



الاستراتيجيات القومية للتثقيف المالي

إعداد: آية محمد أبو زيد

إدارة البحوث والتوعية
المعهد المصرفي المصري

Accredited by **ACBET**
A Partnership for Quality®

الاستراتيجيات القومية للتثقيف المالى

آية محمد أبو زيد

باحث

إدارة البحوث والتوعية

المعهد المصرفي المصري

الكلمة الافتتاحية

في إطار اهتمام المعهد المصرفي المصري بالبحث العلمي، تتشرف إدارة البحوث والتوعية بالمعهد بتقديم سلسلة من الأوراق البحثية المتخصصة في المجال المصرفي والمالي. المعهد المصرفي المصري هو الذراع التدريبي للبنك المركزي المصري منذ عام 1991، وتتمثل رؤيته في اعتلاء مركز الصدارة بين مراكز التدريب والبحوث في قطاع الخدمات المالية في مصر والدول المجاورة بهدف الاضطلاع بدور محوري في الاصلاح الاقتصادي ودعم الخدمات المالية على المستويين المحلي والإقليمي. ويعمل المعهد المصرفي المصري من منطلق ايمانه بأهمية تنمية الكوادر البشرية وبناء القدرات لتكون جنباً إلى جنب مع الكفاءة المهنية والتقنية.

وتهدف إدارة المعهد من خلال نشر تلك الإصدارات إلى تشجيع الباحثين ونشر الوعي بأهم القضايا والمستجدات في المجال، هذا بالإضافة إلى طرح مجموعة من النتائج والمقترحات التي يمكن تقديمها لصانع القرار. وتعتبر هذه الخطوة من المعهد المصرفي المصري بداية لخطوات مستقبلية تهدف إلى تطوير ودفع عجلة النمو في القطاع المصرفي في مصر على أسس من البحث العلمي الجاد.

وتتناول هذه الورقة البحثية موضوع " الاستراتيجيات القومية للنتقيف المالي"؛ والذي يلقي الضوء على تعريف مفهوم النتقيف المالي وأهميته كذلك عرض تجارب بعض الدول المختلفة في تبني استراتيجيات قومية للنتقيف والتعليم المالي. كذلك بهدف البحث إلى تسليط الضوء علي حالة النتقيف المالي في مصر والجهود المختلفة للمنظمات المحلية والعالمية لنشر الثقافة المالية وذلك بالإضافة إلي وضع الاستراتيجية القومية للنتقيف المالي في مصر.

وختاماً، نتمنى أن تمثل هذه الأوراق البحثية إضافة قيمة من جانب المعهد المصرفي المصري في مجال البحث العلمي. ونتقدم بخالص الشكر والتقدير للدكتورة/ياسمين فؤاد- أستاذ الاقتصاد بكلية الاقتصاد والعلوم السياسية- جامعة القاهرة- على مجهودها في تقييم ومراجعة تلك الورقة. كما نتقدم بخالص الشكر للباحثين على الجهد المبذول في إعداد الأوراق البحثية.

إدارة البحوث والتوعية

المعهد المصرفي المصري

مقدمة:

في السنوات الأخيرة، دفعت التغيرات الاقتصادية والسياسية السريعة، والتقلبات في الأسواق المالية والعدد المتزايد للمنتجات والخدمات المالية صناع القرار في جميع أنحاء العالم للاهتمام بمفهوم التضمين المالي والتثقيف المالي. ولم تكتسب هذه المفاهيم أهمية كبيرة إلا في أعقاب الأزمة المالية العالمية عام 2008.

لذلك، بدأت العديد من المنظمات منها منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD)، والشبكة الدولية للتعليم المالي (INFE) التابعة لها، والبنك الدولي، والمنظمة الدولية لمالية الأطفال والشباب (CYFI) جنبا إلى جنب مع المنظمات الوطنية الأخرى بالبحث عن تعريفات لهذه المفاهيم وأهميتها على مستوى الأفراد وكذلك مستوى الاقتصاد القومي للوصول إلي مجتمعات مثقفة ومدمجة ماليا.

وقد أشار ديميجروك وآخرين في دراسة للبنك الدولي عام 2012 إلي إن نحو 2.5 بليون بالغ حول العالم لا يستطيعون الحصول علي خدمات مالية من المؤسسات المالية الرسمية مما يدفعهم للاعتماد علي الطرق غير الرسمية للحصول علي احتياجاتهم المالية سواء قرض أو ادخار أو غيرها من الخدمات المالية. والجدير بالذكر أن معظم هؤلاء البالغين يعيشون في الدول النامية بدليل أن نسبة البالغين المتعاملين مع القطاع المصرفي 41% فقط في الدول النامية بالمقارنة مع نسبة 89% في الدول المتقدمة. (Demigruc-Kunt et al., 2012)

كل ذلك جعل التضمين المالي في غاية الأهمية خاصة أن المهمشين ماليا هم الفقراء الذين يضطرون للاقتراض بمعدلات فائدة مرتفعة والاحتفاظ بأموالهم في المنزل أو الاكتناز وذلك قد يعرضهم لمخاطر السرقة. وتأتي أهمية التضمين المالي أيضا من الدور الذي يلعبه في حفز النمو الاقتصادي والمساعدة في القضاء علي التفاوت الكبير في الدخل (Income Inequality). فالتضمين المالي يوفر خدمات ومنتجات مالية تستجيب لاحتياجات الفقراء وتقلل من بعض المخاطر الذين يتعرضون لها كما أنه يساعدهم علي سلاسة الاستهلاك Smooth the Consumption حتي مع الحالات الطارئة كالمرض. علي سبيل المثال أوضحت دراسة (Burgess and Pande, from DFID 2004) أن في الهند الزيادة بنسبة 1% في عدد فروع البنك في المناطق الريفية يؤدي إلي انخفاض بنسبة 0.34%

لمعدل الفقر و زيادة في الانتاج بنسبة 0.55% وذلك لأن توفر الخدمات المالية يعطي سبيل استثمار آخر غير الزراعة.

وهناك أيضا أدلة في دراسة (Beck et al., 2007) تؤكد أنه على صعيد الاقتصاد الكلي: الاقتصادات التي تتمتع بمستوي عالي من الوساطة المالية تميل إلى النمو على نحو أسرع، كما تتميز بدرجة أقل من التفاوت في الدخل. (Global Partnership for Financial Inclusion website). بالإضافة إلى ذلك، أوضحت العديد من المنظمات في تقارير لها أهمية التضمين المالي في التمكين الاقتصادي للمرأة حيث أن المرأة تقود حياة اقتصادية مختلفة عن الرجل بمعنى أن المرأة كموظفة تتقاضى أجر أقل من الرجل أو تخصص في بعض المجالات فقط، أيضا كمستهلك المرأة لديها نمط استهلاكي مختلف عن الرجل وتأخذ قرارات استثمارية أو ادخارية مختلفة لذلك عند قيام المؤسسات المالية بالاستجابة لاحتياجات المرأة من الخدمات والمنتجات المالية يؤدي إلى تمكينها اقتصاديا. (UKaid &GIZ, 2013)

بالرغم من الأهمية البالغة للتضمين المالي إلا أنه لزاما أن يتزامن مع التثقيف المالي، وذلك لأن التضمين المالي للمهمشين ماليا مع غياب الوعي والثقافة المالية قد يؤدي إلى تزايد المخاطر المالية التي يتعرض إليها هؤلاء الأفراد.

ويجدر القول بأن هناك حاجة للتثقيف المالي في كل من الدول المتقدمة والدول النامية على حد سواء، خاصة في ظل ازدياد عدد المنتجات المالية وتعقيدها، والتحول المستمر في مسئولية توفير الضمان الاجتماعي من الحكومات والمؤسسات إلى الأفراد، والأهمية المتزايدة لتخطيط التقاعد بصفة فردية في الدول المتقدمة. أما في الدول النامية يمكن أن ينظر للتثقيف المالي كخطوة أولى نحو التخفيف من حدة الفقر والتنمية الاقتصادية. هذا بالإضافة إلى أن التثقيف المالي يدعم التضمين المالي والتضمين الاجتماعي ويساهم في الرفاهية المالية للمجتمع.

بالتالي يجب التعامل مع التضمين المالي والتثقيف المالي باعتبارهما دعامتين متوازيتين، ففي حين يحفز التثقيف المالي جانب الطلب عن طريق الاسهام في رفع الوعي المالي للأفراد ومن ثم زيادة الطلب على الخدمات والمنتجات التي تتناسب مع احتياجاتهم، يقوم التضمين المالي على العمل على جانب العرض عن طريق توفير الخدمات والمنتجات المالية التي تتوافق مع الطلب المتزايد.

يستمد هذا البحث فكرته من الدور الحيوي الذي يلعبه التثقيف المالي في تشجيع الادخار والاستثمار وتحقيق الرفاهية المالية للأفراد. كذلك دوره كمحفز للتضمين المالي وبالتالي النمو الاقتصادي والاستقرار المالي. كما تأتي فكرة البحث من ضرورة وجود إطار موحد لجهود المنظمات المختلفة في مجال التثقيف المالي علي مستوي الدولة. لذا يهدف هذا البحث إلى الإجابة علي الإشكالية والتساؤل البحثي المتمثل في الجوانب المختلفة للاستراتيجية القومية للتثقيف المالي (من حيث تعريف الاستراتيجية، وخطواتها، والمساهمين بها، والفئات المستهدفة)، وأفضل الممارسات الدولية وجهود التثقيف المالي القائمة في مصر.

وينقسم البحث كالتالي: **الفصل الأول:** تعريف المفاهيم الأساسية (التضمين المالي، التثقيف المالي والتعليم المالي) وأهميتها بعد ذلك تعريف مفهوم الاستراتيجية القومية للتثقيف المالي ماهية الاستراتيجية القومية للتثقيف المالي، خطواتها، ودور المساهمين في وضع وتنفيذ هذه الاستراتيجية ومن ثم تعريف الفئات المستهدفة. **الفصل الثاني:** التثقيف المالي في دول العالم يقوم بوصف لوضع استراتيجيات التثقيف المالي من خلال استعراض تجارب بعض الدول **الفصل الثالث:** وضع التثقيف المالي في مصر يتناول عرض لوضع التثقيف المالي في مصر متمثلاً في جهود وأنشطة المنظمات المختلفة في هذا المجال، ووضع الاستراتيجية القومية المصرية ومن ثم الخاتمة.

الفصل الأول: مفهوم الاستراتيجية القومية للتثقيف المالي

تعاظمت أهمية التثقيف المالي بعد الأزمة المالية العالمية عام 2008، حيث أظهرت هذه الأزمة الآثار السلبية لعدم وجود ثقافة مالية لدي أغلبية المتعاملين مع المؤسسات المالية مما دفع الكثير من الحكومات في أنحاء العالم إلي وضع استراتيجيات قومية للتثقيف أو التعليم المالي. كان الهدف من هذه الاستراتيجيات الوطنية تعزيز كفاءة التعليم المالي من خلال تقديم برامج تتناسب مع احتياجات الفئات المستهدفة. وقد تم تنفيذ هذه الاستراتيجيات الوطنية إما بشكل مستقل أو كسياسة جنبا إلى جنب مع سياسات التضمين المالي و/أو سياسات حماية المستهلك.

في هذا الفصل، سيتم البدء بتعريف بعض المفاهيم الرئيسية وهي التضمين المالي، التعليم المالي والتثقيف المالي وتوضيح أهميتهم. ومن ثم استعراض الجوانب المختلفة للاستراتيجيات القومية للتثقيف المالي.

مفهوم التضمين المالي Financial Inclusion:

وفقا للمجموعة الاستشارية لمساعدة الفقراء (CGAP)، "التضمين المالي يعني حصول الأفراد والشركات علي الخدمات المالية المناسبة وإمكانية استخدامها بفعالية، علي أن تقدم هذه الخدمات ، بمسؤولية وعلى نحو مستدام، في بيئة منظمة تنظيما جيدا. "

ويعرف البنك الدولي التضمين المالي بأنه "الحالة التي تمكّن جميع الأفراد من الحصول على مجموعة كاملة من الخدمات المالية الجيدة، شريطة أن تكون بأسعار معقولة، وبطريقة مناسبة، مع حفظ كرامة الأفراد. وفي نفس الوقت تقديم الخدمات المالية من خلال مجموعة من مقدمي الخدمات، في سوق مستقرة تنافسية لعملاء قادرين ماليا. "

بينما عرفت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية والشبكة الدولية للتعليم المالي التضمين المالي علي أنه " عملية تعزيز الوصول بأسعار معقولة في الوقت المناسب والكافي لمجموعة واسعة من المنتجات والخدمات المالية الخاضعة للرقابة المالية واستخدامها من قبل جميع شرائح المجتمع من خلال تطبيق الطرق القائمة والمبتكرة التي صممت خصيصا لذلك بما في ذلك التثقيف والتعليم المالي بهدف تعزيز الرفاهية المالية وكذلك التضمين الاقتصادي والاجتماعي".

بالرغم من اختلاف رؤي المنظمات الدولية المختلفة لمفهوم التضمين المالي؛ إلا أن كل هذه التعريفات تحتوي علي عناصر مشتركة وهي:

1. العمومية : بمعنى حصول جميع شرائح المجتمع علي المنتجات والخدمات المالية المناسبة لاحتياجاتهم.
2. الحاجة لاطار التنظيمي: ضرورة وجود إطار تنظيمي للمنتجات والخدمات المالية
3. فرضية وجود أفراد مثقفين ماليا قادرين علي استخدام هذه المنتجات والخدمات المالية

مفهوم التعليم المالي Financial Education :

يعرف التعليم المالي من قبل منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية والشبكة الدولية للتعليم المالي بأنه "العملية التي يقوم من خلالها المستهلكين / المستثمرين الماليين بتحسين فهمهم للمنتجات المالية، والمفاهيم والمخاطر المالية، وذلك من خلال المعلومات والإرشادات و/ أو النصائح الموضوعية، وتطوير المهارات والثقة ليصبحوا أكثر وعيا بالمخاطر والفرص المالية، واتخاذ قرارات مدروسة، ومعرفة إلى أين يذهبون للحصول على مساعدة، وذلك لاتخاذ قرارات فعالة أخرى لتحسين أوضاعهم المالية ". (Atkinson et al., 2013)

أما المنظمة الدولية لمالية الأطفال والشباب فقد عرفت التعليم المالي بأنه "توفير توجيهات و/ أو مواد تعليمية مصممة لزيادة المعارف والمهارات المالية لدي الأطفال والشباب".

مفهوم التثقيف المالي : Financial Literacy

تقوم كل من منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية والشبكة الدولية للتعليم المالي والمنظمة الدولية لمالية الأطفال والشباب باستخدام تعريف مفهوم التثقيف المالي التالي:

"مزيج من الوعي والمعرفة والمهارات والمواقف والسلوك الضروري لاتخاذ قرارات مالية سليمة، وذلك لتحقيق الرفاهية المالية للأفراد."

من منطلق تعريفات مفهومي التثقيف المالي والتعليم المالي، يمكن استنتاج أن التعليم المالي هو العملية التي يتم من خلالها توفير المواد اللازمة للأفراد للوصول إلى التثقيف المالي، وذلك بهدف زيادة الوعي المالي والوصول إلى الرفاهية المالية للأفراد. بعبارة أخرى، التثقيف المالي هو نتيجة لعملية التعليم المالي. والجدير بالذكر أن المفهومين يتم استخدامهما في بعض الأحيان كمرادفين.

أهمية التثقيف المالي:

تؤكد عدة عوامل على أهمية التثقيف المالي وهم على النحو التالي:

أولاً، زيادة عدد المنتجات والخدمات المالية و تعقيدها التي نتجت عن التطورات في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي أدت إلي سهولة الوصول لمزيد من المنتجات والخدمات المالية من ناحية، و لكن من ناحية أخرى زادت من التحديات أمام اتخاذ القرارات المالية الصحيحة . فعلى سبيل المثال على الفرد أن يقوم بالمقارنة بين الرسوم وأسعار الفائدة المدفوعة أو المستلمة، كما عليه أيضاً أن يفاضل بين مدد مختلفة لإبرام العقود والمخاطر المرتبطة بكل منها . بالإضافة إلى زيادة مسؤولية الفرد في اختيار المؤسسة المالية المناسبة التي توفر المنتجات والخدمات المالية التي تلبي احتياجاته. (OECD, 2005)

ثانياً، تحول المخاطر وزيادة المسؤولية على الأفراد ومثال ذلك اتجاه بعض الحكومات لتغيير نظم المعاشات والتأمين الصحي وترك الأفراد غير مدركين للمخاطر التي يواجهونها وغير قادرين على التعامل معها على نحو كفاء حتي مع وجود فرص للتشاور مع الخبراء، تظل مسؤولية اختيار وشراء المنتجات والخدمات المالية ومواجهة عواقب هذا القرار علي عاتق الأفراد.(OECD, 2013)

ثالثاً، التغيرات في أسواق رأس المال حيث زاد عدد المتعاملين مع الأسواق المالية في الدول النامية قليلة الخبرة والوعي بالمنتجات والخدمات المالية. و نظراً لعدم الثقة والمعرفة في الأدوات المالية الحديثة تظل في هذه الدول طرق الادخار التقليدية هي الأكثر شيوعاً مما يؤدي إلي تكبد الأفراد للخسائر. (OECD, 2005)

رابعاً، الزيادة في مستوى الدخل المترتبة علي تراكم الثروة Wealth Accumulation of the Baby Boom Generation أدت إلي وجود سيولة كبيرة لدي الأفراد للاستثمار سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في البورصة وغيرها ووفرت أيضاً سيولة وفرص أكثر للاقتراض والاستهلاك زادت من أهمية أن يعي الأفراد كيفية التعامل مع المؤسسات المالية ومختلف المنتجات والخدمات التي تقدمها. (OECD, 2005)

خامساً، التغيرات في أنظمة المعاشات في بعض الدول كالتغير من نظام المعاش الإلزامي الذي لا يوجد به اختيارات فيما يتعلق بحجم الاستقطاع من الدخل أو طريقة الاستثمار إلي نظام اختياري يمكن الفرد من اختيار المبلغ الذي سيشترك به وطريقة الاحتفاظ به (سواء أوعية ادخارية أو استثمار الأموال). هذا التحول في نظام المعاشات يحتاج لوجود وعي وثقافة مالية لدي الأفراد تمكنهم من المقارنة وتقييم واختيار ما يناسبهم من منتجات وخدمات مالية. (OECD, 2005)

وأخيراً، زيادة الطلب علي المنتجات والخدمات المالية الناتجة عن التطور الاقتصادي والتكنولوجي والتقدم الكبير في مجال الاتصالات والمعاملات المالية التي أدت إلي ضرورة وجود مستهلك قادر على التفاعل مع مقدمي الخدمات المالية سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة (عبر الخدمات الالكترونية) وإلا سوف يتحمل الفرد أعباء استخدام الطرق الغير رسمية. (OECD, 2013)

علاوة على هذه العوامل، تشير الأدلة التطبيقية أن التنشيط المالي يرتبط ارتباطاً قوياً إيجابياً بتعاظم ثروة الأفراد. (Lusardi et al., 2011). وتظهر دراسات أخرى أن الأفراد الذين حصلوا على التعليم المالي في كل من الدول المتقدمة والنامية لديهم إمكانية أكبر للادخار ويخططون للتقاعد أكثر من غيرهم ممن لم يحصلوا علي هذا التعليم. (Lusardi, 2009; OECD, 2013)

كما تشير دراسة (OECD,2013) إلى أن وجود مستوى أعلى من الثقافة المالية لدي الأفراد يؤثر ليس فقط على بناء الأصول ولكن أيضا علي مستوى الديون وإدارتها . بالإضافة إلي ذلك وجد أن الأفراد ذوي الثقافة المالية يختارون قروض عقارية أقل تكلفة ويتجنبون الفوائد المرتفعة والرسوم الإضافية.

أيضا، أظهرت دراسة (Drexler et al., 2012) أن تحسن المعرفة المالية والقدرة على القيام بحسابات المحاسبة المالية له تأثير إيجابي على إدارة المشروعات الصغيرة في الأسواق الناشئة؛ لكن الجدير بالذكر أن هذه النتيجة تعتمد علي مناهج التثقيف المالي المقدمة لأصحاب المشاريع.

تعريف الاستراتيجية القومية للتثقيف المالي National Strategy for **:Financial Literacy**

وفقا لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية والشبكة الدولية للتعليم المالي التابعة لها يتم تعريف الاستراتيجية القومية على النحو التالي: "نهج للتثقيف المالي منظم على المستوى القومي يتكون من إطار أو برنامج ملائم:

- يؤكد علي أهمية التثقيف المالي - بما في ذلك من خلال تشريعات- ويحدد معناه ونطاقه على المستوى الوطني وفقا للاحتياجات والفجوات المتعرف عليها قوميا.
- يتضمن التعاون بين مختلف المساهمين، فضلا عن تحديد قائد قومي أو هيئة تنسيق أو المجلس يختص بالتثقيف المالي
- يضع خارطة طريق لتحقيق أهداف محددة ومقررة مسبقا خلال فترة محددة من الزمن؛
- يحدد المعايير التي يتم تطبيقها من قبل البرامج الفردية من أجل المساهمة بفاعلية وبشكل مناسب للاستراتيجية القومية

خطوات استراتيجية القومية للتثقيف المالي:

صاغت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية والشبكة الدولية للتعليم المالي والمنظمة الدولية لمالية الأطفال والشباب مبادئ توجيهية لوضع استراتيجية قومية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (1): مقارنة بين خطوات الاستراتيجية القومية للتثقيف المالي من منظور منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية والشبكة الدولية للتعليم المالي والمنظمة الدولية لمالية الأطفال والشباب

المنظمة الدولية لمالية الأطفال والشباب	منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية والشبكة الدولية للتعليم المالي
1. عمل خريطة لوضع التثقيف المالي الحالي Mapping the Current state of the art	1. إعداد الاستراتيجية القومية Preparation of the National Strategy a. عمل خريطة وتقييم للمبادرات Mapping b. تقييم الاحتياجات Assessment of Needs c. المشاورة Consultation
2. تحديد نقاط التدخل والتفعيل Identify Intervention and Action Points	2. آلية الحوكمة ودور المساهمين في الاستراتيجية القومية Governance Mechanism and Determination of Stakeholders

<p>3. إنشاء لجنة واستراتيجية قومية Creating the National Platform & Strategy</p>	<p>3. خارطة طريق للاستراتيجية القومية (تحديد الأهداف والأولويات والفئات المستهدفة) Definition of Objectives and Priorities and Target Audience</p>
<p>4. تنفيذ الاستراتيجية Implementation of the National Strategy</p>	<p>4. تنفيذ الاستراتيجية القومية Implementation of the National Strategy</p> <p>a. تحديد الطرق والتدريب والأدوات Determination of Methods, Training and Tools</p> <p>b. تقييم البرامج Monitoring of the Program</p>
<p>5. التقييم والمراجعة Assessment and Review</p>	<p>5. تقييم الاستراتيجية Evaluation of the Strategy</p>
<p>6. توسيع نطاق الاستراتيجية Scale Up</p>	

المصدر: من إعداد الباحث

هذا الجدول يوضح الخطوات المختلفة لاستراتيجية التثقيف المالي من وجهة نظر كلا من منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية والشبكة الدولية للتعليم المالي من ناحية والمنظمة الدولية لمالية الأطفال والشباب من ناحية أخرى. فيما يلي تفصيل لمضمون الخطوات:

بالنسبة للمنظمة الدولية لمالية الأطفال والشباب، تتكون الخطوة الأولى من البحث عن أعداد وأنواع المؤسسات والمنظمات التي توفر وتعمل في مجال التثقيف والتعليم المالي، وأيضاً البحث عن المؤسسات المالية التي تقدم منتجات وخدمات توافق احتياجات الفئة المستهدفة (الأطفال والشباب) والبحث عن التشريعات الخاصة بالتضمين والتثقيف المالي. وتهدف هذه الخطوة إلى رسم خريطة وتحديد نقاط القوة والضعف لوضع التثقيف المالي في الدولة.

أما الخطوة الثانية فهي تقوم علي تحديد أولويات الاستراتيجية والتنسيق بين مختلف المنظمات والخبراء للاستفادة من أفضل الممارسات العالمية وتقييم الأنشطة للتعرف علي مواطن الضعف وآليات التدخل لتصحيحها. تتألف الخطوة الثالثة من تحديد جميع المساهمين في وضع الاستراتيجية القومية ورسم رؤية وأهداف الاستراتيجية وأخيراً كتابة نسخة أولية من الاستراتيجية.

ترتكز الخطوة الرابعة علي تنفيذ برنامج تجريبي وعمل تقييم مبدئي لهذا البرنامج للتأكد من فاعليته ومن ثم تنفيذ البرنامج علي نطاق وطني. بعد ذلك يتم تقييم الاستراتيجية القومية ككل واستخلاص نقاط الضعف بها في الخطوة الخامسة حتي يتسنى للمجلس المنوط بالعملية فرصة لتصحيحها في الخطوة السادسة وذلك من خلال توسيع النطاق للوصول إلي عدد أكبر من المستفيدين و تفادي الأخطاء.

بالنسبة لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية والشبكة الدولية للتعليم المالي، الخطوة الأولى تتكون من البحث عن المبادرات القائمة والأبحاث التي تغطي مفهوم التثقيف المالي وأفضل الممارسات . كما تقوم على تقييم حاجة الأفراد للتثقيف المالي من خلال استقصاء علي المستوي الوطني وتحديد النقص في السياسات مما يضمن تحديد الأهداف المناسبة لحاجة المجتمع. وإنشاء كيان يضم المنظمات المختلفة المهتمة بهذا المفهوم وإعلان نتائج الاستقصاء.

وتشتمل الخطوة الثانية إقرار جهة مسؤولة عن وضع وتنفيذ الاستراتيجية القومية. وقد تكون هذه الجهة متواجدة بالفعل أو تنشأ هذه الجهة من أجل هذا الهدف. يجب أيضاً وضع إطار للتعاون بين الجهات المختلفة علي أن يكون هذا الإطار مرناً ويمكن تكيفه وفقاً للظروف المحيطة.

ثم الخطوة الثالثة التي يتم بها إقرار أهداف الاستراتيجية (التي يجب أن تكون محددة بوقت وعادة ما تكون من ثلاث إلى خمس سنوات)، واختيار الفئات المستهدفة (سواء فئة واحدة أو عدة فئات)، وتحديد طرق تقييم الاستراتيجية ومواعيد التقييم ومصادر تمويل الاستراتيجية (تمويل من القطاع الحكومي فقط أم القطاع الخاص فقط أم شراكة بين القطاعين).

بعد ذلك، تقوم الخطوة الرابعة علي اختيار طرق توصيل مواد التعليم المالي (سواء من خلال وسائل الإعلام، أو المناهج الدراسية، أو إصدارات أو حملات توعية، أو إصدار القوانين). ويتم بدء في تقييم المشاريع المنفردة للتعليم المالي لمعرفة مدي تأثيرها. أما في الخطوة الخامسة، فيتم تقييم الاستراتيجية القومية ككل، لمعرفة الأخطاء وتعديلها ومن ثم البدء في وضع استراتيجية جديدة برؤية وأهداف مختلفة مع تفادي أخطاء الاستراتيجية الأولى.

من هذا العرض للخطوات ، يتبين أنه بالرغم من اختلاف الإجراءات بين المنظمتين إلا إن هناك أوجه تشابه في النهج الذي يجب أن تسير عليه الدول عند وضع استراتيجية قومية للتثقيف المالي. والجدير بالذكر أن البنك الدولي قد وضع خطوات استرشادية للاستراتيجيات القومية للتثقيف المالي في تقرير تحت عنوان Financial Inclusion Strategies Reference Framework وهي في مجملها تعتمد علي نفس هذا النهج. (World Bank, 2012)

المساهمون في الاستراتيجية القومية للتثقيف المالي:

تعتمد العديد من الدول علي وجود شراكة بين القطاع العام والخاص فيما يتعلق باستراتيجيتها القومية للتثقيف المالي. ويتمثل القطاع العام هنا في كل من الجهات الحكومية ذات الصلة بالتثقيف المالي كالوزارات (خاصة وزارة المالية ووزارات التعليم)، والبنك المركزي، وهيئة الرقابة المالية، وغيرها من مؤسسات القطاع العام. (INFE, 2012)

أما بالنسبة للقطاع الخاص، فقد قسمت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية والشبكة الدولية للتعليم المالي هذا القطاع إلي خمس فئات وهم: (OECD/INFE, 2014)

1. المؤسسات الهادفة للربح التي تقدم خدمات مالية مثل البنوك والبورصة ومؤسسات التمويل متناهي الصغر وشركات التأمين والشركات الأخرى المرخصة لتقديم الخدمات المالية.
2. المؤسسات الهادفة للربح التي تقدم التعليم المالي كنشاط أساسي على سبيل المثال: الشركات الاستشارية التي تقدم مناهج وبرامج التعليم المالي
3. المؤسسات غير المالية الهادفة للربح مثل شركات الاتصالات المستخدمة لتوفير الخدمات المالية (Mobile Banking Services) والشركات التي توفر التعليم المالي لموظفيها.
4. المنظمات غير الهادفة للربح ذات الصلة بالقطاع المالي ولكن بلا مصلحة تجارية مباشرة مثل اتحاد البنوك وصناديق الاستثمار وصناديق التقاعد.
5. المنظمات غير هادفة للربح مع عدم وجود صلة مباشرة بالقطاع المالي والتي لها مصلحة في التعليم المالي مثل: المنظمات غير الحكومية والنقابات العمالية ومراكز البحوث، الخ

دور المساهمين في الاستراتيجية القومية للثقف المالي:

كل المساهمين لهم دور محدد في تطوير وتنفيذ الاستراتيجية الوطنية. يتكون دور القطاع العام من إعداد وإنشاء إطار الاستراتيجية الوطنية، بالتشاور مع المساهمين الآخرين. و تحديد جميع الأهداف والأولويات الوطنية للثقف المالي. بالإضافة إلى تصميم وتعزيز التشريعات ومعايير الجودة من أجل تحقيق أهداف الاستراتيجية من خلال توفير برامج التعليم المالي ذات الجودة العالية والمناسبة لاحتياجات الأفراد. أما القطاع الخاص فيتمثل دوره في إعداد و تطوير وتنفيذ إطار الاستراتيجية الوطنية بالتعاون مع القطاع العام. (INFE, 2012)

بالإضافة إلى ذلك، يفضل وجود شراكة بين القطاعين الحكومي والخاص لإعداد المواد التعليمية المخصصة للتعليم المالي، وتنظيم حملات التوعية والمؤتمرات، والمنتديات ورصد وتقييم برامج التعليم المالي (INFE,2014)

الفئات المستهدفة من الاستراتيجية القومية للتثقيف المالي:

على الرغم من أن الاستراتيجيات الوطنية تهدف إلى تلبية احتياجات كل فئات المجتمع، إلا أنها في كثير من الأحيان تحدد فئة مستهدفة رئيسية أو ذات أولوية ، وقد أوضحت مجموعة العشرين ومنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية في تقرير لهما عن الاستراتيجيات القومية للتثقيف المالي أن فئة الأطفال والشباب تعد من الفئات ذات الأولوية في غالبية الاستراتيجيات القومية. وغالبا ما يتم أيضا تحديد مجموعة من الفئات الضعيفة الأخرى تبعا للظروف الوطنية، وتشمل هذه الفئات: المرأة (في البرازيل، والهند، وإندونيسيا، والمملكة العربية السعودية وتركيا)، والمهاجرين (في كندا وإندونيسيا والمكسيك)، والعمال والمواطنين محدودي الدخل والمسنين (في البرازيل وكندا والصين وكوريا وتركيا والولايات المتحدة). (G20& OECD, 2013)

قد يختلف تعريف الفئات المستهدفة من دولة إلي أخرى، فنقوم بعض الدول بتقسيم الفئات علي أساس الفئات عمرية، ثم يتم تقسيم كل فئة إلي فئات فرعية مختارة. علي سبيل المثال: اختيار فئة السكان البالغين، ثم تقسيمها علي أساس العمل أو الوضع العائلي كما يحدث في الولايات المتحدة بتخصيص جزء من الاستراتيجية للمهاجرين؛ أما في الصين فالتركيز علي سكان الريف. (G20& OECD, 2013)

أيضا يمكن للدول استخدام اختيار الفئات بحسب مراحل الحياة، والتي يتم من خلالها يتم استهداف الأفراد والأسر في لحظات معينة من حياتهم يحتاجون فيها للتثقيف المالي. وتتمثل أمثلة هذه اللحظات في: دخول الجامعة، والزواج، وشراء منزل، وإنجاب الأطفال. (كوريا وهولندا والمملكة المتحدة). (G20& OECD, 2013)

و قد يتم تحديد الفئات المستهدفة على أساس نتائج الدراسات الاستقصائية للتثقيف المالي، أو على أساس المبادرات السياسية الأخرى ذات الصلة مثل التضمين المالي أو حماية المستهلك المالي. (G20& OECD, 2013)

محتوى الاستراتيجية القومية للتثقيف المالي:

لا يوجد وثيقة موحدة للاستراتيجية القومية للتثقيف المالي بل تختلف الوثيقة من دولة إلى أخرى في العديد من الجوانب. و في دراسة (Frączek, 2013) تم تجميع و تلخيص العوامل الأساسية التي يجب أن تحتوي عليها وثيقة الاستراتيجية وهي:

- 1- مقدمة وخلفية عامة عن اقتصاد الدولة ومقارنة وضع التثقيف المالي بالدولة مع الوضع العالمي. ويتضمن هذا الجزء من الاستراتيجية ما يلي: المؤشرات الاقتصادية الأساسية والبيانات المالية والمعلومات الديموغرافية والبيانات المتعلقة بالتعليم المالي التي توضح أهميته وقائمة بالمزايا الرئيسية لعمل استراتيجية وطنية للتثقيف المالي والمكونات الرئيسية للتثقيف المالي وجهود حماية المستهلك والرؤية والرسالة والأهداف وخطة عمل الاستراتيجية والمساهمين فيها .
- 2- عرض وتقييم لضرورة التثقيف المالي. هذا القسم يتضمن: نتائج الأبحاث الخاصة بالتثقيف والتعليم المالي في كل بلد على حدة بالمقارنة مع البلاد الأخرى والتي من خلالها يتم تحديد الاحتياجات والثغرات الرئيسية في وضع التثقيف المالي في الدولة.
- 3- تصميم السياسات التي ستنفذها الاستراتيجية الوطنية وهو عنصر مهم لأنه ينبغي أن يشمل الافتراضات الرئيسية حول الحد الأدنى لنطاق التثقيف والتعليم المالي الذي ستقوم به والمجموعات المستهدفة.
- 4- الترتيبات المؤسسية مع مراعاة شرط التعاون بين المساهمين في الاستراتيجية من القطاع الحكومي والقطاع الخاص وتوفير التوجيهات اللازمة لتنفيذ الشراكة ما بين القطاع العام والخاص.

الفصل الثاني: التثقيف المالي بعض التجارب الدولية

استجابة لمبادرة منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية عام 2003 لوضع استراتيجيات للتثقيف المالي، بدأت بعض الدول كإنجلترا، اليابان، الولايات المتحدة والهند والتشيك وغيرهم بالاهتمام بوضع استراتيجيات وطنية للتثقيف المالي أو التعليم المالي. (Frączek, 2013).

مع مرور الوقت وخاصة بعد عام 2008، اكتسبت الاستراتيجيات القومية للتثقيف المالي أو التعليم المالي اهتماما كبيرا وانضمت المزيد من الدول لصياغة استراتيجياتها الوطنية. وفيما يلي جدولان يوضحان وضع الاستراتيجيات الوطنية في مختلف الدول وفقا لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية والبنك الدولي.

جدول رقم (2): وضع استراتيجيات التثقيف المالي في العالم وفقا لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية

الدول	العدد	الاستراتيجية الوطنية
أستراليا، اليابان، هولندا، نيوزيلندا، سنغافورة، اسبانيا، جنوب أفريقيا، إنجلترا، الولايات المتحدة	9	دول في مرحلة مراجعة استراتيجيتها القومية أو تنفيذ استراتيجيتها الثانية
أرمينيا، البرازيل، جمهورية التشيك، الدنمارك، استونيا، غانا، الهند، اندونيسيا، إيرلندا، اسرائيل، كوريا، لاتفيا، ماليزيا، نيجيريا، البرتغال، روسيا، سلوفانيا	17	دول في مرحلة متقدمة من تصميم استراتيجيتها القومية
الأرجنتين، كندا، شيلي، الصين، كولومبيا، كوستاريكا، كرواتيا، السلفادور، فرنسا، جواتيمالا، كينيا، لبنان، مالاي، المكسيك، المغرب، باكستان، بيرو، بولندا، رومانيا، المملكة العربية السعودية، صربيا، السويد، تنزانيا، تايلند، تركيا، أوغندا، أوروغواي، زامبيا	29	دول في مرحلة تصميم استراتيجية قومية

المصدر: تقرير منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية ومجموعة العشرين، 2013

جدول رقم (3): وضع استراتيجيات التثقيف المالي في العالم وفقا للبنك الدولي

الدول	العدد	الاستراتيجية القومية
الجزائر، أرمينيا، استراليا، أزرايجان، بلجيكا، بوليفيا، البوسنة والهرسك، البرازيل، كندا، شيلي، الصين، كولومبيا، الكونغو، جمهورية التشيك، الاكوادور، السلفادور، جواتيمالا، هونج كونج، اندونيسيا، اليابان، كازاخستان، كوريا، لاتفيا، ليتوانيا، لوكسمبرج، ماسادونيا، مالاي، ماليزيا، المكسيك، المغرب، هولندا، نيجريا، باكستان، بيرو، الفلبين، البرتغال، روسيا، صربيا، جنوب افريقيا، تايوان، تايلند، تركيا، أوغندا، أوكرانيا، الامارات، انجلترا، زامبيا	49	دول لديها منظمة لوضع ومراقبة تنفيذ استراتيجيتها الوطنية

المصدر: تقرير البنك الدولي، 2014

في هذا الفصل، سيتم إلقاء الضوء على الاستراتيجيات القومية للتثقيف المالي أو التعليم المالي في بعض الدول المختارة (وهي: استراليا، جنوب افريقيا، المغرب، نيوزيلندا، الهند، هولندا، والولايات المتحدة) حيث يتم أولا عرض نبذة عن بعض مؤشرات التضمين المالي في كل دولة بالمقارنة بدول من نفس فئة الدخل وبعد ذلك يتم توضيح الاستراتيجية القومية للدولة من حيث الرؤية والرسالة والأهداف والفئات المستهدفة. وقد تم اختيار هذه الدول لاستعراض الطرق المختلفة لتنفيذ الاستراتيجيات سواء دول قد نفذت استراتيجية مرة واحدة أو مرتين. وقد تم ترتيب هذه التجارب ترتيب أبجدي.

جدول رقم (4): مقارنة بين مؤشرات التضمين المالي في استراليا والدول ذات الدخل المرتفع

الدول ذات الدخل المرتفع	استراليا	المؤشرات
%89.4	% 99.1	نسبة البالغين الذين يمتلكون حسابات في مؤسسات مالية رسمية (+ 15 سنة)
%91.7	% 99.6	نسبة الرجال الذين يمتلكون حسابات في مؤسسات مالية رسمية (+ 15 سنة)
%87.3	% 98.6	نسبة النساء الذين يمتلكون حسابات في مؤسسات مالية رسمية (+ 15 سنة)
%76.8	% 98.8	نسبة الشباب الذين يمتلكون حسابات في مؤسسات مالية رسمية (15-24 سنة)
%49.5	% 68.2	نسبة الحصول علي المرتب عن طريق حساب في مؤسسة مالية رسمية
%44.6	% 61.9	نسبة الادخار في المؤسسات الرسمية
%5.4	% 6.5	نسبة الادخار بطريقة غير رسمية (الجمعيات)
%13.8	% 17	نسبة الاقتراض من المؤسسات الرسمية
% 12.3	% 12.6	نسبة الاقتراض من الأهل والأصدقاء

المصدر: مؤشر التضمين المالي العالمي (Global Index) ، 2012

وفقا للبنك الدولي في عام 2013، بلغ عدد سكان استراليا 23.13 مليون نسمة وبلغ ناتجها المحلي الإجمالي 1.561 تريليون دولار أمريكي. والجدير بالذكر

أن في حالة استراليا تبلغ مؤشرات التضمين المالي من جانب المتعاملين مع البنوك حوالي 100% . كما يتضح أن القطاع الحكومي والقطاع الخاص يستخدمون المؤسسات المالية في تحويل المرتبات بنسبة مرتفعة عن الدول الأخرى. كما أن نسبة الادخار بالطرق الرسمية تعكس الثقافة الادخارية وثقة الأفراد في المؤسسات المالية.

من المؤشرات السابقة، يتضح أن التضمين المالي لا يسبب مشكلة بالنسبة للحكومة الاسترالية إلا أن التثقيف المالي هو ضرورة للمتعاملين مع المؤسسات المالية الرسمية وذلك حتي يتسنى لهم اتخاذ القرارات المالية السليمة والوصول للرفاهية المالية. لذلك أطلقت الحكومة الاسترالية استراتيجيتها للتثقيف المالي في عام 2011 بهدف وضع إطار للتنسيق بين المنظمات المختلفة وعمل شراكات لتوصيل التثقيف المالي لجميع الاستراليين. وقد عرفت الاستراتيجية القومية لأستراليا التثقيف المالي علي أنه "القدرة علي اتخاذ قرارات عن اطلاق وفعالة فيما يتعلق باستخدام وإدارة الأموال". وكانت الرؤية هي "تعزيز الرفاهية المالية للأستراليين من خلال تحسين مستويات التثقيف المالي". كما قامت الاستراتيجية علي أربعة محاور رئيسية وهم:

- 1- استخدام التعليم لبناء الثقافة المالية لدي جميع الأستراليين
- 2- توفير معلومات مالية موثوق بها ومستقلة والأدوات والدعم المستمر للأستراليين
- 3- الاعتراف بحدود طرق التعليم التقليدية وتطوير حلول مبتكرة إضافية لتحسين الرفاهية المالية وتغيير السلوك المالي
- 4- العمل علي تكوين شراكات وتشجيع أفضل الممارسات

وقد ركزت الاستراتيجية ليس فقط علي التعليم المالي بالمدارس والجامعات بل أيضا علي تعليم البالغين. كما أنها اتبعت نهج مراحل الحياة ووفرت المعلومات للمجموعات ذات الثقافة المالية المنخفضة والمجموعات التي تمر بظروف مفاجئة تؤثر علي حالتهم المادية. ومن أهم ما صدر عن هذه الاستراتيجية هو موقع المال الذكي (Money Smart Website) والذي يوفر جميع المعلومات اللازمة عن التثقيف المالي وجميع المفاهيم التي يحتاجها الأفراد بستة وعشرين لغة مختلفة لتناسب مع التنوع الثقافي والجنسيات المختلفة الموجودة بأستراليا. كما أنها توفر حاسبات وأدوات تفاعلية لتساعد الأفراد.

وبعدما انتهت مدة الاستراتيجية الأولى قامت استراليا بتقييمها عن طريق استبيان وقد وجدت أن هناك تحسن في بعض السلوكيات المالية مثل ارتفاع نسب الادخار وارتفاع الوعي بالتغيرات قصيرة المدى في الاستثمار (Short Term Fluctuations in Investment) كما أن زيادة معرفة الأفراد بكيفية تقديم شكوي ضد المؤسسات المالية إلا أن الاستبيان أيضا أوضح بعض نقاط الضعف في بعض السلوك المالي (Financial Behavior) كتنبع الأمور المالية والتخطيط المالي واختيار المنتجات المالية. مما دفع الجهة المسؤولة عن وضع الاستراتيجية الثانية بالتركيز علي خمسة محاور رئيسية وهم:

- 1- تعليم الأجيال القادمة خاصة من خلال نظام التعليم الرسمي
- 2- زيادة استخدام المعلومات، الأدوات والموارد المجانية المتاحة
- 3- توفير التوجيه والدعم عالي الجودة للفئات المستهدفة
- 4- تقوية التعاون والشراكات الفعالة
- 5- تحسين الأبحاث ونظم القياس والتقييم

وقد وضعت لهذه الاستراتيجية ثلاث سنوات كمدة للتنفيذ وقد استخدمت مراحل الحياة كطريقة للوصول للفئات المستهدفة. (ASIC, 2014)

جنوب أفريقيا

جدول رقم (5): مقارنة بين مؤشرات التضمين المالي في جنوب أفريقيا ودول الشريحة العليا من الدخل المتوسط

المؤشرات	جنوب أفريقيا	دول الشريحة العليا من الدخل المتوسط
نسبة البالغين الذين يمتلكون حسابات في مؤسسات مالية رسمية (+ 15 سنة)	%53.6	%57.2
نسبة الرجال الذين يمتلكون حسابات في مؤسسات مالية رسمية (+ 15 سنة)	%56.4	%61.4
نسبة النساء الذين يمتلكون حسابات في مؤسسات مالية رسمية (+ 15 سنة)	%51	%53.1

%51.7	%40.8	نسبة الشباب الذين يمتلكون حسابات في مؤسسات مالية رسمية (15-24 سنة)
%21.3	%23.3	نسبة الحصول علي المرتب عن طريق حساب في مؤسسة مالية رسمية
%24.2	%22.1	نسبة الادخار في مؤسسة رسمية
%2.8	%13.5	نسبة الادخار بطريقة غير رسمية (الجمعيات)
%7.8	%8.9	نسبة الاقتراض من مؤسسة رسمية
%22.8	%34.3	نسبة الاقتراض من الأهل والأصدقاء

المصدر: مؤشر التضمين المالي العالمي (Global Findex) ، 2012

وفقا للبنك الدولي في عام 2013، بلغ عدد سكان جنوب افريقيا 52.9 مليون نسمة، وبلغ الناتج الإجمالي المحلي في جنوب أفريقيا 350.6 بليون دولار أمريكي. ولذلك تعد من دول الشريحة العليا من الدخل المتوسط. تبلغ نسبة البالغين الذين يمتلكون حسابات في مؤسسات مالية رسمية 53.6% مما يعني أن حوالي نصف الشعب الجنوب أفريقي مهتمش ماليا وهي نسبة منخفضة بالنسبة الدول ذات الدخل المرتفع ولكنها تقترب من نظرائها في فئة الدخل المتوسط وتتفوق علي نظرائها في منطقة جنوب صحراء افريقيا. تنخفض نسبة الرجال والنساء والشباب المتعاملين مع المؤسسات المالية الرسمية في جنوب افريقيا عن بلاد الفئة العليا من الدخل المتوسط وذلك بنسب 56.4%، 51% و 40.8% بالمقارنة مع 61.4%، 53% و 51.7%.

كذلك ترتفع نسبة الادخار بطريقة غير رسمية لتصل إلي 13.8% بالمقارنة مع 2.8% في الدول ذات الدخل المتوسط وترتفع أيضا نسب الاقتراض الرسمي ومن الأهل والأقارب عن دول المقارنة بينما تنخفض نسبة الادخار الرسمي عن نسب الدول الأخرى.

وبالرغم من أن مؤشرات التضمين المالي بجنوب افريقيا أكبر من نظرائها إلا أنه لا يزال هناك مجال للرفع من هذه النسب والوصول إلي الرفاهية المالية للأفراد. وقد طرحت جنوب أفريقيا استراتيجية تثقيف المستهلك المالي عام 2013

للتنفيذ وذلك لأن في جنوب أفريقيا، مستهلك الخدمات المالية ليس لديه المهارات الكافية لفهم تعقيدات القطاع المالي مثل عدم قدرته على تقييم مدى ملائمة المنتجات المالية لاحتياجاته. ذلك بالإضافة لعدة مشاكل هيكلية منها عدم وجود تشريعات موحدة لحماية المستهلك وتفرق المبادرات التي تستهدف التعليم المالي (G20) &OECD, 2013

وقد عرفت الاستراتيجية التثقيف المالي بأنه "قدرة الأفراد على فهم المفاهيم المالية المختلفة مما يتيح لهم اتخاذ قرارات واعية وفعالة من خلال هذا الفهم. كما يشمل مشاركة الأفراد في الحياة الاقتصادية والتي تزيد الفرص وتمكنهم من أن يعيشوا حياة مكتملة." وقد تضمنت الاستراتيجية الرؤية والرسالة التالية:

الرؤية: زيادة القدرة المالية وبالتالي الرفاهية المالية لجميع مواطني جنوب أفريقيا

الرسالة: تمكين جميع مواطني جنوب أفريقيا، خاصة الفئات الضعيفة والمهمشة، من المشاركة في السوق المالية وإدارة شؤونهم المالية بوعي وثقة، واتخاذ قراراتهم المالية اليومية واتخاذ قرارات حول تخصيص دخلها من الطفولة وحتى سن التقاعد.

وتركزت أهداف الاستراتيجية علي تمكين المواطنين وتنمية قدرتهم علي: الرقابة المالية، التخطيط المالي، اختيار المنتجات والخدمات المالية المناسبة، والثقافة والمعرفة المالية، علي أن تنفذ هذه الاستراتيجية خلال خمس سنوات ويصبح منهج التعليم المالي جزءا من المناهج الدراسية في المدارس خلال هذه الفترة. بالإضافة إلي ذلك وضعت مستويات من الكفاءة الأساسية (درجات يحصل عليها الأفراد في استقصاء التثقيف المالي) لتقييم جدوي أنشطة الاستراتيجية.

ويجب ذكر أن أنشطة التثقيف المالي في جنوب أفريقيا لا تقتصر علي مناهج التعليم المالي أو الندوات بل تشمل إنشاء موقع إلكتروني يحتوي علي معلومات مالية تساعد الأفراد علي اتخاذ القرارات السليمة وأيضا عمل مسرحيات يقدم فيها محتوى التعليم المالي بطريقة طريفة وتعلق في أذهان المتفرجين كما أنها قامت بحملة موسعة علي الشاشات في المطارات تنشر بها المعلومات المالية.

المغرب

جدول رقم (6): مقارنة بين مؤشرات التضمين المالي في المغرب ودول منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

المؤشرات	المغرب	دول منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا
نسبة البالغين الذين يمتلكون حسابات في مؤسسات مالية رسمية (+ 15 سنة)	39.1%	17.7%
نسبة الرجال الذين يمتلكون حسابات في مؤسسات مالية رسمية (+ 15 سنة)	52%	23.1%
نسبة النساء الذين يمتلكون حسابات في مؤسسات مالية رسمية (+ 15 سنة)	26.7%	12.5%
نسبة الشباب الذين يمتلكون حسابات في مؤسسات مالية رسمية (15-24 سنة)	27.8%	12.3%
نسبة الحصول علي المرتب عن طريق حساب في مؤسسة مالية رسمية	24.2%	6%
نسبة الادخار في مؤسسة رسمية	12.2%	4.5%
نسبة الادخار بطريقة غير رسمية (الجمعيات)	9.3%	3.6%
نسبة الاقتراض من مؤسسة رسمية	4.3%	5.1%
نسبة الاقتراض من الأهل والأصدقاء	40.9%	31.1%

المصدر: مؤشر التضمين المالي العالمي (Global Findex)، 2012

وفقا للبنك الدولي في عام 2013 في المغرب، بلغ عدد السكان 33.1 مليون نسمة وبلغ الناتج الإجمالي المحلي 104.4 بليون دولار أمريكي. تبلغ نسبة البالغين الذين يمتلكون حسابات في مؤسسات مالية رسمية 39.1% وهي نسبة مرتفعة بالمقارنة مع دول منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا (17.7%). تبلغ نسبة الرجال المتعاملين مع المؤسسات الرسمية حوالي ضعف نسبة النساء والشباب وبالرغم من انخفاض نسب النساء والشباب إلا أنها أكبر من نسب دول الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. وهنا يمكن ملاحظة أن نسب التضمين المالي بالمغرب تفوق جميع نسب دول الشرق الأوسط وشمال أفريقيا إلا في نسبة واحدة وهي الاقتراض من مؤسسة رسمية. إلا أن هذه النسب من المتعاملين مع القطاع المالي الرسمي لا تزال ضعيفة وتحتاج إلي مجهودات من الحكومة المغربية.

استجابة لضرورة رفع نسب التضمين المالي، قام بنك المغرب بعمل استراتيجية لتنمية القطاع المالي، تقوم هذه الاستراتيجية على أربعة محاور رئيسية وهم: 1- توحيد المهام الأساسية للحفاظ على الاستقرار المالي والتغلب على القيود التي تفرضها البيئة الداخلية والخارجية، 2- المساهمة الفعالة في تحديد التحدي المتمثل في الإدماج المالي وظهور المركز المالي للدار البيضاء، 3- تعزيز إدارة البنك تلبية المتطلبات الوطنية والدولية الجديدة، 4- مزيد من تحسين وكفاية الموارد على أساس الأولويات الاستراتيجية والكفاءة ومتطلبات التوافق.

يقوم المحور الثاني علي ترسيخ سياسة التضمين المالي في استراتيجيات المصارف واستخدام التعليم المالي كدعامة لهذه السياسة. كذلك دعم تحسين المعلومات المالية التي يستخدمها الأفراد لاتخاذ القرارات المالية وعقد شراكات مع الجامعات للوصول للشباب. (Bank Al-Maghrib, 2013)

ولأن التضمين المالي لا يكتمل إلا بالثقيف المالي، قام 13 عضو منهم الوزارات، الهيئات الرقابية والمنظمات العاملة بمجال التثقيف المالي بإنشاء المؤسسة المغربية للتعليم المالي وذلك لوضع استراتيجية للتثقيف المالي تركز علي المحاور الأتية:

- 6- عمل برامج وحملات تعليم مالي مخصصة لشرائح المجتمع المختلفة لتعزيز التضمين المالي
- 7- تطوير مهارات الأفراد لاكتساب مهارات اتخاذ القرارات المالية وتحمل مخاطرها
- 8- ترويج للتعاون في مجال التعليم المالي وذلك عن طريق التعاون مع الجامعات وعقد شراكات مع الجهات العاملة بمجال التثقيف المالي.

وتقوم حاليا المغرب بالتعاون مع منظمة العمل الدولية بوضع مناهج للتعليم المالي لدعم هذه الاستراتيجية كما أنها تشترك في أنشطة المنظمة الدولية لمالية الأطفال والشباب. (Bank Al-Maghrib, 2013)

ومن رؤية حالة التضمين المالي والتثقيف المالي بالمغرب التي قد تشبه بعض الشيء الحالة المصرية برغم تفوق المغرب في نسب التضمين المالي يمكن القول بأن الاستراتيجية المغربية تركز علي تعزيز التضمين المالي وحماية المستهلك

وقد تكون من أكثر دراسات الحالة نفعا عند بداية صياغة الاستراتيجية المصرية وذلك حيث أنها قد توضح بعض نقاط الضعف والقوة في وضع استراتيجية خاصة مع تشابه الظروف بين البلدين.

نيوزيلندا

جدول رقم (7): مقارنة بين مؤشرات التضمين المالي في نيوزيلندا والدول ذات الدخل المرتفع

المؤشرات	نيوزيلندا	الدول ذات الدخل المرتفع
نسبة البالغين الذين يمتلكون حسابات في مؤسسات مالية رسمية (+ 15 سنة)	%99.4	%89.4
نسبة الرجال الذين يمتلكون حسابات في مؤسسات مالية رسمية (+ 15 سنة)	%99.4	%91.7
نسبة النساء الذين يمتلكون حسابات في مؤسسات مالية رسمية (+ 15 سنة)	%99.4	%87.3
نسبة الشباب الذين يمتلكون حسابات في مؤسسات مالية رسمية (15-24 سنة)	%98.7	%76.8
نسبة الحصول علي المرتب عن طريق حساب في مؤسسة مالية رسمية	%73.6	%49.5
نسبة الادخار في مؤسسة رسمية	%60.4	%44.6
نسبة الادخار بطريقة غير رسمية (الجمعيات)	%8.8	%5.4
نسبة الاقتراض من مؤسسة رسمية	%26.6	%13.8
نسبة الاقتراض من الأهل والأصدقاء	%17.1	%12.3

المصدر: مؤشر التضمين المالي العالمي (Global Findex) ، 2012

يبلغ عدد سكان نيوزيلندا 4.47 مليون نسمة وناتجها المحلي الإجمالي يساوي 185.8 بليون دولار أمريكي وتعد نيوزيلندا من الدول ذات الدخل المرتفع وفقا للبنك الدولي في عام 2013. تبلغ نسبة البالغين الذين يمتلكون حسابات في مؤسسات مالية رسمية 99.4% وهو ما يقارب 100%. وتتساوي نسب الرجال والنساء الذين يمتلكون حسابات في مؤسسات رسمية 99.4% وتتنخفض عن ذلك نسبة الشباب التي تبلغ 98.7%.

فيما يتعلق بالادخار، تبلغ نسبة الادخار في مؤسسة رسمية 60.4% ونسبة الادخار بطريقة غير رسمية 8.8% مما يعني الاعتماد على الطرق الرسمية للادخار والوثوق بالمؤسسات المالية الرسمية كما يعني أن الشعب النيوزيلندي شعب ذو ثقافة ادخار عالية، أما فيما يتعلق بالاقتراض، فتبلغ نسبة الاقتراض من مؤسسة رسمية 26.6% و نسبة الاقتراض من الأهل والأصدقاء 17.1%. كل ما سبق من مؤشرات للتضمين المالي في نيوزيلندا يوضح أن نيوزيلندا تمتلك مؤشرات تضمين مالي أكثر ارتفاعا من متوسط مؤشرات التضمين المالي في الدول الأخرى ذات الدخل المرتفع. لذلك قامت نيوزيلندا بتصميم استراتيجية للنتقيف المالي يمكن من خلالها توعية جميع الفئات ماليا.

وقد اعتمدت الاستراتيجية القومية للنتقيف المالي في نيوزيلندا علي تعريف الشبكة الدولية للتعليم المالي ومنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية للنتقيف والتعليم المالي إلا أنها قامت بتقسيم المهارات والمعرفة لمستويات (وهم الاستخدام اليومي، الاستخدام المتباعد واستخدام المتخصصين). وقد أطلقت استراتيجية الأولى عام 2008، وتمثلت رؤيتها ورسالتها في التالي:

الرؤية: " تحقيق الرفاهية المالية للنيوزيلنديين "

الرسالة: " أن يكون النيوزيلنديين متعلمين ماليا ويمكنهم اتخاذ قرارات مالية سليمة طوال حياتهم "

ومن ثم بنت استراتيجية الثانية عام 2014 علي ما حققته الأولى وبدأت وضع أهداف جديدة لتحقيق نفس الرؤية. وقد اعتمدت الاستراتيجية الثانية علي العمل علي تغيير ثقافة الحديث عن المال ليكون الأفراد أكثر انفتاحا في التحدث عن الأمور المالية والمشاكل التي تواجههم. وأيضا تعتمد علي التعلم من خلال مراحل الحياة والذي يجعل التعليم المالي أكثر فاعلية حيث إنه يلبي احتياجات المرحلة التي يمر بها الفرد كما تعتمد علي حث الأفراد علي أن يكون لديهم خطة مالية وأن يديروا الديون بذكاء وأن يدخروا ويستثمروا. وقد وضعت الخطة عام 2025 كنهاية لهذه الأهداف.

الهند

جدول رقم (8): مقارنة بين مؤشرات التضمين المالي في الهند ودول جنوب آسيا

المؤشرات	الهند	دول جنوب آسيا
نسبة البالغين الذين يمتلكون حسابات في مؤسسات مالية رسمية (+ 15 سنة)	35.2%	33%
نسبة الرجال الذين يمتلكون حسابات في مؤسسات مالية رسمية (+ 15 سنة)	43.7%	40.7%
نسبة النساء الذين يمتلكون حسابات في مؤسسات مالية رسمية (+ 15 سنة)	26.5%	25%
نسبة الشباب الذين يمتلكون حسابات في مؤسسات مالية رسمية (15-24 سنة)	27.3%	24.7%
نسبة الحصول علي المرتب عن طريق حساب في مؤسسة مالية رسمية	8.3%	7.4%
نسبة الادخار في مؤسسة رسمية	11.6%	11.1%
نسبة الادخار بطريقة غير رسمية (الجمعيات)	3.2%	3.3%
نسبة الاقتراض من مؤسسة رسمية	7.7%	8.7%
نسبة الاقتراض من الأهل والأصدقاء	19.7%	19.5%

المصدر: مؤشر التضمين المالي العالمي (Global Findex) ، 2012

يبلغ عدد سكان الهند 1,252 مليون نسمة و يصل الناتج الإجمالي المحلي 1.877 ترليون دولار أمريكي. (World Bank Website,2013). يحصل الفرد علي 1270 دولار أمريكي كنصيب من الدخل القومي الإجمالي. بالنسبة لمؤشرات التضمين المالي بالهند، يمتلك 35.2% من البالغين حسابات في مؤسسات مالية رسمية وهي نسبة منخفضة بالنسبة لحجم اقتصاد الهند مما يدل على وجود فرصة أمام الهند لزيادة هذه النسب وتضمين عدد أكبر من الأفراد.

ومن واقع نسب التضمين المالي بدأت الحكومة الهندية في التفكير في زيادة هذه النسب عن طريق التعليم المالي لجميع المواطنين في الهند حيث تسعى الحكومة الهندية إلي الوصول نمو شامل ونظام مالي مستقر لن يتحقق إلا بنشر الثقافة المالية ودمج المهتمشين ماليا كذلك وجود العديد المنظمات التي تعمل بشكل فردي في مجال التعليم المالي زاد من ضرورة وجود استراتيجية قومية للتعليم المالي وذلك في إطار

تعزير التضمين المالي، و من ثم أطلقت الهند استراتيجيتها القومية للتعليم المالي عام 2010، واعتمدت على تعريف التثقيف والتعليم المالي الخاص بمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية والشبكة الدولية للتعليم المالي. وهدفت هذه الاستراتيجية للوصول إلي 500 مليون بالغ في مرحلتها الأولى. و فيما يلي الرؤية والرسالة والأهداف:

الرؤية: "تحقيق الوعي المالي وتمكين الشعب الهندي"

الرسالة: "القيام بحملات توعية مالية واسعة النطاق لمساعدة الأفراد على إدارة أموالهم بشكل أكثر فاعلية لتحقيق الرفاهية المالية والوصول إلى المنتجات والخدمات المالية المناسبة من خلال مؤسسات منظمة وآليات تضمن النزاهة والشفافية لحماية المستهلك وتقويم الأخطاء."

الأهداف الاستراتيجية هي: 1- خلق الوعي وتثقيف المستهلكين حول الحصول على الخدمات المالية والانواع المختلفة من المنتجات وخصائصها . 2- ترجمة المعرفة المالية إلى سلوك. 3- شرح الحقوق المالية للمستهلكين وتعريفهم بمسؤولياتهم كعملاء للخدمات المالية.

صممت الاستراتيجية الهندية لتنفيذ علي خمس سنوات وعلي مستويات مختلفة وهي: المستوى الأول هو مستوي المهتمشين ماليا وذلك من خلال حملات تعليم مالي توفر مبادئ التعامل مع المؤسسات المالية. المستوى الثاني يعتمد علي التركيز علي فئة المدمجين ماليا في ما يخص القطاع المصرفي، سوق الأوراق المالية، التأمين والتقاعد. أما المستوى الثالث المستخدم للخدمات المالية وهنا سيتم التركيز علي مواصفات المنتجات المالية المختلفة والمتاحة. (G20& OECD, 2013)

ويجدر الإشارة بأن الهند أنشأت مركزا قوميا للتعليم المالي مسئول عن الاستراتيجية. وقد قررت أن المرحلة الثانية من الاستراتيجية ستقوم بالتركيز علي الشباب وذلك من خلال تسهيل شروط معرفة العميل Relaxed Know Your Customer Requirements. كما أنه من المقرر عمل استبيان لمعرفة مستوي التضمين المالي والثقافة المالية لدي الهنود وهو ما يميز الهند حيث أنه وفقا لخطوات

الاستراتيجية يجب عمل هذا الاستبيان قبل صياغة الاستراتيجية. (G20& OECD, 2013)

هولندا

جدول رقم (9): مقارنة بين مؤشرات التضمين المالي في هولندا والدول ذات الدخل المرتفع

الدول ذات الدخل المرتفع	هولندا	المؤشرات
%89.4	%98.7	نسبة البالغين الذين يمتلكون حسابات في مؤسسات مالية رسمية (+ 15 سنة)
%91.7	%99	نسبة الرجال الذين يمتلكون حسابات في مؤسسات مالية رسمية (+ 15 سنة)
%87.3	%98.4	نسبة النساء الذين يمتلكون حسابات في مؤسسات مالية رسمية (+ 15 سنة)
%76.8	%99.8	نسبة الشباب الذين يمتلكون حسابات في مؤسسات مالية رسمية (15-24 سنة)
%49.5	%56.4	نسبة الحصول علي المرتب عن طريق حساب في مؤسسة مالية رسمية
%44.6	%57.8	نسبة الادخار في مؤسسة رسمية
%5.4	%3.6	نسبة الادخار بطريقة غير رسمية (الجمعيات)
%13.8	%12.6	نسبة الاقتراض من مؤسسة رسمية
%12.3	%7.1	نسبة الاقتراض من الأهل والأصدقاء

المصدر: مؤشر التضمين المالي العالمي (Global Findex) ، 2012

وفقا للبنك الدولي في عام 2013، يبلغ عدد سكان هولندا 16.8 مليون نسمة ويبلغ الناتج الإجمالي المحلي 800.2 بليون دولار أمريكي ويصل نصيب الفرد من إجمالي الدخل القومي 49,030 دولار أمريكي. وتتشابه الحالة الهولندية مع الحالة الاسترالية من حيث تفوق جميع معدلات التضمين المالي عن متوسط نظرائها من الدول ذات الدخل المرتفع إلا في نسبة الادخار بطرق غير رسمية ونسب الاقتراض سواء من مؤسسة رسمية أو من الأهل والأصدقاء. وبذلك تقع مسؤولية كبيرة علي عاتق الحكومة الهولندية في توفير التنقيف المالي للأفراد وذلك لاتخاذ القرارات

المالية السليمة خاصة بعد أن قامت الحكومة الهولندية باستبيان وجدت فيه أن التضمين المالي ليس مشكلة لدي هولندا بل انخفاض الوعي المالي وعدم وجود تشريعات كافية لحماية المستهلكين الماليين، وذلك اتضح من نتائج الاستبيان التي أشارت إلي أن 15% من الأسر تجد صعوبة في دفع الفواتير ، كما أن 41% من الأسر غير مستعدة لأي نوع من فقدان أو انخفاض للدخل، ذلك بالإضافة إلي أن ثلثي الشباب يقولون أنه من الصعب إدارة أموالهم.

لذلك بدأت هولندا تنفيذ استراتيجيتها القومية للتعليم المالي عام 2008 ، وقد عرفت التعليم المالي علي أنه "مجموعة من الأنشطة تركز علي الأفراد أو مجموعات من الأفراد بهدف الوصول إلي سلوك مالي مسئول." (Money Wise,) (2014) وكانت رسالة الاستراتيجية هي زيادة المعرفة المالية والمهارات المالية للمستهلكين وتعزيز عملية صنع القرار المالي بطريقة واعية بين المستهلكين. واستهدفت هذه الاستراتيجية الفئات المهمشة الضعيفة، رواد الأعمال، الأطفال والشباب والموظفين. وقد ركزت الاستراتيجية جهود كبيرة في إدخال مناهج التعليم المالي في المناهج الدراسية للأطفال في المدارس وعمل حملات توعية عن نظم المعاشات.

وقد راجعت هولندا هذه الاستراتيجية وقد أثبتت الاستراتيجية نجاح أسلوب العمل بشراكات بين منظمات متعددة إلا أنها أيضا أوضحت بعض نقاط الضعف الموجودة مثل/ الخلاف علي الميزانية من حيث الحجم والفاعلية، التفسير المختلف في بعض الأحيان لدور الجهة المسؤولة، ووجود العديد من الشركاء أدي إلي وجود تضارب في المصالح. وبناء علي تحليل نقاط ضعف وقوة الاستراتيجية الأولى قامت المنظمة المسؤولة بوضع استراتيجية ثانية لعام 2014 علي أن يتم تقييمها عام 2018 تستهدف التوسع في أنشطة التعليم المالي والوصول إلي عدد أكبر من الأفراد والعمل علي نشر السلوك المالي المسئول بين الأفراد من خلال تنمية الشراكات والابتكار كما تقوم الاستراتيجية بالتركيز علي مراحل الحياة المختلفة. وتضمنت هذه الاستراتيجية توسيع مجالات التعاون بين الشركاء في مجالات مثل زيادة الأعمال والعمل علي التوعية بنظم المعاشات. (G20& OECD, 2013)

الولايات المتحدة

جدول رقم (10): مقارنة بين مؤشرات التضمين المالي في الولايات المتحدة والدول ذات الدخل المرتفع

المؤشرات	الولايات المتحدة	الدول ذات الدخل المرتفع
نسبة البالغين الذين يمتلكون حسابات في مؤسسات مالية رسمية (+ 15 سنة)	%88	%89.4
نسبة الرجال الذين يمتلكون حسابات في مؤسسات مالية رسمية (+ 15 سنة)	%92	%91.7
نسبة النساء الذين يمتلكون حسابات في مؤسسات مالية رسمية (+ 15 سنة)	%84.1	%87.3
نسبة الشباب الذين يمتلكون حسابات في مؤسسات مالية رسمية (15-24 سنة)	%76.1	%76.8
نسبة الحصول علي المرتب عن طريق حساب في مؤسسة مالية رسمية	%50.8	%49.5
نسبة الادخار في مؤسسة رسمية	%50.4	%44.6
نسبة الادخار بطريقة غير رسمية (الجمعيات)	%6.4	%5.4
نسبة الاقتراض من مؤسسة رسمية	%20.1	%13.8
نسبة الاقتراض من الأهل والأصدقاء	%17.2	%12.3

المصدر: مؤشر التضمين المالي العالمي (Global Findex) ، 2012

في عام 2013، بلغ عدد سكان الولايات المتحدة 316.1 مليون نسمة والنتائج الإجمالية المحلي 16.8 ترليون دولار أمريكي يمتلك الفرد 47,340 دولار أمريكي كنصيب من إجمالي الدخل القومي. هذا الجدول يوضح أهم مؤشرات التضمين المالي بالولايات المتحدة بالمقارنة مع الدول ذات الدخل المرتفع والتي تشير إلي أنه في معظم المؤشرات تقترب الولايات المتحدة من نظرائها.

وبناء علي هذه المؤشرات، أصدرت الولايات المتحدة استراتيجيتها للثقف المالي عام 2011 عن طريق لجنة تتكون من 22 مؤسسة تدعي لجنة التثقيف والتعليم المالي (Financial Literacy and Education Commission) وتضمنت الاستراتيجية الرؤية والرسالة والأهداف التالية :

الرؤية: "تحقيق رفاهية مالية مستدامة للأفراد والعائلات الأمريكية"

الرسالة: " وضع اتجاه استراتيجي للسياسات والتعليم والممارسة والبحوث والتنسيق حتى يتسنى للأفراد والعائلات الأمريكية اتخاذ قرارات مالية سليمة"

الأهداف: تركز الاستراتيجية الأمريكية علي أربعة أهداف وهم: 1 – زيادة الوعي والوصول إلي تعليم مالي فعال، 2 – تحديد ودمج ما يجب أن يتوافر لدي الأفراد من كفاءة مالية في المواد والبرامج، 3 – تنمية البنية التحتية للتعليم المالي عن طريق تطوير إرشادات للمناهج والبرامج، 4- التعرف علي وتحسين ونشر الممارسات الفعالة.

تعد هذه الاستراتيجية وأهدافها المبادئ التوجيهية التي ستقوم المؤسسات المنفذة للاستراتيجية نشرها وتوزيعها واختيار الهدف التي ستنفذه من ضمن الأهداف وذلك لوضع نقاط عمل يمكن قياس أثرها وفعاليتها.

والجدير بالذكر، أن الولايات المتحدة قد قامت بعمل استقصاء لمعرفة مصادر الحصول علي المعلومات المالية كما تقوم بصياغة تعريف للرفاهية المالية. بالإضافة إلي ذلك تقوم بصياغة استراتيجية للثقف المالي خاصة بالمهاجرين الذين لا يتحدثون الإنجليزية حيث يبلغ عدد المهاجرين بالولايات المتحدة 41 مليون مهاجر وقد تكون هذه الاستراتيجية هي تحدي ليس فقط لارتفاع عدد المهاجرين بل لتنوع أصولهم. إلا أن الحكومة الأمريكية قد بدأت العمل علي هذه الفئة عن طريق تنفيذ حملة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإصدار مطبوعات بلغات مختلفة.

وفي النهاية، يمكن استنتاج أن الدول النامية غالباً ما تصيغ استراتيجيات للثقف المالي من أجل التضمين المالي وتشجيع الأفراد علي التعامل مع القطاع المالي الرسمي بينما تقوم الدول المتقدمة ذات الدخل المرتفع بصياغة استراتيجيات التعليم والثقف المالي من أجل حماية المستهلكين وتعريفهم بالتعقيدات والشروط المختلفة للمنتجات والخدمات التي يستخدمونها.

أيضاً، يجب الإشارة إلي أن هناك بعض الدول الأخرى التي يمكن دراسة حالتها كتركيا التي انتهت من صياغة استراتيجية للثقف المالي ولكنها لم تفعل بعد والمملكة المتحدة التي وضعت استراتيجيتها الأولى للثقف المالي عام 2005 وهي الآن في مرحلة مراجعة لهذه الاستراتيجية ووضع استراتيجية جديدة وكندا التي عينت قائد للثقف المالي لديه تفويض بصياغة استراتيجية وتنفيذها ولديه ميزانية

محددة لتنفيذ هذه الأنشطة وفرنسا التي بدأت بعمل استقصاء عن درجة التثقيف المالي لدي الفرنسيين وهي الآن في المراحل الأولى من صياغة استراتيجية للتثقيف المالي والمملكة العربية السعودية التي لديها الكثير من الأنشطة في مجال التثقيف المالي ولديها شخصية وطنية لتعليم الأطفال المفاهيم المالية (المستثمر الذكي) والتي تدرس الآن إمكانية صياغة استراتيجية قومية للتثقيف المالي وغيرهم من دول نفذت أو صممت استراتيجيات قومية للتثقيف المالي أو التعليم المالي.

الفصل الثالث: وضع التثقيف المالي في مصر

في ظل القصور الشديد في استخدام القطاع المالي في مصر ونسبة الادخار المحلي التي تبلغ 13% فقط من الناتج المحلي الإجمالي عام 2012 والتي لا تتناسب مع نسبة الاستثمار المستهدف لتحقيق نمو اقتصادي (حيث يجب أن تصل معدلات الادخار إلي 20% أو 30% ليبلغ معدل نمو الاقتصاد 7%)، ظهرت ضرورة ضم الفئات المهمشة من الشعب المصري إلي القطاع المالي الرسمي والاستجابة لاحتياجاتهم سواء من التثقيف المالي أو من التضمين المالي بخلق منتجات وخدمات مالية مناسبة لهم. ولذلك أصبح التضمين المالي والتثقيف المالي علي قائمة أولويات البنك المركزي المصري وقد أصبحت الحاجة ماسة لتجميع جهود المنظمات المختلفة في مجال التثقيف المالي للوصول للتضمين المالي ووضع استراتيجية قومية تضم جميع المنظمات الفاعلة في هذا المجال. فيما يلي بعض مؤشرات حالة التضمين المالي بمصر.

جدول رقم (11): مقارنة بين مؤشرات التضمين المالي في مصر ودول منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا	مصر	المؤشرات
17.7%	9.7%	نسبة البالغين الذين يمتلكون حسابات في مؤسسات مالية رسمية (+ 15 سنة)
23.1%	12.8%	نسبة الرجال الذين يمتلكون حسابات في مؤسسات مالية رسمية (+ 15 سنة)
12.5%	6.5%	نسبة النساء الذين يمتلكون حسابات في مؤسسات مالية رسمية (+ 15 سنة)
12.3%	7.8%	نسبة الشباب الذين يمتلكون حسابات في مؤسسات مالية رسمية (15-24 سنة)
9.1%	5.1%	نسبة البالغين الذين يمتلكون كروت خصم

نسبة الحصول علي المرتب عن طريق حساب في مؤسسة مالية رسمية	0.9%	6%
نسبة الادخار في مؤسسة رسمية	0.7%	4.5%
نسبة الادخار بطريقة غير رسمية (الجمعيات)	1.7%	3.6%
نسبة الاقتراض من مؤسسة رسمية	3.7%	5.1%
نسبة الاقتراض من الأهل والأصدقاء	25.3%	31.1%

المصدر: مؤشر التضمين المالي العالمي (Global Findex) ، 2012

يبلغ عدد سكان مصر 86.9 مليون نسمة في عام 2014 والنتائج المحلي الإجمالي 974941.3 مليون جنيه بنسبة نمو 1.5% في عام 2013. نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي يساوي \$3325. وفقا لمؤشر التضمين المالي الصادر عن البنك الدولي، تبلغ نسبة المتعاملين (أكبر من 15 سنة) حوالي 10% مما يعد نسبة منخفضة بالنسبة للدول المجاورة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. وتقل نسبة المتعاملين مع المؤسسات المالية الرسمية من النساء والشباب عن الرجال. أما نسبة الحصول علي المرتب من خلال حساب في مؤسسة مالية رسمية فهي نسبة تدل علي ضعف استخدام مؤسسات القطاع العام للقطاع المال الرسمي ولكنها في نفس الوقت تدل علي وجود فرصة متاحة للقطاع الحكومي لتضمين العاملين به في القطاع المالي الرسمي. بالنسبة لنسبة الادخار فهي دليل علي أن المجتمع المصري لديه ثقافة استهلاكية وأما عن الاقتراض، تبلغ نسبة الاقتراض من مؤسسة رسمية 3.7% بالمقارنة مع 25.3% من الاقتراض من الأهل والأصدقاء وذلك يمكن أن ينبع من عدم الثقة في المؤسسات المالية الرسمية أو من أن فوائد القروض مرتفعة جدا.

وإذا تمت المقارنة بين وضع التضمين المالي بمصر ووضعها في الدول المذكورة في الفصل الثاني، يمكن القول بأن مستوي مصر في التضمين المالي أقل من مستوي جميع الدول المذكورة حتي النامية منها. ومن هنا، يجب علي الحكومة المصرية عمل دراسات لمعرفة العوائق التي تحول دون التعامل مع القطاع المالي الرسمي ورفع هذه النسب ليس فقط لمواكبة الدول الأخرى بل لأن التضمين المالي

يؤدي إلى نمو اقتصادي. والجدير بالذكر أنه لا يمكن رفع نسب التضمين المالي دون خلق ورفع نسب الوعي والثقافة المالية لدي المصريين.

الجهود المختلفة للثقيف المالي في مصر:

تبين من خلال البحث أنه لا توجد منظمة مهمتها الأساسية والوحيدة هي الثقيف المالي في مصر إلا أن هناك العديد من المنظمات التي تبذل العديد من الجهود في هذا المجال وتعدده من أحد أنشطتها الرئيسية. وهم:

المعهد المصرفي المصري:

منذ عام 2006 وحتى عام 2010، بدأ المعهد المصرفي المصري بالاهتمام بمفاهيم التضمين المالي والثقيف المالي وإظهار أهميتهم للمجتمع والاقتصاد المصري، من خلال بتجميع الأبحاث العلمية وتقارير المنظمات الدولية التي تتناول هذه المفاهيم وأفضل الممارسات الدولية، في محاولة لفهم الأساسيات لتطبيق التضمين والثقيف المالي في مصر.

وفي الفترة من عام 2010 حتى مارس عام 2012، بدأت مرحلة التخطيط بالمعهد المصرفي المصري، والتعاون مع المنظمات المختلفة المهمة بهذا الموضوع وهذا لاستكشاف التحديات التي يمكن لمصر مواجهتها وتجارب الدول المماثلة في تخطي تلك العقبات.

ويقوم المعهد المصرفي منذ مارس 2013 وحتى الوقت الحاضر بتنفيذ أنشطة متعددة وهي: عقد ندوات توعية بالثقيف المالي لأطفال المدارس الحكومية والخاصة، وكذلك طلاب الجامعات الحكومية والخاصة، وأيضاً ندوات توعية في مراكز الشباب ولذوي الاحتياجات الخاصة. كما يقوم المعهد بنشر إصدارات مختلفة تساعد علي استيعاب المفاهيم المالية بطريقة مبسطة (مثل: سلسلة مفاهيم مالية، مؤشرات اقتصادية) والتعاون مع المختصين في مجال مواد التعليم المالي التدريبية والتعديل بها لتناسب الفئة المستهدفة. بالإضافة إلي ذلك المعهد المصرفي لديه عضوية بالشبكة الدولية للتعليم المالي والمنظمة الدولية لمالية الأطفال والشباب وذلك للاستفادة من الخبرات الدولية وعرض النشاط المصري في هذا المجال. كذلك يقوم المعهد بالتنسيق مع البنوك لابتكار منتجات تناسب احتياجات الأطفال والشباب.

والجدير بالذكر، أن المعهد المصرفي المصري قد قام بالتنسيق مع العديد من الشركاء من مختلف القطاعات لتنفيذ أنشطة أسبوع المال المصري كجزء من الأنشطة العالمية لأسبوع المال العالمي. وتكونت هذه الأنشطة من: دق بعض طلاب المدارس جرس افتتاح جلسة التداول بمقر البورصة المصرية، و ندوات توعية في المدارس ومراكز الشباب والجامعات التي وصلت إلى 360000 من الأطفال والشباب، كما عقدت دورات توعية مالية للبالغين، ودورات توعية بأعمال البورصة، وجولات في متحف العملات بالبنك المركزي المصري وفي متحف بنك مصر، ونظمت المسابقات للطلاب، بالإضافة إلى ذلك تواصل المعهد المصرفي المصري مع وسائل الإعلام الوطنية. (CYFI, 2014)

تقديرًا للجهود التي قام بها المعهد المصرفي المصري وشركائه، منحت المنظمة الدولية لمالية الأطفال والشباب مصر جائزة أفضل أسبوع المال عالمي لمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

البنك المركزي المصري:

يقوم البنك المركزي المصري ببعض الأنشطة في مجال التثقيف المالي ومنها: إصدار نشرات دورية عن القطاع المصرفي ، كذلك عقد ندوات حول ماهية البنك المركزي المصري في كلا من كلية الحقوق والجامعة الأمريكية.

الهيئة العامة للرقابة المالية:

تقوم الهيئة بالرقابة والإشراف علي الأسواق والأدوات المالية غير المصرفية. و هناك إدارة متخصصة في الهيئة بتوعية المستثمر تقوم هذه الإدارة بنشر عدد من المطبوعات الخاصة التي تعمل كدليل للمستثمر مثل: خطوات الاستثمار بالبورصة، و الاستثمار في الأوراق المالية ، كذلك التمويل العقاري وغيرهم من المطبوعات. بالإضافة إلي ذلك قامت إدارة توعية المستثمر بإعداد موقع إلكتروني متخصص لتوعية المستثمر المصري. هذا الموقع يقدم خدمات متعددة ويساعد في التواصل مع المستثمرين ومن أمثلة هذه الخدمات دليل بالشركات المرخصة، وصناديق الاستثمار وبعض الحاسبات التي تساعد علي التخطيط وغيرها من مواد تعليمية وأدوات لمساعدة المستثمرين ورفع الوعي لديهم.

البورصة المصرية:

تعتبر البورصة المصرية توعية الجمهور بأساسيات الاستثمار في سوق رأس المال أحد أهدافها الرئيسية. لذلك تقوم البورصة بحملات هدفها مساعدة المستثمرين علي اتخاذ قرارات استثمارية مدروسة بالإضافة إلى تعريفهم بحقوقهم تجاه المؤسسات المالية التي يتعاملون من خلالها. ولقد شملت هذه الحملات ما يلي:

- لعبة ستوك رايدرز Stock Riders لمحاكاة التداول
- مؤتمر ومعرض البورصة خطوة X خطوة
- جولات تعليمية بالبورصة لطلاب الجامعات
- إصدار الكتيبات التعليمية
- أوراق بحثية

كما أن البورصة المصرية هي عضو في المنتدى الدولي لتوعية المستثمر (International Forum for Investor Education) وهي منظمة خاصة غير تجارية، تهدف بصورة أساسية لنشر الوعي المجتمعي للمستثمرين في جميع أنحاء العالم .

الجمعية الألمانية للتعاون الدولي GIZ :

تقوم GIZ علي توفير شراكة عالمية لدعم التنمية المستدامة. في مجال التثقيف المالي في مصر، تعمل GIZ مع كلية الاقتصاد والعلوم السياسية بجامعة القاهرة بعمل دورات لتدريب المدربين علي التثقيف المالي وهؤلاء المدربين هم مجموعة مختارة من المعيديين والأساتذة المساعدين والأساتذة لنشر التثقيف المالي في الخطوة التالية لباقي الكليات بجامعة القاهرة وغيرها من الجامعات.

وقد كررت GIZ هذا التدريب مع المعهد المصرفي المصري. كما أنها شريك في مبادرة الادخار الإقليمية للشباب (Regional Youth Savings Initiative)، هذه المبادرة هي برنامج لمدة سنتين في ثلاثة بلاد (مصر، المغرب، واليمن)، لدعم زيادة التضمين المالي من خلال بناء الأصول للشباب ذوي الدخل المنخفض، وتشجيع الادخار عند الشباب.

بالإضافة إلى ذلك، نظمت GIZ بالتعاون مع CGAP والصندوق الاجتماعي للتنمية ورشة عمل عن التضمين المالي لبناء توافق في الآراء حول رؤية مشتركة للتضمين المالي في مصر. وورشة عمل أخرى لتعريف صناع القرار والمنظمات المهمة بمجال التضمين والتثقيف المالي علي أطر الاستراتيجيات والبيانات اللازمة لتحقيق الأهداف الوطنية للتثقيف والتضمين المالي.

إنجاز Injaz :

إنجاز مصر هي منظمة غير هادفة للربح تعتمد علي نظام التطوع في توصيل برامج التعليم القائم على إلهام وتمكين وإعداد الشباب المصري، وتعزيز فرصهم في الانضمام إلى سوق العمل كموظفين مؤهلين وأصحاب المشاريع. بالتعاون مع وزارة التربية والتعليم، والشراكة بين القطاعين العام الخاص استطاعت إنجاز مصر الوصول إلي 300,000 طالب مصري في أكثر من 451 مدرسة عامة و 21 جامعة في 26 محافظة منذ إنشائها في عام 2003.

إنجاز تقوم علي ثلاثة أعمدة رئيسية وهم: الإعداد لسوق العمل والتثقيف المالي وريادة الأعمال. في مجال التثقيف المالي، تقدم إنجاز ثلاثة أنشطة، وهي:

1. الاقتصاد الشخصي Personal Economics

هو برنامج تفاعلي يساعد الطلاب على ممارسة بعض المهارات الأساسية اللازمة لتحقيق النجاح الشخصي والمهني. وهو يكمل المناهج الدراسية الوطنية من خلال تعزيز المفاهيم الاقتصادية التي تدرس في مادة الدراسات الاجتماعية ومادة الرياضيات. فهذا البرنامج يتيح للطلاب تعلم كيفية اتخاذ قرارات رشيدة بشأن التعليم، والمهن، والإنفاق، والاستثمار، ويقدم لهم مفاهيم جديدة من خلال أمثلة من العالم المهني.

2. أكثر من مال More than Money

هو برنامج يعلم الطلاب مواضيع مثل: الإنفاق، والادخار، وتأسيس المشروعات أو الوظائف في المجالات المختلفة.

3. ريادة الأعمال Entrepreneurship

هي دورة ليوم واحد تشجع طلاب الجامعات على التفكير في بدء مشاريعهم الخاصة كخيار مهني مع مساعدتهم في نفس الوقت علي اكتساب المهارات الأساسية المطلوبة لبدء المشاريع لأول مرة. في البداية، يتم تعريف الطلاب على نظام الاقتصاد الحر يلي ذلك المشاركة الفعالة في وضع محاكاة تتيح للطلاب الفرصة لوضع موضع التنفيذ العديد من المفاهيم التي درسوها. ومن ثم يتم تعريف الطلاب بمفاهيم كتكاليف الفرصة البديلة، والندرة واتخاذ القرارات وتشغيل الأعمال التجارية ذات الجودة العالية.

صلتك Silatech:

تأسست صلتك في عام 2008 لتشجيع خلق فرص عمل للشباب على نطاق واسع، وتنظيم المشاريع، والوصول إلى رأس المال والأسواق، وإشراك الشباب في التنمية الاقتصادية والاجتماعية. وتستند أنشطة صلتك على عدة شراكات سواء مع القطاع العام، أو غيره من المنظمات غير الحكومية أو مع القطاع الخاص. في مصر، مشاريع صلتك هي على النحو التالي:

1. مبادرة الادخار للشباب المصري

هي مبادرة تهدف لحث 20,000 شاب علي زيادة مدخراتهم من خلال التسويق الاجتماعي وذلك عن طريق تزويدهم بالثقتيف المالي وحسابات للادخار وتستهدف هذه المبادرة الشباب ذوي الدخل المنخفض.

2. قرية لجمعيات الادخار والاقتراض

Village RoSCAs for Community Savings and Borrowing

هو مشروع بحثي يتم اختبار عدد من الطرق لبناء جمعيات الادخار والائتمان التي من شأنها تعزيز الادخار والاقتراض الصغير بين القرويين. والهدف من ذلك هو تعزيز فرص الحصول على التمويل بين القرويين، في حين بناء قدراتهم وثقافتهم المالية، دون دفعهم إلى الاستدانة من المؤسسات الرسمية.

بلان مصر Plan Egypt:

بدأت منظمة Plan العمل بمصر منذ 30 عاما، وقد قامت بخدمة أكثر من 1,500,000 طفل وأسره في 6 محافظات. الهدف الرئيسي للمنظمة يركز على حقوق الطفل وتنفيذ برامج تهدف إلى تمكين المجتمعات المحلية من أجل تحسين حياة الأطفال الأكثر تهميشا من خلال العمل مع النساء والشباب ومنظمات المجتمع المدني. من أنشطة التثقيف المالي التي تقوم بها Plan، الآتي:

1. أفلاطون

في شراكة مع وزارة التربية والتعليم، ومنظمة أفلاطون الدولية وغيرها، هذا البرنامج يعزز مشاركة الأطفال وتمكينهم من خلال خلق مجموعات من مجتمع واحد. من خلال هذه المجموعات يتعلم الأطفال حقوقهم والقيم والمسؤولية تجاه مجتمعاتهم المحلية وكذلك مفهوم الادخار. منذ عام 2011، بدأ تنفيذ برنامج أفلاطون في مصر، وقد بلغ عدد المشاركين في البرنامج حتي الآن 21,000 طفل. وقد تم بنجاح دمج البرنامج في المناهج الدراسية في أكثر من 370 مدرسة.

2. الصيرفة علي التغيير Banking on Change

بدأت Plan هذا البرنامج مستعينة بمنهجية مطبقة دوليا ومصممة للمجتمعات التي تفتقر إلى سبل الحصول على الخدمات المالية الرسمية. من خلال المنظمات المحلية والمتطوعين، طبقت Plan خطوات تعزز إنشاء مجموعات ادخار، بصفة أساسية للنساء. تصدر مجموعة قروض من المدخرات المجمعة، على أساس احتياجات الأعضاء وذلك لبدء مشاريع صغيرة مدرة للدخل. حتى الآن، هناك أكثر من 60,688 عضو في إجمالي 4,633 مجموعة، وتبلغ نسبة النساء 78% من الأعضاء. وقد نجحت هذه المجموعات في ادخار 1,8 مليون جنيه وأصدرت أكثر من 3,000 قرض.

الصندوق الاجتماعي للتنمية:

تأسس الصندوق الاجتماعي للتنمية المصري (الصندوق) لتوفير فرص عمل من خلال تقديم الخدمات المالية وغير المالية للمشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر. يقدم الصندوق بعض الأنشطة التي تهدف للتثقيف المالي مثل برنامج عن

كيفية إنشاء وإدارة مشروع صغير. بالإضافة إلى ذلك يهتم الصندوق بتنمية المرأة من خلال:

أولاً، تقديم الصندوق لـ 1.7 مليار جنيه مصري لتمويل المشاريع الصغيرة للمرأة في الفترة من 1992-2013؛ تلك تمثل 861,000 مشاريع (60% من مجموع المشاريع الممولة من قبل الصندوق). وقد رافق هذه الأموال برامج مثل: برنامج القروض المشتركة حيث يتم تقديم جلسة توعية حول أهمية الادخار.

ثانياً، تقديم الصندوق دورات تنمية المهارات الإدارية، وبرامج الدعم التقني، والاتصال مع رجال الأعمال الناجحين والمشاركة في المعارض لعرض منتجات المشاريع الصغيرة.

جمعية الأعمال بالإسكندرية:

تقوم جمعية الأعمال الإسكندرية بتمويل المشروعات متناهية الصغر وبجانب هذا النشاط، تقوم بالأنشطة التالية:

- 1- عقد دورات تدريب عن التثقيف المالي وفرص التمويل متناهي الصغر بالاشتراك مع سنابل (مدة التدريب ساعتين و 90% من المتدربين تحت الثلاثين سنة)
- 2- الترتيب لحملة للتوعية المالية مع البريد المصري
- 3- إخضاع الجمعية للرقابة والحصول علي الجائزة البلاطينية للحماية المجتمعية
- 4- عقد دورات للتثقيف المالي في جامعة الاسكندرية (بكلية الهندسة والعلوم والتجارة)

كلية الاقتصاد والعلوم السياسية:

عملت كلية الاقتصاد والعلوم السياسية علي تدريب المعيدين وأعضاء هيئة التدريس للوصول إلي 3700 طالب. كذلك تعديل وإضافة بعض مناهج التعليم المالي إلي المناهج. كذلك شاركت الكلية في أسبوع المال العالمي بعقد دورة مع سنابل لحوالي 300 طالب. وقامت بإنشاء نموذج محاكاة للقطاع المصرفي.

مجلس السكان Population Council:

يجري مجلس السكان بحوث لمعالجة قضايا الصحة والتنمية. في مصر، صمم المجلس برنامج "إشراق" لمساعدة الفتيات المراهقات الفقراء اللاتي يعيشن في المناطق الريفية في صعيد مصر. ويعتمد إشراق علي تنمية مهارات القراءة والكتابة والحياة مع الاهتمام الخاص بالصحة الإنجابية، والمشاركة المدنية، وسبل العيش والرياضة. في إطار هذا البرنامج، انشأ مجلس السكان وحدة للتعليم المالي منفصلة للفتيات اللاتي تخرجوا من برنامج إشراق. في هذا البرنامج، تتعلم الفتيات إدارة الديون، والمفاوضات المالية، والخدمات المصرفية والادخار ومكونات الميزانية. (Brady et al, 2006)

وهناك جهود أخرى من قبل المجلس القومي للمرأة مثل مركز تنمية سيدات الأعمال "Women Business Development Center". وهو مركز غير هادف للربح أنشئ تحت مظلة المجلس القومي للمرأة، ليزود السيدات بالأدوات والمهارات اللازمة لإنشاء، وتشغيل، والحفاظ على الشركات الصغيرة والمتوسطة، أو يعدهم للدخول لقوة العمل المصرية إعدادا جيدا من خلال التدريب، بالإضافة إلى مساعدة المرأة العاملة علي تحسين أدائهم. بالإضافة إلى ذلك، جولدمان ساكس والجامعة الأمريكية في القاهرة يقدمان برنامج 10,000 امرأة لريادة الأعمال والذي يوفر شهادة في الإدارة لسيدات الأعمال مع أساسيات ريادة الأعمال جنباً إلى جنب المهارات اللازمة لدعم وتطوير أعمالهم.

وأخيرا وليس أخرا، بدأت بعض البنوك المصرية والبنوك العاملة بمصر الاهتمام بموضوع التثقيف المالي وبادرت بالاشتراك مع المعهد المصرفي المصري في ندوات التوعية في أسبوع المال العالمي بجانب اتجاه بعض البنوك إلي إصدار كتيبات وعمل أفلام قصيرة لشرح بعض المفاهيم المالية. بالإضافة إلي ذلك تقوم بعض البنوك بابتكار منتجات جديدة تتناسب مع احتياجات الشباب.

كل ما سبق لعرض مجهودات التثقيف المالي في مصر هو تجميع وليس حصر لكل الأنشطة الموجودة بمصر. فقد تكون هناك مجهودات أخرى في مجال التثقيف المالي في مصر سواء بشكل متخصص أو ضمن برامج أخرى (مثل برامج للتضمين المالي). ومما سبق، يمكن استخلاص بعض نقاط القوة وهي:

1- مشاركة الوزارات والقطاع العام في هذه المبادرات

2- اهتمام كثير من الجهات والمنظمات الغير حكومية بمجال التثقيف المالي

3- بداية تدخل البنوك في مثل هذه المبادرات يمكن أن تكون بداية لابتكار منتجات جديدة تلبي احتياجات الفئات المهمشة

أيضا، يمكن إيجاد بعض نقاط الضعف وهم:

1- عدم وصول هذه المبادرات لعدد كبير من المصريين

2- معظم هذه البرامج قصيرة الأجل وقد لا تؤثر علي المدى الطويل

3- قلة الدعاية لمثل هذه المبادرات

4- عدم وجود إطار موحد يضم جميع هذه الأطراف

ومن هنا، يتضح أهمية توحيد هذه الجهود وعمل إطار موحد يضم جميع المنظمات العاملة بهذا المجال وذلك للوصول لأكبر عدد ممكن من الأفراد والحصول علي أكبر تأثير وزيادة الوعي والثقافة المالية لدي جموع المصريين.

الاستراتيجية القومية للتثقيف المالي:

في عام 2014، بدأ المعهد المصرفي المصري تحت رعاية محافظ البنك المركزي المصري التنسيق بين مختلف الجهات المعنية بالتثقيف المالي في مصر لوضع استراتيجية قومية للتثقيف المالي. وتم تشكيل لجنة تنسيقية لوضع الاستراتيجية تضم هذه اللجنة: المعهد المصرفي المصري، البنك المركزي المصري، وزارة المالية، وزارة التربية والتعليم، وزارة التعليم العالي، وزارة الشباب، البورصة المصرية، الهيئة العامة للرقابة المالية، الجمعية الألمانية للتعاون الدولي (GIZ)، المجموعة الاستشارية لمساعدة الفقراء (CGAP)، البنك الدولي، البنك الأهلي المصري، بنك مصر، البنك التجاري الدولي، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جمعية رجال أعمال الإسكندرية، الصندوق الاجتماعي للتنمية والبريد المصري. وتهدف اللجنة إلى:

1. وضع تعريف موحد لمفهوم التثقيف المالي في مصر

2. تحديد مجالات التدخل والعوائق التي تحول دون التثقيف المالي في مصر

3. تحديد الرؤية والرسالة والأهداف والفئات المستهدفة من هذه الاستراتيجية

4. تحديد أدوار ومسئوليات المساهمين
5. إنشاء لجان فرعية لتنفيذ الاستراتيجية وفقا لمجال خبرتهم.

مقترحات للاستراتيجية القومية للثقف المالي:

فيما يلي، يقدم البحث بعض المقترحات والتوصيات التي قد تساعد في صياغة وتنفيذ الاستراتيجية القومية للثقف المالي:

تعريف الثقف المالي:

"الثقف المالي هو امتلاك الوعي والمهارة والقدرة علي التعامل مع المؤسسات المالية الرسمية وما تقدمه من منتجات وخدمات واتخاذ القرارات المالية الرشيدة".
الرؤية:

"زيادة الوعي المالي لدي المصريين وتعزيز قدرتهم علي الفهم الجيد للمنتجات والخدمات المالية، واتخاذ القرارات المالية السليمة وفقا لاحتياجاتهم المختلفة ، وذلك للوصول لمجتمع مصري يتمتع أفراداه بالرفاهية المالية."

الرسالة:

"وضع استراتيجية للثقف المالي تركز علي تطوير مناهج دراسية وحملات توعية وبحث علمي والابتكار لتمكين المجتمع المصري من الحصول علي المنتجات والخدمات المالية المناسبة لاحتياجاتهم، اتخاذ قرارات مالية رشيدة ومن ثم تحقيق أهدافهم المالية."

الأهداف الاستراتيجية:

قد يكون للاستراتيجية القومية في مصر ثلاثة أهداف استراتيجية تنفذ علي فترة من ثلاث لخمس سنوات ومن ثم يتم تقييم هذه الاستراتيجية وما حققته للتعديل من الأهداف وتصحيح الأخطاء. هذه الأهداف الثلاثة تتمثل في:

- 4- خلق ونشر الوعي المالي لدي فئات المجتمع المختلفة خاصة فئة الأطفال والشباب.

- 5- إنشاء قاعدة بيانات تضم جميع المعلومات المتوفرة عن التثقيف المالي في مصر كما تضم أهم المفاهيم والأدوات التي تساعد الأفراد علي اتخاذ القرارات المالية السليمة.
- 6- عمل دورات تدريبية للعاملين بالقطاع المالي حول مفاهيم التثقيف المالي وكيفية التعامل مع مختلف الفئات واحتياجاتهم

خطوات الاستراتيجية القومية للتثقيف المالي

فيما يلي بعض الخطوات التي يجب أن تتخذها اللجنة التنسيقية لوضع استراتيجية قومية للتثقيف المالي

أولاً، يجب أن تقوم اللجنة التنسيقية بالقيام باستبيان لتحديد مستوى الثقافة المالية لدي الأفراد من مختلف الفئات الدخلية والعمرية وذلك لمعرفة ما يحتاج إليه الأفراد من معرفة مالية وتأسيس برامج تعليم مالي تتناسب مع هذه الاحتياجات. بالإضافة إلي ذلك يجب علي اللجنة الاجتماع مع خبراء من جميع أنحاء العالم للاستفادة من خبراتهم ومعرفة العقبات المختلفة في تنفيذ مثل هذا المشروع علي المستوي الوطني وكيفية التغلب عليها.

ثانياً، يجب علي اللجنة التنسيقية صياغة قواعد تحكم عمل المساهمين المختلفين في مجال التثقيف المالي حتي لا يحدث تضارب في المصالح ولا يقوم أحد المساهمين خاصة المنظمات الهادفة للربح المقدمة للمنتجات والخدمات المالية بالتسويق لمنتجاته من خلال برامج التثقيف المالي. حيث أن التثقيف المالي هو سلعة عامة تخدم احتياجات ومصالح الأفراد جميعاً ويجب أن تكون أنشطته خالية من الدعاية.

ثالثاً، يجب أن تحتوي الاستراتيجية علي فترة زمنية تنفذ بها البرامج والأنشطة وفئات مستهدفة وطرق قياس لتلك البرامج التي ستنفذ حتي يتسنى تطوير هذه البرامج التجريبية ومراقبة ما لها من أثر علي التغيير السلوكي وتتاح إمكانية تطويرها فيما بعد إن ظهرت بها ما لا يتناسب مع الفئات المستهدفة.

رابعاً، يجب التركيز علي المعرفة والمهارات والسلوك لدي الأفراد حيث أن زيادة المعرفة المالية فقط لدي الأفراد غير كافي لتغيير سلوكهم نحو الأمور

المالية كما أنه من المهم تطوير المهارات المالية لدى الأفراد للوصول إلي عادات مالية سليمة.

في المستقبل، يجب إنشاء هيئة أو كيان مسئول عن التثقيف المالي في مصر يكون له ولاية وأهداف واضحة ويكون هو المسئول عن كل أنشطة التثقيف المالي وتنظيم العمل بين الجهات المختلفة. كما يجب أن يكون له ميزانية محددة ويكون خاضع للمحاسبة والتقييم.

الخاتمة:

أثبت التثقيف المالي أهميته للاقتصاد و تحقيق الاستقرار المالي لعدد من الأسباب، ومنها أن المستهلكين المثقفين مالياً يمكنهم اتخاذ قرارات مالية أكثر رشادة، والمطالبة بمنتجات وخدمات مالية عالية الجودة، والتفاعل بعقلانية مع ظروف السوق المتغيرة، وكذلك تشجيع المنافسة والابتكار في الأسواق المالية. كل ذلك يؤدي إلى منتجات وخدمات مالية أكثر كفاءة وتكلفة أقل وكذلك عدم الحاجة إلى الكثير من القوانين واللوائح وبالتالي أسواق مالية أكثر استقراراً ونمو اقتصادي.

أبرزت الأزمة المالية العالمية أهمية التثقيف المالي ودفعت صناعات القرار في جميع أنحاء العالم إلى إدراك حاجة الدول لبدء تنسيق جهود متناثرة في إطار موحد يحتوي على مبادئ توجيهية وهو الاستراتيجية القومية للتثقيف المالي وذلك بهدف تحقيق الرفاهية المالية لكل الأفراد. وقد رافق إرادة صناعات القرار اهتمام متزايد من قبل المنظمات الدولية والمؤسسات المالية والمنظمات غير الهادفة للربح، والمجتمع المدني.

ومن هنا بدأت المنظمات الدولية المختلفة وضع تعريف لمفهوم التثقيف المالي والتعليم المالي كما أنهم بدأوا في وضع إرشادات لكيفية توحيد الجهود وعمل استراتيجيات قومية للتثقيف المالي أو التعليم المالي وبناء علي هذه الإرشادات قامت الكثير من الدول بوضع استراتيجياتها للتثقيف المالي أو التعليم المالي. وقد عرض البحث بعض تجارب هذه الدول من رؤى ورسائل وأهداف الاستراتيجيات المختلفة كما عرض مؤشرات للتضمين المالي ليظهر الاختلافات بين أوضاع الدول فيما يتعلق بالتعامل مع القطاع المالي. ومن كل هذه المؤشرات والتجارب يمكن استنتاج أنه مهما كانت نسبة التضمين المالي في البلاد فيبقى للتثقيف المالي أهمية كبيرة سواء في رفع وعي الأفراد المتعاملين مع المؤسسات المالية الرسمية وإعطائهم أدوات اتخاذ القرارات المالية السليمة أو في خلق الوعي بأهمية التعامل مع القطاع المالي الرسمي بدلاً من القطاع الغير رسمي وبذلك جذب عملاء جدد والمساعدة في النمو الاقتصادي.

أما عن التثقيف المالي في مصر، فهناك الكثير من الجهود التي تبذل في هذا المجال من قبل القطاع الحكومي ومؤسسات المجتمع المدني إلا أنها مازالت غير موحدة ولا تؤثر بالشكل الفعال والمطلوب في ظل الظروف الاقتصادية التي تمر بها

مصر. ولكن البدء في عمل اللجنة التنسيقية لوضع الاستراتيجية القومية للتثقيف المالي هو حجر الأساس لتوحيد هذه الجهود ووضع مصر على المسار الصحيح في مجال التثقيف المالي.

وقد أشار العديد من المتحدثين في مؤتمر الشبكة الدولية للتعليم المالي ومنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية بعنوان " High-level International Conference on Global and European Trends in Financial Education" إلي بعض التحديات التي واجهتهم عند وضع استراتيجية والتي يمكن أن تكون دروس مستفادة للدول التي تفكر أو تضع استراتيجية للمرة الأولى وهي:

أولاً، يجب التعامل مع التثقيف المالي علي أنه سلعة عامة وحق للجميع وليس أداة للتسويق لمنتجات مؤسسة مالية محددة. ولذلك يجب توحيد الجهود المختلفة وعمل استراتيجية قومية موحدة ويجب تواجد قائد لهذه الاستراتيجية يستطيع التنسيق بين جميع الأطراف المعنية. كما يجب عمل وثيقة تتضمن القواعد التي يجب أن يلتزم بها المساهمين في الاستراتيجية.

ثانياً، عند القيام باستراتيجية يجب أن تقوم الجهة المختصة بعمل استبيان وتحديد مستوى التثقيف المالي لدي الأفراد عن طريق عينة ممثلة للمجتمع. وذلك حتي تتمكن من تحديد مستوى التثقيف المالي لدي المجتمع كذلك تحديد الكفاءات الأساسية التي يجب أن تتوفر لدي الأفراد وعمل برامج للوصول لهذه المستويات.

ثالثاً، بعد تحديد المستويات المختلفة من الثقافة المالية لدي الأفراد، يجب التعاون مع المنظمات التعليمية المتخصصة لخلق مناهج تعليمية متخصصة تتناسب مع الفئات المختلفة من المجتمع كما يجب عمل دورات تدريبية للمدرسين والمدرسين الذين يقدمون مناهج والدورات التدريبية للتثقيف المالي والتعليم المالي.

رابعاً، تحديد ميزانية سنوية لبرامج وأنشطة التثقيف المالي يمكن أن تكون هذه الميزانية مموله بالكامل من القطاع الحكومي أو مموله بالكامل من القطاع الخاص أو قد تكون شراكة بين الجهتين. ولكن في التجربة العملية غالباً ما تكون هذه الميزانية شراكة بين القطاعين.

خامساً ، وضع أهداف ذكية (SMART Objectives) قابلة للقياس بسهولة ووضع معايير لتقييم البرامج والأنشطة المختلفة للتثقيف المالي والقيام بهذه

التقييمات بصفة دورية حتي تتمكن الجهة المسؤولة من التعديل والتطوير من أدائها وتقييم الاستراتيجية ككل في نهاية المدة المحددة لها.

أخيراً، استخدام وسائل مبتكرة في توصيل المعلومات المالية وتغيير السلوك المالي للأفراد كما هو الحال في الكثير من الدول كجنوب أفريقيا والنمسا وهولندا وانجلترا وغيرها. وهنا يمكن ذكر مبادرة الثلاث عملات Three Coins لنشر التنقيف المالي في وسط وشرق وجنوب شرق أوروبا وتقوم هذه المبادرة علي تصميم لعبة تستهدف الشباب والأطفال حيث أثبتت دراسات من جميع أنحاء العالم أن الأطفال والشباب يتعلمون أكثر عندما لا يكونوا مضطرين وعندما يلعبون. تعتمد هذه اللعبة علي نظريات الاقتصاد السلوكي (Behavioral Economics) وفكرة أن المعرفة فقط في بعض الأحيان غير كافية لتغيير السلوك وإنه في بعض الأحيان يجب التجربة لاكتساب الخبرة وتعديل السلوك. هذه اللعبة تمكن اللاعبين من اتخاذ قرارات مالية بطريقة غير مباشرة والتعلم من الأخطاء بما في ذلك الاستدانة وأنماط الاستهلاك وبذلك يكتسب الشباب والأطفال الثقافة المالية عن طريق اللعبة.

في النهاية، يجدر الإشارة إلي أهمية تكثيف جهود المؤسسات البحثية لدراسة التنقيف المالي وكيفية تقييم المجهودات التي تبذل في هذا المجال. كما إنه يجب الاهتمام بدراسة أثر التنقيف المالي علي الاقتصاد القومي وما إذا كان له أثر مباشر علي النمو الاقتصادي أم لا.

المراجع:

- Australian Securities & Investments Commission. (2014). “National Financial Literacy Strategy”, pp.34
- Atkinson, A. and Messy, F. A. (2013). “Promoting Financial Inclusion through Financial Education: OECD/INFE Evidence, Policies and Practice”, *OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions*, No.34, OECD Publishing. pp 55
- Bank Al-Maghrib (2013). Plan stratégique 2013-2015, Être un acteur de référence qui inspire la confiance par son expertise et son engagement. pp 40.
- Brady, M.; Assaad, R.; Ibrahim, B.; Salem, A.; Salem, R.; and Zibani, N. and Abdalla. A. (2006). “Providing new opportunities to adolescent girls in socially conservative settings: The Ishraq program in rural Upper Egypt.” Pp 46
- Child and Youth Finance International (2012). National Implementation Guide Child and Youth Finance Initiatives At The National Level. pp72
- Financial Literacy and Education Commission (2011). Promoting financial success in the United States: National strategy for financial literacy. Pp12.
- Frączek, B. (2013). National strategies for financial education – the concept and first experiences in the world. *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska Lublin – Polonia*, Vol. XLVII (4) Sectio H:25-33.
- OECD (2005), *Improving Financial Literacy: Analysis of Issues and Policies*, OECD Publishing. pp180
- OECD, (2013). *PISA Financial Literacy Assessment Framework*. pp 28
- OECD/INFE (2012). *High-level Principles on National Strategy for Financial Education*.

www.oecd.org/finance/financial-education/OECD_INFE_High_Level_Principles_National_Strategies_Financial_Education_APEC.pdf


- OECD/INFE (2014). OECD/INFE Guidelines for private and not-for-profit stakeholders in financial education. Issued 29 (April). pp16
- Russia's G20 Presidency and the OECD (2013). Advancing National Strategies for Financial Education. pp 320
- The International Bank for Reconstruction and Development/The World Bank (2012). The Little Data Book on Financial Inclusion. pp178
- The World Bank (2012). Financial Inclusion Strategies Reference Framework. pp60.
www.worldbank.org/financialinclusion
- The World Bank (2014). Global Survey on Consumer Protection and Financial Literacy: Oversight Frameworks and practices in 114 Economies. Pp72.
- UKaid and GIZ (2013). Promoting women's financial inclusion : A toolkit.pp96


المواقع الإلكترونية:

- Alexandria Business Association:
<http://www.aba.org.eg/en/cmspage.aspx?PageID=6>
- Child and Youth Finance International, Global Money Week activities (2014):
<http://www.globalmoneyweek.org/Countries/egypt.html>
- Egyptian Financial Supervisory Authority:
<http://www.iinvest.gov.eg/general/index.jsp>
- Global Partnership for Financial Inclusion (GPII):
<http://www.gpii.org/about/why-financial-inclusion>

- Injaz Egypt: http://injaz-egypt.org/?page_id=32
- National Consumer Financial Education Strategy, South Africa (2013):
[https://www.mylifemymoney.co.za/Resources/Legislation%20Strategy%20and%20Policy%20Documents/National%20consumer%20financial%20education%20strategy%20\(23%20Aug%202013\).pdf](https://www.mylifemymoney.co.za/Resources/Legislation%20Strategy%20and%20Policy%20Documents/National%20consumer%20financial%20education%20strategy%20(23%20Aug%202013).pdf)
- National Strategy for Financial Literacy, New Zealand (2014):
<http://www.cflri.org.nz/AF5BC4C1-C3D9-46B4-A821-9F91527438AE/FinalDownload/DownloadId-CEFC5832893980B804648269C0ACE9CC/AF5BC4C1-C3D9-46B4-A821-9F91527438AE/sites/default/files/docs/National-Strategy-for-Financial-Literacy-2014.pdf>
- Plan International Egypt:
<https://plan-international.org/where-we-work/africa/egypt/what-we-do>
- The Egyptian Exchange:
http://www.egx.com.eg/Arabic/investor_education.aspx

العنوان: ٢٢ شارع د. أنور الهفتي - مبنى طيبة ٢٠٠٠ تليفون: ٢٤٠٥٤٤٧٢ (٢٠٢+) (٢٠٢+) فاكس: ٢٤٠٥٤٤٧١ (٢٠٢+)

<https://www.facebook.com/#!/EgyptianBankingInstitute> 

<http://twitter.com/eBITweets> 

للإستفسار حول معلومات متخصصة في البحوث والتوعية وركتية المعهد المصرفي المتخصصة للعاملين بالبنوك
يرجى إرسال بريد إلكتروني على: research@ebi.gov.eg

w w w . e b i . g o v . e g