

**Only available
in Arabic**



الاستراتيجية الوطنية
للتحسيس 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



Building Bridges not Walls
نبني الجسور لا الحواجز

الاستراتيجية الوطنية للتنوعية والثقافة
المالية غير المصرفية
2022 – 2026

نوفمبر 2021

جدول المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع
2	الملخص التنفيذي
9	أولاً: أهمية تبني استراتيجية وطنية للتوعية والثقافة المالية غير المصرفية
12	ثانياً: الإطار النظري والأدبيات
13	• مستوى الثقافة المالية بين الفئات
15	• الثقافة المالية والشمول المالي
18	• الثقافة المالية والحد من الفقر
20	• الثقافة المالية وسلوك الأفراد
24	• الثقافة المالية والتعليم المالي
25	ثالثاً : دور الأطراف ذات العلاقة
26	رابعاً: بعض التجارب الدولية في تبني استراتيجية وطنية للثقافة المالية
45	خامساً: قياس مستوى الثقافة المالية
48	سادساً: مقترن الاستراتيجية الوطنية المصرية والثقافة المالية غير المصرفية
57	سابعاً: الخلاصة وبعض مضامين السياسة Some Policy Implications Concluding Remarks and
60	المراجع

الملاخص التنفيذي

تعرف محو الأمية المالية على أنها "مزيج من الوعي والمعرفة المالية والمهارة والموافق والسلوك الفردي والضرورية 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 كل.

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

وفي إطار استراتيجية الهيئة الثانية 2022-2026، والتي تسعى لتحقيق الشمول المالي غير المصرفية 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.

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

وفيما يتعلق بالأفراد، فإن محو الأمية المالية لها العديد من الفوائد مثل زيادة المدخرات والتخطيط للتقاعد، وتقديرات أكثر واقعية للمعرفة المالية 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 و اختيار المنتجات المالية المناسبة بكل ثقة، و زيادة الوعي بحقوق المستهلك وإدراك أكبر لإجراءات التدخل التنظيمي أو الرقابي.

وتركتز فوائد محو الأمية المالية غير المصرفية للنظام المالي والاقتصاد في: (1) زيادة معدلات الادخار الوطني مما ينعكس إيجابياً على معدلات الاستثمار والتشغيل. (2) تفعيل درجة المنافسة والابتكار وتحسين وجودة المنتجات. (3) تحديد أدق للمخاطر وتغطيتها. (4) تحقيق مستويات أعلى من انصباط واستقرار الأسواق. (5) 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، و فهم أكبر للسياسات المالية الحكومية.

Financial Literacy Knowledge واتساقاً مع ذلك فقد جاء تدشين مجمع المعرفة والثقافة المالية **Hub (FLKH)** والذي دشنته هيئة الرقابة المالية في أغسطس الماضي كأحد الأدوات المهمة والرئيسية لتقديم خدمات أكثر جودة وفاعلية في صناعة ونشر المعرفة والثقافة المالية. يعني المجمع بتصميم استراتيجية قومية للتوعية والثقافة المالية غير المصرفية بهدف رفع الوعي والثقافة المالية للمواطن المصري مما يؤدي إلى تحسين إستقلاليته المالية، وتعزيز السلوك المالي المسؤول والقدرة على إصدار أحكام مستبررة واتخاذ قرارات فعالة في استخدام وإدارة الأموال.

يساعد إدراك المفاهيم المالية الناس على تعلم كيفية التصرف ضمن النظام المالي، لذا يلاحظ أن الأشخاص المثقفين 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 العشرة الماضية فقد تعدت تلك المبالغ التي تم النصب عليهم بها ووفقاً لبعض التقديرات أكثر من 35 مليار جنيه مدخلات تم توظيفها خارج المنظومة المالية والاستثمارية الرسمية وادت إلى فقد هؤلاء الضحايا لمواردهم وأصولهم ومدخلاتهم الرئيسية.

وقد أثبتت الدراسات أن الأشخاص الأقل تعليماً والحاصلين على بعض التعليم الابتدائي والذين يقل أعمارهم عن 30 عاماً هم أقل عرضة للاحتفاظ بمدخلات رسمية ولكن أكثر احتمالاً أن يحتفظوا بمدخلات غير رسمية، كما أنه من المرجح أن يحتفظ الأفراد في المناطق الريفية بمدخلات 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 البوابة الدولية للتعليم المالي 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 الإستقلال المالي للأفراد وتنمية أصولهم واستثماراتهم، وأن ارتفاع مستويات المعرفة المالية

لها تأثير واضح على الأفراد في اتخاذهم القرارات المالية السليمة وكفاءة وفعالية إدارتهم لأموالهم الخاصة وادخارها واستثمارها بطريقة أفضل وكذا زيادة صافي ثروة الأسرة. كما أوضحت أن زيادة الوعي بالأدوات المالية بصفة عامة وغير مصرفيه 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 الوطني، وزيادة رواد الأعمال.

في حين خلصت بعض الدراسات في دولة مثل إسبانيا، أن أقل من ثلث الشباب يمتلكون معرفة أساسية بمعدلات الفائدة والتضخم وتنويع المخاطر. إلا أنهم أكدوا على أن محو الأمية المالية يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالخصائص الاجتماعية والديموغرافية والتطور المالي للأسرة. فعلى وجه التحديد، وجدوا أن الأمية المالية ليست منتشرة على نطاق واسع فحسب، بل إنها حادة بشكل خاص بين مجموعات معينة مثل النساء، والسود، والأسبان، وذوي التحصيل العلمي المنخفض.

على صعيد آخر، أكدت الدراسات أن التعليم المالي يتحلل بمرور الوقت، لذا اقترحت الدراسات دوراً حقيقياً ولكن أضيق للتعليم المالي "في الوقت المناسب" المرتبط بسلوكيات معينة، وأوصوا 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، والسدادات، وما شابه. واقترحوا إعادة النظر في الجهود المبذولة في مجال التعليم المالي للأطفال والشباب وأنه يجب أن تكون هناك بعض الفرص الفورية لشن وتطبيق المعرفة وأشاروا 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 المثقلين بالديون في الاتحادات الائتمانية في المناطق المحرومة اجتماعياً، حيث أظهرت النتائج أن الأفراد 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 الإنترن特 و محلات قروض الشوارع، كما أنها تساهم بشكل إيجابي في زيادة صافي ثروة الأسرة.

وأكّدت الدراسات أن المستويات المنخفضة نسبياً لمحو الأمية المالية تؤدي إلى تفاقم مخاطر الأسواق المالية والاستهلاكية مع دخول الأدوات المالية المعقدة بشكل متزايد إلى السوق. وأشاروا إلى أنه على الرغم من أن منتجات الائتمان أصبحت متاحة بسهولة، فإن حوالي نصف البالغين فقط في البلدان الناشئة الكبرى الذين يستخدمون بطاقات الائتمان أو يقرضون من مؤسسة مالية على دراية مالية.

وافتّرضت 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 يفتقرن إلى المعرفة اللازمّة لاستخدام المهارات المالية بشكل فعال، فإن هذه الفرصة يمكن أن تؤدي بدلاً من ذلك إلى نتائج سلبية، مثل المديونية العالية.

لذلك أوصت الدراسات، صانعي السياسات بمعالجة التغرات في المعرفة المالية وحماية المستهلك، وشددوا على أهمية تصميم استراتيجيات وطنية لمحو الأمية المالية، كما دعوا إلى تعزيز التعليم المالي في المدارس 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 واتخاذه لقرارات مالية سليمة وتحقيقه للتوازن بين قدراته واحتياجاته المالية، مما سيكون له أكبر الأثر في حماية المواطنين من عمليات النصب والإحتيال المالي وسرقة مدخراتهم. بالإضافة إلى تحقيق استقلالية الأفراد المالية وزيادة قدرتهم على حفظ وإدارة وحماية أموالهم ومدخراتهم، وبما يساهم في تحسين معدلات الإدخار القومي بما يساهم في توليد محفزات الإستثمار وزيادة معدلات التشغيل وخفض البطالة.

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

إن المرحلة الأولى والمعنية بنشر الثقافة والتعليم المالي غير المصرفي سوف تركز على تعزيز الوعي المجتمعي بالمعلومات الأساسية حول الأسواق المالية غير المصرافية و الممارسات غير السليمة والضارة وكيفية الإختيار بين البديل الاستثمارية والادخارية والتمويلية المختلفة، وكذا التوعية بالمصادر الموثوقة للمعلومات المالية غير المصرافية. وسوف تستهدف الوصول ببرامجها التثقيفية إلى فئات الشباب بصفة خاصة طلاب الجامعات وطلاب الأزهر الشريف و مرتادي مراكز الشباب والرياضة، ثم تركز في عامها الثالث على استهداف الفئات الأخرى غير الطلاب الجامعيين من السيدات المنتفعات من برامج حياة كريمة وكذا أصحاب الأعمال الحرة والفلاحين.

ثم تأتي المرحلة الثانية والتي تعمل على التوعية بأهمية التخطيط المالي طويلاً الأجل وتمكين الأفراد من التخطيط لتقاعدهم، وتوضيح طبيعة ومخاطر وفوائد المنتجات المالية غير المصرافية المختلفة ودورها في تعزيز مستويات المرونة المالية والقدرة على التعامل مع الأزمات المالية المفاجئة. هذا وبالإضافة إلى تعزيز ثقافة الادخار والاستثمار وكذلك المساهمة في تمية 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 الموضوعة.

وتري الهيئة أن السبيل الوحيد لنجاح تنفيذ تلك الإستراتيجية، مرحلياً وفي إطار نسختها الأولى المعروض حالياً، هو تنفيذها من خلال إطار مؤسسي تشاركي فيه الجهات ذات الصلة في التنفيذ والمتابعة والتقييم من خلال اطلاق مبادرة رئاسية لنشر الثقافة المالية غير المصرفية، ومنها على سبيل المثال لا الحصر، وزارات 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، وزارة التجارة والصناعة، واتحاد المقاولين، اتحاد الغرف الصناعية، ومؤسسات المجتمع المدني.

وتتقسم هذه الاستراتيجية إلى أربعة 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 و أهميتها في تحقيق عدة مزاياً منها على مستوى الأفراد من خلال زيادة المدخرات والتخطيط الجيد للتقاعد وزيادة الكفاءة المالية للفرد وكذا زيادة وعيه بحقوقه كمتعامل في الأسواق المالية. وكانت زيادة معدلات الادخار الوطني وتحقيق مستويات أعلى من انصباط واستقرار الأسواق وتقديمها لمنتجات أكثر جودة وابتكار أهم المزايا التي ستعود على النظام المالي والاقتصادي. في حين عادت على المجتمع ككل بمزايا متعددة مثل توسيع قاعدة الشمول المالي وتحقيق فهم أكبر للسياسات المالية للحكومات.

ويتناول الجزء الثاني من الاستراتيجية الاطار 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.

في حين يتناول الجزء الثالث تجارب الدول المختلفة والتي تتنوع بين دول متقدمة وأخرى نامية تتشابه في ظروفها الاقتصادية والاجتماعية مع الظروف الاقتصادية والاجتماعية لمصر، وكذا التطرق لكيفية قياس مستويات الثقافة المالية وتوحيد أسس المقارنة بين مستويات الثقافة المالية بين الدول المختلفة وكيفية تقييم النتائج قبل تطبيق الاستراتيجية وبعدها.

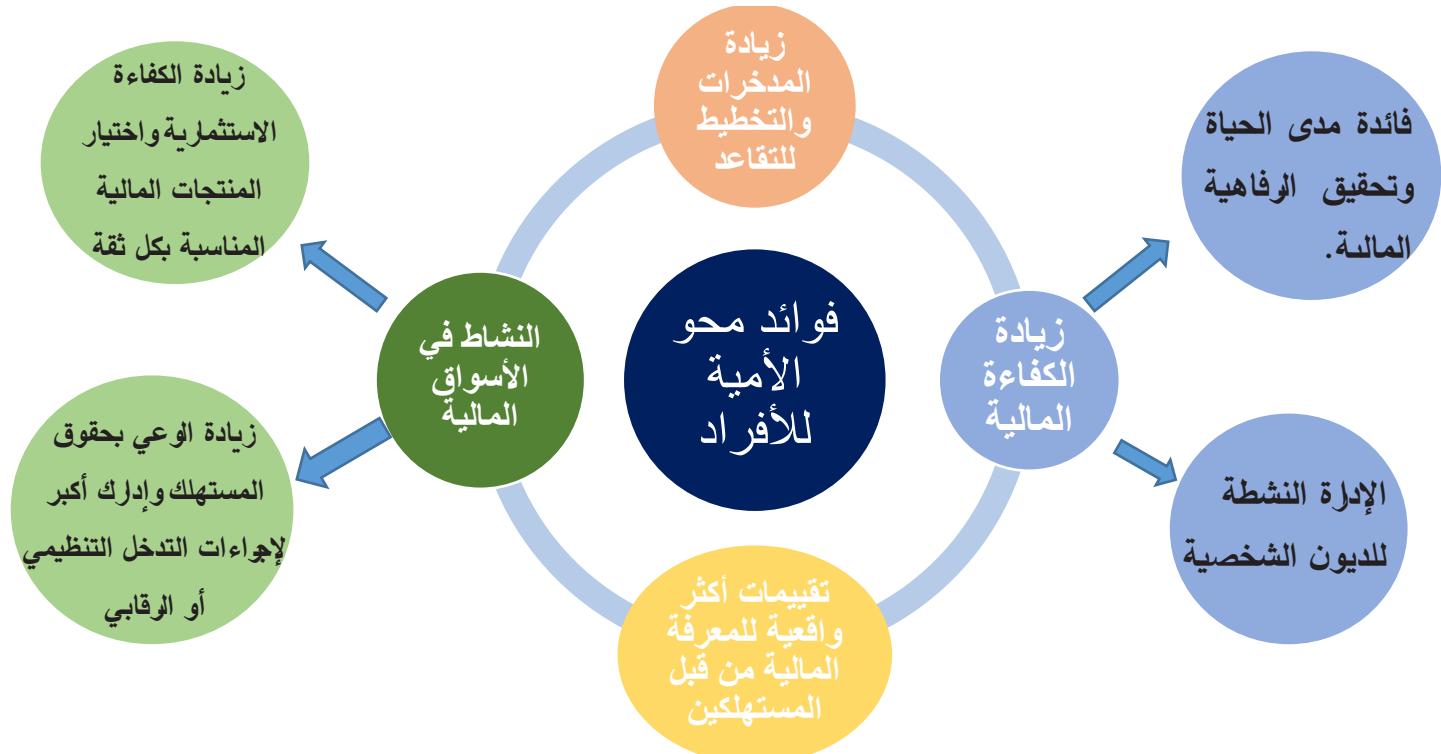
اما في الجزء الرابع والأخير، فيتناول الاستراتيجية الوطنية المصرية للثقافة المالية من حيث الأهداف الاستراتيجية والمتطلبات الأساسية لتحقيقها وكذلك الأدوات والبرامج والمبادرات والوسائل الالزمة لتنفيذها، كما تطرقنا إلى الجهات ذات الصلة والتي يقترح مشاركتها في تنفيذ الاستراتيجية وفقاً لمراحلها الثلاثة وهي التعليم المالي (2024-2022)، مروراً بالرشد المالي (2025-2026)، ثم اخيراً تحقيق الاستقلالية المالية (القياس وتقييم النتائج).

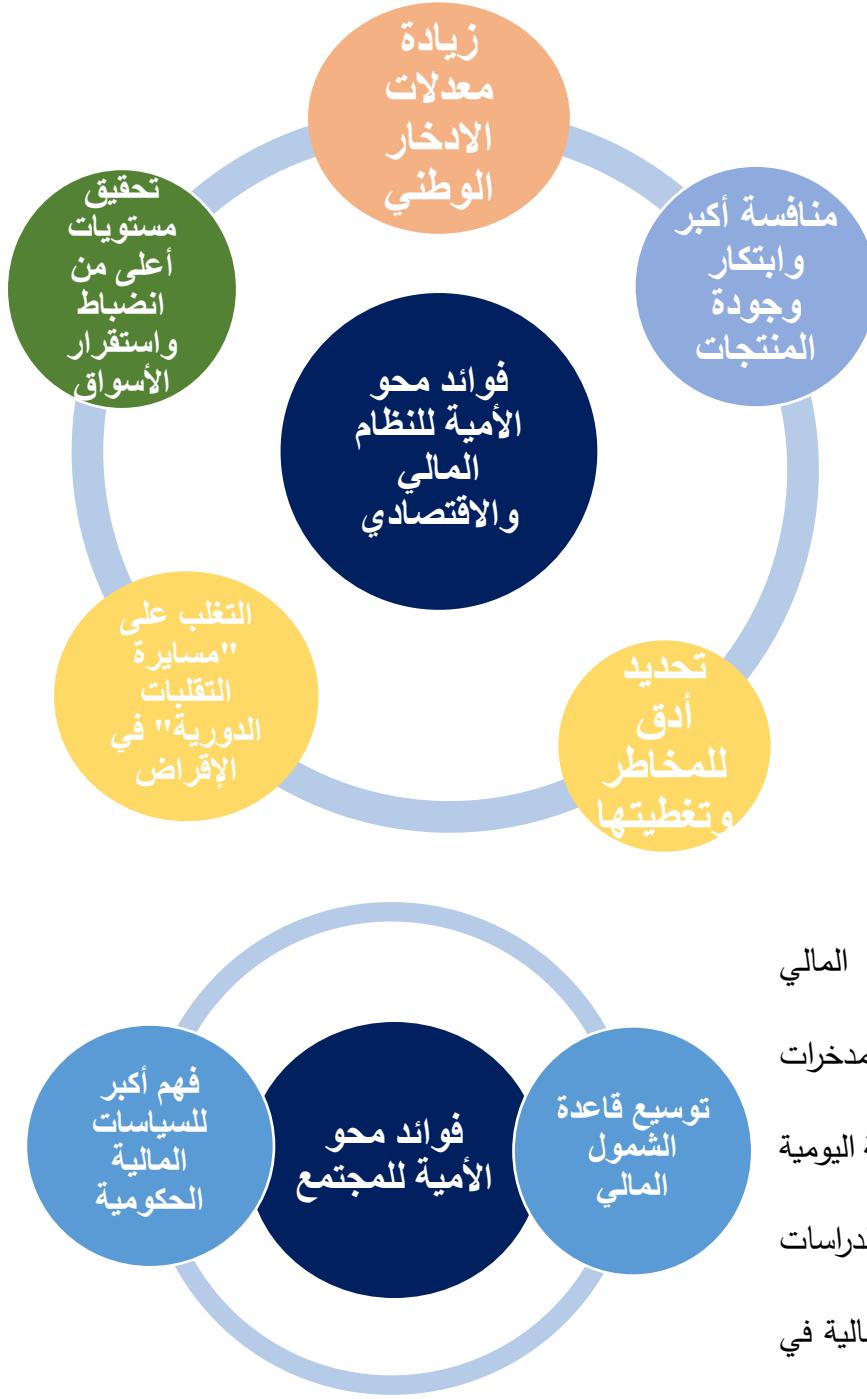
أولاً: أهمية تبني استراتيجية وطنية للتوعية والثقافة المالية غير المصرفية

تسعى الدولة المصرية، من خلال الهيئة العامة للرقابة المالية بصفتها الجهة الرقابية للأنشطة المالية غير المصرفية، إلى تعزيز الشمول المالي غير المصرفي في البلاد كأحد أهم الأعمال التنموية، حيث يدعم التثقيف المالي السعي وراء الشمول المالي غير المصرفي من خلال تمكين العملاء من اتخاذ خيارات/قرارات مستنيرة تؤدي إلى رفاهيتهم المالية.

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

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





إن التطورات المستمرة في القطاع المالي في معظم البلدان النامية، بما في ذلك أفريقيا، بسبب العديد من العوامل - ما في ذلك العولمة والشخصية والتنمية في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومبادرة السياسة العامة التي تستهدف الحد من الفقر من خلال تعزيز الوصول إلى التمويل - أدت إلى أن أصبحت المعرفة الأساسية

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 إهتماماً أكبر بوضع استراتيجيات وطنية لرفع مستويات الثقافة والتعليم المالي بصفة عامة. فقد أظهرت الدراسات أن العملاء المثقفين 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 يلعبه محو الأمية المالية في إدارة التمويل الشخصي سواء الأصول أو الالتزامات.

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 واعٍ 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 التعليم المالي غير المصرفي 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 المصرفية من خلال تشجيع استخدام المنتجات والخدمات التي تقدمها الأسواق المالية غير المصرفية لتحقيق الأهداف والغايات المالية.
- تحقيق مستويات أعلى من انضباط واستقرار الأسواق 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.
- 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 والسلوك الضروري لاتخاذ قرارات مالية سلية 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 أجمع العديد من الدراسات على أن بعض الفئات يجب أن تحل 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 سنًا 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 ومُيسري 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 المتطرفة. 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 والفقيرات 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 Klapper and Lusardi (2020) استخدم الباحثان استبيان الثقافة المالية العالمية لخدمات تصنيفات ستابندرد آند بورز (S&P Global FinLit Survey) لقياس المعرفة المالية باستخدام أسئلة تقييم المعرفة بأربعة مفاهيم أساسية في صنع القرار المالي: المعرفة بمعدلات الفائدة، ومضاعفة الفائدة، والتضخم، وتنويع المخاطر. ووجدوا 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. 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 متابعة بسهولة، فإن حوالي نصف البالغين فقط في البلدان الناشئة الكبرى الذين يستخدمون بطاقة الائتمان أو يقترضون من مؤسسة مالية على درجة مالية. واقترضوا أنه على الرغم من أن الأبحاث تشير إلى أن الشمول المالي يمكن أن يساعد في تحقيق نتائج إجمالية إيجابية، إلا أنه إذا كان الأفراد يفتقرن إلى المعرفة الضرورية لاستخدام المهارات المالية بشكل فعال، فإن هذه الفرصة يمكن أن تؤدي بدلاً من ذلك إلى نتائج سلبية، مثل ارتفاع مستويات المديونية.

وأوصى (Klapper and Lusardi 2020) صانعي السياسات الاقتصادية والاجتماعية بمعالجة الثغرات

في المعرفة المالية وحماية المستهلك، وأكدوا أهمية تصميم استراتيجيات وطنية لمحو الأمية المالية، كما دعا إلى تعزيز التعليم المالي في المدارس وأماكن العمل.

وفي دراسة Cameron et al. (2014) قدم الباحثون نتائج عن عينة من طلاب المدارس الثانوية في نيوزيلندا

فيما يتعلق بمحو الأمية المالية وأوضحاوا أن المعرفة المالية كانت الأدنى بين الطلاب الأكثر فقرًا، وأولئك الذين لديهم قدرة أقل في اللغة الإنجليزية، وأولئك الذين لديهم قدرات حسابية أقل. واقتصر 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 مرتبطة 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 تعليم محو الأمية المالية بدءًا 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 ضعفًا 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 إسبانيا، 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، والسود، والأسنان، وذوي التحصيل العلمي المنخفض. علاوة على ذلك، خلصت الدراسة إلى أن التحصيل العلمي والقدرة المعرفية محددان مهمان لمحو الأمية المالية، بالرغم من أنهم ليسا الوحيدين، كما أن المعرفة المالية بين الشباب تتأثر بشدة بالخلفية العائلية. وأكدت الدراسة على أنه لا ينبغي اعتبار المعرفة المالية أمراً مفروغاً منه، وأن الأمية المالية شديدة بشكل خاص بين مجموعات معينة مثل الأقليات والنساء.

وخلصت الدراسة إلى أن أقل من ثلث الشباب يمتلكون معرفة أساسية بمعدلات الفائدة والتضخم وتنوع 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 الأصول المالية.

الثقافة المالية و الشمول المالي

في دراسة (Morgan and Long 2020) قام الباحثان بتحليل آثار محو الأمية المالية على الشمول المالي وسلوك الأدخار، حيث تتكون برامج تعليم 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 الأعلى، 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 وجداً أن ارتفاع مستوى المعرفة المالية يرتبط بارتفاع احتمالية الاحتفاظ بمنتجات الأدخار 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 سنًا (الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و30 عاماً) هم أقل عرضة للاحتفاظ بمدخرات رسمية ولكن أكثر احتمالاً أن يحتفظوا بمدخرات غير رسمية، كما الدراسة أنه من المرجح أن يحتفظ الأفراد في المناطق الريفية بمدخرات بشكل غير رسمي أكثر من الأشخاص في المناطق الحضرية.

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

وفي دراسة لبحث تأثير اثنين من المحرّكات الرئيسيّة للشمول المالي: محو الأمية المالية ومستويات الدخل، استخدم (Adentunji & David-West 2019) بيانات استقصائية لأكثر من 22000 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 صناع 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 الأدب والآبحاث المتعلقة بالثقافة المالية، عرف (Refera et al. 2015) الشمول المالي أنه عملية توفير خدمة مالية ميسورة التكلفة ومناسبة للفقراء الذين لا تتوفر لهم خدمات مناسبة من أجل ضمان نمو اقتصادي شامل وتنمية شاملة للجميع. وأجمعت الدراسات أن مستوى الإلمام بالأمور المالية منخفض في البلدان المتقدمة والبلدان النامية على حد سواء، ولكن الاستجابة السياسية والأكاديمية في البلدان النامية عموماً وأفريقياً بصفة خاصة منخفضة المستوى.

وأظهرت نتائج الدراسات التجريبية التي نفذت لتقدير برامج التثقيف المالي، بما في ذلك تلك التي أجريت في عدد قليل من البلدان الأفريقية، أن تعزيز محو الأمية 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 محو الأمية المالية يفسر 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 محو الأمية المالية باعتبارها إحدى الركائز في مجال الشمول المالي.

وقام كل من (Biswas & 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 والخطيط المالي للأسرة لغرض جمع البيانات الأولية المتعلقة بحساب درجة محو الأمية المالية. وأظهرت نتائج الانحدار المتعدد أن المهنة والخلفية التعليمية

ودخل الأسرة تؤثر على المعرفة المالية. كما وجد الباحثان 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 المساهمة في تحسين السلوك المالي مثل تعزيز ضبط النفس، الحد من الاقتراض الغير مبرر، وتحسين التخطيط المالي وعادات الادخار، والذي من شأنه أن يساهم في رفع مستوى معيشة الأفراد وتمكنهم من الادخار وبالتالي التقليل من الفقر.

وفي دراسة (Subha & 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.

وأكَدَ الباحثان أنَّ 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 أنَّ تعزيز القدرة على إدارة الأموال يسهم في تراكم الثروة وبالتالي الحد من الفقر.

الثقافة المالية والاستقرار المالي

في دراسة (Shankar et al. 2014)، أشار الباحثون إلى أنَّ محو الأمية المالية يحسن الآلية التنظيمية للنظام المالي، لأنَّ 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) لدراسة العلاقة بين العوامل الاجتماعية والاقتصادية، ومحو الأمية المالية، ومهارات إدارة الأموال، والإنفاق الزائد، وسداد بطاقات الائتمان في ماليزيا، استخدم الباحثان طريقة أخذ العينات الملائمة، ووَجَدَا أنَّ أنماط سداد بطاقات الائتمان للأفراد تتأثر بمحو الأمية المالية والإدارة الجيدة للأموال أكثر من تأثيرها بسمات الشخصية. وأكَدَ الباحثان أنَّ النتائج التي توصلوا إليها تشير إلى أنَّ التدابير المتخذة لتعزيز المعرفة المالية ومهارات إدارة الأموال يمكن أن يكون لها تأثير إيجابي على عملية صنع القرار لدى حامل البطاقة. وخلصا إلى ضرورة إدخال التدخل المعرفي في برامج التثقيف المالي والتي ترفع الوعي حول تكاليف ومزايا بطاقات الائتمان بين المستخدمين الحاليين وحاملي البطاقات المحتملين الجدد، من أجل ردعهم عن المديونية المفرطة. كما أضافا أنَّ وحدات التعليم المالي لا ينبغي أن تركز فقط على المفاهيم المالية والاقتصادية، ولكن يجب أن تتضمن أيضًا مهارات إدارة الأموال الأساسية مثل إعداد الميزانية، والمراقبة المتركرة للبيانات المالية، وطرق تنظيم التمويل والتعامل النقدي.

وفي دراسة لفحص تأثير الثقافة الوطنية على مستويات محو الأمية المالية للبالغين في 12 دولة، استخدم (2020) Beckker et al. (2001، 1980) للتحقيق فيما إذا كانت درجة تجنب عدم اليقين والفردية يمكن أن تفسرا التباين في محو الأمية المالية للأفراد، والتي تم قياسها ببيانات مسح محو الأمية المالية "OECD INFE" الموحدة. وخلصت الدراسة إلى أن تجنب عدم اليقين يؤثر بشكل إيجابي على المعرفة المالية، بينما تؤثر الفردية سلبا، وأن الثقافة الوطنية تؤثر على محو الأمية المالية وأنه من المهم مراعاة الأبعاد الثقافية في أبحاث محو الأمية المالية الدولية.

وفي دراسة French and Mckillop (2016) اختبر الباحثان تأثير مهارات إدارة الأموال مقابل القدرة الحسابية على النتائج المالية باستخدام بيانات عن الأعضاء المتقلين بالديون في الاتحادات الائتمانية في المناطق المحرومة اجتماعياً. وو جداً 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 و محلات قروض الشوارع، وأنه من المحتمل أن يكونوا قد استخدمو عدداً أقل من المقرضين 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 & 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. ولم يجد الباحثان أي علاقة بين سمات الشخصية و اختيار الاستثمار، ولكن و جداً أن إدراك المخاطر

ومستوى المعرفة المالية يؤثران على تفضيلات الاستثمار للأفراد. ووجد الباحثان أن محو الأمية 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)، حل الباحثون نتائج استقصاء حول محو الأمية المالية وسلوك التخطيط المالي باستخدام استجابات المسح لثلاثة أسئلة قياسية لقياس محو الأمية المالية. ووجدوا أن المعرفة المالية تزداد مع زيادة مستوى التعليم وجراة المستثمر، وأنها أعلى بين الرجال عنها بين النساء، وأن محو الأمية المالية يرتبط بتحسين التخطيط المالي.

على صعيد آخر، أكد (Fernandes et al. 2014) أن التعليم المالي يتحلل بمرور الوقت وأن دور التثقيف 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 وجدها.

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، والسدادات، 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 تتحلل. بالإضافة إلى ذلك، أشاروا إلى أن الدافع للتعلم يتأثر بالاستخدام المتوقع للمعلومات. وافتراض 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 & Kaur (2014) لتقييم مستوى الوعي بالإلمام 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 تتنظمها السلطات إلى فئات المجتمع لتعزيز مشاركتهم في تنمية الاقتصاد واتخاذ قرارات مالية سليمة.

في دراسة لبحث العلاقة بين محو الأمية المالية والرفاهية المالية والمخاوف المالية باستخدام استبيان وتحليل الانحدار، وجد (Taft et al. 2013) أن العمر والتعليم يرتبطان ارتباطاً إيجابياً بمحو الأمية المالية 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) مسحًا لقياس الثقافة المالية وبحثوا علاقتها بالمشاركة في سوق الأوراق المالية. وجدوا 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 نيدي للأبحاث التي درست تأثير برامج التثقيف المالي على السلوك المالي للمستهلك. وخلص الباحثان إلى أن البرامج يجب أن تكون موجهة بشكل كبير نحو جمهور محدد ومحال 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 في تعليم محو الأمية المالية. وبمراجعة منهجية للأدب، افترضوا أن يهدف المعلمون إلى تطوير (TPD) 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 مواءمة المواد المالية مع حياة الطلاب اليومية، وأهمية التعليم المتمايز. علاوة على ذلك، افترض الباحثون أن جهود التطوير المهني للمعلمين والتدريب المالي مطلوبان لزيادة معرفة المعلمين (التربية) بالمحظى ولتحسين فعالية المعلم.

خلصت 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 عدّة مثل الإدماج المالي والخلفية الاجتماعية والاقتصادية.

وفي نطاق آخر، درس (2017) Wolla فعالية التعلم عبر الإنترن特 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 الإنترن特 يمكن أن تكون فعالة في زيادة المعرفة المالية.

وفي دراسة (2010) Walstad et al. حقق الباحثون في أثر برنامج التعليم المالي على معرفة طلاب المدارس الثانوية بالتمويل الشخصي. وأشارت المقارنة بين نتائج الاختبارين، قبل وبعد تطبيق 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، أثبتت 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 البرنامج المحدد جيداً والمنفذ بشكل صحيح في التعليم المالي يمكن أن يؤثر بشكل إيجابي وكبير على المعرفة المالية لطلاب المدارس الثانوية.

اشارت الاحصائيات 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 لمحو الأمية المالية تؤدي إلى تفاقم مخاطر الأسواق المالية والاستهلاكية مع دخول الأدوات المالية المعقدة بشكل متزايد إلى السوق. وأن المعرفة المالية تؤثر على اتخاذ القرارات المالية وأن أولئك الذين لديهم مستويات منخفضة من المعرفة المالية أقل احتمالية للاستثمار في الأسهم. قد أشارت الدراسات إلى أن برامج التوعية المالية تعزز الوعي بالشؤون المالية وإدارة الفواتير والميزانيات وستستهدف أولئك الذين يواجهون صعوبات مالية حيث يجب أن تستهدف البرامج جماهير محددة ذات الاحتياجات الملحة. كما أنها تعزز من نتائج الشمول المالي وغيرها من مبادرات الحد من الفقر.

وأوصت الدراسة بأن التعليم المستقبلي يجب أن يعلم المهارات الشخصية (مثل الميل إلى التخطيط، الثقة لأن يكون المستثمر استباقياً، والاستعداد لتحمل مخاطر الاستثمار) أكثر من معرفة المحتوى عن الفائدة المركبة والسنادات وما شابه ذلك.

ثالثاً : 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 (Refera et al. 2015) 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 التعميق 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.

رابعاً: 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 الأذكياء بتنويع المخاطر من خلال توزيع الأموال على عدة جهات ومشاريع استثمارية.

مستويات الأمية المالية حول العالم

يتراوح محو الأمية المالية على مستوى الدول من 71 في المائة مقابل 13 في المائة. ففي استبيان S&P ، تم تصنيف وتصميم أسئلة محو الأمية لتقيس المفاهيم الأساسية الأربع لاتخاذ القرارات Global FinLit

المالية الأساسية وهي الحساب، والفائدة المركبة، والتضخم، وتلويع المخاطر. وقد احتوت الأسئلة على خيارات

للاجابة على هذه المفاهيم.

ويعرف الشخص بأنه متعلم مالياً عندما يجب بشكل صحيح على ثلاثة على الأقل من المفاهيم المالية الأربع

المشار إليها. وبناءً على هذا التعريف، فإن 33 بالمائة من البالغين في جميع أنحاء العالم يعرفون القراءة

والكتابة مالياً. وهذا يعني أن حوالي 3.5 مليار بالغ على مستوى العالم ، معظمهم في الاقتصادات النامية ،

يفتقرون إلى فهم المفاهيم المالية الأساسية.

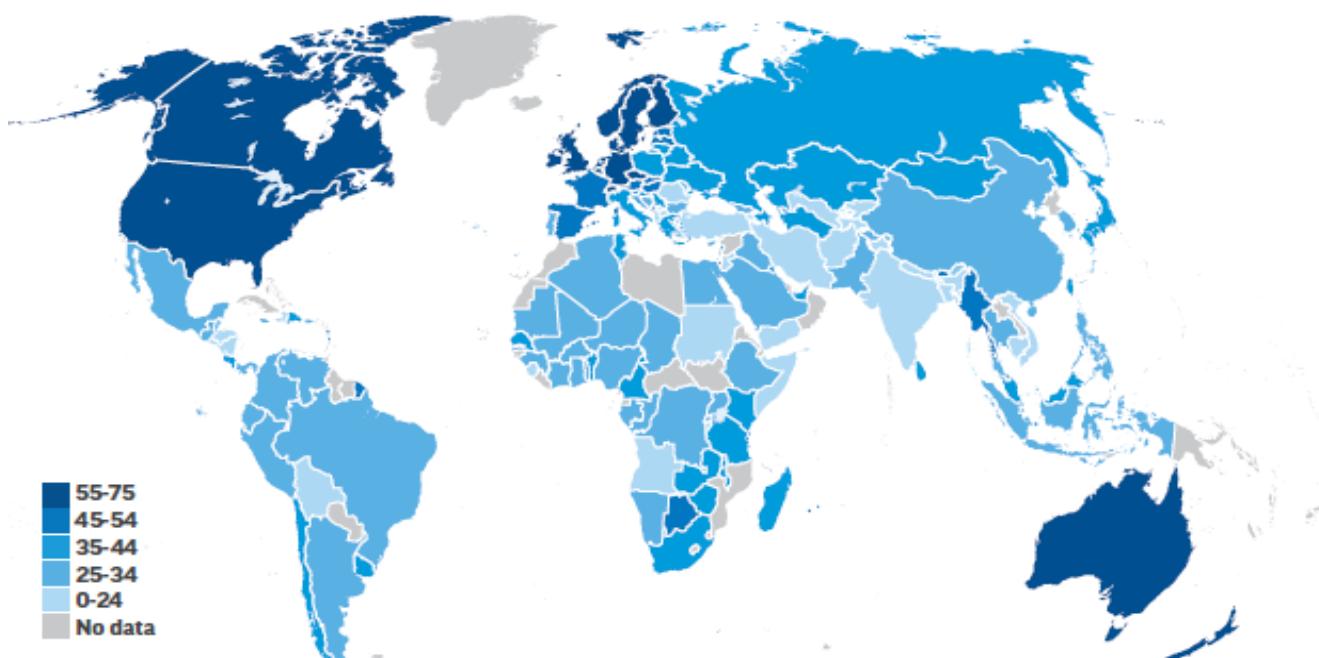
والشكل التالي يوضح مستويات الثقافة المالية حول العالم، التي تشير إلى أن مستوى الثقافة المالية في جمهورية

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 الاقتصاديات الكبيرة مثل الصين على سبيل المثال.

MAP 1: GLOBAL VARIATIONS IN FINANCIAL LITERACY

(% OF ADULTS WHO ARE FINANCIALLY LITERATE)



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

تبنى ماليزيا استراتيجية قومية للثقافة المالية والتي تسعى إلى تمكين الأفراد من إدارة وحماية الأموال، والتخفيط للتأكد على مستقبل مستدام، وحماية النفس من النصب والاحتيال المالي. ويشترك في تنفيذ تلك الاستراتيجية العديد من المؤسسات الهامة في الدولة.

الرؤية:

"تحقيق الرفاهية المالية تحت شعار تمكين الحرية المالية"

الأهداف:

تهدف الاستراتيجية القومية للثقافة المالية في ماليزيا إلى التنشئة على القيم المالية من الصغر، وزيادة معدلات الوصول إلى معلومات وأدوات وموارد الإدارة المالية. كما تهدف إلى غرس السلوك الإيجابي بين المجموعة المستهدفة، وترتكز على تحفيز الشباب للتخفيط المالي والتقاعد طويلاً، وتحفز على بناء الثروة والحفظ عليها.

الفئات المستهدفة:

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

خطة العمل:

تقوم خطة العمل على أساس قوية من دمج المفاهيم المالية في المناهج الدراسية للسنوات التمهيدية (حضانات) والسنوات الابتدائية والثانوية، وتجميع التعليم المالي من خلال أنشطة تعليمية مساعدة، وتطوير ودعم قدرات المعلمين، وتشجيع سفراء (دعاة) التعليم المالي من الطلبة والأباء وأفراد المجتمع.

آليات التنفيذ:

يقوم على تنفيذ الاستراتيجية العديد من المؤسسات والتي تشارك بالأنشطة التالية:

« وزارة التربية والتعليم الماليزي -دمج المفاهيم المالية في المناهج الدراسية

يتم تنفيذ دمج عنصر التعليم المالي في عدة مواضيع بشكل مباشر أو غير مباشر. ومن بين الموضوعات التي تدمج هذه المعرفة، بالتعليم المالي، المنهج القائم على المدارس الابتدائية (KSSR) ومستويات (KSSM) الرياضيات، واللغة الإنجليزية والتربية الأخلاقية. أما المنهج القائم على المعايير للمدارس الثانوية (KSSM) فيتألف من الاقتصاد، والأعمال التجارية، ومبادئ المحاسبة، والرياضيات. وتكامل هذه العناصر المنفذة من خلال مناهج المواد بما يتوافق مع موضوعات و مجالات التعلم.

Bank Negara Malaysia ↗

«Karnival Kewangan» هو مركز تعليمي ترفيهي شامل للارتقاء بوعي الجمهور بالمسائل المالية، وتعزيز حيو الأمية المالية بين الماليزيين وخدمة الاحتياجات المالية للمستهلكين. وهي شركة تعاونية بين القطاعين العام والخاص، وتهدف مبادرة الشراكة إلى توسيع نطاق وصول التعليم المالي على الصعيد الوطني.

:Train-the-Trainers (TTT) programmer or Government agencies ↗

برنامج تدريب المدربين (TTT) هو مبادرة لتدريب وتعزيز قدرة المستشارين في الجهات الحكومية على التصرف المالي السليم، كما يوفر البرنامج تدابير لتحقيق السلوك الحكيم للإدارة المالية بين مسئولي الحكومة.

Personal Financial Education module at E-Pembelajaran Sector :

Awam (EPSA®) on-line learning platform

هو منصة تعليمية عبر الإنترن特 تم إطلاقها حديثاً يتم من خلالها تقديم برامج تعليمية لجميع موظفي الخدمة المدنية في ماليزيا. وتنماشى هذه المبادرة مع مبادرة الحكومة لتعزيز استخدام التعلم عبر الإنترنرت لموظفي الخدمة المدنية من أجل التعلم المستمر وذلك خلال مدى عمر الموظف.

﴿ هيئة الأوراق المالية في ماليزيا ﴾

تع علامة Invest Smart ®: بمثابة 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.

﴿ موظفي صندوق الأدخار ﴾

Belanjawanku ميزانيتي:

هو دليل النفقات، يوفر الحد الأدنى التقديرى للمصروفات الشهرية على أنواع مختلفة من البضائع والخدمات لمختلف الأسر في ماليزيا.

○ مجلس التقاعد :Retirement Advisory Services (RAS)

تقديم RAS نصائح مالية شخصية خاصة عند التقاعد لأفراد الجمهور. ويهدف إلى رفع مستوى المعرفة المالية وتوجيه الماليين للخطيط لتقاعدهم وكذلك فهم الخيارات المتاحة التي يمكن أن تساعد في زيادة مدخراهم التقاعدية.

↳ : شركة التأمين على الودائع Perbadanan Insurans Deposit Malaysia (PIDM)

Public Engagement Programme (PEP)، هو برنامج توعية للتنفيذ والوعي المالي للجمهور في موقع مختلف، و PIDM awareness، و PIDM Briefings هي سلسلة من الجلسات التعرفيّة لمختلف الشرائح المستهدفة مثل الشباب والمتقاعدين والعاملين البالغين لتعزيز الوعي حول الأنظمة الخاصة بالحماية المالية للمستهلك بـ PIDM.

↳ وكالة الاستشارة وإدارة الائتمان Agensi Kaunseling dan Pengurusan Kredit (AKPK)

○ البرامج العامة في التعليم المالي :Financial Education Public Programs

توفر وكالة AKPK مجموعة من البرامج العامة طوال العام تستهدف مختلف الشرائح مثل الشباب والنساء ورجال الأعمال والمجموعات الأخرى ذات الصلة. وتم تصميم البرامج لتوفير مجموعة من المهارات والمعرفة التي تسمح اتخاذ قرارات مستنيرة وفعالة فيما يتعلق بالموارد المالية.

○ برامج رعاية الموظفين: تم تصميم برنامج الحل المالي المُصمم بناءً على التقييم الذي تم إجراؤه بين موظفي في بعض المنظمات لتحديد مشكلاتهم المالية التي تحتاج إلى معالجة من أجل تعزيز إنتاجية الموظفين في مكان العمل. يتم التعامل مع القضايا من خلال توفير برامج التنفيذ المالي والاستشارات وإدارة الديون.

Social Enterprise Literacy for Youth (SELFY) ↵

هي مؤسسة اجتماعية لمحو الأمية بين الشباب، حيث يتم إجراء برنامج SELFY سنويًا بين طلاب مؤسسات التعليم العالي، ويركز على توفير الخبرة التعليمية التي تترك لهم ارتباطات إيجابية بالمال والتغيير الاجتماعي. ويتم إعطاء الطلاب تعليمًا ماليًا وبعد ذلك يتم توفير أموال أولية لبدء مشروع، ويتمثل مفهوم SELFY في الكسب والإدارة والادخار والعطاء، وذلك من خلال الآليات التالية :

أسبوع الثقة للوحدة المالية Minggu Saham Amanah Malaysia (MSAM) : ○

يُعقد أسبوع الثقة للوحدة المالية (MSAM) سنويًا منذ عام 2000 بهدف تثقيف الجمهور حول الاستثمار في وحدة الثقة والمخاطر والعائد والتخطيط المالي. بالإضافة إلى ذلك، تهدف إلى توعية المستثمرين في أي مكان يتم فيه استثمار أموالهم بواسطة PNB.

Seminar Pelaburan 360 ندوة الاستثمار 360 : ○

يتم من خلال هذه المبادرة عقد ندوات يومية يعقدها مخطط مالي مؤهل من ASNB في موقع مختلفة لجميع شرائح المجتمع حول مفاهيم التخطيط المالي.

Kelab Pelaburan Bijak نادي الاستثمار الذكي: ○

يهدف نادي الاستثمار الذكي إلى رفع مستوى الثقافة المالية بين أطفال المدارس الثانوية، تم اختيار 155 مدرسة للانضمام إلى النادي.

PNB Investment Quiz، Kuiz Pelaburan PNB : ○

أقيمت مسابقة عام 2015، Permodalan Nasional Berhad (PNB) Investment Quiz 2015 وهي واحدة من أكبر شركات إدارة الصناديق في ماليزيا، وكانت المسابقة مفتوحة لجميع طلاب كلية الأعمال المالية، وهي مسابقة تتضمن فئات مختلفة تدور حول المفاهيم الأساسية المتعلقة بالاستثمار والتخطيط المالي والمخاطر والعائد.

الأطراف المشاركة:

يتشارك في تنفيذ الاستراتيجية العديد من المؤسسات الهامة في دولة ماليزيا وهي: وزارة التعليم، وبنك نياجرا ماليزيا، وهيئة الأوراق المالية بماليزيا، وبورصة ماليزيا، وصندوق حماية العاملين، و صندوق تأمين Agensi Perbadanan Insurance Deposit Malaysia (PIDM) ووكالة الاستشارة وإدارة الإنتمان Permodalan Nasional، وشركة إدارة الصناديق Kaunseling dan Pengurusan Kredit(APK) .Berhad (PNB)

المدة الزمنية:

تم تصميم الاستراتيجية لتنفيذ على أربع سنوات تبدأ من 2019 وتنتهي في 2023.

إندونيسيا

الرسالة:

تسعى الاستراتيجية الوطنية لمحو الأمية المالية الاندونيسية إلى خلق مجتمع إندونيسي يتمتع بمعرفة مالية عالية، بحيث يكون لديه القدرة والثقة لتحديد واستخدام المنتجات والخدمات المالية من أجل تحسين معيشتهم لتمكنهم من إدارة مواردهم المالية بشكل أفضل، وتحسين الوصول إلى المعلومات واستخدام المنتجات المالية والخدمات من خلال تطوير البنية التحتية الازمة لدعم محو الأمية المالية.

يعتمد منهج الاستراتيجية الوطنية لمحو الأمية المالية في المجتمع الإندونيسي على عدة مبادئ أهمها: الشمول، بحيث يجب أن تكون برامج محو الأمية المالية قادرة على شمول كافة مستويات وفئات المجتمع وسهل الوصول إليها. ويتمثل المبدأ الثاني في **المنهجية والقابلية للقياس**، ويركز هذا المبدأ على ضرورة أن تنفذ برامج محو الأمية المالية بطريقة منهجية، وتكون مفهومة وبسيطة ولها مؤشر لقياس متعدد نسبة التقدم ومصنف

من حيث الفقراء، وغير الفقراء، والنوع، والحالة الاجتماعية، والسن، والتعليم، والموقع، والوظيفة. أما المبدأ الثالث والأخير فهو التعاون، ويتضمن برامج محو الأمية المالية تعاوناً بين جميع أصحاب المصالح في كل من التخطيط والتنفيذ.

تم تنفيذ تلك الأهداف من خلال ثلاثة محاور رئيسية وهي : الحملة المالية الوطنية للتربية والتعليم، وتعزيز البنية التحتية لمحو الأمية المالية، وتطوير المنتجات والخدمات المالية.

مدة تنفيذ الاستراتيجية:

تم صياغة البرامج الاستراتيجية لكل من المحاور الثلاث ليتم تنفيذها خلال خمس سنوات.

الهند

الشعار :

إنشاء إدراك وتمكين مالي لدولة الهند

الأهداف الاستراتيجية:

تستهدف الاستراتيجية الوطنية للثقافة المالية بالهند إلى دمج مفاهيم محو الأمية المالية من خلال التعليم المالي، وتشجيع سلوك الادخار للأفراد، و تعزيز المشاركة في الأسواق المالية لتحقيق الأهداف المالية، بالإضافة إلى تطوير الانضباط الائتماني وتشجيع الاستفادة من الائتمان من المؤسسات المالية الرسمية حسب المنتطلبات. كما تركز الاستراتيجية على تحسين استخدام الخدمات المالية الرقمية بطريقة آمنة، وإدارة المخاطر في مختلف مراحل الحياة من خلال تغطية تأمينية مناسبة. وعملت الإستراتيجية على رفع قدرة الأفراد على التخطيط السليم للتقاعد من خلال خلق منتجات التقاعد المناسبة لهم، و أيضاً تعزيز معرفتهم بالحقوق والواجبات وسبل معالجة النظمات. كما عملت الاستراتيجية على تحسين طرق البحث وتقييم التعليم المالي، كأحد الأدوات الهامة لتقدير نتائج الإستراتيجية وتحديد مجالات التطوير، وتحقيق استدامة التطبيق.

الفئات المستهدفة:

عمدت الاستراتيجية إلى تقسيم الفئات المستهدفة حسب الفئات العمرية (أطفال، وطلاب، وشباب عاملين، وكبار السن)، وحسب التقسيم الجغرافي (القري، والمناطق الحضارية، والمدن)، ووفقاً للتقسيم الاقتصادي (المزارعين، والشركات المتوسطة والصغيرة ومتاهية الصغر، والحرفيين، ومجموعات مساعدة ذاتية).

خطة العمل:

ارتکزت خطة العمل على عدة محاور أهمها: (1) المحتوى، حيث يتم تقديم برامج توعية مالية بمحوى متنوع لطلاب والشباب والمرأة وكذلك للمتقاعدين. (2) رفع القدرات، حيث يتم تطوير قدرات مختلف الوسطاء الذين يمكن أن يشاركون في تقديم محو الأمية المالية، بالإضافة إلى تطوير "قواعد السلوك" لمقدمي خدمات التعليم المالي. (3) مشاركة المجتمع، وتنتمي في تطوير نهج يقوده المجتمع لنشر محو الأمية المالية بطريقة مستدامة. (4) التواصل، حيث تعتمد الاستراتيجية على استخدام التكنولوجيا وقنوات الإعلام وطرق الاتصال المبتكرة لنشر رسائل التثقيف المالي، والاستفادة من الأماكن العامة ذات الرؤية الأكبر (مثل مواقف الحافلات والسكك الحديدية محطات، إلخ) لنشر رسائل محو الأمية المالية بشكل هادف، وتحديد فترة محددة في السنة لنشر رسائل محو الأمية المالية على نطاق واسع ومركز. (5) التعاون، ويتم ذلك من خلال التعاون مع الجهات ذات الصلة مثل وزارة التعليم من خلال دمج محتوى التعليم المالي في المناهج المدرسية بمختلف الاختصاصات والدورات المهنية، بالإضافة إلى تجميع جهود أصحاب المصلحة الآخرين لمحو الأمية المالية.

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، وجهات لا تهدف للربح وذاتية الرقابة.

المدة الزمنية:

تمتد الفترة الزمنية لتنفيذ الاستراتيجية إلى 5 سنوات من 2020 إلى 2025.

الولايات المتحدة الأمريكية

لبناء القدرات المالية للشباب، تحدد الاستراتيجية الوطنية الأمريكية أهمية بناء الوظائف التنفيذية للشباب، والعادات المالية، والمعرفة المالية ومهارات اتخاذ القرار. كما تحدد الاستراتيجية الوطنية أيضاً الطرق التي يمكن للمعلمين والماليين قياس نتائجها بها.

الرسالة:

تهدف الاستراتيجية إلى محو الأمية المالية والتعليم بين الأمريكيين من خلال تقديم أفضل الممارسات القائمة على التعليم المالي.

النتائج المرجوة من الاستراتيجية:

تستهدف الاستراتيجية تحقيق مجموعة من الأهداف الرئيسية مثل: (1) بناء القدرات المالية والوظائف التنفيذية للشباب، (2) خلق العادات المالية السليمة للأفراد، (3) نشر المعرفة المالية، (4) إكتساب أفراد المجتمع لمهارات اتخاذ القرار المالي السليم، (5) تحديد الطرق التي يمكن بها قياس التوعية المالية.

الفئات المستهدفة:

تستهدف الاستراتيجية كافة الشعب وخاصة الفئات المهمشة تاريخياً.

خطة العمل:

تتطوّي خطّة العمل على إيجاد أفضل السبل لتحقيق الاستراتيجية من حيث التعرّف على الأفراد والعائلات المراد توعيّهم، وتقديم معلومات ملائمة وذات صلة وفي الوقت المناسب، وتحسين المهارات المالية الأساسية، وخلق

برامج توعية لتحفيز الأفراد، وسهولة اتخاذ قرارات مالية رشيدة ومتابعتها، ووضع معايير للمعلمين المحترفين، وتقديم الدعم المستمر، والتقييم من أجل قياس التنفيذ والتأثير.

وتشكل لجنة تنفيذية للاستراتيجية، وينبثق عنها خمس مجموعات عمل لكل منها اختصاصاتها، وتقود مبادرات محددة مثل : (1) بناء القدرات المالية الأساسية، (2) الادخار وخطط التقاعد وتعليم المستثمر، (3) الاستشارات الاسكانية، (4) التعليم العالي (ما بعد الثانوي)، (5) التعليم المالي للعسكريين.

الأطراف المشاركة:

1	Department of the Treasury (Treasury), Chair	13	Department of Agriculture (USDA)
2	Consumer Financial Protection Bureau (CFPB), Vice Chair	14	Department of the Interior (DOI)
3	Department of Agriculture (USDA)	15	Department of Labor (DOL)
4	Department of Education (ED)	16	Department of Veterans Affairs (VA)
5	Department of Defense (DoD)	17	Federal Trade Commission (FTC)
6	Department of Health and Human Services (HHS)	18	Federal Deposit Insurance Corporation (FDIC)
7	Small Business Administration (SBA)	19	Social Security Administration (SSA)
8	General Services Administration (GSA)	20	Office of Personnel Management (OPM)
9	Department of Housing and Urban Development (HUD)	21	Board of Governors of the Federal Reserve System (FRB)
10	Commodity Futures Trading Commission (CFTC)	22	National Credit Union Administration (NCUA)
11	Federal Emergency Management Agency (FEMA)	23	Office of the Comptroller of the Currency (OCC)
12	Securities and Exchange Commission (SEC)	24	White House Domestic Policy Council (DPC)

المدة الزمنية

لم تعتمد الاستراتيجية مدة زمنية محددة لأنها تعتبر استراتيجية ممتدة المدة وإنما يتم تحديث الاستراتيجية حسب المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، وقد سميت الاستراتيجية بـ"استراتيجية عام 2020 فقط".

المملكة المتحدة

الرؤية:

تحقيق الاستفادة من الأموال والتخطيط الجيد للمعاشات.

تحت شعار:

"خمسة تغييرات طموحة لمساعدة الشعب على الاستفادة من أموالهم ومعاشاتهم"

النتائج المرجوة من الاستراتيجية:

تستهدف الاستراتيجية توفير برنامج تعليم مالي عن أساسيات مالية توجه لنحو 2 مليون فرد من كل فئة من الفئات المختلفة مثل، الشباب والأطفال يحصلون على تعليم مالي أساسى (تحت مسمى أمة مدخنة)، والعاملين الكادحين يتحولون لمدخرين، والأفراد الحاصلين على قروض للمطلبات الأساسية، بالإضافة إلى تقديم المشورة الائتمانية أفضل من الأفراد المحتاجين للمشورة المالية، كما استهدفت رفع مهارات أكثر من 5 مليون فرد على التخطيط الأفضل للمستقبل.

الأهداف الاستراتيجية:

تسعى الاستراتيجية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الرئيسية مثل الحصول على تعليم مالي هادف، وتشجيع الادخار المنتظم، ورفع كفاءة إدارة الائتمان لدى الأفراد، وتسهيل وصول المشورة بشأن الديون، ورفع القدرات بشأن اتخاذ قرارات سلية للرفاهية المالية في المستقبل.

الفئات المستهدفة:

تستهدف الاستراتيجية الفئات التالية: العائلات (الأطفال، والشباب، والأب، والأم)، والعاملين، والمقرضين المستهلكين، والأشخاص الذين يحتاجون النصح لسداد الديون، والبالغين.

خطة العمل:

تنوعت الآليات التي انتهجتها خطة عمل الاستراتيجية ما بين: (1) التعاون، ويقصد به التعاون بين المالية وخدمات المعاشات للتعليم المالي، (2) إطلاق الحملات الخاصة، مثل حملة مصر وشهرى تعانى للأطفال وأسرهم، (3) تنفيذ برامج تعليمية، مثل تعليم الأسر، والمعلمين، (4) تقديم منتجات إدخارية للموظفين، مثل خلق اوعية ادخارية ذات عائد مرتفع تخصم من المرتبات..، (5) إطلاق مبادرات للتمويل العقاري بفوائد ميسرة، تيسير التمويل العقاري، (6) إطلاق نماذج تمويل جديدة، ويتمثل ذلك في وضع مجموعة من التوصيات لنموذج تمويل جديد وعناصر العمل به، (7) عمل دراسات واستقصاءات، مثل قياس مستوى الاحتياج للمشورة الائتمانية (احصائيات عرض وطلب على الائتمان)، (8) تشجيع التخطيط للتقاعد، من خلال زيادة حجم مدخلات الأفراد طولية الأجل.

مبادئ دعم الاستراتيجية:

ارتکرت الاستراتيجية على الأشخاص الذين تشير ظروفهم الحالية أنهم يعانون من ضرر مالي أو لديهم احتمال كبير بأن يتعرضوا لضرر مالي في المستقبل، حيث أن الأشخاص الذين يواجهون ظروفاً ضعيفة حالياً هم أولئك المعرضون بشكل خاص للضرر المالي لأنفسهم أو لأسرهم بسبب التأثر بحدث في الحياة وانخفاض في مستوى المهارات الالزمة لقدرة مالية جيدة.

وقد عنيت الاستراتيجية إلى التعامل مع المستهلكين في ظروف هشة والعمل على تحسين قدرتهم على إدارة الأموال والمعاشات التقاعدية وتقليل مخاطر الأضرار المالية. وعلى صعيد آخر فقد ضمنت الاستراتيجية أن جميع الخدمات متاحة للأشخاص ذوي الخصائص المحمية، بما في ذلك الأشخاص ذوي الإعاقة وحالات الصحة البدنية والعقلية طولية الأجل.

الأطراف المشاركة:

تشارك في تنفيذ الاستراتيجية المؤسسات العامة والخاصة، والقادة المتطوعون من القطاع المالي.

المدة الزمنية:

يتم تتنفيذ الاستراتيجية على فترة عشرة سنوات بدأت في 2020 وتنتهي في 2030.

كندا**الرؤية:**

بناء المرونة المالية في عالم رقمي للجميع.

الأهداف الاستراتيجية:

تستهدف الاستراتيجية في توجهها الأول على تحسين النظام البيئي للمستهلك من خلال تقليل الحاجز بتعزيز التواصل بشكل مبسط مفهوم، وبناء و توفير الاحتياجات المتنوعة، ودعم زيادة الوصول الرقمي ومحو الأمية الرقمية، وتحفيز العمل من خلال تعزيز الوصول إلى مساعدة مالية جديرة بالثقة وبأسعار معقولة، وتعزيز إجراءات حماية المستهلك.

وفي توجهها الثاني، فقد استهدفت الاستراتيجية تحسين مهارات وقدرات وسلوكيات الشعب الكندي من خلال تطوير مهارات التعمق في الأسواق المالية، وتعزيز تفه و معرفته في الأوقات المناسبة، ورفع كفاءة إدارته للنفقات والديون والمدخرات بشكل سليم.

الفئات المستهدفة:

تستهدف الاستراتيجية النساء، والسكان الأصليين، وكبار السن الكنديين، والوافدين الجدد إلى كندا، والأقليات اللغوية، والأشخاص ذوي الإعاقة أو التحديات المعرفية.

خطوة العمل:

ترتكز خطة عمل الاستراتيجية على مفهومين رئيسيين هما: البحث القائم على الدلائل، والتعاون المشترك. في أولهما تعمل الخطة على تحديد وفهم الفجوات المترتبة على استخدام هذا الأسلوب والاحتياجات والأطر

والنتائج السلوكية المبنية عليه، ومن ثم تستطيع اختبار وتقييم فعالية التداخل عبر الجمهور المتنوع، وذلك من أجل تحسين تجربة المستهلك ونتائجها بشكل متكرر. وفي ثانيهما تحت الاستراتيجية على زيادة استخدام المناهج القائمة على الأدلة والاتفاق الموحد على مفاهيم وأساليب ومعايير البحث، ومن ثم تقديم البرامج التوعوية أو توسيع نطاق استخدامها وتضخيم التأثير الناتج عنها من خلال مشاركة الأفكار والمصادر وأفضل ممارسات المتابعة في هذا الشأن.

الأطراف المشاركة:

ولتحقيق النتائج المرجوة من الاستراتيجية، فإن الأمر يتطلب تضافر جهود كافة الجهات ذات الصلة مثل، الخدمات المالية، والبنوك والاتحادات الائتمانية وشركات التأمين والمستشارون الماليون، و يقدمون خدمات استشارات الائتمان والديون، والجمعيات الصناعية والمهنية، ومشغلي شبكات بطاقات الدفع، ومكاتب الائتمان، ووكالة المستهلك المالي. والحكومات الاتحادية، والمقاطعة / الإقليمية، والبلدية، وحكومات السكان الأصليين، والمنظمون الفيدراليون والإقليميون، والمنظمات ذاتية التنظيم، وجهات البحث والأوساط الأكاديمية والمعلمون، والموظفوون، والمؤثرون الماليون وقادة الرأي.

المدة الزمنية:

بلغت مدة تنفيذ الاستراتيجية عاماً بegan في عام 2020 وسوف تنتهي في 2021

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 لتنقيف المستثمرين لتعزيز الشمول المالي لكل من المستثمرين الحاليين والمحتملين، والعمل على تطوير الأسواق المالية من خلال التعاون من قبل الحكومة مع المشاركين من القطاعين العام والخاص في صناعة التمويل والاستثمارات.

ويهدف مشروع القانون إلى تعزيز تثقيف المستثمرين، وحمايتهم، ومنع السكان من الاحتيال، بالإضافة إلى تمكين الشباب من فهم المبادئ الأساسية للتمويل والاستثمار أثناء رسمهم لمستقبلهم خلال 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 به، تبين أن أكثر من نصف (55%) البالغين الفلبينيين فقط يعرفون تأثير التضخم على أسعار السلع والخدمات، في حين أن ثلث المستجيبين فقط (33%) 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. وفي الوقت نفسه، تمتلك الأسر في دول الجيران مثل فيتنام وมาيلزيا بطاقات ائتمان بمعدلات تزيد عن 20%， لذا فليس من المستغرب أن يواجه العديد من الفلبينيين صعوبة في التعامل مع الأشياء التي تحدث يومياً في مكان آخر.

الموضوعات المقترن بها في مشروع القانون:

يتضمن مشروع القانون نشر مفاهيم أساسية مثل الادخار والاستثمار، وأساليب التخطيط المالي طويلاً الأجل، ومدى ملاءمة المنتجات المالية بالنسبة إلى ملف تعريف المخاطر والمكافأة، وفهم كيفية تحقيق منتجات الادخار والاستثمار للعوائد.

ويعرف مشروع القانون محو الأمية المالية على أنها القدرة على قراءة وفهم المعلومات المالية، في حين أنه يعرف النصيحة المالية على أنه يشير إلى فهم كيفية عمل المال في جوانب الحياة المختلفة مثل الادخار مقابل الإنفاق أو الضرائب أو الديون.

غانا

"الاستراتيجية الوطنية لمحو الأمية المالية وحماية المستهلك في قطاع التمويل الأصغر" 2009 - وزارة المالية
والتخطيط الاقتصادي".

الشعار:

"تعزيز القدرة المالية وحماية المستهلك في غانا"

أهداف الاستراتيجية:

تستهدف الاستراتيجية عدة أهداف رئيسية تتعلق من الشعار الذي اتخذه، وتتركز في خلق الوعي وتنقيف المستهلكين حول الوصول إلى الخدمات المالية، وبالتالي جعل المستهلكين يفهمون حقوقهم ومسؤولياتهم كعملاء للخدمات المالية، من خلال نماذج تطبيقية وتغيير المواقف المالية لترجمة المعرفة إلى سلوك.

الأطراف المشاركة:

يشترك في تنفيذ الاستراتيجية كل من البنك المركزي بغانا Bank of Ghana، ووزارة المالية الغانية MOFEP، وشبكة مؤسسات التمويل متاهي الصغر Ghamfin، والبنك الزراعي والإتحادات والجمعيات المنبثقة عنه apex development partners, وشركاء التنمية bodies and associations.

منهجية التنفيذ:

تنهج الاستراتيجية في تنفيذها عدد طرق منها عمل البحوث، والمقابلات واجتماعات مع أصحاب المصلحة، لتوضيح خطة العمل والجداول الزمنية لتنفيذ الاستراتيجية الوطنية، ووضع أليات المتابعة والتقييم.

الفئات المستهدفة:

تستهدف الاستراتيجية المستهلكين، ومقدمي خدمات التمويل الأصغر، وقادة الرأي.

الأنشطة الأساسية:

تعتمد خطة تنفيذ الاستراتيجية على إنجاز الأنشطة الأساسية التالية: (1) **التدريب**: يعني بتدريب موظفي مؤسسة التمويل الأصغر، (2) **تعليم المستهلك**: ويتضمن المواد التعليمية Road Shows وحملات دعائية براماج إذاعية، (3) **محو الأمية المالية في المدارس**: ويتضمن برنامج تجريبي وتطوير المواد التعليمية وتدريب المعلمين، (4) **حماية المستهلك**: حيث تم إنشاء مركز تقديم الشكاوى والقضايا المرتبطة بمحو الأمية المالية، (5) **منصة إلكترونية**: تم إنشاء منصة الكترونية تحت اسم "محو الأمية المالية في غانا"، ملكية مشتركة بين وزارة المالية وبنك غانا.

وفي سبيل رفع مستوى مهارات وقدرات وفهم المستهلك لكيفية إدارة الأموال، فقد إتبعت الاستراتيجية عدة وسائل لإيصال عروض الطريق (Road Shows) منها: (1) استخدام الدمى العاملة والموسيقى والملصقات ووسائل الإعلام والتقاعلات المختلفة، (2) دمج المسرحيات باللغة المحلية في الأسواق مع الرقص التصافي، وتوصيل الرسائل الرئيسية حول "الاقتراض المسؤول" في العروض المسرحية، (3) عقد جلسات الأسئلة والأجوبة بين مؤسسات التمويل الأصغر والمستهلكون، (4) وضع الرسائل الرئيسية على إعلانات الطرق، وتأثير عروض الطريق.

ولقد أدت تلك الوسائل إلى تحقيق نتائج إيجابية على مستوى تحسين المنتجات وخدمة العملاء المقدمة من مؤسسات التمويل الأصغر Nano-Finance، بالإضافة إلى تحسين مستويات المعرفة في إدارة النقد إلى زيادة كبيرة في عدد العملاء ومستوى الودائع، وكذلك زيادة ثقة العملاء في التعامل مع مؤسسات التمويل الأصغر.

وسوف تعمل الاستراتيجية مستقبلاً على تطوير البرامج الإذاعية المالية معرفة القراءة والكتابة، وإدخال محو الأمية المالية في المدارس الثانوية، وجعلها دراسة أساسية على الصعيد الوطني حول مستوى الثقافة المالية، بالإضافة إلى تنظيم أسبوع الثقافة المالية كل عام لطرح الأنشطة المالية والثقافية في جميع المناطق العشر.

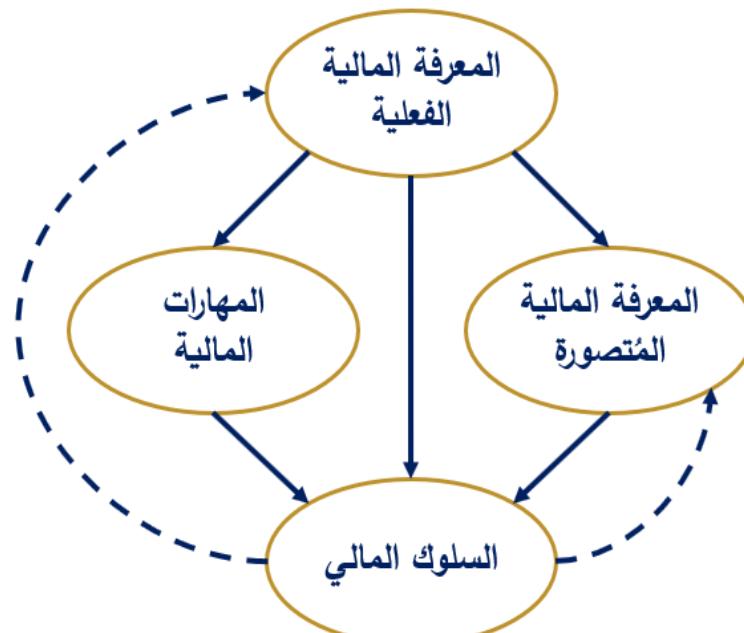
وقد خلصت تجارب الدول المعروضة إلى أهمية وجود استراتيجيات وطنية للثقافة والتعليم المالي سواء كانت تلك دول متقدمة أو نامية، وبصفة عامة فقد استهدفت معهظتها تحقيق عدة أهداف رئيسية تملأ في دمج مفاهيم حماية الأمية المالية من خلال التعليم المالي، وتشجيع سلوك الادخار للأفراد، و تعزيز المشاركة في الأسواق المالية 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.

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

خامساً: قياس مستوى الثقافة المالية

قامت العديد من الدراسات التي أعدت لقياس مستوى الثقافة المالية، سواء كانت مقارنة بين الدول أو في الدولة موضوع البحث، باستخدم 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 مستقرة. 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 تتعكس المعرفة المالية الفعلية في المعرفة المالية المتصورة وتقثر على المهارات المالية التي تعتمد على المعرفة. ويفترث الثلاثة دورهم (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.

النموذج المفاهيمي للثقافة المالية



المصدر: (Hung et al. 2009)

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 سؤال يحدد المستوى النسبي للمعرفة المالية التي اكتسبها الطالب. وقد تمحورت الأسئلة حول معرفة الطالب بالمفاهيم المتعلقة بالادخار والاقتراض، وأسعار الفائدة، وبعض مبادئ الاقتصاد مثل التسuir 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، لابد أن يحتوي على أسئلة لقياس ليس فقط المعرفة المالية الفعلية ولكن أيضاً السلوك المالي وردود الأفعال والمهارات المالية والمعرفة المالية المُتصورة. 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 وضعته 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 بين فئات الشعب. كما ييسر توحيد منهجية القياس المقارنة بين مستوى 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، رغم وجود بعض المعوقات، ضرورياً نظراً لأهمية وجود شخص على دراية بمحفوظ الاستبيان وطبيعة المجيبين عليه ليتمكن من التأكد من حقيقة الإجابات وأنه قد تم ملئ الاستبيان بمعرفة الأفراد المستهدفين بالفعل وليس من ينوب عنهم.

طالبت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OECD مستخدمي الاستبيان إبلاغها بنوایاهم قبل بدء العمل الميداني من أجل تيسير المقارنات الدولية.

ويقترح أن تتبع الاستراتيجية القومية للتوعية والثقافة المالية غير المصرفية في مصر نهج منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) في قياس مستوى الثقافة المالية غير المصرفية لتسهيل المقارنة بين الدول بعد القيام بالتعديلات المناسبة. ويتضمن الاستبيان مزيجاً من الأسئلة المتعلقة بردود الأفعال والمعرفة، 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 الديموغرافية للمشاركين من حيث السن والنوع ومستوى التعليم والمرحلة التعليمية والحالة الاجتماعية ونوع العمل والقطاع الذي يعمل به والدخل، وذلك لتسهيل تقسيم النتائج وتحليلها وتفسيرها.

وسيتم جمع البيانات عن طريق عينات تمثيلية إحصائياً لكل من فئات الشعب المختلفة حتى يتسعى 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 يتسعى 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 برنامج التحليل الإحصائي "حلول المنتجات والخدمات الإحصائية (SPSS)". وقد تم إرفاق الاستبيان المزمع استخدامه لقياس مستوى الثقافة المالية في ملحق الاستراتيجية.

سادساً: مقترن الاستراتيجية الوطنية المصرية والثقافة المالية غير المصرفية

الرؤية

تحسين القدرة المالية للشعب المصري.

الأهداف

تهدف الاستراتيجية الوطنية للثقافة المالية غير المصرفية إلى رفع مستوى المهارات والثقافة المالية للمجتمع المصري، وذلك من خلال التعريف والتدريب على الخدمات والمنتجات المالية غير المصرفية ومنها الاستثمار في الأسهم ووثائق التأمين، وكيفية الحصول التمويل المناسب سواء للحصول على وحدات سكنية أو للمشروعات الإنتاجية والخدمية، وكيفية إدارة المدخرات والدين والإقراض المسؤول، وكيفية إعداد الميزانيات الشخصية، والتخطيط الجيد للتقاعد، ومبادئ التنمية والتمويل المستدام، والتوعية بحقوق المستهلكين والمعاملين. كما تستهدف الاستراتيجية تعزيز السلوك المالي المسؤول للأفراد، من خلال تعزيز القدرة على إصدار أحكام مستقرة واتخاذ قرارات فعالة في استخدام وإدارة الأموال، مما يحقق استقرار وثبات الأسواق المالية ويقلل المخاطر الاستثمارية، ويحمي الأفراد من عمليات النصب المالي. وتهدف الاستراتيجية لتوسيع قاعدة الشمول المالي ورفع معدلات الادخار الوطني بما يؤدي إلى زيادة الاستثمار من أجل التشغيل، وتحقيق الرفاهية والاستقلال المالي للمجتمع المصري، كهدف رئيسي.

خطة العمل والسياسات المقترنة

تعتمد الاستراتيجية المقترنة على استخدام نهج وسياسات متعددة بهدف التمايز في طرق الوصول للفئات المستهدفة وكذلك في تصميم البرامج والوسائل المناسبة لكل فئة. وسوف تعني الاستراتيجية بثلاثة أبعاد في استهدافها للمجتمع كالتالي : (1) **مراحل العمر المختلفة**، وذلك بدءاً من الطفولة والشباب ثم قوى العمل ثم المديرين (المؤولين)، مع التركيز على الشباب تحت سن 40 عام باعتبارهم الفئة الأكثر أولوية في خطة عمل

الاستراتيجية، (2) **التوارد الجغرافي**، ويقصد بذلك استهداف المناطق الريفية، والمناطق الحضرية ذات الفئات الفقيرة أو المهمشة. (3) **القطاعات الإقتصادية**، حيث يتم التركيز على الاقتصاد غير الرسمي، وتوجيه المبادرات لقطاع الزراعة، وقطاع المشروعات الصغيرة والمتأهية الصغر وبصفة خاصة العماله غير المؤهلة أو غير الماهرة.

وسوف ترتكز خطة عمل الاستراتيجية على خمسة محاور رئيسية في التنفيذ وهي: (1) بناء محتوى ثري سهل الفهم يتاسب مع الفئات المستهدفة، (2) بناء قدرات المعلمين وخلق سفراء الثقافة المالية، (3) تعزيز مشاركة المجتمع في تحقيق تنفيذ وتحقيق أهداف الاستراتيجية، (4) بناء سياسات تواصل فعالة لرفع الوعي المجتمعي بمبادئ الاستثمار والاستقلالية المالية وزيادة القدرة على الوصول إلى المنتجات والخدمات المالية غير المصرفية (5) خلق شراكات وبناء إطار للتعاون بين مختلف الجهات ذات الصلة لضمان قيام كل جهة بدورها في إطار نشر الثقافة المالية.

الاستراتيجية الوطنية المصرية

للتقاليد المالية غير المصرفية

الرؤية الاستراتيجية

تحقيق القدرة والرفاهية المالية للمواطنين المصريين

الأهداف الاستراتيجية

تحسين استخدام الخدمات المالية الرقمية بطرق آمنة.	5	رفع الثقافة والمهارات المالية للمجتمع.	1
تعزيز استخدام إدارة المخاطر في مختلف مراحل الحياة من خلال تغطيات تأمينية مناسبة.	6	تشجيع سلوك الادخار عند الأفراد.	2
تعزيز المشاركة في الأسواق المالية لتحقيق الأهداف المالية.	7	تعزيز المشاركة في الأسواق المالية لتحقيق الأهداف المالية.	3
تطوير الانضباط الانتمائي للأفراد وتشجيع الاستفادة من الاتصال من المؤسسات المالية الرسمية حسب المتطلبات.	8	تطوير الانضباط الانتمائي للأفراد وتشجيع الحقوق والواجبات وسبل معالجة النظم.	4
تحسين طرق البحث وتقييم التعليم المالي، كأحد الأدوات الهامة لتقدير نتائج الإستراتيجية وتحديد مجالات التطوير، وتحقيق استدامة التطبيق والنتائج.	9		

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 وتفويم البنية التحتية للتقاليد المالية

- تطوير ودعم التعليم المالي غير المصرفى، و حملات التوعية الوطنية.
- توسيع وتسهيل الوصول للمعلومات المرتبطة بالثقافة المالية غير المصرفية.
- ضمان استدامة برامج الثقافة المالية غير المصرفية

1

استراتيجية للتعليم المالي

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

المديرين والمسؤولين

قوى العمل

الشباب

الأطفال

المراحل العمرية
للفئات المستهدفة

1

المناطق الأكثر فقرًا
بمناطق الحضري

المحافظات الأكثر
فقرًا وأميةً

الريف

المناطق الجغرافية والتركيز على
المجتمعات الأكثر عرضة للمخاطر

2

المستفيدين من
برامج حياة كريمة

قطاع المشروعات
الصغيرة والمتناهية الصغر

صغار
الفلاحين

القطاعات الاقتصادية مع التركيز
على القطاع غير الرسمي

3

التعاون مع كافة
الجهات ذات الصلة

التواصل
الفعال

المشاركة
المجتمعية

بناء
القدرات

المحتوى
الثري

الأطر والوسائل

مراحل الاستراتيجية

يقترح أن تتنفيذ الاستراتيجية على ثلاثة مراحل وفقاً للخطط والأهداف الموضوعة مع الأخذ في الاعتبار الأولويات والفئات الأكثر استهدافاً، حيث تبدأ الاستراتيجية بمرحلة التعليم المالي، مروراً بالرشد المالي، ثم تنتهي بمرحلة تحقيق الاستقلالية المالية 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 الإقراض 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 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

تطلب المرحلة التمهيدية لتنفيذ الاستراتيجية إجراء بحث مسحى لتقدير مستوى الثقافة المالية لدى فئات المجتمع وذلك وفقاً لتصميم الاستبيان ومعايير القياس الموضوعة من جانب منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OECD. ثم يتم تحديد أليات القياس والمتابعة، مع التأكيد على إجراء الدراسات والبحوث المسحية لتقدير النتائج نهاية الاستراتيجية. كما تطلب الاستراتيجية وضع إطار تنظيمي لدور الأطراف (وزارة/ جهة) ذات الصلة وتحديد المسؤوليات دور كل منها. كما تستلزم تلك المرحلة البدء مبكراً في تطوير نماذج للتعليم عن بعد وبرامج

المحاكاة من خلال تطوير محتوى للتعليم والثقافة المالية يتاسب مع متطلبات وخصائص كل فئة من الفئات المستهدفة.

خطة العمل - 6 سنوات من الثقافة المالية

يتم تقسيم مراحل تنفيذ الاستراتيجية إلى ثلاثة مراحل هي (1) المرحلة الأولى: التعليم المالي (2022-2024)، (2) المرحلة الثانية: الرشد المالي (2025-2026)، (3) المرحلة الثالثة: الاستقلالية المالية (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 بالمارسات المالية السليمة وكيفية الاختيار بين البديل المختلفة، وتحديد المصادر الموثوقة للمعلومات المالية، وكذا التوعية من الممارسات المالية الضارة.

محتويات الثقافة المالية

السلوكيات	المواقف	المهارات	المعرفة
• إدارة الأموال (إدارة الشؤون المالية اليومية).	• أسباب (أو عدم) الادخار، والاقتراض، والاستثمار، وما إلى ذلك.	• المهارات الحسابية	• المفاهيم المالية الرئيسية (التضخم، الفائدة المركبة، إلخ).
• التخطيط طويل الأجل (الاستعداد لحالات الطوارئ والتقاعد).	• المواقف من المستقبل الثقة في خطط التقاعد الخاصة.	• مهارات القراءة والكتابة	• الوعي بالمنتجات والخدمات المالية غير المصرفية.
• اتخاذ القرارات المالية (القدرة على اختيار المنتجات المالية المناسبة).	• الميل نحو الميزانية والادخار، والإقراض ... إلخ		• معرفة عملية (كيفية إجراء المدفوعات، وفتح حساب مصرفي، وما إلى ذلك).
• طلب المشورة المالية.			

الأدوات والبرامج

1. دمج محتوى التعليم المالي في المناهج الدراسية والأنشطة الدراسية الأخرى وإقامة ندوات، وحملات توعية، ومسابقات بالجامعات والمدارس ومراكز الشباب.
2. دورات تدريبية لأعضاء هيئات التدريس والمدرسين وتطوير مناهج لتشجيع المتطوعين وسفراء المجتمع ليصبحوا وكلاء لنشر الثقافة المالية لعرض قصص النجاح.
3. إنشاء موقع الكتروني للثقافة والتعليم المالي يشمل على كافة المواد التعليمية بصورة مبسطة من خلال فيديوهات تعليمية.
4. استخدام التكنولوجيا ووسائل الاتصال الجماعي لنشر رسائل التثقيف المالي بين أفراد المجتمع من خلال خلق تطبيقات على الموبايل.
5. تعزيز المعرفة حول الممارسات المالية الرقمية الآمنة.

الجمهور المستهدف

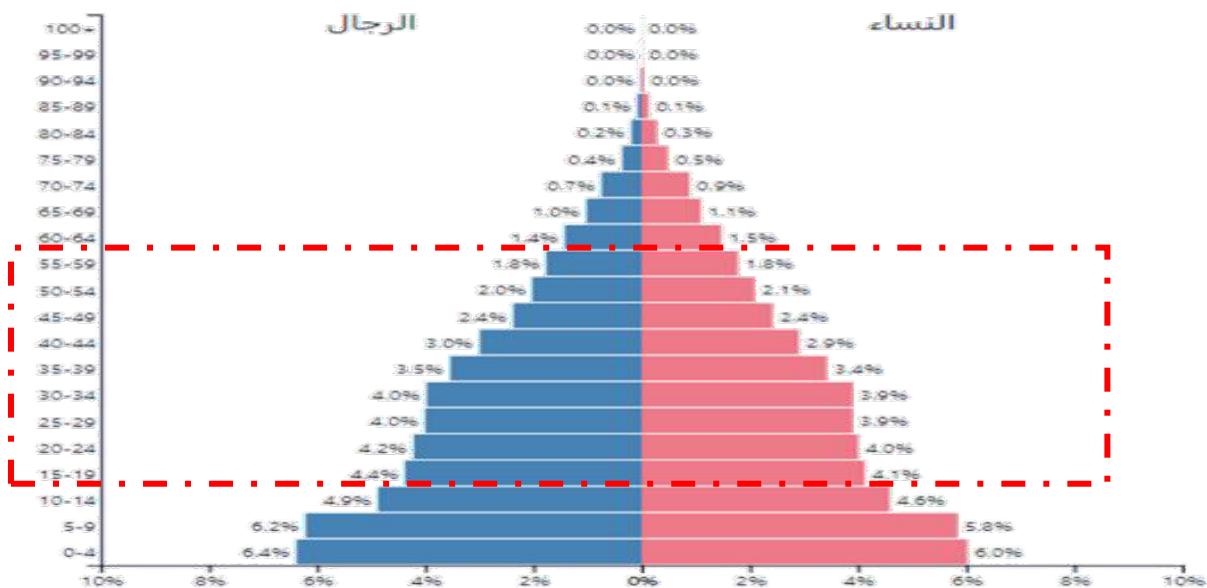
وفقاً لتقرير مؤسسة ستاندرد اند بورز حول مستويات الثقافة المالية حول العالم 2015 فإن 27% من البالغين بمصر لديهم ثقافة مالية، لذلك تستهدف الاستراتيجية الوطنية للثقافة المالية كافة فئات وأفراد المجتمع المصري، وإن كان في بدايتها ستبدأ برفع مستويات الثقافة والمعرفة المالية لدى فئة الشباب وبصفة خاصة طلاب الجامعات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

وتجدر بالذكر أن عدد السكان في مصر، ضمن الفئة العمرية من 15 حتى 59 سنة يبلغ حوالي 59.2 مليون نسمة، في حين يبلغ إجمالي عدد الطلاب المقيدين بالتعليم العالي حوالي 3 ملايين (51.3% ذكور، 48.7% إناث)، منهم 162096 طالب مقيد بالمعاهد الفنية فوق المتوسطة حكومية وخاصة (46.1% ذكور، 53.9% إناث). وعلى صعيد آخر فقد بلغت نسبة مساهمة الشباب (18-29 سنة) في قوة العمل 38.7% (ذكور، 37.1% إناث).

102,334,403

النفاذ السكاني

مصر
2020



النتائج المستهدفة

تستهدف المرحلة الأولى من الاستراتيجية تحقيق القدرة على استيعاب المعرفة والمهارات والقيم المالية الأساسية وتطبيقاتها عند اتخاذ القرارات المالية، وامتلاك الأفراد الوعي الكافي نحو عدم الانسياق وراء الإعلانات الوهمية وما يسمى إعلامياً بـ(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 لتعزيز السلوك المالي الإيجابي لتلك الشرائح. كما تعني الاستراتيجية في تلك المرحلة بتقديم برامج التثقيف المالي في مكان العمل لتعزيز المرونة المالية، مما سيكون له تأثير إيجابي على الإنتاجية و تزويد العاملين بأعمال حرة بالمعرفة المالية لتشجيع الاستدامة الذاتية والتجارية، وكذا توعيتهم بالادخار المالي

طويل المدى وتمكينهم من التخطيط السليم لتقاعدهم. كما ترکز هذه المرحلة في بعض جوانبها على توضیح طبيعة ومخاطر وفوائد المنتجات المالية غير المصرفية المختلفة.

الأدوات والبرامج

1. كتيبات حول سوق رأس المال والبورصة والتأمين والتمويل العقاري والتأجير التمويلي والتمويل الاستهلاكي والتمويل المتوسط والصغير ومتناهي الصغر.
2. تصميم ألعاب الكترونية للتعامل ببورصة الأوراق المالية ووثائق التأمين والتمويل العقاري والتأجير التمويلي والتمويل الاستهلاكي والتمويل المتوسط والصغير ومتناهي الصغر.
3. برامج محاكاة للبورصة وشركات التأمين والتمويل العقاري والأنشطة المالية غير المصرفية الأخرى.
4. حاضنات لريادة الأعمال وتوسيع التجربة وإدماج برامج Insuretech، Fintech، والتمويل المستدام، بالإضافة إلى برامج موجهة خصيصاً للفتيات.

الجمهور المستهدف

تستهدف تلك المرحلة جميع العاملين بالدولة، والمرأة، وال فلاحين والعمالة غير الماهرة أو الحرفة، والطلاب، والفنانات الأكثر فقراً، و العمالة الموسمية، وأصحاب الأعمال الحرة والمشروعات المتوسطة والصغيرة ومتناهية الصغر.

النتائج المستهدفة

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

❖ المرحلة الثالثة: الاستقلالية المالية (القياس وتقييم النتائج) عام 2026

“The process by which financial consumers/investors improve their understanding of financial products, concepts and risks and, through information, instruction and/or objective advice, develop the skills and confidence to become more aware of financial risks and opportunities, to make informed choices, to know where to go for help, and to take other effective actions to improve their financial well-being.”

(OECD, 2005).

في هذه المرحلة يتطلب الأمر إجراء بحث مسحى للوقوف على مستوى استيعاب البرامج والمناهج التي تعرض لها الجمهور خلال المرحلة الأولى والثانية وذلك من خلال استخدام أدوات قياس مستويات الثقافة المالية وتطبيق معايير التقييم الموضوعة من خلال منهجية منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) وذلك لتبيان ما إذا كانت الاستراتيجية تطلب تعديلها أو استكمالها والبناء عليها لمدة أخرى، ولمتابعة عدد ونوعية المبادرات التي أطلقها الشباب ومتابعة قصص النجاح، ولبيان مدى نجاح الاستراتيجية في رفع مستويات الثقافة المالية لدى فئة الشباب والفئات المستهدفة، وأخيراً الوقوف على التحديات التي واجهت تنفيذ الاستراتيجية، والدروس المستفادة منها.

الجهات المشاركة في التنفيذ

تقترح الإستراتيجية مشاركة كافة الجهات ذات الصلة ونخص منها وزارة التعليم العالي والبحث العلمي (المجلس الأعلى للجامعات) ووزارة الشباب والرياضة ووزارة التربية والتعليم ومؤسسة الأزهر الشريف (جامعة الأزهر والمعاهد الأزهرية) ووزارة المالية والبنك المركزي ووزارة التضامن الاجتماعي (المجلس الوطني للتدريب والتعليم) وكلية الفنون الجميلة جامعة حلوان.

سابعاً: الخلاصة وبعض مضامين السياسة 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 وتنقيفهم مالياً، وفاعلية برامج التعليم والتوعية ونشر الثقافة المالية في تغيير سلوك الأفراد وتعزيز اتخاذهم لقرارات مالية مستقرة. (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 لابد وأن تكامل بجهود نحو زيادة التوعية والثقافة المالية، وأن معرفة الأفراد بالمنتجات والخدمات المالية المناسبة لهم تسهل وصول تلك الخدمات (Adentunji & David-West, 2019; Morgan & Long, 2020; Refera, Dhaliwal, & Kaur, 2016; Shankari, Navarathinam, & Suganya, 2014)

كما أجمعت 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 الدراسات وجوب تطوير 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 مختلف فئات الشعب ويشترك في تنفيذها العديد من المؤسسات الهامة في تلك الدول.

ولما كان الهدف الأول للهيئة العامة للرقابة المالية هو حماية الأفراد والمعاملين في الأسواق المالية ومستخدمي الخدمات المالية غير المصرفية، ولما كانت الهيئة دائماً داعمة لجهود الدولة، وتماشياً مع رؤية الدولة المصرية 2030، كان لزاماً عليها أن تقوم بمبادرات نحو نشر الوعي والثقافة المالية، الذي يدعم بدوره جهود الدولة للشمول المالي. وقد تمثل اهتمام الهيئة الشديد بالتوعية المالية في إنشاء **مجمع المعرفة للثقافة المالية Financial Literacy Knowledge Hub (FLKH)** للتوعية والثقافة المالية غير المصرفية" إيماناً منه بدوره في تعزيز الثقافة المالية ونشر الوعي المالي بين الأفراد في المجتمع المصري.

وقد تم تصميم الاستراتيجية بهدف رفع مستوى الثقافة المالية غير المصرفية للمجتمع المصري والتي تتكون من ثلاثة مراحل هي التعليم المالي، والرشد المالي، والاستقلالية المالية. وتستهدف الاستراتيجية جميع فئات الشعب المصري والمقسمة إلى: طلاب المدارس الثانوية بأنواعها، وطلاب الجامعات والمعاهد، ومرتادي النادي الرياضية ومراكز الشباب، والفتيات، والمرأة المعيلة، والمجندين، وجميع العاملين بالدولة، والمرأة، وال فلاحين 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 تضافر الجهد ودعم ومشاركة أجهزة ومؤسسات الدولة في تنفيذها. ويأتي ذلك في إطار رفع كفاءة العمالة وتحسين تنافسية الخريجين وجذب الشرائح المحرومة إلى أسواق المال وتمكينهم من الوصول إلى الخدمات المالية غير المصرفية الملائمة لاحتياجاتهم. علاوة على ذلك، يؤدي تناجم العمل بين المؤسسات إلى تكامل الجهد المبذولة والكفاءة والفاعلية في الوصول إلى الغايات المنشودة من رفع مستوى معيشة الأفراد وتحسين 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 للأسوق المحلية ودفع عجلة التنمية ودعم الاستقرار المالي وانتعاش الاقتصاد المصري، تناهياً مع رؤية الدولة "مصر 2030".

References

المراجع

- 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.
- Fernandes, D., Jr., J. G., & Netemeyer, R. G. (2014). Financial Literacy and Downstream Financial Behaviors. *Management Science*, 1861–1883.
- French, D., & McKillop, D. (2016). Financial Literacy and Over-Indebtedness in Low-Income Households. *International Review of Financial Analysis*.
- Gupta, K., & Kaur, J. (2014). Study of Financial Literacy among Micro Entrepreneurs in District Kangra. *International Journal of Research in Business Management*, 63–70.
- 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.
- 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.
- Lusardi, A., Mitchell, O. S., & Curto, V. (2010). Financial Literacy among the Young. *The Journal of Consumer Affairs*, 358–380.
- Morgan, P. J., & Long, T. Q. (2020). Financial literacy, financial inclusion, and savings behavior in Laos. *Journal of Asian Economics*, 1–20.
- OECD. (2011). Measuring Financial Literacy: Questionnaire and Guidance Notes for Conducting an Internationally Comparable Survey of Survey of Financial Literacy. *International Network on Financial Education* (pp. 1–31). OECD.
- 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.
- 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>



Building Bridges not Walls
نبني الجسور لا الحواجز



الهيئة العامة للرقابة المالية
FINANCIAL REGULATORY AUTHORITY

الاستراتيجية الوطنية للتوعية والثقافة
المالية غير المصرفيّة

2022 – 2026

نوفمبر 2021



Building Bridges not Walls
نبني الجسور لا الحواجز