

الهيئة العامة للرقابة المالية
FINANCIAL REGULATORY AUTHORITY



الاستراتيجية الوطنية للتوعية والثقافة المالية غير المصرفية

National Strategy for
Non-Bank Financial Literacy

2022 – 2026

يناير 2022

مجمع المعرفة للثقافة المالية
FINANCIAL LITERACY KNOWLEDGE HUB



10 YEARS+
ANNIVERSARY

80 YEARS+
SERVING THE ECONOMY
SINCE 1939

Building Bridges not Walls
نبني الجسور لا الحواجز

www.fra.gov.eg



Building Bridges not Walls
نبني الجسور لا الحواجز

مجمع المعرفة للثقافة المالية
FINANCIAL LITERACY KNOWLEDGE HUB

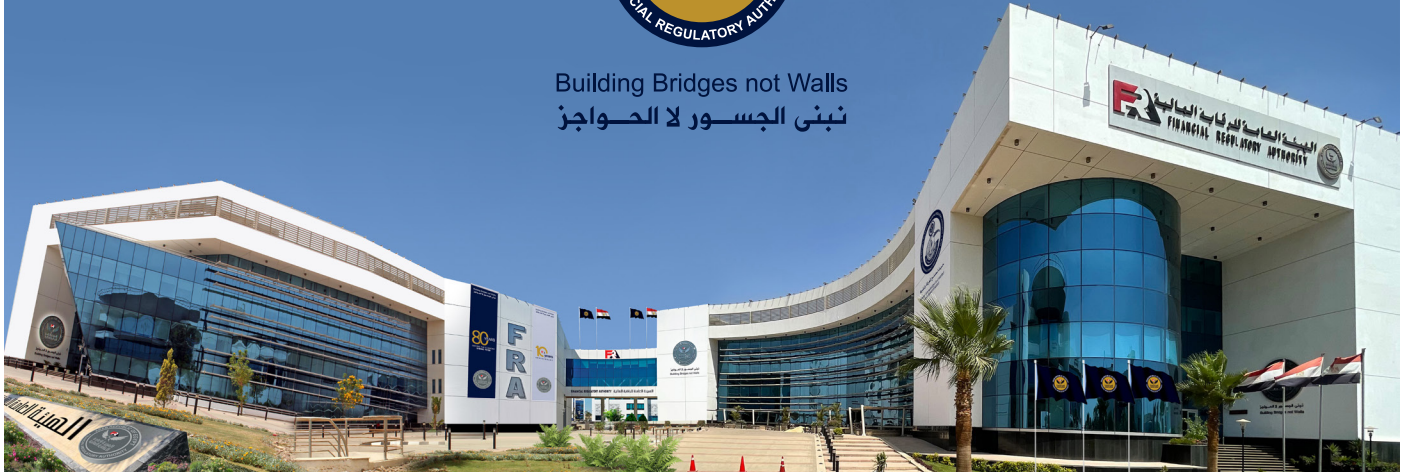


جدول المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع
8	الملخص التنفيذي
16	أولاً: أهمية تبني استراتيجية وطنية للتوعية والثقافة المالية غير المصرفية
20	ثانياً: الإطار النظري والأدبيات <ul style="list-style-type: none">• مستوى الثقافة المالية بين الفئات• الثقافة المالية والشمول المالي• الثقافة المالية والحد من الفقر• الثقافة المالية وسلوك الأفراد• الثقافة المالية والتعليم المالي
30	ثالثاً: دور الأطراف ذات العلاقة
32	رابعاً: بعض التجارب الدولية في تبني استراتيجية وطنية للثقافة المالية
36	خامساً: قياس مستوى الثقافة المالية
50	سادساً: مجمع المعرفة للثقافة المالية Financial Literacy Knowledge Hub
58	سابعاً: مقترح الاستراتيجية الوطنية للتوعية والثقافة المالية غير المصرفية
68	ثامناً: الخلاصة وبعض مضامين السياسة Concluding Remarks and Some Policy Implications
70	المراجع
74	ملحق رقم (1): استبيان لقياس مستوى الثقافة المالية في مصر ملحق رقم (2): مخططات تصميم المناهج الدراسية <ul style="list-style-type: none">• مخطط تصميم المنهج الدراسي (1): التمويل الشخصي والتخطيط المالي• مخطط تصميم المنهج الدراسي (2): أسواق رأس المال• مخطط تصميم المنهج الدراسي (3): التأمين• مخطط تصميم المنهج الدراسي (4): شركات التمويل



Building Bridges not Walls
نبني الجسور لا الحواجز



الدستور المصري

مادة (82)

تكفل الدولة رعاية الشباب والنشء، وتعمل على اكتشاف مواهبهم، وتمتية قدراتهم الثقافية والعلمية والنفسية والبدنية والإبداعية، وتشجيعهم على العمل الجماعي والتطوعي، وتمكينهم من المشاركة في الحياة العامة



السيد رئيس الجمهورية

الاهتمام بالشباب ركيزة أساسية في خطة الدولة واستراتيجيتها لبناء الإنسان المصري.

من توجيهات السيد الرئيس إلى وزارة الشباب والرياضة



السيد رئيس مجلس الوزراء

الدولة المصرية توجه كافة أوجه الدعم للشباب والأفكار الريادية التي تعتبر عاملاً رئيسياً لتحقيق "رؤية مصر 2030".

خلال إجتماع ريادة الأعمال والشركات الناشئة - أغسطس 2021



كلمة الأستاذ الدكتور / محمد عمران رئيس مجلس إدارة الهيئة العامة للرقابة المالية



إن نشر الوعي المالي والثقافة المالية غير المصرفية من ضرورات الشمول المالي في المجتمع، وهو أحد المحاور دائمة الحضور في استراتيجيات الهيئة سواء الحالية أو المستقبلية. فمن خلال نشر الوعي الصحيح عن المنتجات والخدمات المالية غير المصرفية المتوفرة، يمكن تعزيز استخدام المواطن لهذه الخدمات على الشكل الأمثل والأمن، كما يمكن تعزيز إدارة الممتلكات الشخصية والادخار والتمويل، والاستفادة الذكية والأمنة من هذه الخدمات، مما يساعد على اتخاذ القرارات المالية السليمة.

وفي إطار استراتيجية الهيئة الثانية (2022-2026)، والتي تسعى لتحقيق الشمول المالي غير المصرفي كأحد المحاور المهمة لدعم معدلات نمو الاقتصاد المصري، وفي ضوء ما أثبتته الدراسات من وجود علاقة إيجابية بين زيادة معدلات الوعي والثقافة المالية وزيادة قاعدة الشمول المالي بصفة عامة، فإن الهيئة العامة للرقابة المالية تولي أهمية كبيرة لرفع مستوى الثقافة والتعليم المالي لحماية المتعاملين في الأسواق المالية غير المصرفية.

واستناداً إلى مراجعة دراسات محو الأمية المالية المنفذة في مناطق مختلفة من العالم، صنف Ramsey (2011) Capuano and الفوائد المختلفة لمحو الأمية المالية إلى ثلاث فئات رئيسية من المستفيدين هي الأفراد، والنظام المالي والاقتصاد، والمجتمع.

وفيما يتعلق بالأفراد، فإن محو الأمية المالية له العديد من الفوائد مثل زيادة المدخرات والتخطيط للتقاعد، وتقييمات أكثر واقعية من قبل المستهلكين، وتنمية المهارات الحياتية والقدرة على التفاوض، وزيادة الكفاءة المالية من الإدارة النشطة للديون الشخصية وتحقيق الرفاهية المالية، وكذا النشاط في الأسواق المالية بما يؤدي إلى زيادة الكفاءة الاستثمارية واختيار المنتجات المالية المناسبة بكل ثقة، وزيادة الوعي بحقوق المستهلك وإدراك أكبر لإجراءات التدخل التنظيمي والرقابي.

وتتركز فوائد محو الأمية المالية غير المصرفية للنظام المالي والاقتصاد في: زيادة معدلات الادخار الوطني مما ينعكس إيجابياً على معدلات الاستثمار والتشغيل، وتفعيل درجة المنافسة والابتكار وتحسين جودة المنتجات، وتحديد أدق للمخاطر وتغطيتها، وتؤدي لتحقيق مستويات أعلى من انضباط واستقرار الأسواق، مع التغلب على «مسايرة التقلبات الدورية» في الإقراض.

وأخيراً فقد تلخصت الفوائد التي ستعود على المجتمع من محو الأمية المالية غير المصرفية في توسيع قاعدة الشمول المالي، وفهم أكبر للسياسات المالية الحكومية من جانب أفراد المجتمع.

ولتحقيق تلك الفوائد، قامت الهيئة بتدشين مجمع المعرفة للثقافة المالية «Financial Literacy Knowledge Hub»، والذي يعد منصة علمية معلوماتية تهدف إلى نشر المعرفة والوعي المالي، وتطوير القطاع المالي غير المصرفي؛ إيماناً منها بدورها في تعزيز الثقافة المالية ونشر الوعي المالي بين أفراد المجتمع المصري. ويمثل مجمع المعرفة نقلة نوعية داخل الأنشطة المالية غير المصرفية، حيث يسعى إلى تقديم خدمات أكثر جودة وفاعلية في صناعة ونشر المعرفة والثقافة المالية غير المصرفية عن طريق تعزيز التعاون والتنسيق بين الأطراف المعنية بالتوعية والثقافة المالية وتحقيق التناغم والتكامل بين الخدمات التي تقدمها.

وانطلاقاً من ذلك، فقد بادرت الهيئة من خلال مجمع المعرفة للثقافة المالية بإعداد أول استراتيجية وطنية للتوعية والثقافة المالية غير المصرفية والتي تستهدف تعميق الثقافة المالية غير المصرفية لأفراد المجتمع المصري، بحيث يُمكن للمواطنين إدراك المبادئ والمفاهيم الأساسية في المجال المالي غير المصرفي، وزيادة فرص الاستفادة من المصادر والخدمات التمويلية والتسهيلات المالية التي تقدمها المؤسسات المالية، وتوسيع قاعدة الشمول المالي وتعزيز الاستقرار المالي والاقتصادي.



وقد تم تصميم هذه الاستراتيجية بهدف رفع مستوى الوعي بالخدمات والمنتجات المالية غير المصرفية لأفراد المجتمع، والتي تتكون من ثلاث مراحل هي التعليم المالي، والرشد المالي، والاستقلالية المالية، وتستهدف جميع فئات الشعب. ولما كان لتصميم المناهج المناسبة دوراً رئيسياً في تحقيق أهداف الاستراتيجية وإحداث أكبر الأثر في رفع مستوى الوعي المالي لدى الدارسين، فقد تم تصميم مناهج لأربعة دورات تدريبية تشتمل على أهم المفاهيم المتعلقة بالتمويل والقطاع المالي غير المصرفي وهي: «التمويل الشخصي والتخطيط المالي»، و«أسواق رأس المال»، و«التأمين»، و«شركات التمويل»؛ ليتم تقديمها في صورة دورات تدريبية لفئة الشباب من طلاب الجامعات والمعاهد الحكومية والخاصة ومرتادي الأندية الرياضية ومراكز الشباب.

إن تحقيق الأهداف المرجوة من هذه الاستراتيجية يتطلب تضامناً من كافة الجهود ودعم ومشاركة أجهزة ومؤسسات الدولة في تنفيذها، حيث يؤدي تنافس العمل بين المؤسسات إلى تكامل الجهود المبذولة والكفاءة والفاعلية في الوصول إلى الغايات المنشودة من رفع مستوى معيشة الأفراد وتحقيق الشمول المالي لجميع فئات المجتمع. بالإضافة إلى ذلك، يعد الوعي المالي للأفراد ركيزة هامة في تنشيط القطاع المالي غير المصرفي ورفع كفاءته، مما يؤدي إلى تعزيز ثقة المستثمر المصري والأجنبي في الأسواق المصرية، والذي يؤدي بدوره إلى جذب الاستثمارات للأسواق المحلية ودفع عجلة التنمية ودعم الاستقرار المالي وانتعاش الاقتصاد المصري، تنافماً مع رؤية الدولة «مصر 2030».

وفي إطار تقديم الاستراتيجية الوطنية الأولى للتوعية والثقافة المالية غير المصرفية يسعدني أن أتقدم بالشكر لكل من ساهم في تصميم تلك الاستراتيجية بالصورة التي تتوافق مع طموحات الدولة المصرية في تحقيق القدرة والرفاهية المالية لكافة أفراد المجتمع المصري، والشكر موصول لمن يساهم في تنفيذها وفي تحقيق أهدافها من الأطراف المشاركة والجهات ذات العلاقة.

د. محمد عمران

رئيس مجلس إدارة الهيئة

المخـصـص التتـفـيـذي

تعرف الثقافة المالية على أنها "مزيج من الوعي والمعرفة المالية والمهارة والمواقف والسلوك الفردي والضروري لاتخاذ قرارات مالية سليمة لتحقيق الرفاهية المالية الفردية". وقد قامت العديد من الدراسات بتحديد العوامل التي تؤثر على مستوى الثقافة المالية للأفراد، وفاعلية التعليم المالي وبرامج التوعية والثقافة المالية، ودور الثقافة المالية في اتخاذ القرارات المتعلقة بالاقتراض والاستثمار. وأجمعت نتائج تلك الدراسات على أهمية الثقافة المالية لتأثيرها على قرارات الاستثمار وحماية المستثمرين مما يحسن من المناخ الاستثماري والأداء الاقتصادي ككل.

وإدراكاً لأهمية نشر الثقافة والتوعية المالية، قامت العديد من الدول بتبني استراتيجية قومية للثقافة المالية مثل ماليزيا وأندونيسيا والهند والولايات المتحدة وكندا والمملكة المتحدة ونيوزيلاندا. وتعنى هذه الاستراتيجيات بنشر الثقافة والتعليم المالي لجميع فئات الشعب بدءاً من المرحلة الابتدائية وصولاً إلى كبار السن والفئات المهمشة من التعليم.

وفي إطار رؤية الهيئة 2025 واستراتيجيتها الثانية المتوقعة للفترة (2022-2026)، والتي تسعى الهيئة من خلالها لتحقيق الشمول المالي غير المصرفي كأحد المحاور المهمة لدعم معدلات نمو الاقتصاد المصري، وفي ضوء ما أثبتته الدراسات من وجود علاقة إيجابية بين زيادة معدلات الوعي والثقافة المالية وزيادة قاعدة الشمول المالي بصفة عامة، فإن الهيئة العامة للرقابة المالية تولي أهمية كبيرة لرفع مستوى الثقافة والتعليم المالي لحماية المتعاملين في الأسواق المالية غير المصرفية.

واستناداً إلى مراجعة دراسات الثقافة المالية المنفذة في مناطق مختلفة من العالم، صنف الباحثان Capuano and Ramsey (2011) الفوائد المختلفة لمحو الأمية المالية إلى ثلاث فئات رئيسية من المستفيدين هي الأفراد، والنظام المالي والاقتصاد، والمجتمع.

وفيما يتعلق بالأفراد، فإن محو الأمية المالية له العديد من الفوائد مثل زيادة المدخرات والتخطيط السليم للتقاعد، وتقييمات أكثر واقعية من قبل المستهلكين، وتنمية المهارات الحياتية والقدرة على التفاوض، وزيادة الكفاءة المالية من خلال الإدارة النشطة للديون الشخصية، ومن ثم تحقيق الرفاهية المالية، وكذا النشاط في الأسواق المالية بما يؤدي إلى زيادة الكفاءة الاستثمارية واختيار المنتجات المالية المناسبة بكل ثقة، وزيادة الوعي بحقوق المستهلك وإدراك أكبر لإجراءات التدخل التنظيمي والرقابي.

وتتركز فوائد محو الأمية المالية غير المصرفية للنظام المالي والاقتصاد في: زيادة معدلات الادخار الوطني، مما ينعكس إيجابياً على معدلات الاستثمار والتشغيل، وتفعيل درجة المنافسة والابتكار وتحسين جودة المنتجات،



وتحديد أدق للمخاطر وتغطيتها، ومن ثم تحقيق مستويات أعلى من انضباط واستقرار الأسواق، مع التغلب على "مسايرة التقلبات الدورية" في الإقراض.

وأخيراً، فقد تلخصت الفوائد التي ستعود على المجتمع من محور الأمية المالية غير المصرفية في توسيع قاعدة الشمول المالي، وفهم أكبر للسياسات المالية الحكومية من جانب أفراد المجتمع.

واتساقاً مع ذلك، فقد جاء تدشين مجمع المعرفة والثقافة المالية Financial Literacy Knowledge Hub (FLKH) والذي دشنته هيئة الرقابة المالية في أغسطس 2021 كأحد الأدوات المهمة والرئيسية لتقديم خدمات أكثر جودة وفعالية في صناعة ونشر المعرفة والثقافة المالية. ويعنى المجمع بتصميم استراتيجية وطنية للتوعية والثقافة المالية غير المصرفية بهدف رفع الوعي والثقافة المالية للمواطن المصري مما يؤدي إلى تحسين قدرته المالية وتحقيق استقلالته المالية، وتعزيز السلوك المالي المسؤول والقدرة على إصدار أحكام مستنيرة واتخاذ قرارات فعالة في استخدام وإدارة الأموال والادخار، والتخطيط السليم للتقاعد.

يساعد إدراك المفاهيم المالية على تعلم كيفية التصرف ضمن النظام المالي، لذا يلاحظ أن الأشخاص المتقنين مالياً بشكل مناسب يديرون أموالهم ويتخذون قرارات مالية أفضل من أولئك الذين لا يملكون هذه المعرفة. لقد سقط العديد من المواطنين المصريين الذين يعانون من الأمية المالية ضحايا لعمليات نصب كثيرة ومتعددة من أشخاص يدعون قدرتهم على تحقيق معدلات فائدة عالية جداً وغير منطقية مقابل توظيف الأموال لديهم. وخلال السنوات العشر الماضية تعدت تلك المبالغ التي تم النصب عليهم بها وفقاً لبعض التقديرات أكثر من 35 مليار جنيه مدخرات تم توظيفها خارج المنظومة المالية والاستثمارية الرسمية وأدت إلى فقد هؤلاء الضحايا لمواردهم وأصولهم ومدخراتهم الرئيسية. وقد أثبتت الدراسات أن الأشخاص الأقل تعليماً والحاصلين على بعض التعليم الابتدائي والذين يقل أعمارهم عن 30 عاماً هم أقل عرضة للاحتفاظ بمدخرات رسمية ولكن أكثر احتمالاً أن يحتفظوا بمدخرات غير رسمية، كما أنه من المرجح أن يحتفظ الأفراد في المناطق الريفية بمدخرات بشكل غير رسمي أكثر من الأشخاص في المناطق الحضرية.

ولقد بدأت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) في عام 2003 مشروعاً حكومياً دولياً يهدف إلى توفير طرق تحسن من الثقافة المالية من خلال تطوير مبادئ مشتركة لمحو الأمية المالية. كذلك أطلقت المنظمة في مارس 2008 الشبكة الدولية للتعليم المالي (INFE) لتكون بمثابة مركز لتبادل المعلومات وبرامج التعليم المالي حول العالم.

ولقد أثبتت مجمل الدراسات المتخصصة الأثر الإيجابي لارتفاع مستويات الثقافة المالية على معدلات الادخار الوطنية وكذا تحقيق الاستقلال المالي للأفراد وتنمية أصولهم واستثماراتهم، وأن ارتفاع مستويات المعرفة المالية له تأثير واضح على الأفراد في اتخاذهم قرارات مالية سليمة وكفاءة وفعالية إدارتهم لأموالهم الخاصة وادخارها واستثمارها بطريقة أفضل وكذا زيادة صافي ثروة الأسرة. كما أوضحت الدراسات أن زيادة الوعي بالأدوات المالية بصفة عامة وغير المصرفية بصفة خاصة تحمي الأفراد من حالات الاحتيال والنصب المالي، وأن كل ذلك يؤدي إلى رفع معدلات الادخار الوطني والذي يسهم في زيادة الاستثمار من أجل التشغيل وخلق فرص عمل جديدة للاقتصاد، وزيادة رواد الأعمال.

في حين خلصت أحد الدراسات في دولة أسبانيا، أن أقل من ثلث الشباب يمتلكون معرفة أساسية بمعدلات الفائدة والتضخم وتنويع المخاطر، إلا أنها أكدت على أن محور الأمية المالية يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالخصائص الاجتماعية والديموغرافية والتطور المالي للأسرة. فعلى وجه التحديد، وجدت الدراسات أن الأمية المالية ليست منتشرة على نطاق واسع فحسب، بل إنها حادة بشكل خاص بين مجموعات معينة مثل النساء، وذوي البشرة السمراء، والأسبان، وذوي التحصيل العلمي المنخفض.

على صعيد آخر، أكدت الدراسات أن تأثير التعليم المالي يتلاشى بمرور الوقت، لذا اقترحت دوراً حقيقياً ولكن أضيق للتعليم المالي "في الوقت المناسب" المرتبط بسلوكيات معينة، وأوصت بأن التعليم المستقبلي يجب أن يعلم المهارات الشخصية (مثل الميل إلى التخطيط، والثقة لأن يكون المستثمر استباقياً، والاستعداد لتحمل مخاطر الاستثمار) أكثر من معرفة المحتوى حول الفائدة المركبة، والسندات، وما شابه. واقترحت إعادة النظر في الجهود المبذولة في مجال التعليم المالي للأطفال والشباب وأنه يجب أن تكون هناك بعض الفرص الفورية لسن وتطبيق المعرفة، وأشارت إلى أن الدافع للتعلم يتأثر بالاستخدام المتوقع للمعلومات.

بالإضافة إلى ذلك، اختبرت بعض الدراسات تأثير مهارات إدارة الأموال مقابل القدرة الحسابية على النتائج المالية باستخدام بيانات عن الأفراد المتقنين بالديون في الاتحادات الائتمانية في المناطق المحرومة اجتماعياً، حيث أظهرت النتائج أن الأفراد الذين يتمتعون بمهارات فائقة في إدارة الأموال قد قاموا بتخفيض مستويات الدين إلى الدخل، وهم أقل عرضة للاقتراض من المقرضين ذوي التكلفة المرتفعة مثل مقرضي الأموال عبر الإنترنت ومحلات قروض الشوارع، كما أن تلك المهارات تساهم بشكل إيجابي في زيادة صافي ثروة الأسرة.

وأكدت الدراسات أن المستويات المنخفضة نسبياً لمحو الأمية المالية تؤدي إلى تفاقم مخاطر الأسواق المالية والاستهلاكية مع دخول الأدوات المالية المعقدة بشكل متزايد إلى السوق. وأشارت إلى أنه على الرغم من أن



منتجات الائتمان أصبحت متاحة بسهولة، فإن حوالي نصف البالغين فقط في البلدان الناشئة الكبرى الذين يستخدمون بطاقة الائتمان أو يقترضون من مؤسسة مالية على دراية مالية كافية. وافترضت تلك الدراسات أنه على الرغم من أن الأبحاث تشير إلى أن الشمول المالي يمكن أن يساعد في تحقيق نتائج إيجابية، إلا أنه إذا كان الأفراد يفتقرون إلى المعرفة اللازمة لاستخدام المهارات المالية بشكل فعال، فإن هذه الفرص يمكن أن تؤدي بدلاً من ذلك إلى نتائج سلبية، مثل المديونية العالية. لذلك، أوصت الدراسات صانعي السياسات بمعالجة الثغرات في المعرفة المالية وحماية المستهلك، وشددت على أهمية تصميم استراتيجيات وطنية لمحو الأمية المالية، كما دعت إلى تعزيز التعليم المالي في المدارس والجامعات وأماكن العمل.

ويعتبر تحقيق الرشد والرفاهية المالية للمواطن المصري هدف استراتيجي رئيسي نهائي للاستراتيجية، ويرتكز على رفع قدرة الفرد على التخطيط للمستقبل وتحسين أداءه الاستثماري واتخاذ قرارات مالية سليمة وتحقيقه للتوازن بين قدراته واحتياجاته المالية، مما سيكون له أكبر الأثر في حماية المواطنين من عمليات النصب والاحتيال المالي وسرقة مدخراتهم. هذا بالإضافة إلى تحقيق استقلالية الأفراد المالية وزيادة قدرتهم على حفظ وإدارة وحماية أموالهم ومدخراتهم، وبما يساهم في تحسين معدلات الادخار بما يسهم في توليد محفزات الاستثمار وزيادة معدلات التشغيل وخفض البطالة.

ومن المتوقع أن تمر عملية تنفيذ الاستراتيجية بمرحلتين رئيسيتين، حيث تركز السنوات الثلاث الأولى (2024-2022) على نشر الثقافة المالية غير المصرفية، ثم تنتقل الاستراتيجية إلى تحقيق الرشد المالي خلال السنتين التاليتين (2026-2025)، على أن تتضمن تلك المرحلة تقييم نتائج وآثار الاستراتيجية خلال العام الأخير منها لتحديد ماهية الخطوات القادمة وتحقيق آليات استدامة نشر الثقافة المالية غير المصرفية.

إن المرحلة الأولى والمعنية بنشر الثقافة والتوعية المالية غير المصرفية سوف تركز على تعزيز الوعي المجتمعي بالمعلومات الأساسية حول الأسواق المالية غير المصرفية والممارسات غير السليمة والضارة وكيفية الاختيار بين البدائل الاستثمارية والادخارية والتمويلية المختلفة، وكذا التوعية بالمصادر الموثوقة للمعلومات المالية غير المصرفية. وسوف تستهدف الوصول ببرامجها التثقيفية إلى فئات الشباب، وبصفة خاصة طلاب الجامعات والمعاهد الحكومية والخاصة، وطلاب الأزهر الشريف ومرتادي مراكز الشباب والرياضة، ثم تركز في عامها الثالث على استهداف الفئات الأخرى غير الطلاب الجامعيين من السيدات المنتفعات من برامج الحماية الاجتماعية وكذا أصحاب الأعمال الحرة والفلاحين.

ثم تأتي المرحلة الثانية والتي تعمل على التوعية بأهمية التخطيط المالي طويل الأجل وتمكين الأفراد من التخطيط لتقاعدهم، وتوضيح طبيعة ومخاطر وفوائد المنتجات المالية غير المصرفية المختلفة ودورها في تعزيز مستويات المرونة المالية والقدرة على التعامل مع الأزمات المالية المفاجئة. هذا بالإضافة إلى تعزيز ثقافة الادخار والاستثمار وكذلك المساهمة في تنمية المجتمع وتعزيز ثقافة المسؤولية المجتمعية لدى الأفراد. ومع نهاية الإطار الزمني لتنفيذ الاستراتيجية بحلول عام 2026، سوف يتم إجراء الدراسات والاستقصاءات والبحوث لمعرفة تأثير وتقييم نتائج الاستراتيجية وقياس مستويات الوعي والثقافة والتعليم المالي وفعالية تحقيق المستهدفات الموضوعية.

وترى الهيئة أن السبيل الوحيد لنجاح تنفيذ هذه الاستراتيجية، مرحلياً وفي إطار نسختها الأولى المعروضة حالياً، هو تنفيذها من خلال إطار مؤسسي تتشارك فيه الجهات ذات الصلة في التنفيذ والمتابعة والتقييم من خلال إطلاق مبادرة رئاسية لنشر الثقافة المالية غير المصرفية، ومنها على سبيل المثال لا الحصر وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، ووزارة الشباب والرياضة، ومؤسسة الأزهر الشريف، ووزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، ووزارة التضامن الاجتماعي، والهيئة العامة للرقابة المالية، والهيئة الوطنية للتدريب. وبعد الانتهاء من تنفيذ المرحلة أو النسخة الأولى من الاستراتيجية، يتم توسيع قاعدة الفئات المستهدفة لتشمل العاملين في مجال الزراعة والصناعة والحرف والمهن الحرة، وذلك من خلال توسيع قاعدة الأطراف ذات العلاقة أو أصحاب المصالح مثل: وزارة الزراعة والبنك الزراعي، ووزارة التجارة والصناعة، والاتحاد المصري لمقاولي التشييد والبناء، واتحاد الصناعات المصرية، والاتحاد العام للغرف التجارية، ومؤسسات المجتمع المدني.

وتنقسم هذه الاستراتيجية إلى ستة أجزاء رئيسية، يتناول الجزء الأول منها أهمية تبني استراتيجية قومية للثقافة المالية غير المصرفية، حيث خلصت معظم تجارب الدول إلى أهمية وجود مثل تلك الاستراتيجية لتحقيق عدة مزايا منها على مستوى الأفراد زيادة المدخرات، والتخطيط الجيد للتقاعد، وزيادة الكفاءة المالية للفرد، وكذا زيادة وعيه بحقوقه كمتعامل في الأسواق المالية غير المصرفية. وكانت زيادة معدلات الادخار الوطني وتحقيق مستويات أعلى من انضباط واستقرار الأسواق وتقديمها لمنتجات أكثر جودة وابتكار أهم المزايا التي ستعود على النظام المالي والاقتصادي، في حين عادت على المجتمع ككل مزايا متعددة مثل توسيع قاعدة الشمول المالي وتحقيق فهم أكبر للسياسات المالية للحكومة من جانب المجتمع.

ويتناول الجزء الثاني من الاستراتيجية الإطار النظري والأدبيات Conceptual Framework and Literature Review والذي تناول العلاقة بين ارتفاع مستويات الثقافة المالية لدى أفراد المجتمع بكافة فئاته وأبعاده وخلفياته على الشمول المالي والحد من الفقر من خلال تأثيره في زيادة صافي دخل الأسرة وتحقيق



انضباط الأسواق المالية وانضباط السلوك الائتماني للأفراد وكذا رفع معدلات الادخار الوطني مما يساهم في زيادة الاستثمار من أجل التشغيل ومن ثم رفع معدلات النمو الاقتصادي. كما يتناول دور الأطراف ذات العلاقة في تنفيذ الاستراتيجية وأهمية تضافر جهود الجهات المختلفة في الدولة لنجاح مساعيها والوصول إلى الغايات المنشودة منها.

في حين يتناول الجزء الثالث تجارب الدول المختلفة والتي تنوعت بين دول متقدمة وأخرى نامية تتشابه في ظروفها الاقتصادية والاجتماعية مع الظروف الاقتصادية والاجتماعية لمصر، كما يتطرق إلى كيفية قياس مستويات الثقافة المالية وتوحيد أسس المقارنة بين مستويات الثقافة المالية بين الدول المختلفة وكيفية تقييم النتائج قبل تطبيق الاستراتيجية بعدها.

من ناحية أخرى، يتناول الجزء الرابع طرق قياس مستويات الثقافة المالية المتبعة في بعض الدراسات والأسلوب المتبع من قبل الاستراتيجية لقياس مستوى الثقافة المالية بين الأفراد في المجتمع المصري.

ثم يتناول الجزء الخامس تعريفاً بمجمع المعرفة للثقافة المالية (Financial Literacy Knowledge Hub)، والذي يوضح الجهات الأربع التابعة له: معهد الخدمات المالية، مركز المديرين المصري، المركز الإقليمي للتنمية المستدامة، والمركز المصري للتحكيم الاختياري وتسوية المنازعات المالية غير المصرفية.

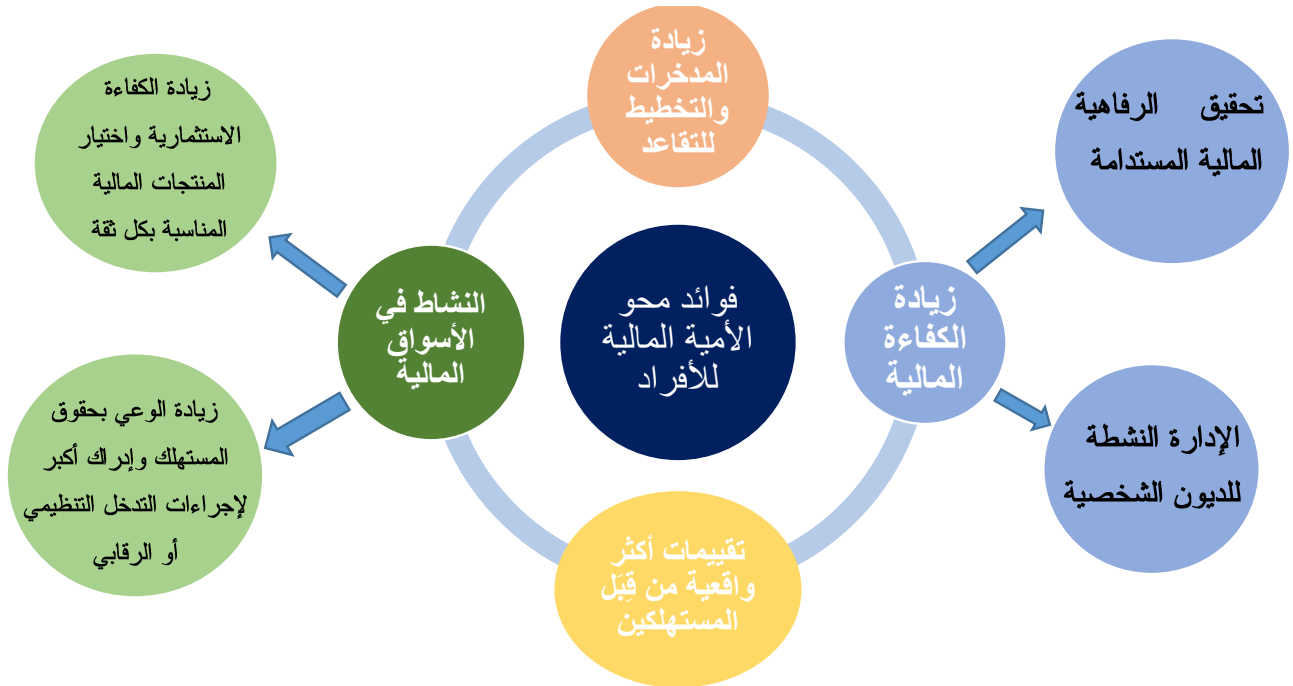
أما الجزء السادس والأخير، فيتناول الاستراتيجية الوطنية للتوعية ولثقافة المالية غير المصرفية من حيث الأهداف الاستراتيجية والمتطلبات الأساسية لتحقيقها وكذلك الأدوات والبرامج والمبادرات والوسائل اللازمة لتنفيذها، كما يتطرق إلى الجهات ذات الصلة التي يقترح مشاركتها في تنفيذ الاستراتيجية والإطار المؤسسي للتنفيذ وفقاً لمراحل الثلاث وهي التعليم المالي (2022-2024)، مروراً بالرشد المالي (2025-2026)، ثم أخيراً تحقيق الاستقلال المالي (القياس وتقييم النتائج).

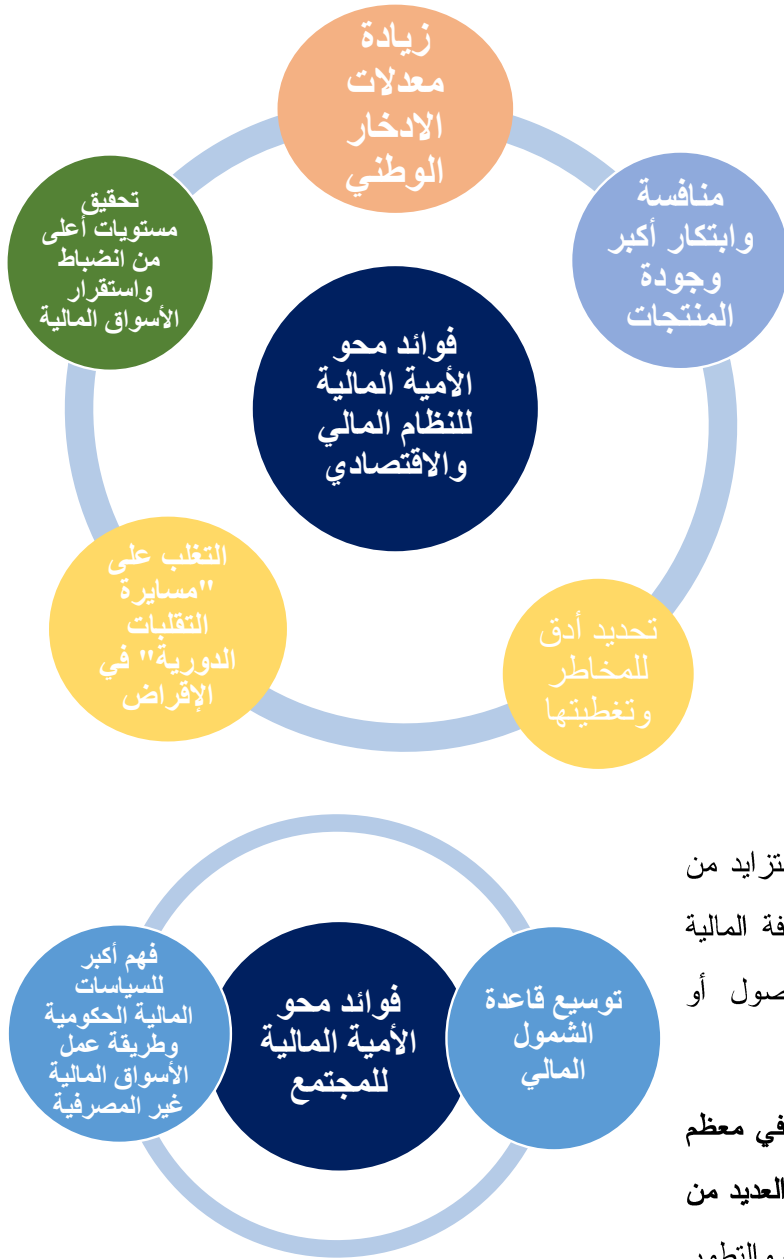
أولاً: أهمية تبني استراتيجية وطنية للتوعية والثقافة المالية غير المصرفية

تسعى الدولة المصرية، من خلال الهيئة العامة للرقابة المالية بصفتها الجهة الرقابية على الأنشطة المالية غير المصرفية، إلى تعزيز الشمول المالي غير المصرفي في البلاد كأحد أهم الأعمال التنموية، حيث يدعم التثقيف المالي السعي لتحقيق الشمول المالي غير المصرفي من خلال تمكين العملاء من اتخاذ خيارات وقرارات مستنيرة تؤدي إلى رفع قدرتهم المالية وتحقيق رفاهيتهم المالية.

وتهدف وثيقة الاستراتيجية الوطنية للتوعية والثقافة المالية غير المصرفية إلى دعم رؤية الدولة المصرية من خلال تمكين قطاعات مختلفة من المجتمع من تطوير المعرفة والمهارات والسلوكيات الكافية اللازمة لإدارة أموالهم والتخطيط لمستقبلهم بشكل أفضل. وتوصي الاستراتيجية بتبني نهج أصحاب المصلحة المتعددين لتحقيق الرفاهية المالية لجموع المصريين.

واستناداً إلى مراجعة دراسات محو الأمية المالية المنفذة في دول مختلفة من العالم، صنف الباحثان Capuano and Ramsey (2011) الفوائد المختلفة لمحو الأمية المالية إلى ثلاث فئات رئيسية من المستفيدين: الأفراد، والنظام المالي والاقتصاد، والمجتمع.





منذ مطلع تسعينيات القرن الماضي، ومحو الأمية المالية كان مصدر قلق للسياسات الاقتصادية في الدول المتقدمة. فعلى الرغم من أن البلدان النامية والبلدان ذات الدخل المنخفض قد تأخرت في إدراك أهمية محو الأمية المالية، إلا أنها أظهرت مؤخراً اهتماماً أكبر بوضع استراتيجيات وطنية لرفع مستويات الثقافة والتعليم المالي بصفة عامة. فقد أظهرت الدراسات أن العملاء المتقنين مالياً يتخذون القرار المالي والاقتصادي الأمثل بما في ذلك المدخرات والاقتراض والاستثمار وكذلك الإدارة

السليمة اليومية للأموال. كما أظهر عدد متزايد من الدراسات التجريبية الدور الذي تلعبه الثقافة المالية في إدارة التمويل الشخصي سواء الأصول أو الالتزامات.

إن التطورات المستمرة في القطاع المالي في معظم البلدان النامية، بما في ذلك أفريقيا، بسبب العديد من العوامل -بما في ذلك العولمة والخصخصة والتطور في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومبادرة

السياسة العامة التي تستهدف الحد من الفقر من خلال تعزيز الوصول إلى التمويل- أدت إلى أن أضحت المعرفة الأساسية في التمويل الشخصي مهارة أساسية يحتاج الأفراد في البلدان النامية لاكتسابها من أجل الاستفادة من التطورات الناشئة في عالم المال.

ولتحقيق رؤية الدولة المصرية في خلق مجتمع واع مالياً وتمكينه مالياً، تم وضع الأهداف الاستراتيجية التالية:

- تحقيق فهم أكبر للسياسات المالية الحكومية عبر غرس مفاهيم محو الأمية المالية غير المصرفية بين مختلف شرائح المجتمع من خلال التوعية المالية غير المصرفية لجعله مهارة حياتية مهمة.

- زيادة معدلات الادخار الوطني مما ينعكس إيجابياً على معدلات الاستثمار والتشغيل، من خلال تشجيع سلوك الادخار النشط، وزيادة الكفاءة المالية للأفراد.
- توسيع قاعدة الشمول المالي غير المصرفي من خلال تشجيع استخدام المنتجات والخدمات التي تقدمها الأسواق المالية غير المصرفية لتحقيق الأهداف والغايات المالية.
- تحقيق مستويات أعلى من انضباط واستقرار الأسواق المالية غير المصرفية من خلال تحقيق الانضباط الائتماني وتشجيع الاستفادة من الائتمان والتمويل من المؤسسات المالية غير المصرفية الرسمية حسب المتطلبات.
- توسيع استخدام الخدمات المالية غير المصرفية الرقمية بطريقة آمنة.
- إدارة المخاطر في مختلف مراحل الحياة من خلال تغطية تأمينية ملائمة للاحتياجات والقدرات المالية.
- التخطيط الجيد للادخار لمرحلة الشيخوخة والتقاعد من خلال المشاركة في منتجات التقاعد المناسبة.
- معرفة الحقوق والواجبات وأدوات فض المنازعات التي تنشأ في المعاملات المالية غير المصرفية ومبادئ حماية المتعاملين.
- تحسين طرق ومنهجية البحث والتقييم، لقياس التقدم في مستويات التوعية والثقافة المالية غير المصرفية.



ثانياً: الإطار النظري والأدبيات

تعرف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) محو الأمية المالية على أنها "مزيج من الوعي والمعرفة والمهارة والمواقف والسلوك الضرورية لاتخاذ قرارات مالية سليمة وتحقيق الرفاهية المالية الفردية في نهاية المطاف".

وقد قامت العديد من الدراسات بمناقشة أهمية الثقافة المالية ودورها في اتخاذ القرارات المتعلقة بالاقتراض والاستثمار، وتأثيرها على سلوك المستثمرين. كما قام العديد من الباحثين بدراسة العوامل التي تؤثر على مستوى الثقافة المالية للأفراد سواء كانت فردية أو عامة. بالإضافة إلى ذلك، حققت العديد من الأبحاث في فاعلية التعليم المالي وبرامج التوعية والثقافة المالية والعوامل التي تؤثر في ذلك. كما أوضحت العديد من الأبحاث أهمية الثقافة المالية في تحقيق الشمول المالي ونجاح برامج الحد من الفقر وتحسين الرعاية المجتمعية. وقد أجمعت العديد من الدراسات على أن بعض الفئات يجب أن تحتل المرتبة الأولى في تحديد أولويات تنفيذ استراتيجية محو الأمية المالية. فعلى الرغم من السهولة النسبية لتصميم وتنفيذ البرامج التعليمية لجيل الشباب وسكان المدن، إلا أن الجيل الأكبر سناً وسكان الريف هم الأكثر حاجة إلى التعليم المالي. بالإضافة إلى ذلك، يُتوقع أن تساهم هذه الشرائح المهمشة بشكل كبير في معاملات الأسواق المالية غير المصرفية، حيث أنها تمثل نسبة كبيرة من السكان.

وأكدت الدراسات أن تطوير وإعداد أعضاء هيئة التدريس في المؤسسات التعليمية المختلفة وميسري المحتوى الآخرين لا يقل أهمية عن تطوير المناهج نفسها لمحو الأمية المالية، وأنه لا يمكن تنفيذ خطة جيدة التصميم بشكل فعال بدون القوى العاملة المناسبة التي تؤمن بها والقادرة على تحقيقها. وبالتالي، فإنه من المهم تطوير برامج تدريبية للمعلمين في المدارس وأعضاء هيئة التدريس في الجامعات، وكذلك المدربين والمعلمين من مختلف الشرائح لتجهيزهم لتقديم مثل هذه المعرفة المتطورة. كما يجب أن يكون هذا أحد ركائز استراتيجية محو الأمية المالية ويجب صياغة خطة تنفيذية له تماماً كما هو الحال مع الأهداف التعليمية للفئات المهمشة والفئات الأخرى.

وعلى صعيد آخر، يعد تقييم البرامج المقدمة حالياً ومدى فعاليتها على المدى الطويل أمراً ضرورياً في تحديد البرامج التي لها تأثير دائم، والبرامج ذات الأولوية، وأي الفئات من الشرائح المستهدفة تستفيد أكثر من غيرها، لذا يجب اعتبار ذلك جزء لا يتجزأ من تصميم استراتيجية فعالة لمحو الأمية المالية.

مستوى الثقافة المالية بين الفئات

في دراسة (2020) Klapper and Lusardi استخدم الباحثان استبيان الثقافة المالية العالمية لخدمات تصنيفات ستاندرد أند بورز (S&P Global FinLit Survey) لقياس المعرفة المالية باستخدام أسئلة تقييم المعرفة بأربعة مفاهيم أساسية في صنع القرار المالي هي المعرفة بمعدلات الفائدة، والفائدة المركبة، والتضخم، وتبوع المخاطر. ووجدا أنه في جميع أنحاء العالم هناك واحد فقط من كل ثلاثة بالغين متعلم مالياً، وأن النساء والفقراء من البالغين والمستجيبين الأقل تعليماً هم أكثر عرضة للمعاونة من فجوات في المعرفة المالية. وأكد الباحثان أن المستويات المنخفضة نسبياً لمحو الأمية المالية تؤدي إلى تفاقم مخاطر الأسواق المالية والاستهلاكية مع دخول الأدوات المالية المعقدة بشكل متزايد إلى السوق.

وأشار الباحثان إلى أنه على الرغم من أن منتجات الائتمان أصبحت متاحة بسهولة، فإن حوالي نصف البالغين فقط في البلدان الناشئة الكبرى الذين يستخدمون بطاقة الائتمان أو يقترضون من مؤسسة مالية على دراية مالية كافية. وافترضوا أنه على الرغم من أن الأبحاث تشير إلى أن الشمول المالي يمكن أن يساعد في تحقيق نتائج إيجابية، إلا أنه إذا كان الأفراد يفتقرون إلى المعرفة اللازمة لاستخدام المهارات المالية بشكل فعال، فإن هذه الفرص يمكن أن تؤدي بدلاً من ذلك إلى نتائج سلبية، مثل ارتفاع مستويات المديونية.

وأوصى (2020) Klapper and Lusardi صانعي السياسات الاقتصادية والاجتماعية بمعالجة الثغرات في المعرفة المالية وحماية المستهلك، وأكد أهمية تصميم استراتيجيات وطنية لمحو الأمية المالية، كما حثا على تعزيز التعليم المالي في المدارس وأماكن العمل.

وفي دراسة (2014) Cameron et al. قدم الباحثون نتائج عن عينة من طلاب المدارس الثانوية في نيوزيلندا فيما يتعلق بمحو الأمية المالية وأوضحوا أن المعرفة المالية كانت الأدنى بين الطلاب الأكثر فقراً، وأولئك الذين لديهم قدرة أقل في اللغة الإنجليزية، وأولئك الذين لديهم قدرات حسابية أقل. واقترح الباحثون أن برامج محو الأمية المالية قد تكون قادرة على تحقيق مكاسب أكبر في محو الأمية المالية من خلال استهداف الطلاب من المجتمعات الفقيرة، والمهاجرين الجدد، و/أو المدارس في المناطق الفقيرة. من ناحية أخرى، وجدوا أن قدرة اللغة الإنجليزية والحرمان الاجتماعي للطلاب غير مرتبطين بمحو الأمية المالية على المستوى المعرفي للتطبيق، بل أن الدرجات المنخفضة على المستوى الإدراكي للتطبيق لمحو الأمية المالية ترتبط بمستويات أعلى من تحمل المخاطر المالية.



وخلصت الدراسة إلى أن توسيع نطاق محو الأمية المالية بدءاً من المرحلة الثانوية سوف يؤدي إلى مكاسب كبيرة، وقد يكون هو المفتاح لتحسين اتخاذ القرارات المالية لدى الأفراد، وأن النهج الاستهدافي قد يحسن المعرفة المالية بين الفئات الأكثر ضعفاً في المجتمع.

وفي دراسة (Lusardi et al. (2010) تم تحليل المعرفة المالية بين الشباب باستخدام بيانات عن المسح الوطني الطولي للشباب (National Longitudinal Survey of Youth) في دولة أسبانيا. ووجد الباحثون أن محو الأمية المالية يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالخصائص الاجتماعية والديموغرافية والتطور المالي للأسرة. فعلى وجه التحديد، أوضحت الدراسة أن الأمية المالية ليست منتشرة على نطاق واسع فحسب، بل إنها حادة بشكل خاص بين مجموعات معينة مثل النساء، وذوي البشرة السمراء، والأسبان، وذوي التحصيل العلمي المنخفض. علاوة على ذلك، خلصت الدراسة إلى أن التحصيل العلمي والقدرة المعرفية محددان مهمان للثقافة المالية، بالرغم من أنهما ليسا الوحيدين، كما أن المعرفة المالية بين الشباب تتأثر بشدة بالخلفية العائلية.

وخلصت الدراسة إلى أن أقل من ثلث الشباب يمتلكون معرفة أساسية بمعدلات الفائدة والتضخم وتوزيع المخاطر. وأوصى الباحثون بتوجيه برامج التعليم المالي للمجموعات التي هي في أمس الحاجة إليها. كما أشاروا إلى أن دورات محو الأمية المالية في المدارس قد تكون مفيدة بشكل خاص لأولئك الذين ليس لديهم آباء متعلمين جامعيين أو الذين ليس لدى والديهم خبرة في الاستثمار في الأسهم وغيرها من الأدوات المالية.

الثقافة المالية والشمول المالي

في دراسة (Morgan and Long (2020) قام الباحثان بتحليل آثار محو الأمية المالية على الشمول المالي وسلوك الادخار، حيث تتكون برامج محو الأمية المالية من المعرفة المالية والسلوك المالي والموقف المالي، بينما يتكون الشمول المالي من الاحتفاظ بالمنتجات المالية والاستهلاك المالي النشط. ووجد الباحثان أن الثقافة المالية في العموم تؤثر على الشمول المالي والادخار. فعلى وجه التحديد، ترتبط درجة السلوك المالي الأعلى بدرجة أعلى من الشمول المالي بشكل عام وبشكل أكثر تحديداً مع زيادة الاحتفاظ بالمنتجات المالية والاستهلاك النشط، في حين ترتبط درجة المعرفة المالية فقط بدرجة الشمول المالي الإجمالية ومكون الاستهلاك النشط. من ناحية أخرى، وجد الباحثان أن درجة الموقف المالي لا ترتبط بدرجة الشمول المالي الإجمالية أو مكون الاستهلاك النشط، ولكنها مرتبطة بامتلاك المنتجات المالية ومنتجات الدفع ومنتجات الائتمان بشكل أكثر تحديداً. كما وجد أن ارتفاع مستوى المعرفة المالية يرتبط بارتفاع احتمالية الاحتفاظ بمنتجات الادخار والائتمان، ولكنه لا يرتبط بمنتجات الدفع والتأمين. بالإضافة إلى ذلك، يميل الأفراد الحاصلون على درجات أعلى في الثقافة

المالية إلى الادخار بشكل أكبر في كل من الطرق الرسمية وغير الرسمية مقارنة بأولئك الذين لديهم درجات أقل في المعرفة المالية.

وتشير الدراسة إلى أن الأشخاص الأكثر ثراءً وتعليماً يميلون إلى الاحتفاظ بالمدخرات الرسمية وغير الرسمية، في حين أن الأشخاص الحاصلين على بعض التعليم الابتدائي هم أكثر احتمالية لأن يحتفظوا فقط بالمدخرات غير الرسمية، وأن الأشخاص الأصغر سناً (الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و30 عاماً) هم أقل عرضة للاحتفاظ بمدخرات رسمية ولكن أكثر احتمالاً أن يحتفظوا بمدخرات غير رسمية. كما أوضحت الدراسة أنه من المرجح أن يحتفظ الأفراد في المناطق الريفية بمدخرات بشكل غير رسمي أكثر من الأشخاص في المناطق الحضرية.

وأكد الباحثان أن محو الأمية المالية مهم لتحسين الشمول المالي، وأن مكونات معينة من المعرفة المالية هي أكثر أهمية لتحقيق بعض أهداف الشمول المالي. واقترحت الدراسة أن يتم استهداف مجموعات ديموغرافية معينة بالتدخلات، وأنه يمكن لسياسات تشجيع المدخرات أن تحقق أكبر مكاسب محتملة إذا استهدفت الأشخاص الأصغر سناً والأقل تعليماً على وجه الخصوص.

وفي دراسة لبحث تأثير اثنين من المحركات الرئيسية للشمول المالي: محو الأمية المالية ومستويات الدخل، استخدم (Adentunji and David-West (2019) بيانات استقصائية لأكثر من 22,000 مستجيب في نيجيريا. وأوضحت الدراسة أن الثقافة المالية تحدد بشكل كبير أنماط الادخار لدى المؤسسات المالية الرسمية وغير الرسمية، بالرغم من أن الدخل هو الدافع الوحيد لتكرار المدخرات غير الرسمية. وأوضح الباحثان أن أحد مضامين السياسة الرئيسية لنتائج البحث والتي تخص صناعات السياسات ومقدمي الخدمات المالية هي أنه يمكن استخدام برامج محو الأمية المالية لدفع استخدام الخدمات المالية الرسمية وغير الرسمية مع تأثير أكثر إيجابية على الخدمات المالية الرسمية.

وفي دراسة لاستعراض الأدبيات والأبحاث المتعلقة بالثقافة المالية، عرف (Refera et al. (2015) الشمول المالي أنه عملية توفير خدمة مالية ميسورة التكلفة ومناسبة للقراء الذين لا تتوفر لهم خدمات مناسبة من أجل ضمان نمو اقتصادي شامل وتنمية شاملة للجميع. وأجمعت الدراسات أن مستوى الإلمام بالأمر المالية منخفض في البلدان المتقدمة والبلدان النامية على حد سواء، ولكن الاستجابة السياسية والأكاديمية في البلدان النامية عموماً -وأفريقيا بصفة خاصة- منخفضة المستوى.

وأظهرت نتائج الدراسات التجريبية التي نُفذت لتقييم برامج التثقيف المالي، بما في ذلك تلك التي أجريت في عدد قليل من البلدان الأفريقية، أن تعزيز الثقافة المالية وقدرات الأفراد على اتخاذ القرارات المالية الشخصية من شأنه أن يعزز نتائج الشمول المالي وغيرها من مبادرات الحد من الفقر.



وعلل الباحثون تلك النتائج بأن الأفراد المثقفين مالياً لديهم قدرة على الطلب والاستخدام الصحيح للخدمات المالية، وأن الثقافة المالية تفسر جزءاً من انخفاض الطلب على الخدمات المالية. وأرجع الباحثون ذلك إلى حقيقة أن الأغلبية ذات التعليم العام المنخفض والأمية المالية غير قادرة على طلب المنتجات والخدمات المالية واستخدامها لتحسين الرعاية الاجتماعية. واقترحوا تعزيز التعليم المالي في استراتيجيات التدخل الأخرى من أجل تعزيز الشمول المالي في البلدان النامية، وأن ينظر العلماء والمنظمات الدولية العاملة في تمويل التنمية إلى محور الأمية المالية باعتبارها إحدى الركائز في مجال الشمول المالي.

وقام (Biswas and Gupta (2013 باختبار ما إذا كان مستوى المعرفة المالية في أي منطقة، أي في المناطق الحضرية أو الريفية، قد يتأثر بالشمول المالي لتلك المنطقة إلى جانب المتغيرات الديموغرافية الأخرى. وتم تصميم استبيان شامل لتغطية الجوانب الرئيسية للمعرفة المالية والتخطيط المالي للأسرة لغرض جمع البيانات الأولية المتعلقة بحساب درجة الثقافة المالية. وأظهرت نتائج الانحدار المتعدد أن المهنة والخلفية التعليمية ودخل الأسرة تؤثر على المعرفة المالية، كما أن مؤشر الشمول المالي له علاقة ذات دلالة إحصائية بمحو الأمية المالية.

الثقافة المالية والحد من الفقر

تعد الثقافة المالية من العوامل التي تساعد في الحد من الفقر ونجاح البرامج المنفذة من الدولة لتحسين مستوى المعيشة بين الأفراد. ويأتي ذلك في إطار أهمية الثقافة المالية في اتخاذ قرارات مالية سليمة من نواحي الادخار والاستثمار والاقتراض أيضاً، حيث أن الأفراد المثقفين مالياً هم أكثر قدرة من نظرائهم على الوصول إلى واستخدام الخدمات المالية التي توفرها الدولة والمؤسسات المالية الأخرى.

وقد أكد (Refera et al. (2015 على أن قلة الوعي والثقافة المالية تؤثر سلباً على تحقيق النتائج المرجوة من برامج الحد من الفقر وتحسين الرعاية المجتمعية.

وأضاف (Refera et al. (2015 أن العديد من الدراسات التجريبية حول السلوك المالي والاقتصادي وعلم النفس تشير إلى أن فائدة برامج التعليم المالي المصممة تصميمياً جيداً لا تقتصر فقط على محو الأمية المالية، ولكن أيضاً تساهم في تحسين السلوك المالي مثل تعزيز ضبط النفس، الحد من الاقتراض غير المبرر، وتحسين التخطيط المالي وعادات الادخار، والذي من شأنه أن يساهم في رفع مستوى معيشة الأفراد وتمكنهم من الادخار وبالتالي الحد من الفقر.

وفي دراسة (Subha and Priya (2014)، أوضح الباحثان أن توافر مجموعة متنوعة من المنتجات المالية الجديدة على جانبي الائتمان والاستثمار يستلزم فهم الجمهور المستثمر لخصائص كل منتج لكي يتمكن من اتخاذ قرارات مستنيرة بشأن الأداة التي ينبغي أن يستثمر فيها.

وأكد الباحثان أن محور الأمية المالية يحسن من فهم خيارات الاستثمار والذي يمكن أن يؤدي إلى تقليل المخاطر وتحسين الكسب من الموارد المالية الضئيلة للفقراء في البلدان النامية، وأضافوا أن تعزيز القدرة على إدارة الأموال يسهم في بناء الثروة وبالتالي الحد من الفقر.

الثقافة المالية والاستقرار المالي

في دراسة (Shankar et al. (2014)، أشار الباحثون إلى أن محور الأمية المالية يحسن الآلية التنظيمية للنظام المالي، لأن سعي عامة الناس إلى الحصول على المعلومات المالية ومعالجتها يقلل من عدم تماثل المعلومات بين مقدمي الخدمات المالية والعملاء، مما يقلل بدوره من فشل السوق ويسهم في زيادة مستويات الاستقرار المالي.

الثقافة المالية وسلوك الأفراد

في دراسة قام بها (Hamid and Loke (2021) لبحث العلاقة بين العوامل الاجتماعية والاقتصادية، ومحو الأمية المالية، ومهارات إدارة الأموال، والإنفاق الزائد، وسداد بطاقات الائتمان في ماليزيا، استخدم الباحثان طريقة أخذ العينات الملائمة، ووجدوا أن أنماط سداد بطاقات الائتمان للأفراد تتأثر بمحو الأمية المالية والإدارة الجيدة للأموال أكثر من تأثرها بسمات الشخصية. وأكد الباحثان أن النتائج التي توصلوا إليها تشير إلى أن التدابير المتخذة لتعزيز المعرفة المالية ومهارات إدارة الأموال يمكن أن يكون لها تأثير إيجابي على عملية صنع القرار لدى حاملي بطاقات الائتمان. وخلصا إلى أهمية التدخل المعرفي في برامج التثقيف المالي والتي ترفع الوعي حول تكاليف ومزايا بطاقات الائتمان بين المستخدمين الحاليين وحاملي البطاقات المحتملين، من أجل حمايتهم من المديونية المفرطة. كما أضافا أن وحدات التعليم المالي لا ينبغي أن تركز فقط على المفاهيم المالية والاقتصادية، ولكن يجب أن تتضمن أيضاً مهارات إدارة الأموال الأساسية مثل إعداد الميزانية، والمراقبة المتكررة للبيانات المالية، وطرق تنظيم التمويل والتعامل النقدي.

وفي دراسة لفحص تأثير الثقافة الوطنية على مستويات الثقافة المالية للبالغين في 12 دولة، استخدم Beckker et al. (2020) الأبعاد الثقافية لهوفستيد (1980، 2001) للتحقيق فيما إذا كانت درجة تجنب عدم اليقين والفردية يمكن أن تفسرا التباين في مستوى الثقافة المالية للأفراد، والتي تم قياسها ببيانات مسح الثقافة المالية "OECD INFE" الموحدة. وخلصت الدراسة إلى أن تجنب عدم اليقين يؤثر بشكل إيجابي على المعرفة المالية،



بينما تؤثر الفردية سلباً، وأن الثقافة الوطنية تؤثر على محو الأمية المالية كما أنه من المهم مراعاة الأبعاد الثقافية في أبحاث الثقافة المالية الدولية.

وفي دراسة (French and Mckillop (2016) اختبر الباحثان تأثير مهارات إدارة الأموال مقابل القدرة الحسابية على النتائج المالية باستخدام بيانات عن الأعضاء المتقنين بالديون في الاتحادات الائتمانية في المناطق المحرومة اجتماعياً. ووجدوا أنه بالنسبة للمجموعة الضعيفة مالياً، تعمل مهارات إدارة الأموال وليس القدرة الحسابية على تحسين مجموعة من السلوكيات السلبية المتعلقة بالديون. وبشكل أكثر تحديداً، وجد الباحثان أن أولئك الذين يتمتعون بمهارات فائقة في إدارة الأموال قد خفضوا مستويات الدين إلى الدخل، وهم أقل عرضة للاقتراض من المقرضين ذوي التكلفة المرتفعة مثل مقرضي الأموال عبر الإنترنت ومحلات قروض الشوارع، وأنه من المحتمل أن يكونوا قد استخدموا عدداً أقل من القروض في السنوات الثلاث السابقة.

كما وجد الباحثان أن مهارات إدارة الأموال تساهم بشكل إيجابي في زيادة صافي ثروة الأسرة. وخلصت الدراسة إلى أن برامج التوعية المالية ستعزز الوعي بالشؤون المالية وإدارة الفواتير والميزانيات وستستهدف أولئك الذين يواجهون صعوبات مالية حيث يجب أن تستهدف البرامج جماهير محددة ذات الاحتياجات الملحة.

وفي دراسة (Aren and Zengin (2016) حقق الباحثان فيما إذا كان مستوى المعرفة المالية وخصائص الشخصية وإدراك المخاطر مؤثرة في تفضيلات الاستثمار للأفراد والتي تتكون من الودائع والعملات الأجنبية والأسهم والمحافظ المالية. ولم يجد الباحثان أي علاقة بين سمات الشخصية واختيار الاستثمار، ولكن وجدوا أن إدراك المخاطر ومستوى المعرفة المالية يؤثران على تفضيلات الاستثمار للأفراد. كما وجد الباحثان أن مستوى الثقافة المالية لا يتغير وفقاً للنوع في المستوى الأساسي، بالرغم من أنه كان أكثر في الرجال من النساء في المستوى المتقدم.

وفي دراسة (Sumit et al. (2015) حلل الباحثون نتائج استقصاء حول الثقافة المالية وسلوك التخطيط المالي باستخدام استجابات المسح لثلاثة أسئلة قياسية لقياس مستوى الثقافة المالية. ووجدوا أن المعرفة المالية تزداد مع زيادة مستوى التعليم وجرأة المستثمر، وأنها أعلى بين الرجال عنها بين النساء، وأن مستوى الثقافة المالية يرتبط بتحسين التخطيط المالي.

على صعيد آخر، أكد (Fernandes et al. (2014) أن تأثير التعليم المالي يتلاشى بمرور الوقت وأن دور التنقيف المالي يتضاءل إذا لم يتم تفصيله أو التصرف بناءً عليه خلال مدة قصيرة. واقترحوا دوراً حقيقياً ولكن أضيق للتعليم المالي "في الوقت المناسب" المرتبط بسلوكيات معينة. وأوضح الباحثون أن تنوع مناهج التعليم المالي مطلوب إذا كان المرء يتوقع إحداث تأثيرات على السلوك أكبر من التأثيرات الصغيرة جداً التي وجدوها.

وأوصى الباحثون بأن التعليم المستقبلي يجب أن يعلم المهارات الشخصية (مثل الميل إلى التخطيط، والثقة لأن يكون المستثمر استباقياً، والاستعداد لتحمل مخاطر الاستثمار) أكثر من معرفة المحتوى حول الفائدة المركبة، والسندات، وما شابه. واقترحوا إعادة النظر في الجهود المبذولة في مجال التعليم المالي للأطفال والشباب وأنه يجب أن تكون هناك بعض الفرص الفورية لسن وتطبيق المعرفة أو أنها سوف تتلاشى. بالإضافة إلى ذلك، أشاروا إلى أن الدافع للتعليم يتأثر بالاستخدام المتوقع للمعلومات. وافترض الباحثون أن البرامج التي تستهدف سلوكيات متعددة في نفس الوقت قد يُنظر إليها على أنها أقل أهمية وقد تحظى باهتمام أقل من قبل المتعلمين. وأوصوا بتنفيذ أنظمة دعم القرار أو برامج التدريب التي توفر تعليماً مالياً في الوقت المناسب بدلاً من التعليم المالي واسع النطاق في المراحل التعليمية المبكرة.

وفي دراسة قام بها (Gupta and Kaur (2014) لتقييم مستوى الإلمام بالشؤون المالية بين أصحاب المشاريع الصغرى في منطقة كانغرا في هيماشال براديش، أظهرت النتائج أن أصحاب المشاريع الصغيرة في منطقة كانغرا يمتلكون مهارات منخفضة المستوى؛ متمثلة في سوء إدارة النقد، وعادات الادخار غير السليمة، والوعي الأقل فيما يتعلق بالمنتجات والأدوات المالية المختلفة. وأكد الباحثان على أنه ينبغي توجيه برامج محو الأمية المالية التي تنظمها السلطات إلى فئات المجتمع المختلفة لتعزيز مشاركتهم في تنمية الاقتصاد واتخاذ قرارات مالية سليمة.

وفي دراسة لبحث العلاقة بين الثقافة المالية والرفاهية المالية والمخاوف المالية باستخدام استبيان وتحليل الانحدار، وجد (Taft et al. (2013) أن العمر والتعليم يرتبطان ارتباطاً إيجابياً بالثقافة والرفاهية المالية، وأن المتزوجين والرجال أكثر معرفة مالية من النساء غير المتزوجات. بالإضافة إلى ذلك، وجد الباحثون أن زيادة المعرفة المالية تؤدي إلى زيادة الرفاهية المالية ومخاوف مالية أقل.

كما أدار (Van Rouji et al. (2011) مسحاً لقياس الثقافة المالية وبحثوا علاقتها بالمشاركة في سوق الأوراق المالية. ووجدوا أن معرفة المفاهيم المالية الأساسية غير شائعة، مثل فهم الفرق بين الأدوات المالية المختلفة ومفهوم التنويع. بالإضافة إلى ذلك، وجد الباحثون أن المعرفة المالية تؤثر على اتخاذ القرارات المالية، وأن أولئك الذين لديهم مستويات منخفضة من المعرفة المالية أقل احتمالية للاستثمار في الأسهم.

وفي دراسة (Hathaway and Khatiwada (2008) قام الباحثان بعمل تحليل نقدي للأبحاث التي درست تأثير برامج التقيف المالي على السلوك المالي للمستهلك. وخلص الباحثان إلى أن البرامج يجب أن تكون موجهة بشكل كبير نحو جمهور محدد ومجال نشاط مالي محدد، وأكدوا أن تضمين الأساليب الرسمية لتقييم البرنامج في تصميم البرنامج نفسه أمر بالغ الأهمية لقياس ما إذا كان يحقق النتائج المرجوة.



الثقافة المالية والتعليم المالي

في دراسة (2019) Compen et al. قام الباحثون بفحص العناصر الأساسية للتطوير المهني الفعال للمعلمين (Teacher Professional Development – TPD) في محو الأمية المالية. وبمراجعة منهجية للأدبيات، اقترحوا أن يهدف المعلمون إلى تطوير المواقف والسلوكيات المالية للطلاب، بدلاً من التركيز بشكل ضيق للغاية على زيادة معرفتهم المالية. بالإضافة إلى ذلك، أوصوا بإدخال التعلم التجريبي داخل وخارج الفصل، كما أشاروا إلى أهمية موازنة المواد المالية مع حياة الطلاب اليومية، وأهمية التعليم المتميز. علاوة على ذلك، افترض الباحثون أن جهود التطوير المهني للمعلمين والتدريب المالي مطلوبان لزيادة معرفة المعلمين (التربوية) بالمحتوى ولتحسين فعالية المعلم.

وخلصت الدراسة إلى أنه من المهم أن تقوم مبادرات التطوير المهني للمعلمين بتدريب المعلمين على دمج التدريس المتباين في سلوكهم التدريسي ليتمكنوا من التعامل مع اختلافات الطلاب في نواحٍ متعددة مثل الإدماج المالي والخلفية الاجتماعية والاقتصادية.

وفي نطاق آخر، درس (2017) Wolla فعالية التعلم عبر الإنترنت لمادة تدرس المفاهيم الرئيسية للتمويل الشخصي والاقتصاد. ووجد الباحث مكاسب إيجابية في تعلم الطلاب، وخلص إلى أن هذه المادة هي أداة فعالة لزيادة المعرفة المالية، وأن مواد التعلم عبر الإنترنت يمكن أن تكون فعالة في زيادة المعرفة المالية.

وفي دراسة (2010) Walstad et al. حقق الباحثون في أثر برنامج للتعليم المالي على معرفة طلاب المدارس الثانوية بالتمويل الشخصي. وأشارت المقارنة بين نتائج الاختبارين، قبل وبعد تنفيذ البرنامج، إلى أن البرنامج تحت التقييم أدى إلى زيادة المعرفة المالية في العديد من المفاهيم، حيث زادت الدرجات بغض النظر عن خصائص الطالب أو الدورة التي تم فيها استخدام المنهج. وباستخدام تحليل الانحدار، أثبت الباحثون أن التعليم المالي يقدم مساهمة إيجابية وهامة في معرفة طالب المدرسة الثانوية بالتمويل الشخصي بعد التحكم في العوامل التفسيرية الأخرى. وخلصت الدراسة إلى أن برنامج التعليم المالي المحدد جيداً والمنفذ بشكل صحيح يمكن أن يؤثر بشكل إيجابي وكبير على المعرفة المالية لطلاب المدارس الثانوية.

أشارت الإحصائيات إلى أنه في جميع أنحاء العالم هناك واحد فقط من كل ثلاثة بالغين متعلم مالياً، وأن النساء والفقراء من البالغين والمستجيبين الأقل تعليماً هم أكثر عرضة للمعاناة من فجوات في المعرفة المالية. وقد خلصت الدراسات إلى أن محو الأمية المالية يحسن من فهم خيارات الاستثمار والذي يمكن أن يقلل من المخاطر وتحسين الكسب من الموارد المالية الضئيلة للفقراء في البلدان النامية، وأضافوا أن تعزيز القدرة على إدارة الأموال يسهم بشكل إيجابي في زيادة صافي ثروة الأسرة، وبالتالي الحد من الفقر، وأن المستويات المنخفضة

نسبياً للثقافة المالية تؤدي إلى تفاهم مخاطر الأسواق المالية والاستهلاكية مع دخول الأدوات المالية المعقدة بشكل متزايد إلى السوق. كما أن المعرفة المالية تؤثر على اتخاذ القرارات المالية وأن أولئك الذين لديهم مستويات منخفضة من المعرفة المالية أقل احتمالية للاستثمار في الأسهم. وقد أشارت الدراسات إلى أن برامج التوعية المالية الفاعلة تعزز الوعي بالشؤون المالية وإدارة الفواتير والميزانيات وتستهدف أولئك الذين يواجهون صعوبات مالية، كما أنها تعزز من نتائج الشمول المالي وغيرها من مبادرات الحد من الفقر. وأوصت الدراسات بأن التعليم المستقبلي يجب أن يعلم المهارات الشخصية (مثل الميل إلى التخطيط، وثقافة لأن يكون المستثمر استباقياً، والاستعداد لتحمل مخاطر الاستثمار) أكثر من معرفة المحتوى عن الفائدة المركبة والسندات وما شابه ذلك.

ولتحقيق أفضل النتائج، أشارت الدراسات إلى فعالية دمج المواد التعليمية المتعلقة بالتمويل ضمن المناهج التعليمية الأخرى، وتركيز المناهج على الجانب التطبيقي والعملي. كما تنص أفضل الممارسات على أهمية تركيز المحاضرين والقائمين على تنفيذ الاستراتيجية على تلبية الاحتياجات التعليمية للمشاركين بدلاً من الاهتمام فقط بنقل محتويات المناهج كما هي عن طريق استخدام أسلوب التعلم النشط وإشراك المتعلمين في عملية التعلم، وتمكينهم من تطبيق المفاهيم التي يقومون بدراستها إما عن طريق حل الأسئلة العملية أو دراسات الحالة. كما أشارت الأدلة التعليمية إلى بعض الممارسات التي تعزز مشاركة الطلبة في برامج التوعية المالية ومنها: إطلاع الطلاب على هيكل البرنامج وأهدافه ضمن المحاضرات التعريفية التي تُعقد في بداية العام الدراسي، وعقد يوم توعية للثقافة المالية في الحرم الجامعي مع بداية كل فصل دراسي، والحصول على دعم واهتمام مجالس إدارات الجامعات عن طريق التواصل معهم وإيضاح أهمية نشر الثقافة المالية بين الطلاب. بالإضافة إلى ذلك، أوصت الدراسات بضرورة اتباع تصنيف بلوم (Bloom's Taxonomy) في تصميم أهداف التعلم للمناهج الدراسية بدءاً من التذكر والفهم، ومروراً بالتطبيق والتحليل، ووصولاً إلى التقييم والإنشاء؛ بحيث يصبح المتعلم قادراً على تقييم الخيارات المتاحة من الأدوات المالية المختلفة واختيار تلك التي تناسب احتياجاته وظروفه المعيشية. (Greenspan, 2006; iGrad's Best Practices for a Campus-wide Financial Literacy Initiative , 2022)

دور الأطراف ذات العلاقة

أشارت العديد من الدراسات إلى أهمية مشاركة الجهات ذات العلاقة في تنفيذ استراتيجية نشر الثقافة المالية لما لها من دور هام في تيسير وصول المعرفة لكافة الفئات المستهدفة. ففي دراسة (2015) Refera et al. أشار الباحثون إلى أن الحكومة لها الدور القيادي في نشر الثقافة المالية، خاصة في الدول النامية حيث تقوم بوضع سياسة واستراتيجية محو الأمية المالية، والتنظيم والتنسيق مع أصحاب المصلحة الآخرين من أجل التثقيف



المالي الفعال والمؤثر على الصعيد الوطني. كما أوضح الباحثون أن الأدلة التي تثبت قيام البلدان النامية بمبادرات على مستوى السياسات تشير إلى أن المؤسسات الحكومية في قطاعات التمويل والتعليم تؤدي دوراً نشطاً، كما يمكن للمؤسسات الأخرى ذات العلاقة مثل وزارة التربية والتعليم وقطاع الإعلام وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أن تؤدي دوراً حيوياً في تعزيز التعليم المالي في البلدان النامية.

ويتضح مما سبق، أن تصميم المناهج المناسبة يلعب دوراً رئيسياً في تحقيق أهداف الاستراتيجية وإحداث أكبر الأثر في رفع مستوى الوعي المالي لدى الطلاب.

ثالثاً: بعض التجارب الدولية في تبني استراتيجية وطنية للثقافة المالية

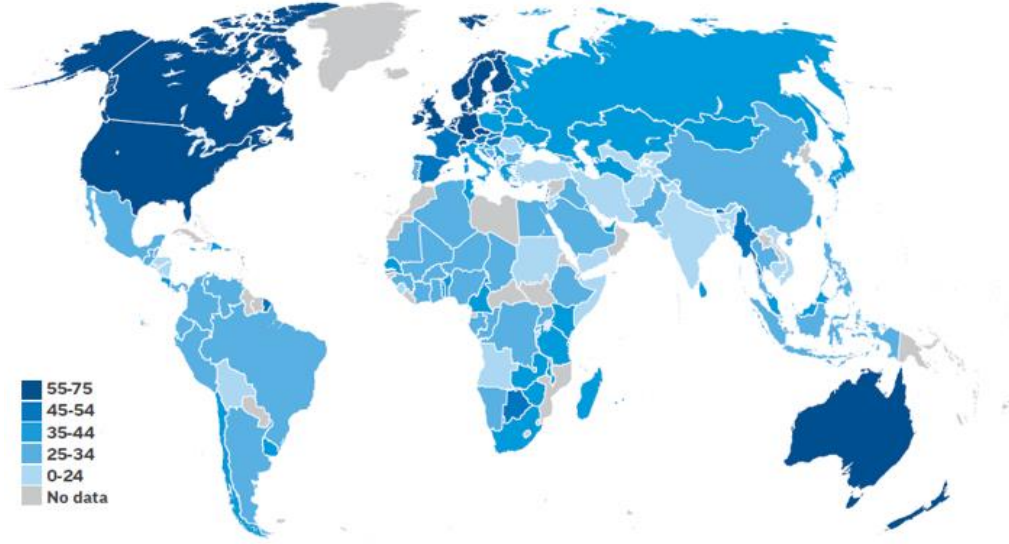
خلصت معظم الدراسات المتعلقة بالتوعية والثقافة المالية إلى أن الأفراد غير الملمين بالمفاهيم المالية الأساسية غير مجهزين لاتخاذ قرارات مالية سليمة، في حين أن أولئك المثقفين مالياً لديهم القدرة على اتخاذ خيارات مالية مستنيرة فيما يتعلق بالادخار، والاستثمار، والاقتراض، وأن الأشخاص ذوو المهارات المالية القوية يقومون بتخطيط مالي أفضل من حيث الادخار للتقاعد. كما أكدت الدراسات أهمية المعرفة المالية، خاصة مع تزايد المنتجات المالية المعقدة المتاحة للشعب غير المثقف مالياً، كما أنه من المرجح أن يقوم المستثمرون الأذكاء بتنويع المخاطر من خلال توزيع الأموال على عدة جهات ومشاريع استثمارية.

الثقافة المالية حول العالم

يتراوح مستوى الثقافة المالية على مستوى الدول من 71% إلى 13%. ففي استبيان لمؤسسة ستاندرد أند بورز العالمي لقياس الثقافة المالية (S&P Global FinLit Survey)، تم تصميم أسئلة محو الأمية لقياس المفاهيم الأساسية الأربعة لاتخاذ القرارات المالية الأساسية وهي القدرة الحسابية، والفائدة المركبة، والتضخم، وتوزيع المخاطر. ويُعرّف الشخص بأنه متعلم مالياً عندما يجيب بشكل صحيح على ثلاثة على الأقل من المفاهيم المالية الأربعة المشار إليها. وبناءً على هذا التعريف، فإن 33% من البالغين في جميع أنحاء العالم متقنون مالياً. وهذا يعني أن حوالي 3.5 مليار شخص على مستوى العالم، معظمهم في الاقتصادات النامية، يفتقرون إلى معرفة المفاهيم المالية الأساسية. (Klapper, Lusardi, & Oudheusden, Financial Literacy Around the World: Insights from the S&P's Ratings Services Global Financial Literacy Survey, 2015)

ويوضح الشكل التالي مستويات الثقافة المالية حول العالم، والتي تشير إلى أن مستوى الثقافة المالية في جمهورية مصر العربية يصل إلى 27%، أي أنها تقع في الشريحة ما بين 25% إلى 34%، وهي الشريحة التي تقع فيها معظم الدول العربية والإفريقية، وحتى بعض الاقتصادات الكبيرة مثل الصين على سبيل المثال.

الاختلافات العالمية في محو الأمية المالية (النسبة المئوية للبالغين المتقنين مالياً)



المصدر: (2015) Klapper et al.

وبالنظر إلى الطرق المتعددة التي تؤثر بها الثقافة المالية على السلوك المالي، قامت العديد من الدول بتبني استراتيجية قومية للثقافة المالية لرفع الوعي المالي لدى مواطنيها. وفيما يلي عرض لتجارب بعض الدول في تصميم استراتيجية قومية للثقافة المالية وما تحويه من أهداف ومراحل تنفيذ وأطراف مشاركة.

ماليزيا

تبنت ماليزيا استراتيجية وطنية للثقافة المالية للفترة (2019-2023)، والتي تسعى إلى تمكين الأفراد من ادخار وإدارة وحماية الأموال، والتخطيط لمستقبل مستدام، وحماية النفس من النصب والاحتيال المالي.

الرؤية:

تحقيق الرفاهية المالية لأفراد الشعب الماليزي.

الأهداف:

تهدف الاستراتيجية إلى رفع مستوى الثقافة المالية وتشجيع السلوك المالي المسئول والمواقف الرشيدة لدى المواطنين في ماليزيا.

الفئات المستهدفة:

تستهدف الاستراتيجية جميع فئات الشعب الماليزي وهي أطفال المدارس، والشباب، والبالغين دون سن التقاعد، وأخيراً المتقاعدين.

المحاور الرئيسية:

تقوم الاستراتيجية على خمسة محاور رئيسية هي تأسيس مبادئ التمويل منذ الصغر، وتيسير الوصول إلى المعلومات والأدوات وموارد الإدارة المالية، وغرس السلوك الإيجابي بين الفئات المستهدفة، وتعزيز التخطيط المالي طويل الأجل والتخطيط للتقاعد، ودعم بناء الثروة والحفاظ عليها.

خطة العمل:

تقوم خطة العمل على أسس قوية من دمج المفاهيم المالية في المناهج الدراسية للسنوات التمهيديّة والابتدائية والثانوية، ودعم التعليم المالي من خلال أنشطة تعليمية مساعدة، وتطوير ودعم قدرات المعلمين، وتشجيع سفراء (دعاة) التعليم المالي من الطلبة والأباء وأفراد المجتمع. وترتكز خطة العمل على أربع ركائز تتمثل في تحسين التعاون بين الجهات المختلفة، وتعزيز التواصل والتوعية، وتحفيز التغيير السلوكي، وتيسير الوصول للخدمات والأدوات المالية. كما يمثل التقييم المستمر أداة مهمة لتحديد مستوى التقدم في تحقيق الأهداف وتطوير الأدوات والمبادرات للوصول لأفضل النتائج.

آليات التنفيذ:

تساهم جميع الأطراف المشاركة في تنفيذ الاستراتيجية ببرامج وفعاليات تعليمية تتمثل في الآتي:

التفصيل	المبادرات	المؤسسة
يتم دمج عنصر التعليم المالي في عدة مواضيع بشكل مباشر أو غير مباشر. ومن بين الموضوعات المنهج المنفذ في المدارس الابتدائية (KSSR) ومستويات الرياضيات، واللغة الإنجليزية، والتربية الأخلاقية. أما المنهج القائم على المعايير للمدارس الثانوية (KSSM) فيتألف من الاقتصاد، والأعمال التجارية، ومبادئ المحاسبة، والرياضيات. وتتكامل هذه العناصر المنفذة من خلال مناهج المواد بما يتوافق مع موضوعات ومجالات التعلم.	دمج المفاهيم المالية في المناهج الدراسية	وزارة التربية والتعليم المالي
هو مركز تعليمي ترفيهي شامل للارتقاء بوعي الجمهور بالمسائل المالية، وتعزيز الثقافة المالية بين الماليزيين، وخدمة الاحتياجات المالية للمستهلكين. وهي شركة تعاونية بين القطاعين العام	Karnival Kewangan	بنك نجارة ماليزيا (Bank)

<p>والخاص، وتهدف مبادرة الشراكة إلى توسيع نطاق وصول التعليم المالي على الصعيد الوطني.</p>		<p>Negara (Malaysia)</p>
<p>برنامج تدريب المدربين (TTT) هو مبادرة لتدريب وتعزيز قدرة المستشارين في الجهات الحكومية على التصرف المالي السليم، كما يوفر تدابير لتعزيز السلوك الحكيم للإدارة المالية بين مسؤولي الحكومة.</p>	<p>Train-the-Trainers (TTT) programmer or Government agencies</p>	
<p>هو منصة تعليمية عبر الإنترنت يتم من خلالها تقديم برامج تعليمية لجميع موظفي الخدمة المدنية في ماليزيا. وتماشى هذه المبادرة مع مبادرة الحكومة لتعزيز استخدام التعلم عبر الإنترنت لموظفي الخدمة المدنية من أجل التعلم المستمر.</p>	<p>Personal Financial Education module at E-Pembelajaran Sector Awam (EPSA®) on-line learning platform</p>	
<p>تمثل علامة Invest Smart® التجارية مبادرة هيئة الأوراق المالية بماليزيا لتعليم المستثمرين، وهي مبادرة لخلق المزيد من المستثمرين المطلعين الذين يعتمدون على أنفسهم والقادرين على اتخاذ قرارات الاستثمار المناسبة لهم. وتهدف المبادرة إلى الوصول إلى مجموعة واسعة من الجمهور في جميع أنحاء البلاد، وتنقيفهم بمجموعة من الموضوعات المتعلقة بالاستثمار.</p>	<p>Invest Smart</p>	<p>هيئة الأوراق المالية في ماليزيا</p>
<p>هو دليل نفقات يوفر الحد الأدنى التقديري للمصروفات الشهرية على أنواع مختلفة من البضائع والخدمات لمختلف الأسر في ماليزيا.</p>	<p>Belanjawanku ميزانيتي</p>	<p>صندوق ادخار العاملين</p>

تقدم RAS نصائح مالية شخصية خاصة عند التقاعد لأفراد الجمهور. ويهدف إلى رفع مستوى المعرفة المالية وتوجيه المالىزيين للتخطيط لتقاعدهم وكذلك فهم الخيارات المتاحة التي يمكن أن تساعد في زيادة مدخراتهم التقاعدية.	مجلس التقاعد Retirement Advisory Services (RAS)	
هو برنامج توعية للتثقيف والوعي المالي للجمهور في مواقع مختلفة.	Public Engagement Programme (PEP)	شركة التأمين على الودائع (Insurans) Deposit Malaysia (PIDM)
هي سلسلة من الجلسات التعريفية لمختلف الشرائح المستهدفة مثل الشباب، والمتقاعدين، والعاملين لتعزيز الوعي حول الأنظمة الخاصة بالحماية المالية للمستهلك بـ PIDM.	PIDM Briefings	
توفر وكالة الاستشارة وإدارة الائتمان مجموعة من البرامج العامة طوال العام تستهدف مختلف الشرائح مثل الشباب والنساء ورجال الأعمال والمجموعات الأخرى ذات الصلة. وقد تم تصميم تلك البرامج لتوفير مجموعة من المهارات والمعرفة التي تسمح باتخاذ قرارات مستنيرة وفعالة فيما يتعلق بالموارد المالية.	البرامج العامة في التعليم المالي (Financial) Education Public (Programs)	وكالة الاستشارة وإدارة الائتمان Agensi Kaunseling dan Pengurusan Kredit (AKPK)
تم تصميم برنامج الحل المالي المصمم بناءً على التقييم الذي تم إجراؤه بين موظفي بعض المنظمات لتحديد مشكلاتهم المالية التي تحتاج إلى معالجة من أجل تعزيز إنتاجيتهم في مكان العمل. ويتم التعامل مع القضايا من خلال توفير برامج التثقيف المالي والاستشارات وإدارة الديون.	برامج رعاية الموظفين	
هي مؤسسة اجتماعية لمحو الأمية بين الشباب، حيث يتم عقد برنامج SELFY سنوياً بين طلاب مؤسسات التعليم العالي،	Social Enterprise	



والذي يركز على توفير الخبرة التعليمية التي تترك لهم ارتباطات إيجابية بالمال والتغيير الاجتماعي. ويتمثل مفهوم SELFY في الكسب والإدارة والادخار والعطاء. ويتم إعطاء الطلاب تعليماً مالياً وبعد ذلك يتم توفير أموال أولية لبدء مشروع.	Literacy for Youth (SELFY)	
يُعد أسبوع الثقة للوحدة الماليزية (MSAM) سنوياً منذ عام 2000 بهدف تثقيف الجمهور حول الاستثمار والمخاطر والعائد والتخطيط المالي، كما يهدف إلى توعية المستثمرين في أي مكان يتم فيه استثمار أموالهم بواسطة PNB.	أسبوع الثقة للوحدة الماليزية Minggu (MSAM) Saham Amanah Malaysia	الرسمة الوطنية المحدودة (Permodalan Nasional Berhad)
يتم من خلال هذه المبادرة عقد ندوات يومية من قبل مخطط مالي مؤهل من ASNB في مواقع مختلفة لجميع شرائح المجتمع حول مفاهيم التخطيط المالي.	ندوة الاستثمار (Seminar) 360 Pelaburan	
يهدف نادي الاستثمار الذكي إلى رفع مستوى الثقافة المالية بين أطفال المدارس الثانوية، وقد تم اختيار 155 مدرسة للانضمام إلى النادي.	نادي الاستثمار الذكي (Kelab) Pelaburan (Bijak)	
أقيمت مسابقة عام 2015 Permodalan Investment Quiz (PNB) وهي واحدة من أكبر شركات إدارة الصناديق في ماليزيا، وكانت المسابقة مفتوحة لجميع طلاب كليات الأعمال والتمويل. وهي مسابقة تتضمن فئات مختلفة تدور حول المفاهيم الأساسية المتعلقة بالاستثمار والتخطيط المالي والمخاطر والعائد.	اختبار PNB للاستثمار (Kuiz) (Pelaburan PNB)	

المصدر: الاستراتيجية الوطنية للثقافة المالية ماليزيا (2019-2023).

الأطراف المشاركة:

يتشارك في تنفيذ الاستراتيجية أعضاء شبكة التعليم المالي بماليزيا بالإضافة إلى الأطراف الأخرى ذات العلاقة مثل بورصة ماليزيا، والاتحادات الصناعية، والوزارات، وأصحاب المصلحة الرئيسيين.

الإطار المؤسسي:

تم تأسيس شبكة التعليم المالي (Financial Education Network) كمنصة مشتركة تضم المؤسسات والوكالات الملتزمة بتحسين مستوى الثقافة المالية لأفراد الشعب الماليزي. وقد قامت الشبكة بتصميم الاستراتيجية للعمل على تحسين مستوى الثقافة المالية والوصول بأفراد الشعب الماليزي للرفاهية المالية. ويتمثل أعضاء الشبكة في: وزارة التعليم، وبنك نياجرا ماليزيا، وهيئة الأوراق المالية بماليزيا، وصندوق حماية العاملين، وشركة التأمين على الودائع (Perbadanan Insurance Deposit Malaysia (PIDM)، ووكالة الاستشارة وإدارة الائتمان (Agensi Kaunseling dan Pengurusan Kredit (AKPK)، وشركة الرسملة الوطنية المحدودة (Permodalan Nasional Berhad (PNB). وتتبنى شبكة التعليم المالي إطاراً ذا مستويين:

- لجنة توجيهية رفيعة المستوى مشتركة بين الوكالات (High-level Inter-Agency Steering Committee) لتقديم التوجيه الاستراتيجي والإشراف على صياغة وتنفيذ الاستراتيجية القومية للثقافة المالية.
- لجنة فرعية (فريق عمل) لضمان تنفيذ خطط العمل لكل من أولويات الاستراتيجية وتقديم تقارير المتابعة للجنة التوجيهية.

إندونيسيا

قامت إندونيسيا بتصميم أول استراتيجية وطنية للثقافة المالية لها عام 2013 سعياً منها إلى تطوير المعرفة المالية لدى المواطنين، والتي ساهمت في رفع مستوى الثقافة المالية لدى أفراد الشعب الإندونيسي من 21.8% عام 2013 إلى 29.7% عام 2016 طبقاً للبيان الصحفي الصادر بتاريخ 14 يوليو 2017 من قبل هيئة الخدمات المالية بإندونيسيا. وقد قامت الهيئة بإصدار نسخة مطورة من الاستراتيجية عام 2017 ثم أخرى عام 2021 للفترة (2021-2025)، تماشياً مع نتائج استبيان مستوى الثقافة المالية، والتطورات التكنولوجية، وتطور الأسواق والأدوات المالية، والتي استدعت تعديل الأساليب والأدوات المستخدمة في نشر الوعي المالي بالدولة. (Legal Updates, 2021; Press Release, 2017)

الرؤية:

تأسيس مجتمع إندونيسي ذو ثقافة مالية عالية، مما يعطي القدرة والثقة للمواطنين لتحديد واستخدام الأدوات والخدمات المالية لتحسين مستواهم المعيشي.



الرسالة:

تسعى الاستراتيجية الوطنية لمحو الأمية المالية في إندونيسيا إلى تثقيف الشعب الإندونيسي فيما يتعلق بالأمور المالية ليتمكن الأفراد من إدارة مواردهم المالية بشكل أفضل، وتحسين الوصول إلى المعلومات واستخدام الأدوات والخدمات المالية من خلال تطوير البنية التحتية اللازمة لدعم محو الأمية المالية.

الفئات المستهدفة:

تستهدف الاستراتيجية جميع فئات الشعب الإندونيسي.

المبادئ الأساسية:

يعتمد منهج الاستراتيجية الوطنية للثقافة المالية في المجتمع الإندونيسي على عدة مبادئ أهمها: الشمول بحيث تشمل برامج محو الأمية المالية كافة مستويات وفئات المجتمع، والمنهجية والقابلية للقياس، والذي يركز على ضرورة أن تنفذ برامج محو الأمية المالية بطريقة منهجية، ومفهومة، وبسيطة ولها مؤشر لقياس متوسط نسبة التقدم. ويتمثل المبدأ الثالث في إمكانية الوصول لجميع الخدمات والمعلومات من قِبَل جميع فئات المجتمع. ويتمثل المبدأ الرابع والأخير في التعاون، والذي يتضمن تعاون جميع أصحاب المصالح في كل من التخطيط والتنفيذ لبرامج محو الأمية المالية.

المحاور الرئيسية:

يتم تنفيذ الأهداف الرئيسية للاستراتيجية من خلال ثلاثة محاور رئيسية وهي: الحملة الوطنية للتعليم المالي، وتعزيز البنية التحتية لمحو الأمية المالية، وتطوير المنتجات والخدمات المالية.

الهند

قام المركز الوطني للتعليم المالي (National Center for Financial Education) بتصميم أول استراتيجية لنشر الثقافة المالية بالهند للفترة (2013-2018) ثم أخرى محدثة للفترة (2020-2025). وتضمنت الاستراتيجية الثانية نظرة عامة على التقدم المُحرَز ضمن الاستراتيجية الأولى وتقيماً للاحتياجات والفجوات التعليمية وعرضاً للأهداف والخطة التنفيذية والإطار المؤسسي وطرق قياس النتائج.

الرؤية:

خلق دولة على مستوى عالٍ من التمكّن والوعي المالي.

الأهداف الاستراتيجية:

تسعى الاستراتيجية الوطنية للثقافة المالية بالهند إلى دمج مفاهيم محو الأمية المالية من خلال التعليم المالي، وتشجيع سلوك الادخار للأفراد، وتعزيز المشاركة في الأسواق المالية، وتطوير الانضباط الائتماني وتشجيع الاستفادة من الائتمان من المؤسسات المالية الرسمية حسب المتطلبات. كما تركز الاستراتيجية على تحسين استخدام الخدمات المالية الرقمية بطريقة آمنة، وإدارة المخاطر في مختلف مراحل الحياة من خلال التغطية التأمينية المناسبة. كما تستهدف الاستراتيجية رفع قدرة الأفراد على التخطيط السليم للتقاعد من خلال خلق منتجات التقاعد المناسبة، وتعزيز معرفتهم بالحقوق والواجبات وسبل معالجة التظلمات، وتحسين طرق البحث والتقييم للتعليم المالي كأحد الأدوات الهامة لتقييم نتائج الاستراتيجية وتحديد مجالات التطوير وتحقيق استدامة التطبيق.

الفئات المستهدفة:

عمدت الاستراتيجية إلى تقسيم الفئات المستهدفة حسب الفئة العمرية (أطفال، وطلاب، وشباب عاملين، وكبار السن)، وحسب التوزيع الجغرافي (القرى، والمناطق الحضرية، والمدن)، ووفقاً للتقسيم الاقتصادي (المزارعين، والشركات المتوسطة والصغيرة ومتناهية الصغر، والحرفيين، ومجموعات المساعدة الذاتية). كما أشارت الاستراتيجية إلى التركيز على المرأة في جميع الفئات المستهدفة.

خطة العمل:

ترتكز خطة العمل على خمسة محاور أولها **تطوير المحتوى**، حيث يتم تقديم برامج توعية مالية بمحتوى يتناسب مع الفئة المستهدفة، يليه **رفع قدرات** الوسطاء المشاركين في تقديم الخدمات المالية، و**المشاركة المجتمعية**، والتي تتمثل في تطوير نهج يقوده المجتمع لنشر الثقافة المالية بطريقة مستدامة. ويتمثل المحور الرابع في **التواصل**، حيث تعتمد الاستراتيجية على استخدام التكنولوجيا وقنوات الإعلام وطرق الاتصال المبتكرة لنشر رسائل التثقيف المالي، وأخيراً **التعاون** بين الجهات ذات الصلة وتآزر جهود أصحاب المصلحة الآخرين لمحو الأمية المالية.

المناهج المستخدمة:

تتناول مناهج التوعية المالية في الهند مفاهيم التمويل الرئيسية (والمعلقة بالادخار والاستثمار والاقتراض، والدخل والنفقات، والعجز والفائض، والأصول والخصوم، والتضخم، والقيمة الزمنية للنقود)، والتخطيط المالي والميزانية، ومفهوم العائد والخطر، والأدوات المالية، وأنواع الحسابات البنكية، ودور الهيئات الرقابية، وأسواق رأس المال، والمشتقات، والصناديق، والتأمين، والتقاعد، وخيارات توفير الضرائب والاحتيايل المالي، وآليات



معالجة المظالم في الأسواق المالية المختلفة. (NISM-Series-XVIII: Financial Education Certification Examination Curriculum, 2022)

الأطراف المشاركة:

تشارك العديد من الجهات الهامة في تنفيذ الاستراتيجية وهي: إدارة الشئون الاقتصادية (DEA)، وإدارة الخدمات المالية (DEA)، ووزارة المالية، والبورصة، والبنك المركزي، وهيئة الرقابة على التأمين، وهيئة الرقابة على صناديق المعاشات، والمركز الوطني للتعليم المالي، ومؤسسة المدفوعات الوطنية، والجهات غير الهادفة للربح والجهات ذاتية الرقابة.

الإطار المؤسسي:

تماشياً مع الاستراتيجية السابقة، يتم تنفيذ استراتيجية (2020-2025) عبر إطار مؤسسي يتضمن جميع الجهات المشاركة ودور كل منها كما هو موضح بالشكل التالي.



المصدر: الاستراتيجية الوطنية للثقافة المالية للهند (2020-2025).

الولايات المتحدة الأمريكية

قام مجلس محو الأمية المالية والتعليم (Financial Literacy and Education Commission) بتصميم أول استراتيجية وطنية للثقافة المالية في الولايات المتحدة الأمريكية عام 2006 ثم أخرى عام 2011 وآخرها عام 2020 والتي تسعى لرفع الوعي والتعليم المالي عبر تطبيق أفضل الممارسات في مجال التعليم المالي.

الرؤية:

تحقيق الرفاهية المالية للأفراد والأسر الأمريكية.

الرسالة:

تحديد التوجه الاستراتيجي للسياسات، والتعليم، والممارسة، والبحوث، والتنسيق، لتمكين الأفراد والأسر في الولايات المتحدة الأمريكية من اتخاذ قرارات مالية مستنيرة.

أهداف الاستراتيجية:

استهدفت استراتيجية (2011) رفع الوعي المالي وتيسير الحصول على تعليم مالي فعال، وتعريف احتياجات المواطنين المتعلقة بالقدرات المالية ودمجها في المناهج التعليمية، وتحسين البنية التحتية للتعليم المالي، وتحسين ونشر الممارسات المالية الفعالة. وتستكمل استراتيجية (2020) العمل على تحقيق تلك الأهداف باتباع أفضل الممارسات، بالإضافة إلى تحديد الطرق التي يمكن بها قياس مستوى الثقافة المالية.

الفئات المستهدفة:

تستهدف الاستراتيجية كافة الشعب وخاصة الشباب والفئات المهمشة تاريخياً.

خطة العمل:

تتطوي خطة العمل على إيجاد أفضل السبل لتحقيق الاستراتيجية من حيث التعرف على الأفراد والعائلات المراد توعيتهم، وتقديم معلومات ملائمة وذات صلة وفي الوقت المناسب، وتحسين المهارات المالية الأساسية، وخلق برامج توعية لتحفيز الأفراد، وتيسير اتخاذ قرارات مالية رشيدة ومتابعتها، ووضع معايير للمعلمين المحترفين، وتقديم الدعم للمستثمر، والتقييم من أجل قياس فعالية التنفيذ والتأثير.

الأطراف المشاركة:

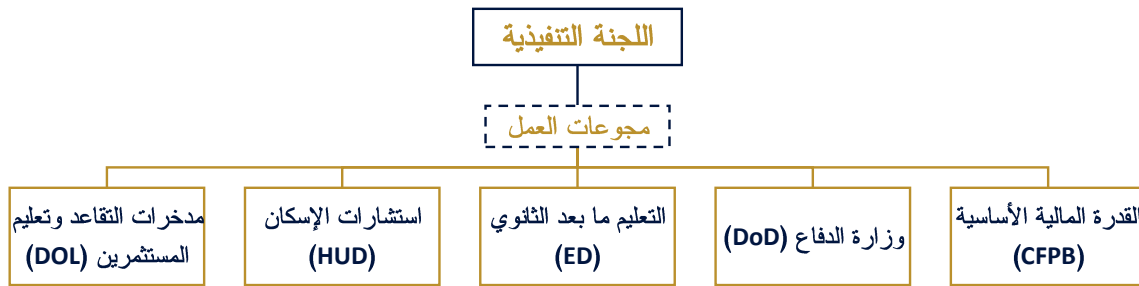
تشارك العديد من الجهات ضمن مجلس محو الأمية المالية والتعليم في تصميم وتنفيذ الاستراتيجية ومنها على سبيل المثال: وزارة الخزانة الأمريكية (Treasury) -رئيس المجلس، ومكتب الحماية المالية للمستهلك (CFPB) -نائب الرئيس، ووزارة الزراعة (USDA)، ووزارة الداخلية (DOI)، ووزارة العمل (DOL)، ووزارة التعليم



(ED)، وإدارة شؤون المحاربين القدامى (VA)، ووزارة الدفاع (DoD)، ووزارة الصحة والخدمات الإنسانية (HHS)، ولجنة التجارة الاتحادية (FTC)، والمؤسسة الاتحادية للتأمين على الودائع (FDIC)، ومجلس محافظي نظام الاحتياطي الفيدرالي (FRB)، ولجنة تداول العقود الآجلة للسلع (CFTC)، ولجنة الأوراق المالية والبورصات (SEC)، ومجلس السياسة الداخلية في البيت الأبيض (DPC).

الإطار المؤسسي:

تم تأسيس مجلس محو الأمية المالية والتعليم عام 2003 بهدف "تحسين مستوى الثقافة المالية والتعليم لأفراد الشعب الأمريكي". ويتكون المجلس من 23 كيان حكومي ويرأسه رئيس وزارة الخزانة الأمريكية (Secretary of the Treasury). ويعنى المجلس بتصميم وتنفيذ ومراجعة وتحديث الاستراتيجية الوطنية للثقافة المالية لرفع الوعي المالي بين المواطنين بالولايات المتحدة الأمريكية. ويتبنى المجلس هيكلًا تنفيذيًا تم تصميمه ليساعد على التنسيق وتفاذي تداخل المهام ما بين الجهات الأعضاء والذي يتمثل في الشكل التالي:



المصدر: الاستراتيجية الوطنية للثقافة المالية في الولايات المتحدة الأمريكية 2020.

المملكة المتحدة

قامت مؤسسة "خدمات المال والمعاشات التقاعدية (MaPS)" بتصميم استراتيجية المملكة المتحدة للرفاهية المالية (2020-2030) لإيمانها بأن بناء أمة صحية ماليًا هو أمرٌ جيدٌ للأفراد والمجتمعات والأعمال والاقتصاد ككل.

الرؤية:

تمكين جميع المواطنين من تحقيق الاستفادة القصوى من أموالهم والتخطيط الجيد للمعاشات.

أهداف الاستراتيجية:

تسعى الاستراتيجية إلى تمكين الأطفال والشباب وأولياء أمورهم من الحصول على تعليم مالي هادف، وتشجيع القوى العاملة على الادخار بانتظام، وتقليل عدد المقترضين بغرض الاستهلاك و سداد الفواتير، وتيسير وصول الأفراد للمشورة الائتمانية، وتعزيز قدرات المواطنين ليتمكنوا من اتخاذ قرارات مالية على أسس علمية.

الفئات المستهدفة:

تستهدف الاستراتيجية العائلات (الأطفال، والشباب، وأولياء أمورهم)، والقوى العاملة، والمقترضين بغرض الاستهلاك، والأشخاص الذين يحتاجون للإرشاد الائتماني، والبالغين بصفة عامة.

خطة العمل:

تعتمد الاستراتيجية في تنفيذها على عدة آليات منها: التعاون بين الجهات المشاركة ومؤسسة "خدمات المال والمعاشات التقاعدية (MaPS)"، وإطلاق الحملات الموجهة مثل حملة مصروف شهري تعاوني للأطفال وأسرهم، و**تنفيذ برامج تعليمية متنوعة** تتناسب مع للجمهور المستهدف، و**تقديم منتجات ادخارية للموظفين**، وإطلاق مبادرات للتمويل العقاري بفوائد ميسرة، وإطلاق نماذج تمويل جديدة، و**عمل دراسات واستقصاءات** مثل قياس مستوى الاحتياج للمشورة الائتمانية والعرض والطلب على الائتمان، و**تشجيع التخطيط للتقاعد** من خلال زيادة حجم مدخرات الأفراد طويلة الأجل.

الأطراف المشاركة:

تشارك في تنفيذ الاستراتيجية العديد من الوزارات والمؤسسات العامة والخاصة، والقادة المتطوعون من القطاع المالي ضمن تشكيل "خدمات المال والمعاشات التقاعدية (MaPS)".

الإطار المؤسسي:

تم تأسيس "خدمات المال والمعاشات التقاعدية (MaPS)" تحت رعاية وزارة العمل والمعاشات التقاعدية عام 2019 مع التزام مشترك بضمان حصول الأفراد في جميع أنحاء المملكة المتحدة على التوجيه والوصول إلى المعلومات التي يحتاجونها لاتخاذ قرارات مالية فعالة على مدى حياتهم. وتنفذ المؤسسة مهمتها عبر خمسة محاور هي: الإرشاد المتعلق بالتقاعد، الإرشاد المتعلق بالائتمان، والإرشاد المتعلق بالأموال، وحماية العملاء، والاستراتيجية. ويتمثل هيكل المؤسسة في الشكل التالي:



المصدر: "خدمات المال والمعاشات التقاعدية (MaPS)"، 2022.



كندا

قامت وكالة المستهلك المالي الكندية (Financial Consumer Agency of Canada) بتصميم أول استراتيجية وطنية للثقافة المالية في كندا عام 2015 ثم أخرى للفترة الزمنية (2021-2026) والتي تمثل خطة خمسية لخلق نظام بيئي لمحو الأمية المالية أكثر سهولة وشمولاً وفعالية لجميع أفراد الشعب الكندي.

الرؤية:

بناء مجتمع كندي خلال عصر التكنولوجيا يتميز أفراده بالقدرة على الصمود المالي.

الأهداف الاستراتيجية:

تتمثل أهداف الاستراتيجية في محورين رئيسيين هما تحسين النظام البيئي للمستهلك وتحسين مهارات وقدرات وسلوكيات الشعب الكندي. وتستهدف الاستراتيجية تقليل الحواجز وتعزيز التواصل بشكل مبسط ومفهوم، وبناء وتوفير الاحتياجات المالية المتنوعة، وتيسير الوصول الرقمي والثقافة المالية الرقمية، وتحفيز العمل من خلال تعزيز الوصول إلى مشورة مالية جديرة بالثقة وبأسعار معقولة، وتعزيز إجراءات حماية المستهلك. كما تسعى إلى تطوير مهارات التعامل في الأسواق المالية، وتعزيز ثقة المستثمر ومعرفته المالية، ورفع كفاءة إدارته للنفقات والديون والمدخرات بشكل سليم.

الفئات المستهدفة:

تستهدف الاستراتيجية جميع فئات المجتمع الكندي وخاصة الأشخاص الذين يواجهون أكبر عدد من التحديات بسبب الحواجز أو الظروف مثل النساء، والسكان الأصليين، وكبار السن الكنديين، والوافدين الجدد إلى كندا، والأقليات اللغوية، والأشخاص أصحاب الهمم أو التحديات المعرفية.

خطة العمل:

ترتكز خطة عمل الاستراتيجية على ركيزتين أساسيتين أولاهما **البحث القائم على الدلائل**، حيث يتم تحديد وفهم السياق والنتائج السلوكية، وتقييم الفاعلية، وتحسين تجربة المستثمر. وتتمثل الركيزة الثانية في **التعاون المشترك**، حيث يتم تعزيز استخدام النهج القائم على الأدلة، والاتفاق المشترك على مفاهيم المبادئ البحثية، وتعظيم التأثير وتوسيع نطاق التطبيق، ومشاركة الأفكار والمصادر وأفضل الممارسات المتبعة في هذا الشأن.

المناهج المستخدمة:

تشمل مناهج التوعية المالية في كندا المواضيع المتعلقة بالدخل والنفقات والميزانية، والبنوك، والادخار، والاقتراض وإدارة الديون، والرهن العقاري، والتأمين، والاستثمار، وضرائب الدخل، والتقاعد، والتخطيط المالي، والحماية من الاحتيال. (Money and Finances: Financial Literacy Programs, 2022)

الأطراف المشاركة:

تشارك العديد من الجهات في تنفيذ الاستراتيجية -عبر فرق العمل واللجان والشبكات التي تدعم عمل وكالة المستهلك المالي الكندية (FCAC)- ومنها المؤسسات غير الحكومية والمجتمعية، ومنظمات حماية المستهلك، والبنوك واتحادات الائتمان والتكنولوجيا المالية، والمستشارين الماليين، والحكومات والوزارات والمحليات، والمنظمات ذاتية التنظيم، والأكاديميين، ومجتمعات ومنظمات السكان الأصليين، والعاملين وجهات العمل.

الإطار المؤسسي:

تدعم وكالة المستهلك المالي الكندية (FCAC) رسالتها لحماية وتعليم والرقابة على المتعاملين في الأسواق المالية الكندية عن طريق العمل مع العديد من الشبكات وفرق العمل واللجان التي تشارك في تصميم وتنفيذ برامج التوعية المالية في كندا. وتتمثل تلك الجهات في: اللجنة الاستشارية لحماية المستهلك (Consumer Protection Advisory Committee) والتي تقدم المشورة للمفوض دعماً لوكالة المستهلك المالي الكندية، وفريق العمل المعني بمحو الأمية المالية للشعوب الأصلية (Financial Literacy Working Group for Indigenous People) والتي تم تأسيسها استجابة لاحتياجات الشعوب الأصلية المتعلقة بالتعليم المالي. كما تقوم لجنة بحوث محو الأمية المالية (FCAC Research Committee on Financial Literacy 2021) بالتعاون مع أصحاب المصلحة الآخرين لتنسيق والمساهمة في تطوير البحوث المتعلقة بالثقافة المالية. وتقوم اللجنة المشتركة بين الإدارات المعنية بالثقافة المالية (Interdepartmental Committee on Financial Literacy) بعقد اجتماع نصف سنوي بهدف المساهمة في تنفيذ الاستراتيجية الوطنية للثقافة المالية، وتسهيل تبادل المعلومات مع الإدارات والوكالات الاتحادية، وتحديد الثغرات وفرص التعاون والتنسيق بشأن مبادرات محو الأمية المالية عبر الإدارات والوكالات، وتسهيل اتباع نهج متكامل لترسيخ الثقافة المالية في البرامج الحكومية وسياساتها وتدريبها، وزيادة الكفاءة من خلال نقادي تداخل المبادرات وتجنب ازدواجية الجهود، وإشراك أصحاب المصلحة في البحوث والمناقشات حول الثقافة المالية. كما قامت العديد من المنظمات بتسخير مواردها والعمل بشكل تعاوني من أجل تحقيق هدف مشترك، وتبادل المعلومات وأفضل الممارسات لصالح مجتمعها عن طريق تكوين شبكات للثقافة المالية (Financial Literacy Networks). ويوضح الشكل التالي الهيكل المتصور لمنظومة عمل الشبكات وفرق العمل واللجان المشاركة في تصميم وتنفيذ برامج التوعية المالية في كندا.



وكالة المستهلك المالي الكندية (FCAC)

شبكات الثقافة المالية

لجنة بحوث محو الأمية المالية

فريق العمل المعني بمحو
الأمية المالية للشعوب الأصليةاللجنة الاستشارية لحماية
المستهلك

المصدر: هيكل مُتصور.

الفلبين

بالرغم من عدم وجود وثيقة لاستراتيجية قومية لدى دولة الفلبين لنشر الثقافة المالية مثل باقي الدول، إلا أن تجربة الفلبين جديرة بالذكر نظراً لقيام الحكومة باتباع نهج مختلف عن باقي الدول حيث قامت بتقديم مشروع قانون يدفع لمحو الأمية المالية بين الشباب، والذي يسعى إلى إنشاء برنامج وطني لتتقيف المستثمرين لتعزيز الشمول المالي لكل من المستثمرين الحاليين والمحتملين، والعمل على تطوير الأسواق المالية من خلال تعاون الحكومة مع المشاركين من القطاعين العام والخاص في صناعة التمويل والاستثمارات.

ويهدف مشروع القانون إلى تعزيز تتقيف المستثمرين، وحمايتهم، وحماية المواطنين من الاحتيال، بالإضافة إلى تمكين الشباب من فهم المبادئ الأساسية للتمويل والاستثمار أثناء رسمهم لمستقبلهم وخلال سنوات الدراسة الثانوية العليا.

ويتخذ السوق الفلبيني، بدعم من البنك المركزي الفلبيني (Bangko Sentral ng Philippines)، خطوات لضمان انتشار الثقافة المالية في الفلبين. فوفقاً لاستطلاعات الرأي الخاصة بالبنك، تبين أن أكثر من نصف البالغين الفلبينيين (55% تحديداً) يعرفون تأثير التضخم على أسعار السلع والخدمات، في حين أن ثلث المستجيبين فقط (33% تحديداً) أجاب بشكل صحيح على الأسئلة المتعلقة بأسعار الفائدة، بالإضافة إلى أن نسبة صغيرة جداً من الأسر الفلبينية لديها استثمارات في الصناديق المشتركة أو الأسهم، وأقل من 2% لديهم بطاقات ائتمان؛ بينما تمتلك الأسر في الدول المجاورة -مثل فيتنام وماليزيا- بطاقات ائتمان بمعدلات تزيد عن 20%، لذا فإنه ليس من الغريب أن يواجه العديد من الفلبينيين صعوبة في المعاملات اليومية المالية عبر الحدود.

ويتضمن مشروع القانون العمل على نشر المفاهيم الأساسية مثل الادخار والاستثمار، وأساسيات التخطيط المالي طويل الأجل، ومدى ملاءمة المنتجات المالية فيما يتعلق بمفهوم العائد والخطر، وفهم كيفية استخدام منتجات الادخار والاستثمار لتحقيق عوائد.

غانا

تضمنت غانا بناء القدرة المالية ضمن المحاور الخمسة "للاستراتيجية الوطنية للشمول المالي والتنمية (2023-2018)". كما قامت بتصميم استراتيجية وطنية للثقافة المالية للفترة (2021-2025) المزمع البدء في تنفيذها عام 2022، والتي لم يتم الإفصاح عنها بعد.

الأهداف الاستراتيجية:

يستهدف المحور الخامس للاستراتيجية الوطنية للشمول المالي والتنمية زيادة القدرة والوعي المالي واستخدام المنتجات والخدمات المالية من خلال تعميق فهم المستهلكين للمنتجات المالية ورفع قدرتهم على إدارة أموالهم.

الفئات المستهدفة:

تستهدف الاستراتيجية جميع فئات المجتمع بغانا مع التركيز على الفئات المهمشة مثل سكان القرى والفلاحين والشباب والفقراء والنساء.

خطة العمل:

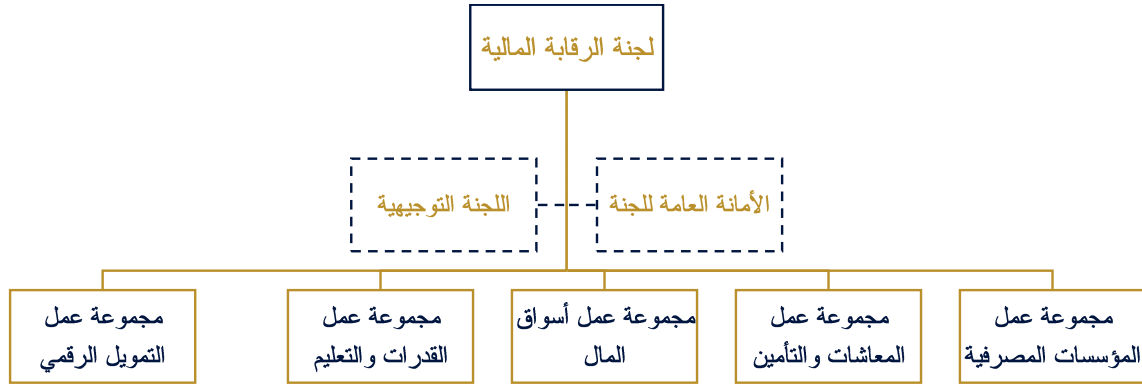
تشتمل خطة العمل على تعزيز التعاون بين برامج القدرة المالية المختلفة، ومراجعة وتقييم المبادرات التي استهدفت رفع القدرة المالية وتطويرها، وتصميم استراتيجية شاملة للقدرة المالية والتعليم المالي بخطة تنفيذية مفصلة. كما تتناول خطة العمل تصميم وتنفيذ حملة قومية للقدرة المالية تستهدف الفئات المهمشة باستخدام قنوات تواصل فعالة ولغات محلية، ودمج مناهج القدرة المالية ضمن المناهج التعليمية في المدارس.

الأطراف المشاركة:

يتشارك في تنفيذ الاستراتيجية العديد من المؤسسات الهامة في غانا مثل وزارة المالية، ووزارة الاتصالات ووزارة التعليم، والبورصة، واتحاد البنوك، واتحاد التأمين، ووزارة التخطيط، والمجلس الوطني للتأمين، والهيئة الوطنية للرقابة على المعاشات، والبنك المركزي بغانا.

الإطار المؤسسي:

قامت اللجنة التوجيهية بوضع ترتيب شامل للإدارة يشمل جميع مستويات وأنواع أصحاب المصلحة، بدءاً من واضعي السياسات إلى الموظفين التقنيين في القطاعين العام والخاص على حد سواء، حيث أنشأ الصندوق هيكلًا إداريًا ثلاثي المستويات، بما في ذلك لجنة رقابة تتألف من مسؤولين رفيعي المستوى، ولجنة توجيهية وأمانة تقنية. ويتمثل الهيكل التنفيذي للجنة الاستراتيجية الوطنية للشمول المالي والتنمية في الشكل التالي:



المصدر: الاستراتيجية الوطنية للشمول المالي والتنمية، غانا (2018-2023).

كما قامت وزارة المالية والتخطيط الاقتصادي بغانا بتصميم "الاستراتيجية الوطنية لمحو الأمية المالية وحماية المستهلك في قطاع التمويل الأصغر" عام 2009، والتي عنيت بتعزيز القدرة المالية وحماية المستهلك في غانا. وتركزت أهداف الاستراتيجية في خلق الوعي وتنقيف المستهلكين حول الوصول إلى الخدمات المالية، وتعريف المستهلكين بحقوقهم ومسؤولياتهم كعملاء للخدمات المالية من خلال نماذج تطبيقية، وتغيير المواقف المالية لترجمة المعرفة إلى سلوك. واستهدفت الاستراتيجية المستهلكين، ومقدمي خدمات التمويل الأصغر (Nano-Finance)، وقادة الرأي، وشارك في تنفيذها كل من البنك المركزي بغانا (Bank of Ghana)، ووزارة المالية (MOFEP)، وشبكة مؤسسات التمويل متناهي الصغر (Ghamfin)، والبنك الزراعي والاتحادات والجمعيات المنبثقة عنه (Apex Bodies and Associations)، وشركاء التنمية (Partners Development).

واعتمدت الخطة التنفيذية على تدريب موظفي مؤسسات التمويل الأصغر، وتعليم المستهلك عن طريق المواد التعليمية والحملات الدعائية والبرامج الإذاعية، ومحو الأمية المالية في المدارس عبر تطوير المواد التعليمية وتدريب المعلمين، وحماية المستهلك حيث تم إنشاء مركز لتقديم الشكاوى والقضايا المرتبطة بالثقافة المالية، وإنشاء منصة إلكترونية لذلك الغرض. كما اتبعت الاستراتيجية عدة وسائل لإيصال عروض الطريق (Road Shows) كاستخدام الدمى العملاقة والموسيقى والملصقات ووسائل الإعلام والتفاعلات المختلفة، وتوصيل الرسائل الرئيسية حول "الاقتراض المسؤول" في العروض المسرحية، وعقد جلسات النقاش بين مؤسسات التمويل الأصغر والمستهلكين، ووضع الرسائل الرئيسية على إعلانات الطرق. وقد ساهمت تلك الوسائل في تحقيق نتائج إيجابية على مستوى تحسين خدمة العملاء والمنتجات المقدمة من مؤسسات التمويل الأصغر، بالإضافة إلى تحسين مستويات المعرفة في إدارة النقد وزيادة كبيرة في عدد العملاء وحجم الودائع، وكذلك زيادة ثقة العملاء في التعامل مع مؤسسات التمويل الأصغر.

وقد خلصت تجارب الدول المعروضة إلى أهمية وجود استراتيجيات وطنية للثقافة والتعليم المالي سواء كانت تلك الدول متقدمة أو نامية. وبصفة عامة، فقد سعت معظم هذه الاستراتيجيات إلى تحقيق عدة أهداف رئيسية تمثلت في دمج مفاهيم الثقافة المالية من خلال التعليم المالي، وتشجيع سلوك الادخار للأفراد، وتعزيز المشاركة في الأسواق المالية لتحقيق الأهداف المالية، بالإضافة إلى تطوير الانضباط الائتماني وتشجيع الاستفادة من الائتمان من المؤسسات المالية الرسمية حسب المتطلبات، وتحسين استخدام الخدمات المالية الرقمية بطريقة آمنة، وإدارة المخاطر في مختلف مراحل الحياة من خلال تغطية تأمينية مناسبة، ورفع قدرة الأفراد على التخطيط السليم للتقاعد من خلال خلق منتجات التقاعد المناسبة لهم، وأخيراً تعزيز معرفتهم بالحقوق والواجبات وسبل معالجة التظلمات.

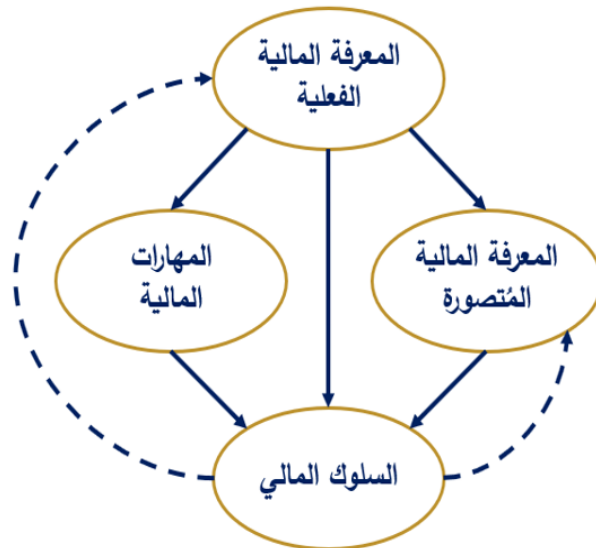
وتشارك العديد من الجهات المختلفة في دعم وتنفيذ تلك الاستراتيجيات، حيث غلبت بصفة رئيسية على معظم الاستراتيجيات مشاركة جهات مثل البنوك المركزية وهيئات الإشراف والرقابة على الأنشطة المالية غير المصرفية ووزارات المالية والبنوك الزراعية وبعض مؤسسات المجتمع المدني.

رابعاً: قياس مستوى الثقافة المالية

قامت العديد من الدراسات التي أعدت لقياس مستوى الثقافة المالية، سواء كانت مقارنة بين الدول أو في الدولة موضوع البحث، باستخدام أداة الاستبيان لقياس مستوى الثقافة المالية بين الأفراد في الفئات المختلفة. وبالرغم من تعدد التعريفات المتبناة بالدراسات المختلفة للثقافة المالية، إلا أن المفهوم المشترك بين التعريفات هو أن الثقافة المالية تتعلق بمعرفة المفاهيم المالية الأساسية والمبادئ الاقتصادية، والقدرة على اتخاذ قرارات مالية مستنيرة. وقد أوضح (Hung et al. (2009) العلاقات بين المعرفة المالية الفعلية والمعرفة المالية المتصورة والمهارات المالية والسلوك المالي، وأضاف أن تلك العلاقات الموضحة منقوصة حيث أنها تتأثر بعوامل أخرى مثل الموارد والصفات الشخصية وردود الأفعال. ويوضح الشكل التالي العلاقات المذكورة؛ حيث تنعكس المعرفة المالية الفعلية في المعرفة المالية المتصورة وتؤثر على المهارات المالية التي تعتمد على المعرفة. ويؤثر الثلاثة بدورهم (المعرفة المالية الفعلية، والمعرفة المالية المتصورة، والمهارات المالية) على السلوك المالي. وأخيراً، فإن الخبرة المكتسبة من خلال السلوك المالي تغذي المعرفة المالية الفعلية والمتصورة على حد سواء.

وفي دراسة لقياس مستوى الثقافة المالية بين طلاب المدارس في التشيك، قامت (Opletalová (2015 باستخدام استبيان مكون من 23 سؤالاً مغلقاً يسمح للمجيب بالإجابة على مقياس من ثلاث نقاط (نعم، لا، لا أعرف). وفي نهاية الاستبيان، كان هناك سؤالاً يحدد المستوى النسبي للمعرفة المالية التي اكتسبها الطلاب. وقد تمحورت الأسئلة حول معرفة الطلاب بالمفاهيم المتعلقة بالادخار والاقتراض، وأسعار الفائدة، وبعض مبادئ الاقتصاد

النموذج المفاهيمي للثقافة المالية



المصدر: (Hung et al. (2009).

مثل التسعير ومحاربة التضخم، وكيفية إعداد ميزانية والتعامل مع الفائض أو العجز، والاختيار بين منتجات التأمين المختلفة.

ومما سبق يتضح أنه لكي يكون الاستبيان مقياساً فعالاً وإرشادياً، لا بد أن يحتوي على أسئلة لقياس ليس فقط المعرفة المالية الفعلية ولكن أيضاً السلوك المالي وردود الأفعال والمهارات المالية والمعرفة المالية المتصورة. وقد قامت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) بنشر دليل استرشادي لإجراء مسح قابل للمقارنة دولياً لمحو الأمية المالية، والذي يحتوي على استبيان لقياس مستوى الثقافة المالية للأفراد والتوجيه المنهجي الذي وضعتة الشبكة الدولية للتعليم المالي (INFE). وقد تم تصميم هذا الاستبيان ونشره بهدف تمكين المؤسسات والحكومات والقائمين على تصميم وتنفيذ استراتيجيات محو الأمية المالية في مختلف الدول من القياس المبدئي لمستوى الثقافة المالية وإعادة التقييم كل فترة لقياس نسبة تغير مستوى الثقافة المالية على مر الأعوام مقارنة بالجهود المبذولة لرفع مستوى الثقافة المالية بين فئات الشعب. هذا علاوة على توحيد منهجية القياس لتيسير المقارنة بين مستويات الثقافة المالية في مختلف الدول.

وقد أوصت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية في دليلها الاسترشادي (OECD INFE, 2011) القائمين على جمع البيانات أن يتم الحصول عليها وجهاً لوجه أو عبر الهاتف عند الضرورة. ولعل تنفيذ هذه التوصية يعد ضرورياً، رغم وجود بعض المعوقات، نظراً لأهمية وجود شخص على دراية بمحتوى الاستبيان وطبيعة المجيبين عليه ليتكمن من التحقق من الإجابات ومن أنه قد تم ملئ الاستبيان بمعرفة الأفراد المستهدفين بالفعل وليس من ينوب عنهم.

وتتبع الاستراتيجية الوطنية للتوعية والثقافة المالية غير المصرفية في مصر نهج منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) باستخدام الاستبيان المنصوص عليه في تقرير (OECD INFE, 2011) وتحديثاته لقياس مستوى الثقافة المالية غير المصرفية لتيسير المقارنة بين الدول بعد القيام بالتعديلات المطلوبة. ويتضمن الاستبيان مزيجاً من الأسئلة المتعلقة بردود الأفعال والمعرفة المالية، بالإضافة إلى السلوك المتعلق بمواضيع مثل إدارة الأموال والتخطيط للأهداف المالية قصيرة وطويلة الأجل، والوعي بالمنتجات المالية المختلفة وكيفية الاختيار من بينها. كما يشمل الاستبيان التعريف بالصفات الديموجرافية للمشاركين من حيث السن والنوع ومستوى التعليم والمرحلة التعليمية والحالة الاجتماعية ونوع العمل والقطاع الذي يعمل به والدخل، وذلك لتيسير تقسيم النتائج وتحليلها وتفسيرها. كما تم إضافة بعضاً من أهم الأسئلة المستخدمة لقياس المعرفة والمهارة المالية والسلوك المالي المتعلقة بالتأمين، والائتمان، والاستثمار التي جاءت في دراسة (Louviere et al. 2016)، والتي تم تحديدها من قبل متخصصين قام الباحثون بالاستعانة بهم لهذا الغرض. هذا بالإضافة إلى سؤال من



دراسة (Klapper et al. (2015)، لقياس المعرفة بالفائدة المركبة، وبعض الأسئلة الأخرى التي تم وضعها من قبل القائمين على تصميم الاستراتيجية.

وسيتم جمع البيانات عن طريق عينات تمثيلية إحصائية لكل من فئات الشعب المختلفة حتى يتسنى للقائمين على تصميم وتنفيذ الاستراتيجية تحديد الفئات والبرامج ذات الأولوية في التنفيذ. كما وجبت الإشارة إلى أنه سيتم الإبقاء على سجلات البيانات الخاصة بالعينات المستخدمة في جمع البيانات حتى يتسنى للقائمين على التنفيذ الرجوع إليها لإعادة القياس وتقييم فاعلية البرامج المطبقة لرفع الوعي والثقافة المالية. وسوف يتم تحليل البيانات التي تم جمعها عن طريق الاستبيان إحصائياً باستخدام أحد برامج التحليل الإحصائي. وقد تم إرفاق الاستبيان المزمع استخدامه لقياس مستوى الثقافة المالية في الملحق رقم (1) من الاستراتيجية.

خامساً: مجمع المعرفة للثقافة المالية

Financial Literacy Knowledge Hub

يمثل محور التوعية المالية وبناء القدرات ركيزة أساسية في رؤية الهيئة العامة للرقابة المالية 2025، وأحد أهم محاور استراتيجية الهيئة المتوقعة خلال الفترة (2026-2022).

وتسعى الهيئة إلى أن يكون قطاع الخدمات المالية غير المصرفية منبعاً للقدرات وجاذباً للكفاءات، نظراً لما يمثله رأس المال البشري المؤهل من أهمية في تنمية وتطوير القطاع المالي غير المصرفي، والذي يسهم بدوره في تنشيط الاقتصاد. كما تدعم الهيئة تطوير الأشخاص المرخص لهم بالعمل في القطاع المالي غير المصرفي ورفع مستوى الوعي والثقافة المالية الاستثمارية في السوق من خلال تنفيذ العديد من البرامج التي تهدف إلى تزويد القطاع بالكفاءات البشرية المؤهلة؛ إيماناً منها بأن وعي وإدراك المشاركين في السوق له دور رئيسي في رفع مستوى الالتزام وحماية المتعاملين في الأسواق المالية.

وقد قامت الهيئة العامة للرقابة المالية بتدشين مجمع المعرفة للثقافة المالية (Financial Literacy Knowledge Hub) في أغسطس 2021 ليكون بمثابة منصة علمية ومنارة رائدة لصناعة ونشر المعرفة والثقافة المالية. ويهدف المجمع إلى تقديم خدمات أكثر جودة وفاعلية في صناعة ونشر المعرفة والثقافة المالية عن طريق تعزيز التعاون وتنسيق الخدمات التي تقدمها الجهات التابعة له وهي: معهد الخدمات المالية، ومركز المديرين المصري، والمركز الإقليمي للتمويل المستدام، والمركز المصري للتحكيم الاختياري وتسوية المنازعات المالية غير المصرفية.

معهد الخدمات المالية

تأسس معهد الخدمات المالية في يوليو 2010 بقرار رئيس الجمهورية رقم (260) لسنة 2010 وفقاً للقانون رقم (10) لسنة 2009. ويهدف المعهد إلى تطوير أساليب الخدمات المالية غير المصرفية ونشر العلوم والثقافة المالية وتوعية المستثمر من خلال ورش العمل والندوات والمؤتمرات العلمية المتخصصة وتبادل المعلومات والخبرات والتعاون على المستويات المحلية والعربية والدولية في كل ما من شأنه رفع مستوى العمل المالي غير المصرفي في مصر. كما يسعى المعهد إلى تحقيق الريادة التدريبية في مجال الخدمات المالية غير المصرفية، ورفع مستوى الثقافة المالية من أجل تطوير الخدمات المالية غير المصرفية في مصر من خلال بناء القدرات التنظيمية والمهنية وتوعية جمهور المتعاملين بالأسواق المالية، بالإضافة إلى عمل الأبحاث الرائدة ونشر نتائجها والتوسع بهذه الخدمات إقليمياً.



وتتمثل الأهداف الاستراتيجية للمعهد فيما يلي:

- تأهيل المهتمين بمجال الخدمات المالية غير المصرفية على المستويين المحلي والإقليمي للحصول على الدرجات العلمية والمهنية في هذا المجال من المعاهد والهيئات العلمية المتخصصة.
- المساهمة في نشر الوعي والربط بين أنشطة وأسواق وأدوات التمويل غير المصرفية.
- عقد وتنظيم الندوات والمؤتمرات وورش العمل والدورات التدريبية اللازمة لتأهيل العاملين والمهنيين بالقطاع المالي غير المصرفي داخل جمهورية مصر العربية وخارجها.
- التواصل مع مراكز ومعاهد التدريب والهيئات التعليمية والمهنية المتخصصة في الداخل والخارج بهدف تبادل الخبرات.
- إعداد الدراسات ونشر الأبحاث وتوفير البيانات والمعلومات والإحصائيات المتعلقة بالقطاع المالي غير المصرفي.

وقد ساهم المعهد بالعديد من الجهود في مجال التوعية ونشر الثقافة المالية خلال الأعوام الأربعة السابقة، منها على سبيل المثال لا الحصر:

- إعداد مؤتمر الشمول المالي "دور الأدوات والمنتجات المالية غير المصرفية في تنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة ومتناهية الصغر" عام 2018، في ضوء تفعيل استراتيجية القطاع المالي غير المصرفي.
- تنفيذ البرنامج المتخصص في تمويل المشروعات المتوسطة والصغيرة "الخدمات المالية غير المصرفية" عام 2019، بالتعاون مع المعهد المصرفي والبنك المركزي المصري.
- التعاقد عام 2020 مع معهد (EBI) الإسباني لتقديم برنامج الماجستير في الأسواق المالية.
- إطلاق سلسلة ندوات عن "التصنيف الائتماني الرقمي" عام 2021 بهدف تعزيز المعرفة بخدمة التصنيف الائتماني ودورها في مساعدة المؤسسات المالية وتمكينها من اتخاذ قرارات ائتمانية سريعة.

وتشتمل الخطة المستقبلية لمعهد الخدمات المالية على ثلاثة محاور رئيسية تتمثل فيما يلي:

1. تقوية الإطار المؤسسي للمعهد.
2. الاعتماد بصورة رئيسية على استخدام التكنولوجيا في تنفيذ كافة الأعمال بالمعهد.
3. تطوير المحتوى العلمي لبرامج التدريب وخلق برامج تدريب جديدة.

مركز المديرين المصري

تأسس مركز المديرين المصري عام 2003 تحت مظلة وزارة التجارة الخارجية ليصبح أول مركز في مصر والشرق الأوسط وشمال أفريقيا يقدم أنشطة وخدمات التدريب والاستشارات والبحوث للشركات والمؤسسات العامة والخاصة عن موضوعات الحوكمة والمسئولية الاجتماعية والبيئية وأفضل الطرق لتحقيق استدامة الأعمال. وقد توجت جهود المركز بأن تم اختياره في أكتوبر 2010 من قبل المنتدى العالمي لحوكمة الشركات (GCGF) كـ "مركز تميز عالمي في الحوكمة" يقدم خدماته وفقاً لأفضل المعايير الدولية.

ومنذ نقل تبعية مركز المديرين المصري من وزارة الاستثمار إلى الهيئة العامة للرقابة المالية في نهاية عام 2011، ازداد نشاط المركز ازدياداً ملحوظاً على مستوى ما يقدمه من خدمات تدريبية واستشارية وبحثية، فضلاً عن استحداث برنامج الماجستير المهني في الحوكمة باللغتين العربية والإنجليزية، والذي يقدم بالتعاون مع الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري.

ويوجه المركز أنشطته المتعددة إلى رؤساء وأعضاء مجالس الإدارة، والمديرين، وكبار التنفيذيين، والمساهمين، والأطراف ذات المصالح في هذه الشركات والمؤسسات المختلفة.

وتتمثل الأهداف الاستراتيجية للمركز فيما يلي:

- أن يكون المركز رائداً في السوق في مجال تقديم خدمات الحوكمة والمسئولية الاجتماعية والبيئية.
 - تأسيس مجتمع ذو منظومة تضمن مصالح كافة الأطراف المعنية.
 - نشر الوعي بقواعد الحوكمة والمسئولية الاجتماعية والبيئية وأفضل الممارسات الدولية المرتبطة بها.
 - زيادة القدرة الاستيعابية للمجتمع ككل من خلال عقد برامج ودورات تدريبية ذات مستوى عالمي والمعترف بها دولياً.
 - تقديم الدعم المطلوب لمجتمع الأعمال من أجل تطبيق قواعد الحوكمة والمسئولية الاجتماعية والبيئية.
 - مساعدة الجهات التشريعية والرقابية في سنّ القرارات الملزمة بالحوكمة والمسئولية الاجتماعية والبيئية.
- وقد ساهم المركز بالعديد من الجهود في مجال التوعية ونشر الثقافة المالية خلال الأعوام الأربعة السابقة، منها على سبيل المثال لا الحصر:
- توقيع بروتوكول تعاون مع الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري عام 2019 لتقديم ماجستير إدارة الأعمال في تخصص الحوكمة باعتماد المجلس الأعلى للجامعات.



- إبرام اتفاقية تعاون عام 2019 مع جمعية المحاسبين والمراجعين المصرية، بهدف التعاون المشترك بين المركز والجمعية في مجالات التدريب والتطوير وإقامة الندوات والمؤتمرات في مجالات الحوكمة والرقابة والمراجعة.
- تقديم برنامج "شهادة عضو مجلس الإدارة المعتمد" علم 2020 لمجموعتين من السيدات عضوات منتدى الخمسين سيدة الأكثر تأثيراً، وذلك دعماً من المركز لتمكين المرأة في مجتمع الأعمال.
- توقيع بروتوكول تعاون مع الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري عام 2021 لتقديم برنامج الدكتوراه المهنية في الحوكمة والتمويل.

وتشتمل الخطة المستقبلية لمركز المديرين المصري على ما يلي:

1. توقيع اتفاقيات تعاون مع عدد من الجمعيات والمؤسسات لزيادة انتشار المركز في أوساط جديدة من مجتمع الأعمال المصري.
2. الانتهاء من تطوير الموقع الإلكتروني بدعم من مؤسسة التمويل الدولية.
3. تحديث الدليل المصري لحوكمة الشركات بالتعاون مع مؤسسة التمويل الدولية، ليشمل الأسس الاستراتيجية لمحاور الاستدامة الثلاثة: الحوكمة، والمسئولية الاجتماعية، والمسئولية البيئية.

المركز المصري للتحكيم الاختياري وتسوية المنازعات المالية غير المصرفية

أنشئ المركز المصري للتحكيم الاختياري وتسوية المنازعات المالية غير المصرفية بموجب قرار رئيس الجمهورية رقم (335) لسنة 2019، ليختص منفرداً بالتحكيم وتسوية المنازعات الناشئة عن تطبيق أحكام القوانين الخاصة بالمعاملات المالية غير المصرفية، وعلى الأخص تلك التي تنشأ فيما بين الشركاء، أو المساهمين، أو الأعضاء في الشركات والجهات العاملة في مجال الأسواق المالية غير المصرفية، سواء فيما بينهم، أو بينهم وبين تلك الشركات وهذه الجهات، وكذلك منازعات المتعاملين أو المستفيدين من الأنشطة المالية غير المصرفية مع تلك الشركات وهذه الجهات بمناسبة مباشرتها لنشاطها. ويسعى المركز إلى أن يكون رائداً في مصر والشرق الأوسط في فض المنازعات المالية غير المصرفية عن طريق التحكيم والوساطة وغيرها من الوسائل.

ويُعد هذا المركز انطلاقة قوية في مجال الوسائل البديلة لفض المنازعات لما تبناه من أسس ومعايير محايدة تضمن حل منازعاته بثقة، وسرعة، والتي انعكست ليس فقط على القواعد والمبادئ المنظمة لعمل المحكمين والوسطاء والخبراء، بل وكذلك على تشكيل مجلس الأمناء وذلك على النحو الوارد بالنظام الأساسي لمركز التحكيم والذي صدر بقرار رئيس مجلس الوزراء رقم (3597) لسنة 2020.

وتتمثل الأهداف الاستراتيجية للمركز فيما يلي:

- إدارة ملفات التحكيم والوساطة وغيرها من الوسائل البديلة بما يسهم في الفصل في المنازعات على نحو سريع وفعال.
- ميكنة إجراءات التحكيم والوساطة وتقديمها بطريقة مؤمنة.
- نشر ثقافة التحكيم ومميزات المركز ودوره في تسوية المنازعات المالية غير المصرفية بطرق مختلفة.
- إبرام اتفاقيات تعاون مع المؤسسات النظرية، بهدف توسيع نطاق عمل المركز وإيفاده للمحكمن والوسطاء المقيدين لديه بالمراكز المناظرة.
- المشاركة في الندوات الدولية لتعظيم اسم المركز.
- التعاون والتنسيق وتبادل الخبرات والوثائق والمعلومات مع مراكز التحكيم في الدول الأخرى بما يسهم في تطوير الوسائل والآليات التي يعتمد عليها المركز.
- رفع كفاءة العاملين بالمركز لضمان حسن إدارة الملفات وتيسير الأعمال عن طريق إبرام اتفاقيات مع مراكز التدريب وإعداد وتنمية القدرات.

وتشتمل الخطة المستقبلية للمركز على ما يلي:

1. إبرام اتفاقيات تعاون مع المؤسسات النظرية.
2. التوعية بمزايا التحكيم ودور المركز في تسوية المنازعات المالية غير المصرفية بطرق مختلفة.
3. فتح قنوات للتواصل مع الجهات صانعة القرارات بشأن متابعة تنفيذ قرارات التحكيم.
4. التعاون والتنسيق وتبادل الخبرات والوثائق والمعلومات مع مراكز التحكيم في الدول الأخرى.
5. توفير برامج تدريبية لتعزيز المعرفة وثقل المهارات لكل من المحكمن والوسطاء، وكذلك العاملين بالمركز وذلك لضمان توافر الشروط، وتزويدهم بما يطرأ من مستجدات في هذا الشأن.
6. رصد الملاحظات والأخطاء التي من شأنها عرقلة سير عمليات التحكيم والوساطة وإعداد أبحاث وتقارير حولها.

المركز الإقليمي للتمويل المستدام

أنشئ المركز الإقليمي للتمويل المستدام - والتابع لمعهد الخدمات المالية - بموجب قرار الهيئة العامة للرقابة المالية رقم (1) لسنة 2021، بهدف دعم إعادة توجيه تدفقات رؤوس الأموال اللازمة لسد فجوة الاستثمار في مجال الاستدامة بالمنطقة، ووضع استراتيجيات وسياسات تتسق مع أهداف التمويل المستدام، وعقد شراكات مع الأوساط الأكاديمية لتحفيز إجراء الأبحاث والتحليلات الخاصة بالتمويل المستدام.



ويمثل المركز خطوة نوعية نحو تعزيز وجود الاقتصاد المصري على خريطة الاقتصاد الأخضر العالمي، وهو مكرس خصيصاً لتعزيز التمويل المستدام في مصر وأفريقيا والشرق الأوسط في القطاع المالي غير المصرفي، ونشر الوعي بأهمية التمويل المستدام، واستحداث المنتجات المالية الخضراء للسوق المالي غير المصرفي المحلي والإقليمي بشكل خاص.

وتتمثل الأهداف الاستراتيجية للمركز فيما يلي:

- تنسيق السياسات والجهود العامة على الصعيد الإقليمي.
 - تشجيع حركة الاستثمارات الخضراء والمستدامة على المستوى الإقليمي.
 - موازنة معايير ومبادرات التمويل المستدام مع المعايير العالمية.
 - إنشاء مجموعة محلية وإقليمية من خبراء التمويل المستدام.
 - تشجيع وإشراك المستثمرين ومجموعات ورجال الأعمال للمساهمة في الحركة العالمية نحو الاستثمارات المستدامة.
 - توفير برامج لبناء القدرات لإنشاء مجموعة من الخبراء في مجال البيئة والتمويل المستدام.
 - إنشاء روابط لتعزيز الاستثمارات المستدامة بين الأقاليم.
 - إنشاء روابط وشراكات مع بنوك التنمية والمؤسسات الدولية وصناديق المشروعات الصديقة للبيئة.
- وقد ساهم المركز بالعديد من الجهود في مجال التوعية ونشر الثقافة المالية منذ إنشائه، منها على سبيل المثال لا الحصر:

- عقد عدة ندوات للعاملين بالقطاع المالي غير المصرفي حول الإفصاحات البيئية والاجتماعية والحوكمة (ESG Reporting).
- عقد ندوات تعريفية للشركات خلال عام 2021 عن مبادئ التأمين المستدام لدعم سوق التأمين المصري ورفع كفاءته، والارتقاء بمستوى الثقافة التأمينية.
- توقيع مذكرة تفاهم عام 2021 بين المركز الإقليمي للتمويل المستدام والاتحاد المصري للتأمين لدعم سوق التأمين المصري ورفع كفاءته، والارتقاء بمستوى الثقافة التأمينية وخاصة في مجال التأمين المستدام.

وتشتمل الخطة المستقبلية للمركز على ما يلي:

1. عقد شراكة مع كل من معهد التأمين الدولي المعتمد (Chartered Insurance Institute) والاتحاد العربي للتأمين لتقديم دبلومة مهنية في التأمين المستدام (Sustainable Insurance Executive) (Diploma).
 2. عقد شراكة مع مؤسسات التصنيف الائتماني الدولية لعمل أول مؤشر للاستثمار المسؤول للشركات في إقليم الشرق الأوسط.
 3. التعاون مع كل من المعهد البريطاني والسفارة البريطانية ومؤسسة معايير سندات التغير المناخي (Climate Bond Standards) لعمل تدريب للرقابة البيئية المستقلة (Third Party Verification) (Training Program).
 4. التعاون مع الوكالة الألمانية للتعاون الدولي (GIZ) لعقد ورش تدريبية متعلقة بالإفصاحات البيئية والمجتمعية والحوكمة المتعلقة بالاستدامة للشركات الخاضعة لرقابة الهيئة.
- وانطلاقاً من حرص الهيئة على نشر الوعي المالي وتعزيز الثقافة المالية ليس فقط بين المتعاملين في الأسواق المالية غير المصرفية، بل وأيضاً بين فئات الشعب المصري كافة، قامت عبر مجمع المعرفة للثقافة المالية بتصميم أول استراتيجية وطنية للتوعية والثقافة المالية غير المصرفية في مصر؛ والتي تعنى بتعزيز القدرات المالية لدى الأفراد بدءاً من التعليم المالي ووصولاً إلى الاستقلال المالي والرفاهية المالية.
- وتمثل هذه الاستراتيجية خير دليل على تكاتف وتكامل جهود الجهات التابعة لمجمع المعرفة، وخطوة غير مسبوقة نحو رفع مستوى الثقافة المالية في المجتمع المصري. كما تسعى الهيئة من خلال تحقيق أهداف الاستراتيجية إلى زيادة حجم المتعاملين المثقفين مالياً في الأسواق المالية غير المصرفية، مما يساعد على تنشيط الأسواق ورفع كفاءتها وتنافسيتها بين أقرانها في الدول الأخرى، والذي يؤدي بدوره إلى انتعاش الاقتصاد المصري ككل، ويدفع بعجلة التقدم نحو مزيد من النمو والاستقرار.



سادساً: مقترح الاستراتيجية الوطنية للتوعية والثقافة المالية غير المصرفية

الرؤية

تحسين القدرة المالية ومن ثم تحقيق الرفاهية المالية للمواطن المصري.

الأهداف

تهدف الاستراتيجية الوطنية للثقافة المالية غير المصرفية إلى رفع مستوى الثقافة والمهارات المالية لأفراد المجتمع المصري، وذلك من خلال التعريف والتدريب على الخدمات والمنتجات المالية غير المصرفية ومنها الاستثمار في الأسهم وصناديق الاستثمار ووثائق التأمين، وكيفية الحصول على التمويل المناسب سواء لتمويل شراء وحدات سكنية أو مشروعات إنتاجية وخدمية، وكيفية إدارة المدخرات والدين والاقتراض المسئول، وكيفية إعداد الميزانيات الشخصية، والتخطيط الجيد للتقاعد، وكذا التوعية بمبادئ التنمية والتمويل المستدام، وترسيخ مبادئ حقوق المتعاملين بالأسواق المالية غير المصرفية.

كما تستهدف الاستراتيجية تعزيز السلوك المالي المسؤول للأفراد، من خلال تعزيز القدرة على إصدار أحكام مستنيرة واتخاذ قرارات فعالة في استخدام وإدارة الأموال، مما يحقق استقرار وثبات الأسواق المالية ويقلل من المخاطر الاستثمارية، ويحمي الأفراد من عمليات النصب المالي. وتهدف الاستراتيجية إلى توسيع قاعدة الشمول المالي ورفع معدلات الادخار الوطني بما يؤدي إلى زيادة الاستثمار من أجل التشغيل، وتحقيق الرفاهية والاستقلال المالي لأفراد المجتمع المصري كهدف رئيسي.

خطة العمل والسياسات المقترحة

تعتمد الاستراتيجية المقترحة على استخدام نهج وسياسات متنوعة بهدف التمايز في طرق الوصول للفئات المستهدفة وكذلك في تصميم البرامج والوسائل المناسبة لكل فئة. وسوف تعنى الاستراتيجية بثلاثة أبعاد في استهدافها للمجتمع كالتالي: (1) **مراحل العمر المختلفة**، وذلك بدءاً من الطفولة والشباب ثم قوى العمل ثم المديرين (المسؤولين)، مع التركيز على الشباب تحت سن 40 عام باعتبارهم الفئة الأكثر أولوية في خطة عمل الاستراتيجية، (2) **التواجد الجغرافي**، ويقصد بذلك استهداف المناطق الريفية، والمناطق الحضرية ذات الفئات الفقيرة أو المهمشة. (3) **القطاعات الاقتصادية**، حيث يتم التركيز على الاقتصاد غير الرسمي، وتوجيه المبادرات لقطاع الزراعة، وقطاع المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر وبصفة خاصة العمالة غير المؤهلة أو غير الماهرة.

وسوف تركز خطة عمل الاستراتيجية على خمسة محاور رئيسية في التنفيذ وهي: بناء محتوى ثري سهل الفهم يتناسب مع الفئات المستهدفة، بناء قدرات المعلمين وخلق سفراء للثقافة المالية، تعزيز مشاركة المجتمع في تنفيذ وتحقيق أهداف الاستراتيجية، بناء سياسات تواصل فعالة لرفع الوعي المجتمعي بمبادئ الاستثمار والاستقلالية المالية الفردية وزيادة القدرة على الوصول إلى المنتجات والخدمات المالية غير المصرفية، وخلق شراكات وبناء إطار للتعاون بين مختلف الجهات ذات الصلة لضمان قيام كل جهة بدورها في إطار نشر الثقافة المالية غير المصرفية.

الاستراتيجية الوطنية للتوعية والثقافة المالية غير المصرفية

الرؤية الاستراتيجية

تحقيق القدرة والرفاهية المالية للمواطن المصري

الأهداف الاستراتيجية

1	رفع الثقافة والمهارة المالية لأفراد المجتمع.	5	تشجيع استخدام الخدمات المالية الرقمية بطريقة آمنة.
2	تشجيع سلوك الادخار عند الأفراد.	6	تعزيز استخدام إدارة المخاطر في مختلف مراحل الحياة من خلال تغطيات تأمينية مناسبة.
3	تعزيز المشاركة في الأسواق المالية غير المصرفية لتحقيق الأهداف المالية.	7	تطوير قدرة الأفراد على التخطيط السليم للادخار والتقاعد.
4	تطوير الانضباط الانتمائي للأفراد وتشجيع الاستفادة من الائتمان من المؤسسات المالية الرسمية حسب الاحتياجات.	8	ترسيخ مبادئ حقوق المتعاملين بالأسواق المالية غير المصرفية.
9	تحسين طرق البحث وتقييم التعليم المالي، كأحد الأدوات الهامة لتقييم نتائج الاستراتيجية وتحديد مجالات التطوير، وتحقيق استدامة التطبيق والنتائج.		

المحاور الرئيسية للاستراتيجية

3 تطوير الخدمات والمنتجات المالية غير المصرفية

- تشجيع المؤسسات المالية غير المصرفية على الآتي:
- تطوير المنتجات والخدمات المالية التي تتوافق مع احتياجات المجتمع.
- تحسين جودة تلك المنتجات والخدمات.
- توسيع تواجدها الجغرافي.

2 بناء وتقوية البنية التحتية للثقافة المالية

- تطوير ودعم التعليم المالي غير المصرفي، وحملات التوعية الوطنية.
- توسيع وتسهيل الوصول للمعلومات المرتبطة بالخدمات المالية غير المصرفية.
- ضمان استدامة برامج الثقافة المالية غير المصرفية.

1 استراتيجية للتعليم المالي

- تحسين الوعي، والمهارات، والمعرفة بالخدمات والمنتجات المالية غير مصرفية.
- تغيير التفكير والسلوك المالي للأفراد.
- زيادة عدد المستفيدين من الخدمات والمنتجات المالية غير المصرفية.



مراحل الاستراتيجية

يقترح أن تنفذ الاستراتيجية على ثلاث مراحل وفقاً للخطط والأهداف الموضوعية مع الأخذ في الاعتبار الأولويات والفئات الأكثر استهدافاً، حيث تبدأ الاستراتيجية بمرحلة التعليم المالي، مروراً بالرشد المالي، ثم تنتهي بمرحلة تحقيق الاستقلال المالي للأفراد ومن ثم تحقيق الرفاهية المالية.

الأولويات

ستعمل الاستراتيجية على ترتيب أولوياتها بالتركيز على غرس القيم المالية السليمة للشباب، وزيادة القدرة على الوصول إلى المعلومات والأدوات المالية غير المصرفية، وتعزيز التخطيط المالي وخطط التقاعد، وترسيخ سلوك الادخار والإدارة الرشيدة للدين وقواعد الاقتراض المسؤول، وبما يؤدي إلى غرس السلوك الإيجابي بين الفئات المستهدفة.

النتائج المستهدفة

تسعى الاستراتيجية إلى تحقيق عدة نتائج رئيسية منها زيادة القدرة على التخطيط للمستقبل وتحسين الأداء الاستثماري والادخاري للأفراد واتخاذ قرارات مالية سليمة توازن بين القدرات والاحتياجات المالية، وكذا تحقيق الاستقلالية المالية والقدرة على حفظ وإدارة وحماية الأموال، ودعم وحماية المجتمع من عمليات الاحتيال والنصب المالي.

المتطلبات الأساسية للمرحلة التمهيدية من الاستراتيجية

تتطلب المرحلة التمهيدية لتنفيذ الاستراتيجية إجراء بحث مسحي لتقييم مستوى الثقافة المالية لدى فئات المجتمع وذلك وفقاً لتصميم الاستبيان ومعايير القياس الموضوعية من جانب منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD). ثم يتم تحديد أليات القياس والمتابعة، مع التأكيد على إجراء الدراسات والبحوث المسحية لتقييم النتائج في نهاية الاستراتيجية. كما تتطلب الاستراتيجية وضع إطار تنظيمي لدور الأطراف (وزارة/ جهة) ذات الصلة وتحديد المسؤوليات ودور كل منها. كما تستلزم تلك المرحلة البدء مبكراً في تطوير نماذج للتعليم عن بعد وبرامج المحاكاة من خلال تطوير محتوى للتعليم والثقافة المالية غير المصرفية يتناسب مع متطلبات وخصائص كل فئة من الفئات المستهدفة.



خطة العمل - 5 سنوات من الثقافة المالية غير المصرفية +1

يتم تقسيم مراحل تنفيذ الاستراتيجية إلى ثلاث مراحل هي (1) المرحلة الأولى: التعليم المالي (2022-2024)، (2) المرحلة الثانية: الرشد المالي (2025-2026)، (3) المرحلة الثالثة: الاستقلال المالي (القياس وتقييم النتائج) عام 2026.

❖ المرحلة الأولى: التعليم المالي (2022-2024)

تستهدف تلك المرحلة من الاستراتيجية تعزيز الوعي المجتمعي بالمعلومات الأساسية حول الأسواق المالية غير المصرفية، والتوعية بالممارسات المالية السليمة وكيفية الاختيار بين البدائل المختلفة، وتحديد المصادر الموثوقة للمعلومات المالية، وكذا التوعية من الممارسات المالية الضارة.

وقد تم تصميم مخططات المناهج الرئيسية المزمع استخدامها لرفع مستوى التعليم المالي للفئات المستهدفة، والتي تتكون من أربعة مناهج تعليمية هي: "التمويل الشخصي والتخطيط المالي"، و"أسواق رأس المال"، و"التأمين"، و"أنشطة التمويل غير المصرفية". وتبدأ المناهج بمقدمة عن النظام المالي ومكوناته الرئيسية وعلاقتها مع بعضها البعض، ثم تتناول مبادئ الادخار والاستثمار والاقتراض والتي تشمل القيمة الزمنية للنقود والتضخم والفائدة ومفهوم العائد والخطر ومستويات تحمل المخاطر، والتخطيط المالي الشخصي، والسلوك المالي والتحيزات السلوكية التي تؤثر على القرارات المالية، والحماية من الاحتيال. بعد ذلك، يغطي منهج أسواق رأس المال أنواع الأسواق والأدوات المالية المتعلقة بها، وخصائصها من حيث السيولة والعائد وحجم الخطر المتعلق بها، وحقوق وواجبات المستثمر، وكيفية الاختيار والتعامل مع المستشار المالي، وأنواع واستراتيجيات الاستثمار في الأسواق المالية. ثم يتطرق منهج التأمين إلى تعريفه، ومبادئه، وأهدافه، وأنواعه، بالإضافة إلى كيفية اختيار أداة التأمين المناسبة لاحتياجات الفرد، والإجراءات والمستندات المطلوبة للحصول على أنواع التأمين المختلفة، وحقوق ومسؤوليات عملاء التأمين. وفي النهاية، يتناول برنامج شركات التمويل أنواع الشركات والخدمات التي تقوم بتقديمها، والإجراءات والمستندات المطلوبة للتعامل مع كل منها.

وقد تم إرفاق مخططات تلك المناهج في الملحق رقم (2)، والتي توضح الجمهور المستهدف، والمتطلبات المسبقة، ونتائج التعلم المستهدفة، والمواد التعليمية المستخدمة، والمخطط التفصيلي، والأساليب التعليمية، وأساليب التقييم لكل من المناهج المذكورة.

محتويات الثقافة المالية

السلوكيات	المواقف	المهارات	المعرفة
<ul style="list-style-type: none"> إدارة الأموال (إدارة الشؤون المالية اليومية). التخطيط طويل الأجل (الاستعداد لحالات الطوارئ والتقاعد). اتخاذ القرارات المالية (القدرة على اختيار المنتجات المالية المناسبة). طلب المشورة المالية. 	<ul style="list-style-type: none"> أسباب (أو عدم) الادخار، والاقتراض، والاستثمار، وما إلى ذلك. المواقف من المستقبل. الثقة في خطط التقاعد الخاصة. الميل نحو الميزانية والادخار، والاقتراض. 	<ul style="list-style-type: none"> المهارات الحسابية. مهارات القراءة والكتابة. 	<ul style="list-style-type: none"> المفاهيم المالية الرئيسية (التضخم، الفائدة المركبة، إلخ). الوعي بالمنتجات والخدمات المالية غير المصرفية. معرفة عملية (كيفية إجراء المدفوعات، وفتح حساب مصرفي، وما إلى ذلك).

الأدوات والبرامج

1. دمج محتوى التعليم المالي في المناهج والأنشطة الدراسية الأخرى وإقامة ندوات، وحملات توعية، ومسابقات بالجامعات والمدارس ومراكز الشباب.
2. تقديم دورات تدريبية لأعضاء هيئات التدريس والمدرسين وتطوير المناهج لتشجيع المتطوعين وسفراء المجتمع ليصبحوا وكلاء لنشر الثقافة المالية غير المصرفية لعرض قصص النجاح.
3. إنشاء منصة إلكترونية للثقافة والتعليم المالي غير المصرفي تشمل على كافة المواد التعليمية بصورة مبسطة من خلال فيديوهات تعليمية وطرق لتقييم فهم تلك المواد.
4. استخدام التكنولوجيا ووسائل الاتصال الاجتماعي وال جماهيري لنشر رسائل التثقيف المالي غير المصرفي بين أفراد المجتمع من خلال خلق تطبيقات على الهاتف المحمول.
5. استخدام منصة بنك المعرفة المصري (The Egyptian Knowledge Bank) في التوعية ببرامج الثقافة المالية.
6. تعزيز المعرفة حول الممارسات المالية الرقمية الآمنة.

النتائج المستهدفة

تستهدف المرحلة الأولى من الاستراتيجية تحقيق القدرة على استيعاب المعرفة والمهارات والقيم المالية الأساسية وتطبيقها عند اتخاذ القرارات المالية الشخصية، وامتلاك الأفراد للوعي الكافي نحو عدم الانسياق



وراء الإعلانات الوهمية، وحمائهم من عمليات النصب والاحتيال المالي، وما يسمى إعلامياً بظاهرة المستريحين.

❖ المرحلة الثانية: الرشد المالي (2025-2026)

تستهدف تلك المرحلة من الاستراتيجية شرائح معينة في المجتمع خاصة الأكثر ضعفاً لتقديم برامج متخصصة لنقل المعرفة المالية غير المصرفية لتعزيز السلوك المالي الإيجابي لتلك الشرائح. كما تعنى الاستراتيجية في تلك المرحلة بتقديم برامج التثقيف المالي في مكان العمل لتعزيز المرونة المالية، مما سيكون له تأثير إيجابي على الإنتاجية وتزويد العاملين بأعمال حرة بالمعرفة المالية لتشجيع الاستدامة الذاتية والتجارية، وكذا توعيتهم بالادخار المالي طويل المدى وتمكينهم من التخطيط السليم لتقاعدهم. كما تركز هذه المرحلة في بعض جوانبها على توضيح طبيعة ومخاطر وفوائد المنتجات المالية غير المصرفية المختلفة.

الأدوات والبرامج

1. إصدار كتيبات حول سوق رأس المال والبورصة والتأمين والتمويل العقاري والتأجير التمويلي والتمويل الاستهلاكي والتمويل المتوسط والصغير ومتناهي الصغر.
2. تصميم برامج ووسائل إلكترونية للتعامل ببورصة الأوراق المالية ووثائق التأمين والتمويل العقاري والتأجير التمويلي والتمويل الاستهلاكي والتمويل المتوسط والصغير ومتناهي الصغر.
3. تصميم برامج محاكاة للبورصة وشركات التأمين والتمويل العقاري والأنشطة المالية غير المصرفية الأخرى.
4. إنشاء حاضنات لريادة الأعمال وتوسيع التجربة وإدماج برامج التكنولوجيا المالية، والتأمين، والتمويل المستدام، بالإضافة إلى برامج موجهة خصيصاً للفتيات.
5. عقد جلسات توعية للجمهور ومحاضرات توعية للشباب.

النتائج المستهدفة

تسعى الاستراتيجية إلى تحقيق عدة نتائج رئيسية في تلك المرحلة تتركز في غرس التغيير السلوكي الذي يعزز العادات المالية الصحية بين الفئات المستهدفة، مما يمكنها من اتخاذ قرارات مالية شخصية مستنيرة ومسؤولة، ويمنحهم المرونة والقدرة على التكيف والاستعداد مالياً لمختلف أحداث الحياة، وكذا القدرة على التخطيط الجيد للمستقبل.

❖ المرحلة الثالثة: الاستقلال المالي (القياس وتقييم النتائج) عام 2027

"التعليم المالي هو العملية التي من خلالها يستطيع العملاء/المستثمرين تحسين فهمهم للمنتجات والمفاهيم والمخاطر المالية، وعبر المعلومات والتعليم و/أو المشورة الموضوعية يتمكنوا من تطوير المهارات والثقة ليصبحوا أكثر وعياً بالمخاطر والفرص المالية، واتخاذ خيارات مستنيرة، ومعرفة المصادر المناسبة للحصول على مساعدة، واتخاذ إجراءات فعالة أخرى لتحسين رفاهيتهم المالية." (OECD, 2005)

في هذه المرحلة يتطلب الأمر إجراء بحث مسحي للوقوف على مستوى استيعاب البرامج والمناهج التي تعرض لها الجمهور خلال المرحلة الأولى والثانية وذلك من خلال استخدام أدوات قياس مستويات الثقافة المالية غير المصرفية، وتطبيق معايير التقييم الموضوعية من خلال منهجية منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) وذلك لتبين ما إذا تطلب الأمر بعض التعديلات على الاستراتيجية أو استكمالها والبناء عليها لمدد أخرى. كما يتم في هذه المرحلة متابعة عدد ونوعية المبادرات التي أطلقها الشباب والتعرف على قصص النجاح، وكذلك مدى نجاح الاستراتيجية في رفع مستويات الثقافة المالية لدى فئة الشباب والفئات المستهدفة، وأخيراً الوقوف على التحديات التي واجهت تنفيذ الاستراتيجية، والدروس المستفادة منها.

الجمهور المستهدف

وفقاً لتقرير مؤسسة ستاندرد أند بورز حول مستويات الثقافة المالية حول العالم (2015) فإن 27% من البالغين بمصر لديهم ثقافة مالية. لذلك تستهدف الاستراتيجية الوطنية للثقافة المالية كافة فئات وأفراد المجتمع المصري، وإن كانت ستبدأ برفع مستويات الثقافة والمعرفة المالية غير المصرفية لدى فئة الشباب وبصفة خاصة طلاب الجامعات والمعاهد ورواد الأندية الرياضية ومراكز الشباب. بعد ذلك، يزداد نطاق الاستراتيجية ليشمل باقي الفئات من طلاب المدارس الثانوية بأنواعها والفتيات والمرأة المعيلة وبصفة خاصة المستفيدين من برامج الحماية الاجتماعية، ثم تتوسع الاستراتيجية أكثر لتشمل صغار الفلاحين والعمالة غير المدربة أو غير الماهرة.

الجهات المشاركة في التنفيذ

تقترح الاستراتيجية مشاركة كافة الجهات ذات الصلة ونخص منها وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، ووزارة الشباب والرياضة، ووزارة التربية والتعليم، ومؤسسة الأزهر الشريف (جامعة الأزهر والمعاهد الأزهرية)، ووزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية، ووزارة التعاون الدولي، ووزارة المالية، ووزارة الداخلية، ووزارة الثقافة، ووزارة التضامن الاجتماعي، ووزارة الدفاع، والبنك المركزي المصري، والهيئة العامة للرقابة المالية، والبورصة المصرية، والمجلس الوطني للتدريب والتعليم، وكليات الفنون الجميلة والتطبيقية، والهيئة الوطنية للإعلام، والهيئة العامة للمعارض، وصندوق حماية المستثمر، وصندوق حماية حملة وثائق التأمين والمستفيدين منها لدى شركات التأمين، وجهاز تنمية المشروعات المتوسطة والصغيرة ومتناهية الصغر، والاتحادات العاملة في مجال الأنشطة المالية غير المصرفية والمرخص لها من الهيئة العامة للرقابة المالية، واتحادات ومؤسسات المجتمع المدني ذات العلاقة.

الإطار المؤسسي لتنفيذ الاستراتيجية

❖ دور الجهات المشاركة في تنفيذ الاستراتيجية

○ وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، ووزارة التربية والتعليم، ومؤسسة الأزهر الشريف (جامعة الأزهر والمعاهد الأزهرية): (من خلال توقيع بروتوكول تعاون)

- دمج محتوى للثقافة والتعليم المالي ضمن المناهج الدراسية بالتعاون مع الهيئة.
- الإشراف على صياغة المحتوى العلمي وتحديد طريقة تقديمه للطلاب.
- تحديد طرق الاستعانة بأعضاء هيئة التدريس بالجامعات والمدرسين في تنفيذ الاستراتيجية.
- اقتراح آليات لدعم كفاءة تنفيذ الاستراتيجية باستخدام أحدث الوسائل التكنولوجية والأكثر قبولاً للطلاب.
- وضع جدول زمني لتنفيذ الاستراتيجية، وتحديد عدد الجامعات والمدارس التي سيتم تنفيذ الاستراتيجية عليها.
- وضع خطة عمل لتوزيع البرامج التدريبية والفعاليات على الجامعات المستهدفة.
- الاستفادة من المبادرات الدولية والإقليمية في مجال التعليم والتثقيف المالي.
- العمل على اقتراح وتحديد طرق لتقييم مبادرات وأنشطة الطلاب التطوعية من خلال التعاون مع الجامعات والمدارس المصرية.



○ وزارة الشباب والرياضة: (من خلال توقيع بروتوكول تعاون)

- اقتراح آليات لدعم كفاءة تنفيذ الاستراتيجية باستخدام أحدث الوسائل التكنولوجية والأكثر قبولاً للشباب.
- وضع جدول زمني لتنفيذ الاستراتيجية، وتحديد عدد النوادي الرياضية ومراكز الشباب التي سيتم تنفيذ الاستراتيجية بها.
- وضع خطة عمل لتوزيع البرامج التدريبية والفعاليات على النوادي الرياضية ومراكز الشباب المستهدفة.
- تحديد طرق الاستفادة من المبادرات الدولية والإقليمية في مجال التعليم والتثقيف المالي.
- دعم الشباب لتقديم مبادرات وأنشطة تطوعية لتثقيف باقي أفراد المجتمع مالياً.
- توجيه جزء محدد من موارد الوزارة لتنفيذ الاستراتيجية.

○ كليات الفنون الجميلة والتطبيقية:

- المشاركة والمساهمة في تطوير المحتوى بصورة مناسبة ومتنوعة.
- رسم الشخصيات التي سيتم الاتفاق عليها لإعداد مواد مصورة للمحتويات التعليمية.
- إعداد أفلام رسوم متحركة قصيرة لتوصيل أفكار معينة.

○ البورصة المصرية:

- المشاركة في إعداد المحتوى وتطويره.
- تنظيم التدريبات وورش العمل المشتركة.
- توصيل محتوى الثقافة المالية للمشاركين في برامج التوعية المنفذة من قبلها.

○ جهاز تنمية المشروعات المتوسطة والصغيرة ومتناهية الصغر:

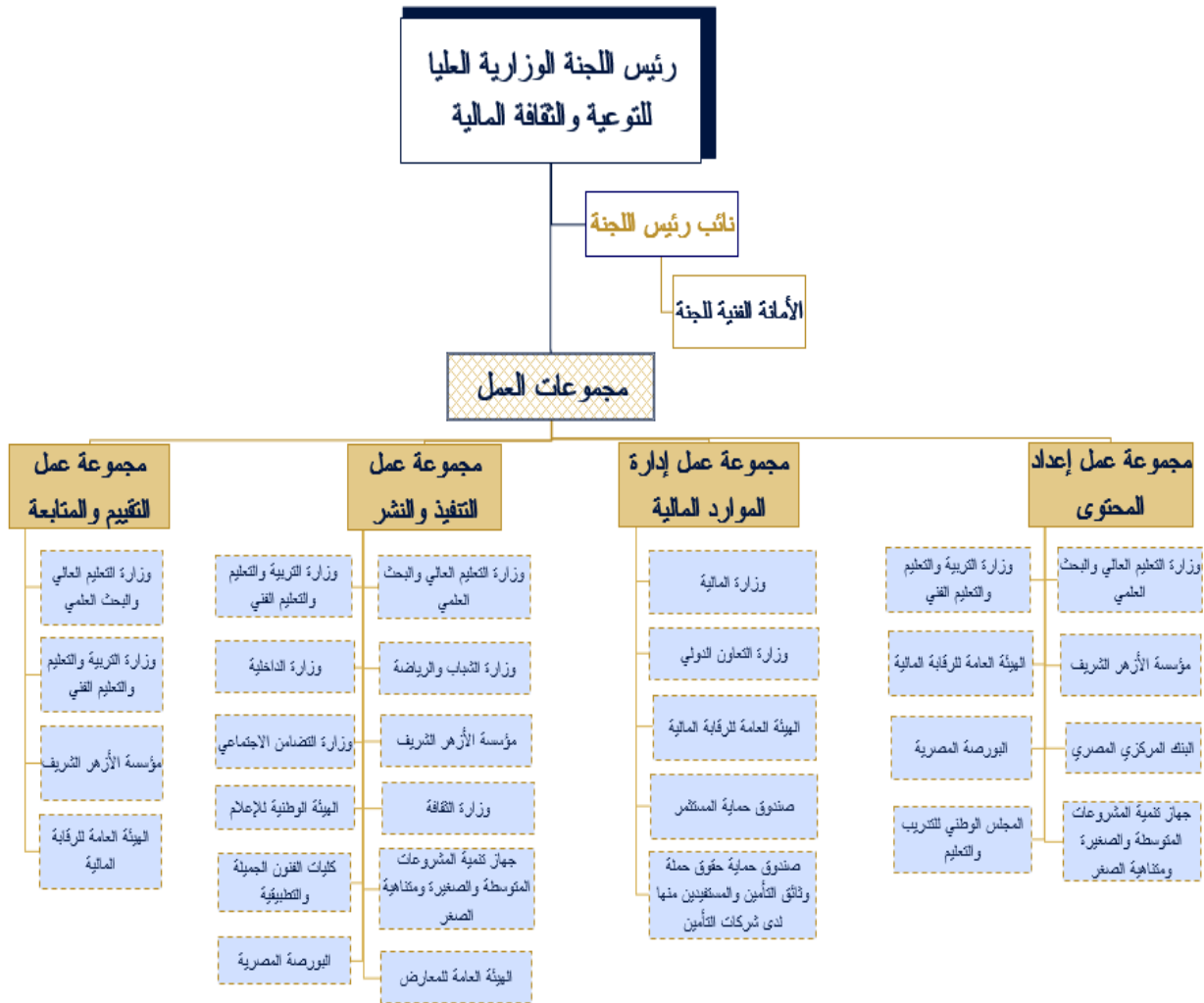
- توصيل محتوى الثقافة المالية للمستفيدين من خدمات الجهاز.
- المشاركة والمساهمة في تطوير المحتوى بما يتناسب مع الفئات المستفيدة من خدمات الجهاز.
- تنظيم التدريبات وورش العمل المشتركة.

○ المجلس القومي للمرأة:

- دمج المحتوى التعليمي للاستراتيجية مع البرامج المقدمة من المجلس.
- المشاركة والمساهمة في تطوير المحتوى بما يتناسب مع الفئات المستفيدة من خدمات المجلس.
- نشر المحتوى التعليمي للثقافة المالية على المنصة الإلكترونية للمجلس.

- تنظيم التدريبات وورش العمل المشتركة.
- توصيل محتوى منهج الثقافة المالية المخصص للمرأة للمستفيدات من خدمات المجلس.
- اتحاد الصناعات المصرية:
 - نشر وتوصيل محتوى الثقافة المالية لأعضاء الغرف الصناعية والمستفيدين من خدمات الاتحاد.
 - دمج محتوى الثقافة المالية في البرامج المقدمة ضمن منظومة التدريب الفني والمهني ومجلس التدريب الصناعي.
 - توصيل محتوى منهج الثقافة المالية المخصص للمرأة للمستفيدات من خدمات وحدة المرأة في مجال الأعمال.
 - التعاون لتنسيق عقد ورش العمل والفعاليات المتعلقة بالثقافة المالية خلال المعارض الصناعية.
- وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية: المشاركة في إعداد المحتوى العلمي وتنظيم التدريبات وورش العمل المشتركة.
- وزارة التعاون الدولي: فتح قنوات اتصال مع المنظمات والجهات الدولية المهتمة بالثقافة المالية لتوفير الدعم الفني اللازم لتنفيذ الاستراتيجية.
- وزارة المالية: تقديم دعم مالي لتنفيذ الاستراتيجية والموافقة على تخصيص كل وزارة جزء من مواردها لذات الهدف.
- وزارة الدفاع: التنسيق معها ومع مختلف الجهات لتسهيل مهمة القائمين على التدريب لتدريب الفئات الأقل تعليماً بالوزارة.
- وزارة الداخلية: التنسيق معها ومع مختلف الجهات لتسهيل مهمة القائمين على التدريب، وتدريب الفئات الأقل تعليماً بالقطاع الشرطي.
- وزارة الثقافة: المشاركة في إعداد محتوى قصصي مصور وإمكانية عقد ورش عمل وفعاليات بالتعاون مع هيئة قصور الثقافة.
- وزارة التضامن الاجتماعي: توصيل محتوى الثقافة المالية للمستفيدين من برامج الحماية الاجتماعية.
- المجلس الوطني للتدريب والتعليم: المشاركة في وضع المحتوى التعليمي وتغذية المنصة الإلكترونية.
- الهيئة الوطنية للإعلام: نشر وإذاعة المقاطع المصورة والرسائل التوعوية بوسائل الاتصال الجماهيري المختلفة.
- الاتحادات العاملة في مجال الأنشطة المالية غير المصرفية والمرخص لها من الهيئة العامة للرقابة المالية: المشاركة بالكوادر الفنية المتخصصة لتقديم المحتوى العلمي للفئات المستهدفة.

- البنك المركزي المصري: المشاركة في وضع المحتوى التعليمي وتغذية المنصة الإلكترونية وتوفير الكوادر الفنية اللازمة.
 - الهيئة العامة للمعارض: توفير الكتب والقصص المصورة بالمعارض وعقد ورش العمل والفعاليات أثناء المعارض.
 - صندوق حماية المستثمر: مشارك وممول.
 - صندوق حماية حقوق حملة وثائق التأمين والمستفيدين منها لدى شركات التأمين: مشارك وممول.
 - المجلس القومي للطفولة والأمومة: توصيل محتوى الثقافة المالية للعاملين بالجمعيات الأهلية الشريكة، والأخصائيين الاجتماعيين، والمستفيدين من خدمات المجلس.
 - الاتحاد المصري لمقاولي التشييد والبناء: نشر وتوصيل محتوى الثقافة المالية لأعضاء الاتحاد.
- ❖ الهيكل التنفيذي المقترح للجنة الوزارية العليا للثقافة المالية



خطة العمل المبدئية

2024				2023				2022				البيان
Q4	Q3	Q2	Q1	Q4	Q3	Q2	Q1	Q4	Q3	Q2	Q1	
												تشكيل لجنة وزارية برئاسة دولة رئيس الوزراء وعضوية الوزارات والجهات المعنية وتشكيل مجموعات العمل وتحديد دور كل مجموعة.
												إعداد محتوى المواد العلمية وعمليات دمج الثقافة المالية بالمناهج الدراسية.
												إعداد المقاطع المصورة والرسائل التوعوية.
												تشغيل منصة الكترونية وتصميم تطبيقات المحمول.
												تحديد طرق التقييم ووسائل قياس النتائج.
												فتح قنوات اتصال مع المنظمات والجهات الدولية التي تقدم الدعم الفني.
												البدء في تدريب فريق المحاضرين (بعض أعضاء هيئة التدريس بالجامعات وبعض الكوادر الفنية المؤهلة بالقطاع المالي غير المصرفي).
												دورات تدريبية بالجامعات المصرية بالتنسيق مع وزارة التعليم العالي والأزهر الشريف.
												دورات تدريبية بالنادي الرياضية ومراكز الشباب بالتعاون مع وزارة الشباب والرياضة.
												التقييم وقياس النتائج.

❖ الهيكل العام لإطار الكفاءات الأساسية للثقافة المالية للشباب



يغطي كل قسم فئات الكفاءة التالية:

المهارات، والسلوكيات	الثقة، التحفيز، والمواقف	الوعي، المعرفة، والفهم
----------------------	--------------------------	------------------------

المصدر: منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، شبكة التعليم المالي: (إطار الكفاءات الأساسية حول محو الأمية المالية للشباب)، 2015.

❖ الهيكل العام لإطار الكفاءات الأساسية للثقافة المالية للبالغين



يغطي كل قسم فئات الكفاءة التالية:

المهارات، والسلوكيات	الثقة، التحفيز، والمواقف	الوعي، المعرفة، والفهم
----------------------	--------------------------	------------------------

المصدر: منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، شبكة التعليم المالي: (إطار الكفاءات الأساسية حول محو الأمية المالية للبالغين)، 2016.

❖ الهيكل العام لإطار الكفاءات الأساسية للثقافة المالية للشركات المتوسطة والصغيرة ومتناهية الصغر

مواطن الكفاءة	اختيار واستخدام الخدمات المالية	الإدارة والتخطيط المالي والتجاري	الخطر والتأمين	المشهد المالي
مواضيع الثقافة المالية	خدمات الدفع والإيداع الأساسية.	تمويل الأعمال.	التسجيل، الضرائب، المحاسبة، والعقوبات القانونية والأخرى.	حفظ السجلات والمحاسبة.
مرحلة تطور المشروع	تحويل الأعمال.	حقوق السجلات والمحاسبة.	الإدارة المالية قصيرة الأجل.	التخطيط لما بعد المدى القريب.
بدائي/غير رسمي				
تأسيس				
نمو				
إغلاق				

يغطي كل قسم الفئات التالية:

الوعي، المعرفة، والفهم	المهارات، والسلوكيات	المواقف
------------------------	----------------------	---------

المصدر: منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، شبكة التعليم المالي: (إطار الكفاءات الأساسية حول محو الأمية المالية للشركات المتوسطة والصغيرة ومتناهية الصغر)، 2018.

سابعاً: الخلاصة وبعض مضامين السياسة Concluding Remarks and Some Policy Implications

"إن المستهلكين المطلعين، الذين يمكنهم العمل كمدافعين عن أنفسهم، هم أحد أفضل خطوط الدفاع ضد انتشار المنتجات والخدمات المالية غير المناسبة أو الاستغلالية أو المكلفة دون داع". (الرئيس السابق لمجلس الاحتياطي الفيدرالي Ben S. Bernanke، 2011)

قامت العديد من الدراسات ببحث مدى تأثير مستوى الثقافة المالية على سلوك الأفراد المالي وتأثير التعليم المالي على مستوى الثقافة المالية وسلوك الأفراد المالي. وخلصت الدراسات إلى أهمية التعليم المالي في توعية الأفراد وتثقيفهم مالياً، وفعالية برامج التعليم والتوعية ونشر الثقافة المالية في تغيير سلوك الأفراد وتعزيز اتخاذهم لقرارات مالية مستنيرة. (French & McKillop, 2016; Hamid & Loke, 2021; Van Rooij, Lusardi, & Alessie, 2011; Compen, Witte, & Schelfhout, 2019; Walstad, Rebeck, & Macdonald, 2010)

كما قامت العديد من الدراسات أيضاً ببحث العلاقة بين الثقافة المالية والشمول المالي، والحد من الفقر، والاستقرار المالي والاقتصادي. وخلصت الدراسات إلى أن الثقافة المالية لدى الأفراد تعزز من فهمهم للأدوات المالية المختلفة مما يمكنهم من اختيار الأدوات الملائمة لاحتياجاتهم ويقلل من فرص تعرضهم للاحتيال أو تحمل أعباء قروض دون داع. كما أكدت الدراسات أن الجهود المبذولة للشمول المالي لا بد وأن تكامل بجهود نحو زيادة التوعية والثقافة المالية، وأن معرفة الأفراد بالمنتجات والخدمات المالية المناسبة لهم تسهل وصول تلك الخدمات إليهم. (Adentunji & David-West, 2019; Morgan & Long, 2020; Refera, Dhaliwal, & Kaur, 2016; Shankari, Navarathinam, & Suganya, 2014)

وأجمعت الدراسات على اختلاف مستويات الثقافة المالية بين الفئات المختلفة في الدول المتعددة وخلصت إلى أهمية أن يتم تحديد الفئات ذات الأولوية في التوعية والثقافة المالية قبل أن يتم تنفيذ برامج التوعية. كما أكدت وجوب تطويع البرامج لخصائص الفئات المستهدفة وعدم استخدام نموذج أو برنامج واحد لكل الفئات. (Klapper & Lusardi, 2020; Cameron, Calderwood, Cox, Lim, & Yamaoka, 2014; Compen, Witte, & Schelfhout, 2019; Wolla, 2017)

ولإدراك مختلف الحكومات لأهمية الثقافة المالية في تنشيط أداء الاقتصاد وأسواق المال، قامت العديد من الدول بتبني استراتيجية قومية للتوعية والثقافة المالية، والتي تستهدف فئات الشعب ويشترك في تنفيذها العديد من المؤسسات الهامة في تلك الدول.



ولما كان الهدف الأول للهيئة العامة للرقابة المالية هو حماية الأفراد والمتعاملين في الأسواق المالية غير المصرفية، ومستخدمي الخدمات المالية غير المصرفية، ولما كانت الهيئة دائماً داعمة لجهود الدولة، وتماشياً مع رؤية "مصر 2030"، كان لزاماً عليها أن تقوم بمبادرات نحو نشر الوعي والثقافة المالية غير المصرفية، التي تدعم بدورها جهود الدولة لتحقيق الشمول المالي. وقد تبلور اهتمام الهيئة الشديد بالثقافة والتوعية المالية غير المصرفية في تشييد مجمع المعرفة للثقافة المالية (FLKH) Financial Literacy Knowledge Hub، الذي أخذ على عاتقه مسؤولية تصميم وتنفيذ "الاستراتيجية الوطنية للتوعية والثقافة المالية غير المصرفية" إيماناً منه بدوره في تعزيز الثقافة المالية ونشر الوعي المالي بين أفراد المجتمع المصري.

وقد تم تصميم الاستراتيجية بهدف رفع مستوى الثقافة المالية غير المصرفية لأفراد المجتمع المصري والتي تتكون من ثلاث مراحل هي التعليم المالي، والرشد المالي، والاستقلالية المالية. وتستهدف الاستراتيجية جميع فئات الشعب المصري والمقسمة إلى: طلاب المدارس الثانوية بأنواعها، وطلاب الجامعات والمعاهد، ومرتادي النوادي الرياضية ومراكز الشباب، والفتيات، والمرأة المعيلة، والمجندين، وجميع العاملين بالدولة، والمرأة، والفلاحين والعمال، والفئات الأكثر فقراً، والعمالة الموسمية، وأصحاب الأعمال الحرة والمشروعات المتوسطة والصغيرة ومتناهية الصغر.

وكما يتضح من تجارب الدول الأخرى، فإن تحقيق الأهداف المرجوة من هذه الاستراتيجية يتطلب تضامناً من كافة الجهود ودعم ومشاركة أجهزة ومؤسسات الدولة في تنفيذها. ويأتي ذلك في إطار رفع كفاءة مهارة اتخاذ القرارات المالية الشخصية لأفراد المجتمع وتحسين تنافسية الخريجين وجذب شرائح المجتمع المختلفة وغير الواعية وتمكينهم من الوصول إلى الخدمات المالية غير المصرفية الملائمة لاحتياجاتهم. علاوة على ذلك، يؤدي تناغم العمل بين المؤسسات إلى تكامل الجهود المبذولة والكفاءة والفاعلية في الوصول إلى الغايات المنشودة من رفع مستوى معيشة الأفراد وتحقيق الشمول المالي لجميع فئات المجتمع. هذا بالإضافة إلى تنشيط القطاع المالي غير المصرفي وتعزيز ثقة المستثمر المصري والأجنبي في الأسواق المصرية، مما يؤدي إلى جذب الاستثمارات للأسواق المحلية ودفع عجلة التنمية ودعم الاستقرار المالي وانتعاش الاقتصاد المصري، تناغماً مع استراتيجية التنمية المستدامة: رؤية مصر 2030.

References

المراجع

- *About our Board: Structure.* (2022, February 17). Retrieved from Money and Pensions Service: <https://moneyandpensionsservice.org.uk/wp-content/uploads/2021/08/maps-governance-structure-16-aug-2021.pdf>
- Adentunji, O. M., & David-West, O. (2019). The Relative Impact of Income and Financial Literacy on Financial Inclusion in Nigeria. *Journal of International Development* , 312–335 .
- Agarwal, S., Amromin, G., Ben-David, I., Chomsisengphet, S., & Evanoff, D. D. (2015). Financial Literacy and Financial Planning: Evidence from India. *Journal of Housing Economics*.
- Aren, S., & Zengin, A. N. (2016). Influence of Financial Literacy and Risk Perception on Choice of Investment. *12th International Strategic Management Conference* (pp. 28-30). Antalya: ISMC.
- Beckker, K. D., Witte, K. D., & Campenhout, G. V. (2020). The role of national culture in financial literacy: Cross-country evidence. *The Journal of Consumer Affairs*, 912–930.
- Biswas, S., & Gupta, A. (2013). Financial Inclusion and Financial Literacy: A Comparative Study in their interrelation between selected urban and rural areas in the state of West Bengal . *Journal of Economics and Finance* , 67-72 .
- Cameron, M. P., Calderwood, R., Cox, A., Lim, S., & Yamaoka, M. (2014). Factors associated with financial literacy among high school students in New Zealand. *International Review of Economics Education*, 12–21.
- Compen, B., Witte, K. D., & Schelfhout, W. (2019). The role of teacher professional development in financial literacy education: A systematic literature review. *Educational Research Review*, 16-31.
- *FCAC committees and Networks.* (2022, February 20). Retrieved from Government of Canada: Financial Consumer Agency of Canada: <https://www.canada.ca/en/financial-consumer-agency/programs/financial-literacy/committee-network.html>
- Fernandes, D., Jr., J. G., & Netemeyer, R. G. (2014). Financial Literacy and Downstream Financial Behaviors. *Management Science*, 1861–1883.
- *Financial Literacy Curriculum & Presentation Resources.* (2022, January 09). Retrieved from National Financial Educators Council: <https://www.financialeducatorsCouncil.org/financial-literacy-curriculum/>
- French, D., & McKillop, D. (2016). Financial Literacy and Over-Indebtedness in Low-Income Households. *International Review of Financial Analysis*.
- Greenspan, A. (2006). Building an Effective Financial Literacy Pogram. In *Building an Effective Financial Literacy Pogram* (pp. 5-18).
- Gupta, K., & Kaur, J. (2014). Study of Financial Literacy among Micro Entrepreneurs in District Kangra. *International Journal of Research in Business Management*, 63-70.



- Gyabaah, N. (2009). Ghana's National Strategy for Financial Literacy and Consumer Protection in the Microfinance Sector. *Promoting Financial Capability and Consumer Protection in Ghana*.
- Hamid, F. S., & Loke, Y. J. (2021). Financial literacy, money management skill and credit card repayments. *International Journal of Consumer Studies*, 235–247.
- Hathaway, I., & Khatiwada, S. (2008). *Do Financial Education Programs Work?* Cleveland: Federal Reserve Bank of Cleveland.
- Hung, A. A., Parker, A. M., & Yoong, J. K. (2009, September). Defining and Measuring Financial Literacy. *Working Paper Series*. RAND Labor and Population.
- *iGrad's Best Practices for a Campus-wide Financial Literacy Initiative*. (2022, January 04). Retrieved from iGrad for Schools: <https://www.igradfinancialwellness.com/financial-literacy-resources/best-practices/>
- (2013). *Indonesian National Strategy for financial Literacy*. Indonesia: Financial Services Authority of the Republic of Indonesia (OJK).
- Klapper, L., & Lusardi, A. (2020). Financial literacy and financial resilience: Evidence from around the world. *Financial Management*, 589–614.
- Klapper, L., Lusardi, A., & Oudheusden, P. v. (2015). *Financial Literacy Around the World: Insights from the S&P's Ratings Services Global Financial Literacy Survey*. McGraw Hill Financial.
- *Legal Updates*. (2021, December 28). Retrieved from Legal Centric: <https://legalcentric.com/content/view/171346#:~:text=The%20Financial%20Services%20Authority%20%28FSA%29%20launched%20the%20National,order%20to%20encourage%20the%20acceleration%20of%20national%20economic>
- Louviere, J. J., Bateman, H., Thorp, S., & Eckert, C. (2016). Developing New Financial Literacy Measures to Better Link Financial Capability to Outcomes. *Doctoral Dissertation*. Sydney: University of Technology .
- Lusardi, A., Mitchell, O. S., & Curto, V. (2010). Financial Literacy among the Young. *The Journal of Consumer Affairs*, 358-380.
- (2021). *Make Change that Counts: National Financial Strategy 2021-2026*. Canada: Financial Consumer Agency of Canada.
- (2019). *Malaysia National Strategy for Financial Literacy 2019-2023*. Malaysia: Financial Education Network.
- *Money and Finances: Financial Literacy Programs*. (2022, January 03). Retrieved from Government of Canada: <https://www.canada.ca/en/financial-consumer-agency/services/financial-toolkit/trainers-toolkit.html>
- Morgan, P. J., & Long, T. Q. (2020). Financial literacy, financial inclusion, and savings behavior in Laos. *Journal of Asian Economics*, 1-20.
- (2018). *National Financial Inclusion and Development strategy (NFIDS) 2018-2023*. Ghana: Ministry of Finance.

- (2020). *National Strategy for Financial Education (2020-2025)*. India: National Center for Financial Education.
- *NISM-Series-XVIII: Financial Education Certification Examination Curriculum*. (2022, January 05). Retrieved from National Institute of Securities Markets - An Education Initiative of SEBI: <https://www.nism.ac.in/curriculum-financial-education/>
- OECD INFE. (2011). *Measuring Financial Literacy: Core Questionnaire in Measuring Financial Literacy: Questionnaire and Guidance Notes for conducting an Internationally Comparable Survey of Financial literacy*. Paris: OECD.
- Opletalová, A. (2015). Financial Education and Financial Literacy in the Czech Education System. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 1176-1184.
- *Press Release*. (2017, July 14). Retrieved from Financial Services Authority: <https://www.ojk.go.id/en/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Press-Release-SNLKI-Revised-to-Achieve-Target-Financial-Literacy-and-Inclusion-Indices-Faster.aspx>
- (2011). *Promoting Financial Success in the United States: National Strategy for Financial Literacy 2011*. USA: Financial Literacy and Education Commission.
- (2005). *Recommendation on Principles and Good Practices for Financial Education and Awareness*. OECD.
- Refera, M. K., Dhaliwal, N. K., & Kaur, J. (2016). Financial literacy for developing countries in Africa: A review of concept, significance and research opportunities. *Journal of African Studies and Development*, 1-12.
- Shankari, S., Navarathinam, K., & Suganya, R. (2014). Financial Literacy towards Banking Products and Services: A survey. *International Journal of Management Reserach Review*, 396-402.
- *Statement by Chairman Bernanke on Financial Literacy*. (2011, April 20). Retrieved from Board of Governors of the Federal Reserve System: <https://www.federalreserve.gov/newsevents/testimony/bernanke20110420a.htm>
- Subha, M., & Priya, P. S. (2014). The Emerging Role of Financial Literacy Financial Planning. *International Journal of Innovative Science, Engineering & Technology*, 400-408.
- Taft, M. K., Hosein, Z. Z., Mehrizi, S. M., & Roshan, A. (2013). The Relation between Financial Literacy, Financial Wellbeing, and Financial Concerns. *International Journal of Business and Management*, 63-75.
- (2020). *The UK Strategy for Financial Wellbeing (2020-2030)*. UK: Money and Pensions Service.
- (2020). *U.S. National Strategy for Financial Literacy 2020*. USA: U.S. Financial Literacy and Education Commission.
- Van Rooij, M., Lusardi, A., & Alessie, R. (2011). Financial literacy and stock market participation. *Journal of Financial Economics*, 449-472.



- Walstad, W. B., Rebeck, K., & Macdonald, R. A. (2010). The Effects of Financial Education on the Financial Knowledge of High School Students. *The Journal of Consumer Affairs*, 336-357.
- Wolla, S. (2017). Evaluating the Effectiveness of an Online Module for Increasing Financial Literacy. *Social Studies Research and Practice*, 154-167.



الهيئة العامة للرقابة المالية
FINANCIAL REGULATORY AUTHORITY

الاستراتيجية الوطنية للتوعية والثقافة
المالية غير المصرفية
2022 – 2026

نوفمبر 2021

10 YEARS+
ANNIVERSARY

80 YEARS+
SERVING THE ECONOMY
SINCE 1939

Building Bridges not Walls
نبني الجسور لا الحواجز

www.fra.gov.eg