخاص به تغييراً جذرياً ووضع تصوّر من أجل فرص جديدة ومستدامة لتحقيق النمو.

2018	2019	2018	2019
%	المبلغ	%	المبلغ
90.0	6,750.0	90.0	6,750.0
-	-	-	-
2.5	187.5	-	-
7.5	562.5	10.0	750.0
100.0	7,500	100.0	7,500.0

## التواصل مع المستثمرين

المستثمرون هم أصحاب المصلحة الذين يقررون للبنك رأس المال اللازم لمزاولة أنشطته؛ ومن ثم، يلتزم البنك بمبدأ الشفافية في تعاملاته مع المستثمرين فيما يتعلق بجميع الجوانب التي تتعلق بأدائه وسياساته وتوقعاته الخاصة بالأداء المستقبلي والخطط والاستراتيجيات والمخاطر المستقبلية. ويلتزم البنك أيضاً بالمتطلبات التنظيمية والسياسات الخاصة به من خلال الإفصاح عن المعلومات للجمهور من خلال وسائل الإعلام وموقعه الإلكتروني وعلى موقع السوق المالية السعودية (تداول).

يوضح النظام الأساسي للبنك وقواعد الحوكمة الخاصة به حقوق المساهمين والمبادئ التوجيهية التي تنظم العلاقات معهم وآليات ممارسة حقوقهم. ويخضع ذلك أيضاً لنظام الشركات السعودي. تشمل قواعد وإجراءات ممارسة المساهمين لحقوقهم المتعلقة بتوزيعات أرباح الأسهم وعقد الاجتماعات والحضور والمشاركة في الاجتماعات وحقوق التصويت والحق في الحصول على المعلومات. وثمة بند يتعلق بشكاوى المساهمين والذي يؤكد حق المساهمين في أن يتم النظر فيها وحققهم في استلام رد يفصل أي إجراء متخذ رداً على شكاواهم.

## حركة سعر أسهم البنك

(ريال سعودي)



بلغت القيمة السوقية للسهم العادي في البنك 18.04 ريالاً سعودياً حتى 31 ديسمبر 2019 مقابل 17.12 ريالاً سعودياً في 31 ديسمبر 2018. وخلال العام، كان أعلى سعر سجله السهم هو 21.44 ريالاً سعودياً في 28 يناير وأدنى سعر 14.98 ريالاً سعودياً في 3 نوفمبر.

ويرد أدناه توزيع الحصص كما في 31 ديسمبر 2019:

2018	2019	2018	2019
%	المبلغ	%	المبلغ
90.0	6,750.0	90.0	6,750.0
-	-	-	-
2.5	187.5	-	-
7.5	562.5	10.0	750.0
100.0	7,500	100.0	7,500.0

مليون ريال سعودي

المساهمون السعوديون

المساهمون الأجانب:

شركة بنك ميزوهو المحدودة

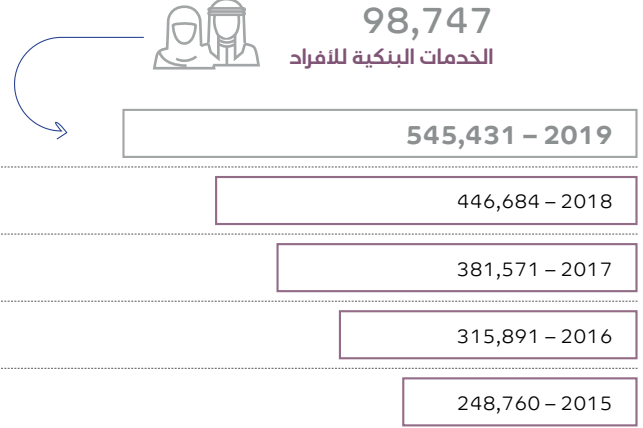
أسهم الخزينة

يعمل البنك بدأب لتسوية الشكاوي التي تصل إليه بفعالية وكفاءة لتعزيز رضا العملاء، مما ينتج عنه تحقيق أداء قوي بنسبة 95.43% من الشكاوي التي يتم تسويتها في غضون خمسة أيام.

السنة					المعيار الوحدة
2015	2016	2017	2018	2019	
7,907	9,897	14,523	26,497	30,332	العدد المسجلة الشكاوي التي تم حلها في غضون خمسة أيام
99.00	98.06	99.03	96.53	95.43	%

واصل البنك جهوده المبدولة في مجال الرقمنة والائتمنة التي تتركز حول تحقيق أقصى قدر ممكن من الراحة للعملاء. وتعمل الخدمات البنكية عبر الإنترنت والهاتف الجوال وأجهزة الخدمة الذاتية وأجهزة الصراف الآلي وأجهزة الإيداع النقدي وأجهزة الصراف التفاعلية على تقليل اعتماد العملاء على المعاملات اليدوية وزيارة الفروع خلال ساعات العمل لإجراء معاملاتهم مع البنك. وتحقق ما يقرب من 98% من الائتمنة في عمليات مثل فتح الحسابات الجديدة وإصدار البطاقات الجديدة. كما يعتزم البنك توسيع نطاق خدماته من خلال زيادة عدد أجهزة الخدمة الذاتية في جميع أنحاء المملكة، بدلاً من زيادة عدد الفروع. ويتم تشجيع العملاء باستمرار

وقد واصل البنك توسيع قاعدة عملاء قطاع الخدمات البنكية للأفراد لديه، إذ اجتذب نحو 98,747 عميلاً جديداً خلال العام المنصرم.



يُجري البنك استبيانات لقياس رضا العملاء وتشير هذه الاستبيانات إلى شعورهم بدرجة كبيرة من الرضا:

وبشكل عام، حقق البنك نتائج لرضا العملاء تكاد تكون متطابقة في جميع المناطق.



## رضا العملاء حسب قناة المشاركة

أجرى البنك تغييرات في عملية اتخاذ القرار لتسهيل الخدمات البنكية المسؤولة. وعند اتخاذ قرارات التمويل، يجري البنك استبياناً شاملاً عن الوضع الراهن للعميل يتضمن تقييماً لدخله القابل للتصرف بناءً على وضعه العائلي ونفقته. ويساعد ذلك في تخفيف أعباء السداد على العملاء من ذوي الدخل المنخفض في حين يتمكن البنك من التعامل بصورة أكثر مرونة مع المبالغ الممنوحة كقروض للعملاء الأعلى دخلاً.

يدرك البنك الحضور المتزايد للسيدات والعملاء من جيل الألفية في السوق باعتبارهم من الشرائح الرئيسية في المجتمع وفقاً لبرنامج تطوير القطاع المالي في المملكة، ويسعى لتوسيع محفظة منتجاته لتلبية احتياجات تلك الشرائح المتنامية. وتحقيقاً لهذه الغاية، استحدث البنك طريقة المبيعات لمعظم منتجاته من خلال خدمات البيع عبر الهاتف، لتمكين هذه الشرائح من الوصول بصورة أسهل وأنسب إلى خدمات البنك. ومن أجل توفير المزيد من الراحة لهذه الشرائح، تم توفير معظم خدمات فروع البنك في خدمة تطبيق البنك للأجهزة الذكية "ملكس تاتش". وعلاوة على ذلك، وُضعت رؤية التقنية المالية ومبادرات التقنية لدى البنك بما يراعي تفضيلات العملاء من جيل الألفية وسهولة وصولهم إلى الخدمات. ويتطلع البنك إلى أن يكون فاعلاً رئيسياً في المجال الرقمي ويعمل باستمرار على زيادة قدراته الداخلية لتحقيق طموحاته في هذا المضمار.

## الخدمات المصرفية البنكية للشركات

تخدم مهام الخدمات البنكية للشركات الخاصة بالبنك نطاقاً واسعاً من العملاء مثل المؤسسات الكبيرة ومتوسطة الحجم وقطاع المنشآت المتوسطة والصغيرة ومتناهية الصغر. وتزاول مجموعة الخدمات البنكية للشركات في البنك أعمالها من ثلاثة مقرات إقليمية في الرياض وجدة والخبر. تساهم مختلف منتجات وخدمات البنك الرقمية في تلبية احتياجات العملاء، بما في ذلك منتجات الخدمات البنكية الإسلامية. ويستفيد البنك أيضاً من الشركات التابعة له والشركات الزميلة لتقديم المنتجات والخدمات التالية:

- الاستثمار كإيصال: خدمات الاستثمار
- أمريكيان إكسبريس (السعودية): بطاقات الشركات
- أملاك العالمية: التمويل العقاري
- أوريكس السعودية: التأجير
- شركة المتوسط والخليج: التأمين

حافظت مجموعة الخدمات البنكية للشركات في العام المنصرم على أدائها المرن خلال الظروف الاقتصادية الصعبة. وركزت المجموعة على المزايا التنافسية الرئيسية للبنك، والتي تتمثل في علاقته الوثيقة بعملائه والاستجابة السريعة من أجل تلبية احتياجاتهم المالية. وتم التركيز على تنمية قطاع الخدمات البنكية التجارية وقاعدة عملاء المنشآت المتوسطة والصغيرة ومتناهية الصغر، مع تقليل التركيز على الائتمان. وتواصل المجموعة دعم المبادرات المتوافقة مع رؤية المملكة 2030.

على التحول من العمليات اليدوية إلى العمليات عبر الإنترنت وقد نجحت هذه المساعي، إلى جانب زيادة تنفيذ المعاملات عبر الإنترنت خلال العام المنصرم إلى 94% مقارنة بنسبة 92% في عام 2018.

نقطة الوصول	السنة		
	2017	2018	2019
الفروع	49	52	52
الأقسام المخصصة للسيدات	12	11	10
أجهزة الصراف التلي متعددة المهام	49	51	52
أجهزة الصراف التلي (سحب النقود)	372	361	341
أجهزة اليبداع النقدي	10	12	12
أجهزة الصراف التفاعلية	4	4	4
أجهزة نقاط البيع	9,178	9,307	9,375

كما تحوّلت الوسائل التي يتواصل البنك من خلالها مع عملائه نحو القنوات الإلكترونية.

نوع المبادرة	السنة		
	2017	2018	2019
الحملات التسويقية	45	153	165
الفعاليات	85	62	45
رسائل البريد الإلكتروني المرسله للعملاء	95,000	10,612,267	12,853,809
البيانات الصحفية	54	54	44
عدد زوار موقع البنك السعودي للاستثمار شهرياً	179,432	215,906	222,552
عدد مشاهدات الصفحات شهرياً	732,875	1,002,738	1,318,118
عدد المتابعين على تويتر	845,347	928,000	974,786
عدد المعجبين على فيس بوك	1,317,206	1,298,437	1,281,011
عدد المتابعين على إنستغرام	27,497	36,200	47,973
عدد المشاهدات على سناب شات	-	-	1,000

وقد أثبتت القنوات الإلكترونية فعاليتها، كما تشير إحصاءات الاستخدام واستطلاعات رأي العملاء التي تشير إلى درجة كبيرة من الرضا.

نوع العميل				
السنة				
2015	2016	2017	2018	2019
1,367	1,407	1,450	1,540	1,650
10,441	13,704	15,936	11,940*	11,109

\*\*يرجع الانخفاض في حسابات المنشآت المتوسطة والصغيرة ومتناهية الصغر خلال عامي 2018 و2019 إلى وجود الحسابات المتروكة التي انقطع أصحابها عنها.

واصل الفريق خلال العام المنصرم رفع مستوى الأداء وجودة الخدمات المقدمة لعملاء البنك. وقد تم إنشاء وحدة مخصصة لمراقبة تطبيق اتفاقية مستوى الخدمة ولمراقبة جميع طلبات العملاء بفعالية وضمن الالتزام باتفاقيات مستوى الخدمة، ومن ثم المساهمة في زيادة الالتزام باتفاقية مستوى الخدمة المقيد في 2019. وتسلب الوحدة أيضاً الضوء على عمليات التحسين الممكنة لفرق التميز التشغيلي سيجما من أجل تحسين العمليات. كما تم تحسين طريقة قياس مستوى الخدمة في إدارة علاقات العملاء لقياس أداء مستوى الخدمة على مستوى الإدارة، مما يُمكن وحدة مراقبة مستوى الخدمة من تحديد كل إدارة على حدة وتحديد الخطوات المستخدمة في تقديم الخدمات التي قد يكون لها تأثيراً على أداء تقديم الخدمات. وقد تم إلحاق أكثر من 23 خدمة بنكية للشركات بإدارة علاقات العملاء لتنفيذ اتفاقيات مستوى الخدمة وقياس نسبة الالتزام بها.

وخلال العام، تم الانتهاء من 10 مشروعات لتحسين العمليات، وقد استهدفت تحسين وتوحيد سير العمليات. وتشمل المشروعات الرئيسية المكتملة استقطاب المواهب والاستعانة بمصادر خارجية لمدفوعات راتب الموظفين وإصدار بطاقات الإيداع النقدي للشركات وتسجيل التوكيلات القانونية والتحقق من صحتها والبث في الشكاوى عبر الإنترنت. وعلووة على ذلك، أصبحت مذكرة الموافقة على المنتجات ومذكرة الموافقة على الخدمات تدار بشكل مركزي حالياً. كما تم تنفيذ مشروع تحول في قسم المبيعات عبر الهاتف والذي شهد إعادة هيكلة تنظيمية من أجل زيادة الكفاءة وتحسين الأنظمة وإعادة تصميم عمليات المبيعات. بالإضافة إلى ذلك، تم وضع خطة تدريب وتطوير مهارات القوى العاملة لتلبية النتائج المتوقعة في 2020.

وقد تم تسجيل رضا العملاء فيما يتعلق بتجربتهم الشاملة مع القناة الرقمية للبنك السعودي للاستثمار والخدمات البنكية عبر الإنترنت للأفراد والخدمات البنكية عبر الإنترنت للشركات. كما سُجِّلت زيادة في معدل الرضا لدى العملاء من 82.8% في عام 2018 إلى 87.1% في عام 2019 نتيجة للتحسينات التي تم إدخالها على قائمة الخدمات البنكية عبر الإنترنت للأفراد المعتمدة على دراسة تجربة العملاء التي تهتم بالتنسيق مع فريق القنوات البنكية الإلكترونية. وتتواصل جهود تحسين رضا العملاء مع إطلاق وحدة استطلاع جديدة عن طريق الرسائل النصية القصيرة التي ستتيح القياس الفعال لتجربة العملاء وملاحظاتهم. وتتيح وحدة الاستطلاع إجراء استبيان مخصص استناداً إلى نوع الخدمات والمنتجات والعملاء والعوامل الأخرى التي تتعلق بدعم اتخاذ القرار بشكل أفضل من خلال مجالات العمل.

## ضمان جودة خدمة العملاء

تأتي تجربة العملاء ضمن الأولويات الاستراتيجية الرئيسية للبنك. إن السبيل لتحسين تجربة العملاء لدى البنك هو الاستفادة من ميزته التنافسية المتمثلة في آراء العملاء. وقد أجرى البنك فحصاً داخلياً مكثفاً لخدمات ضمان الجودة، بالإضافة إلى إجراء استبيانات وتحليلات للعملاء لفهمهم بصورة أفضل والتعرف على طريقة تحسين تجربة خدمتهم. وتحقيقاً لهذه الغاية، ساعد فريق داخل البنك متخصص في ضمان الجودة وتحليلاتها ويمتلك خبرة واسعة في التحليل المعرفي وتجربة النظام الحاسوبي في إضافة قيمة لطريقة تفاعل العملاء مع خدمات البنك وتجربتها. وقد ارتكزت المبادرات المتخذة خلال العام بشكل أساسي على تعزيز تجربة العملاء بشأن فتح الحسابات عبر الإنترنت وطباعة البطاقات عن طريق أجهزة الخدمة الذاتية وطرح منتجات جديدة للتمويل وإعادة التمويل عبر تطبيق البنك للمنصة الذكية "فلكس تاتش".

## التميز التشغيلي

يتمثل هدف فريق التميز التشغيلي في تعزيز تجربة عملاء البنك. ويعمل الفريق على تحسين جودة العمليات من خلال ممارسات منهجيات 6 سيجما ومنهجية "أجايل" المرنة لتطوير المشاريع ويستخدم العديد من منهجيات أبحاث البيانات وإعداد التقارير لقياس أداء الأعمال وإدارته.

جودة تسوية الشكاوى وفق اتفاقية مستوى الخدمة من خلال مؤسسة النقد العربي السعودي  
92% في 2018 <  
95% في 2019

تسوية الشكاوى وفق اتفاقية مستوى الخدمة من خلال مؤسسة النقد العربي السعودي  
95% في 2018 <  
99% في 2019

رضا العملاء من الأفراد  
82.8% في 2018 <  
87.1% في 2019  
وفقاً لما تم قياسه من بين 86,500 عميل مشارك في أبحاث رضا العملاء

الالتزام باتفاقية مستوى الخدمة للخدمات المقدمة للعملاء  
94% في 2018 <  
97% في 2019





### تعزيز الولاء

تواصل برامج الولاء و"أميل" و"واو" الخاصة بالبنك نجاحها عاماً بعد عام.

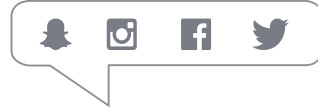
وقد زاد عدد شركاء برنامج "أميل" إلى 506 شريكاً في عام 2019 مقارنة بحوالي 493 في عام 2018.

شهد برنامج "واو" مستوى قياسياً من مقاييس تسجيل واستبدال النقاط في عام 2019. ولا تزال مجالات الابتكار والرقمنة تحتل موقع الصدارة في البرنامج، وستواصل عملية تحسين تجربة العملاء مع جعل استبدال النقاط أسهل بكثير في عام 2020.

### الحملات التسويقية

- أُطلقت حملة بطاقة السفر - "حطها على يمينك" - في منتصف عام 2019 لتشجيع استخدام بطاقة السفر وزيادة معدل استقطاب العملاء وإصدار البطاقات وتقديم المزيد من الدعم للعلامة التجارية للبنك. استهدفت حملة التسويق العامة واسعة النطاق العملاء الحاليين وغير العملاء، إلى جانب نشر رسائل الحملة في مطاري الرياض وجدة وكذلك في المواقع الاستراتيجية داخل المدن من خلال اللوحات الإعلانية. وشهد العام أيضاً طرح 100 عملة كمحافظ لبطاقات السفر بشكل رسمي.
- تم تحديث حملة خدمة الدفع "أبل باي" لتشجيع على زيادة استخدام بطاقات البنك.
- أُطلقت حملة الولاء "صيفك واو"، وهي حملة موجهة لعملاء البنك بهدفها زيادة مشاركة العملاء ورفع مستوى الوعي بالبرنامج.
- أُطلقت حملة لترويج استخدام البطاقات في الصيف، وهي حملة موجهة بهدفها زيادة استخدام البطاقة والمعاملات على الصاعدين المحلي والدولي.
- استهدفت حملة موجهة في اليوم الوطني السعودي زيادة المشاركة من خلال قنوات التواصل الاجتماعي الخاصة بالبنك.

### الموقع الإلكتروني المخصص لقطاع الشركات ووسائل التواصل الاجتماعي والمراسلات الإلكترونية



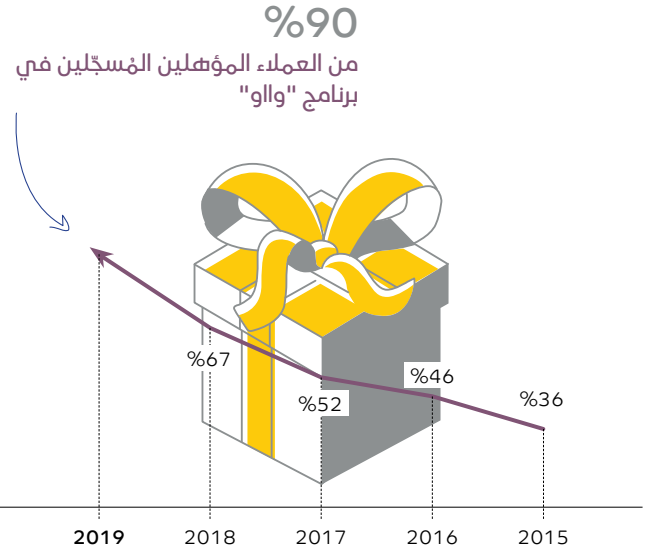
استخدم البنك الوسائط الإلكترونية على نطاق واسع للتواصل مع عملائه وإشراكهم. وقد أعيد تصميم الموقع الإلكتروني المخصص لقطاع الشركات لدى البنك في عام 2018 لجعله أكثر سهولة في الاستخدام وقد شهد نشاطاً متزايداً منذ ذلك الحين. وارتفع عدد زوار الموقع من 215,906 إلى 222,552 زائراً خلال العام محققاً نسبة ارتفاع قدرها 3%، مع زيادة عدد مشاهدات الصفحة من 1,002,738 إلى 1,318,118 بنسبة 31%.

ولا يزال البنك يحظى بالظهور الأبرز على مواقع التواصل الاجتماعي من بين المؤسسات المالية السعودية. كما واصل توسيع قاعدة متابعيه على جميع منصات التواصل الاجتماعي مثل تويتر وإنستغرام.

ويُكثف البنك من استخدامه لرسائل البريد الإلكتروني للتواصل مع عملائه، إذ تم إرسال 12,853,809 رسالة بريد إلكتروني للعملاء، بزيادة قدرها 21% عن عام 2018.

## برنامج "واو"

يكافئ البنك السعودي للاستثمار عملاءه المخلصين بنقاط مقابل معاملاتهم، وذلك من خلال برنامج الولاء "واو". ويمكن للأعضاء بعد ذلك استبدال هذه النقاط بهدايا مختلفة من خلال كتالوج "واو" الإلكتروني. يواصل برنامج "واو" تحقيق المقاييس الاستراتيجية للبرنامج، إذ تم تسجيل 90% من العملاء المؤهلين.



## شركاء الأعمال

يحافظ البنك بعلاقات قوية مع شركائه التجاريين، وهو ما يضمن تسيير البنك لعملياته دون انقطاع. ويسعى لبناء علاقات طويلة الأمد مع الموردين ومقدمي الخدمات لديه على الثقة المتبادلة، ويلتزم بالسلوكيات الأخلاقية والشفافية في تعاملاته معهم. يخصص البنك النصيب الأكبر من نفقات المشتريات على المرافق والمستلزمات المكتبية والأجهزة والبرامج. يدرك البنك تأثير مشترياته على الاقتصاد المحلي والمجتمعات والمصادر المحلية من الموردين السعوديين حيثما كان ذلك ممكناً. يخضع أداء الموردين لتقييمات منتظمة من أجل ضمان الشراء في الوقت المناسب والتأكد من جودة الإمدادات والاحتفاظ بعلاقات جيدة ومتينة مع هؤلاء الموردين؛ ويكفل البنك أيضاً الوفاء بالتزامات السداد الخاصة به في المواعيد المحددة.

تخدم شبكة البنوك المرابطة التابعة للبنك مناطق الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وأوروبا وأمريكا الشمالية، وتؤدي دوراً محورياً في دعم المعاملات الخارجية للبنك.

وصنفت شركة فيزا بطاقة السفر الخاصة بالبنك كتاسع أكبر منتج من نوعه حول العالم، حيث تضم البطاقة 100 عملة، وهي أكبر مجموعة من العملات المتاحة في بطاقة سفر في منطقة أوروبا الوسطى والشرق الأوسط وأفريقيا.

وفيما يتعلق بالسنة المنصرمة أعده البنك تقارير تفصيلية للأداء بشأن كل شريك من شركاء الأعمال لديه، والتي تم تقديمها بعد ذلك إلى لجنة إدارة المطلوبات والأنصول ومجلس الإدارة.

أطلقت شركة الاستثمار كايبتال صندوقاً جديداً للاستثمار العقاري يولد مصادر جديدة للدخل.

## حملة "مفاجآت واو"

أطلقت حملة "مفاجآت واو" على وسائل التواصل الاجتماعي خلال شهر رمضان المبارك لزيادة الوعي بالعلامة التجارية والتفاعل معها.

## حملة "صيفك واو"

استهدفت حملة "صيفك واو" الرقمية عملاء البنك لرفع الوعي ببرنامج "واو" الذي يقدمه البنك وزيادة نسبة التفاعل.

السنة				
2015	2016	2017	2018	2019
25	24	79	39	137
65	80	154	148	305
7,000,000	25,000,000	36,644,044	60,777,564	68,244,427
83,000,000	130,000,000	259,314,171	389,513,667	399,433,627

الموآدون الدوليون

الموآدون المحليون

الإنفاق (المشتريات الدولية) - بالريال السعودي

الإنفاق (المشتريات المحلية) - بالريال السعودي

## الجهات التنظيمية

يحتفظ البنك بعلاقات متينة مع الجهات التنظيمية. وقد توّصل البنك في ديسمبر 2018 إلى تسوية مع الهيئة العامة للزكاة والدخل. بلغت تقديرات الزكاة الخاصة بالبنك عن الفترة ما بين 2006 وحتى 2018 ما قيمته 775.5 مليون ريال سعودي يتعين دفعها بناءً على الجدول التالي المتفق عليه:

بآلاف الريالات السعودية	
155,089	1 يناير 2019
124,072	1 ديسمبر 2019
124,072	1 ديسمبر 2020
124,072	1 ديسمبر 2021
124,072	1 ديسمبر 2022
124,072	1 ديسمبر 2023
775,449	<b>الإجمالي</b>

وتم توفير المبلغ اللازم لتسوية الزكاة من خلال رسوم تُحْمل على الأرباح المحتجزة مع الالتزامات المقابلة المدرجة ضمن المطلوبات الأخرى.

## الجمعيات والعضويات

### عضوية المجتمع الذهبي بالمبادرة العالمية لإعداد التقارير

احتفظ البنك السعودي للاستثمار بعضويته في مجتمع المبادرة العالمية لإعداد التقارير خلال العام المشمول في المراجعة. وهذا المجتمع عبارة عن شبكة تعاونية شاملة تضم شركات ومنظمات متنوعة ملتزمة بالشفافية والجودة في إعداد تقارير الاستخدام.

### وضع الميثاق العالمي للأمم المتحدة

الميثاق العالمي للأمم المتحدة هو مبادرة تشارك فيها الشركات طوعية لمواءمة استراتيجياتها وعملياتها مع المبادئ العالمية المتعلقة بالبيئة والعمل وحقوق الإنسان ومكافحة الفساد.

حافظ البنك على موقعه في الميثاق العالمي للأمم المتحدة للسنة الرابعة بناءً على تقارير التقدم المحرز التي رفعها، وهو ما يظهر التزامه وريادته في إدارة الاستدامة المؤسسية. وقد استوفى التقرير الحد الأدنى من الشروط، وكان مؤهلاً للمستوى النشط للميثاق العالمي، وهو متاح للجمهور على موقع الميثاق العالمي.

### المجلس الدولي لإعداد التقارير المتكاملة

كان البنك هو أول كيان في الشرق الأوسط ينضم إلى شبكة أعمال المجلس الدولي لإعداد التقارير المتكاملة. ومن خلال هذه العضوية، يستفيد البنك من خبرات أكثر من 1,750 مشاركاً دولياً ويتمتع بعلاقات مباشرة مع نظرائه مع الخبراء في مجال إعداد التقارير المتكاملة. وعلوة على ذلك، تعد العضوية تأكيداً لرغبة البنك في إحداث فارق كبير على المستوى المحلي والدولي من خلال دعم قرارات استثمارية أفضل والمساهمة في تحسين توزيع رأس المال والتنمية على المدى الطويل.