

دور الثقافة المالية في تحقيق التمكين الاقتصادي للخدمات المالية

د/مروة فتحي السيد البغدادي

مدرس الاقتصاد والمالية العامة بالمعهد المصري

لأكاديمية الإسكندرية للإدارة والمحاسبة

مقدمة عامة

تزايد اهتمام صناع القرار الاقتصادي في معظم دول العالم بمفهوم التمكين الاقتصادي والتثقيف المالي. مع التطورات الاقتصادية، وتسارع التقلبات في الأسواق المالية وتنوع المنتجات والخدمات المالية، ولم تكتسب هذه المفاهيم أهمية كبيرة إلا في أعقاب الأزمة المالية العالمية عام ٢٠٠٨؛ لذلك بدأت العديد من المنظمات كمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية التابعة لها، والبنك الدولي، والشبكة الدولية للتعليم المالي جنباً إلى جنب مع المنظمات والمنظمة الدولية لمالية الأطفال والشباب الوطنية الأخرى بالبحث عن تعريفات لهذه المفاهيم وأهميتها على مستوى الأفراد، وكذلك مستوى الاقتصاد القومي للوصول إلى مجتمعات مثقفة ومدمجة ماليًا.

ويجدر القول بأن هناك حاجة للثقافة المالية في كل من الدول المتقدمة والدول النامية على حد سواء، خاصة في ظل ازدياد عدد المنتجات المالية وتعقيدها. وبالتالي يجب التعامل مع التمكين الاقتصادي والثقافة المالية باعتبارهما دعامتين متوازيتين، ففي حين يحفز الثقافة المالية جانب الطلب عن طريق الإسمهم في رفع الوعي المالي للأفراد، ومن ثم زيادة الطلب على الخدمات والمنتجات التي تتناسب مع احتياجاتهم، يقوم التمكين الاقتصادي على العمل على جانب العرض عن طريق توفير الخدمات والمنتجات المالية التي تتوافق مع الطلب المتزايد.

أهمية البحث:

يستمد هذا البحث فكرته من الدور الحيوي الذي تلعبه الثقافة المالية كمحفز للتمكين المالي وبالتالي النمو الاقتصادي والاستقرار المالي. كما تأتي أهمية

البحث من ضرورة وجود إطار موحد لجهود المنظمات المختلفة في مجال الثقافة المالية علي مستوى الدولة.

هدف البحث :

يستهدف هذا البحث الإجابة علي الإشكالية مدى أهمية دور الثقافة المالية في تحقيق التمكين الاقتصادي، وذلك من خلال توضيح طبيعة العلاقة بين الثقافة المالية والتمكين الاقتصادي داخل المجتمعات.

خطة البحث:

المبحث الأول: ماهية الثقافة المالية وآليات تطبيقها .

المبحث الثاني: العلاقة بين الثقافة المالية والتمكين الاقتصادي .

المبحث الثالث : آليات تعزيز و دمج الثقافة المالية في استراتيجيات التمكين الاقتصادي .

المبحث الأول

ماهية الثقافة المالية والمفاهيم المرتبطة بها

تمهيد:

تسعى غالبية دول العالم إلى رفع مستوى الثقافة المالية لدى الشعوب ، لما لذلك من اثر كبير في تفعيل التمكين المالي بالخدمات المصرفية لدى الهيئات الخدمية في الدولة لضمان حسن استخدامها والاستفادة منها بشكل فعال، لذا نحاول في هذا المبحث توضيح ما يلي :

المطلب الأول : ماهية الثقافة المالية « المفهوم-الأهمية-الأهداف » .

المطلب الثاني : قياس الثقافة المالية للأفراد .

المطلب الثالث : آليات رفع مستويات التوعية والثقافة المالية .

المطلب الأول

ماهية الثقافة المالية « المفهوم-الأهمية-الأهداف »

تعريف الثقافة المالية :

تُعرّف الثقافة المالية بأنها الإلمام بالمفاهيم والمبادئ المالية الرئيسية وبالتالي القدرة على استخدام المهارات والمعرفة والمواقف والسلوك بهدف إدارة الموارد المالية بفعالية واتخاذ القرارات المالية السليمة، بَغية تحقيق الأمن المالي والرفاهية المالية. كما تُشير إلى تطوير مستمر للمعرفة والكفاءة المالية التي تُمكن الأفراد من الاستجابة لكافة المتغيرات الشخصية والاقتصادية. والثقافة أو المعرفة المالية هي عنصر مهم وأساسي من عناصر التطور والاستقرار الاقتصادي والمالي. في المقابل، تظهر الأمية المالية من خلال مؤشرات عدم الاستقرار المالي، مثل الديون المتراكمة، والمدخرات غير الكافية، وعدم التخطيط مالياً للمستقبل، والاستثمارات غير المدروسة.⁽¹⁾

وعرّفت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية الثقافة المالية بأنها « العملية التي يقوم من خلالها المستهلكون والمستثمرون الماليون بتحسين إدراكهم للمنتجات المالية

(1) J. Kozup, & J. M. Hogarth: «Financial Literacy Public Policy and Consumer's Self-Protection – More Questions, Fewer Answers». Journal of Consumer Affairs, 42(2) 2008 .

والمفاهيم والمخاطر المالية ، وذلك من خلال المعلومات والإرشادات، وتطوير المهارات والثقة ليصبحوا أكثر وعياً بالمخاطر والفرص المالية واتخاذ قرارات مدروسة لتحسين أوضاعهم المالية.»

وعليه فإن الثقافة المالية هي مزيج من الوعي والمعرفة والمهارات والمواقف والقيم والسلوك الضروري لاتخاذ قرارات مالية سليمة ، وذلك لتحقيق الرفاهية المالية للأفراد. ويُعد التعليم المالي هو العملية التي يتم من خلالها توفير المواد اللازمة للأفراد للوصول إلى الثقافة أو المعرفة المالية، أي أن الثقافة المالية هي نتيجة تابعة لعملية التعليم المالي. وقد تعاضمت أهمية الثقافة المالية بعد الأزمة المالية العالمية عام ٢٠٠٨ ؛ حيث أظهرت هذه الأزمة عواقب عدم وجود ثقافة مالية لدى غالبية المتعاملين مع المصارف والمؤسسات المالية، الأمر الذي دفع الكثير من الحكومات والمصارف المركزية حول العالم إلى وضع استراتيجيات قومية للثقافة المالية.

أهمية الثقافة المالية:

في أعقاب الأزمة المالية العالمية اكتسبت الثقافة المالية مكانة بارزة في جداول أعمال الحكومات والهيئات الدولية ، وأصبح شرطاً أساسياً لتحقيق الاستقرار المالي. وتعكس ثلاثة مبادئ رئيسية أقرها قادة مجموعة العشرين وهي الأدمج المالي المبتكر (٢٠١٠) ، والحماية المالية للمستهلك (٢٠١١) ، والاستراتيجيات الوطنية للتعليم المالي (٢٠١٢) الأهمية المتزايدة لمسألة التوعية المالية والشمول المالي حول العالم.

وفي عام ٢٠١٦ ، قامت الشراكة العالمية من أجل الشمول المالي المنبثقة عن مجموعة العشرين بإصدار مبادئ عليا جديدة من أجل تعزيز الإدماج المالي الرقمي ؛ حيث يمكن للتكنولوجيات الرقمية أن تساعد على الوصول إلى المزيد من الناس بتكاليف أقل - بما في ذلك أولئك الذين يعيشون في المناطق الريفية والنائية . وفي هذا السياق أكد الأمين العام لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية أن الثقافة المالية هي من مهارات الحياة الأساسية . ويمكن أن تحدث فرقاً حاسماً في حياة الناس وفي فرصهم ونجاحاتهم ، وهي حجر الأساس للرفاهية ، وريادة الأعمال ، والحراك الاجتماعي ، والنمو الشامل.

وفي وقت أصبحت فيه المنتجات المالية المعقدة متاحة وبسهولة لقطاع عريض من الأفراد ، باتت الثقافة أو المعرفة المالية مسألة ضرورية لاتخاذ القرارات المالية السليمة

. وللجهد المالي كلفة عالية ، ففي الوقت الذي تسعى فيه الحكومات إلى تسهيل فرص الحصول على الخدمات المالية وتعزيز الشمول المالي ، يتزايد عدد الأشخاص الذين لديهم حسابات وقروض مصرفية . وبالتالي تبين أن العملاء الذين يفتشون في فهم مفهوم الفائدة المتراكمة على سبيل المثال ، ينفقون أكثر على رسوم المعاملات ويديرون ديوناً أكبر ويدفعون فائدة أعلى على القروض.^(١)

من جهة أخرى، تمكن الثقافة المالية الأفراد من إدارة أموالهم واتخاذ قرارات مالية عقلانية وسليمة ، فضلاً عن التخطيط والادخار للتقاعد. كما يقوم المستثمر المثقف مالياً بتنويع استثماراته في قطاعات وصناعات وأسواق مختلفة بهدف تقليل المخاطر.

فضلا عن ذلك، تشير بعض الدراسات الحديثة^(٢) إلى أن الثقافة المالية ترتبط ارتباطاً قوياً إيجابياً بتعاظم ثروة الأفراد. حيث إن الأفراد الذين حصلوا على التعليم المالي في كل من الدول المتقدمة والنامية لديهم إمكانية أكبر للادخار ويخططون للتقاعد أكثر من غيرهم ممن لم يحصلوا على هذا التعليم.

هذا بالإضافة إلى أن وجود مستوى أعلى من الثقافة المالية لدى الأفراد يؤثر ليس فقط على بناء الأصول ولكن أيضاً على مستوى الديون وإدارتها. ومن جهة أخرى، وجد أن الأفراد ذوي الثقافة المالية يختارون قروضاً عقارية أقل تكلفة ويتجنبون الفوائد المرتفعة والرسوم الإضافية.

وأخيراً فإن تحسن المعرفة المالية والقدرة على القيام بحسابات المحاسبة المالية له تأثير إيجابي على إدارة المشروعات الصغيرة في الأسواق الناشئة؛ لكن الجدير بالذكر أن هذه النتيجة تعتمد على مناهج التثقيف المالي المقدمة لأصحاب المشاريع.

أهداف الثقافة المالية:

استناداً على سبق يمكننا القول بأن الثقافة المالية تستهدف تحقيق ما يلي:

أن يكون الفرد على دراية وعلم وقدرة على إدارة الأموال والأصول والأعمال المصرفية والاستثمارات ، والائتمان والتأمين والضرائب.

(1) A. Lusardi, & P. Tufano: «Debt Literacy, Financial Experiences, and Over Indebtedness,» Journal of Pension Economics and Finance, Vol. 14, special issue 4, Oct. 2015 . pp. 332-328

(٢) آية محمد أبو زيد: الاستراتيجيات القومية للتثقيف المالي، إدارة البحوث والتوعية ، المعهد المصرفي المصري، البنك المركزي المصري سلسلة أوراق بحثية، ٢٠١٥، ص٧-٨ .

معرفة المفاهيم الأساسية التي تقوم عليها إدارة الأموال والأصول مثل: القيمة الزمنية للنقود في الاستثمارات وتجميع المخاطر في التأمين.

استخدام تلك الثقافة لتخطيط وتنفيذ وتقديم القرارات المالية.

زيادة عدد المنتجات والخدمات المالية وتعقيدها.

تحول المخاطر وزيادة المسؤولية على الأفراد (نظم المرتبات والمعاشات).

زيادة الطلب على المنتجات والخدمات المالية الناتجة عن التطور التكنولوجي.

وبتحقيق هذه الأهداف تتحقق النتيجة المستهدفة وهي : محو الأمية المالية لدى الأفراد حتى يصبح لديهم القدرة على استخدام وإدارة الأموال من خلال الثقة بالمعرفة المالية الكافية لإصدار قرارات وأحكام مالية على درجة عالية من الأمان والفعالية.

الثقافة المالية والمفاهيم المرتبطة بها:

ترتبط الثقافة المالية بعدة مفاهيم حديثة ، منها:

مفهوم التعليم المالي Financial Education:

يعرف التعليم المالي من قبل منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية والشبكة الدولية للتعليم المالي بأنه « العملية التي يقوم من خلالها المستهلكون والمستثمرون الماليون بتحسين فهمهم للمنتجات المالية، والمفاهيم والمخاطر المالية، وذلك من خلال المعلومات والإرشادات أو النصائح الموضوعية، وتطوير المهارات والثقة ليصبحوا أكثر وعياً بالمخاطر والفرص المالية، واتخاذ قرارات مدروسة، ومعرفة إلى أين يذهبون للحصول على مساعدة، وذلك لاتخاذ قرارات فعالة أخرى لتحسين أوضاعهم المالية» (١).

«الأمية المالية الشخصية» Financial Illiteracy

يستخدم مصطلح الأمية المالية أساسا فيما يتعلق بالمسائل المالية الشخصية، والتي تدل على عدم معرفة وفهم الشخص للمسائل المالية، واتخاذ القرارات الصحيحة المناسبة لها، مثل التمويل الشخصي، والتمويل العقاري، التأمين، الاستثمار

(١) المرجع السابق مباشرة.

، الادخار، التخطيط الضريبي. وما يرتبط بذلك من مفاهيم مالية مثل الفائدة المركبة، والتخطيط المالي وآليات بطاقة الائتمان، وحقوق المستهلك والقيمة الزمنية للنقود،... الخ.^(١)

وتعرف الأمية المالية الشخصية وفقا للمجلس الاستشاري الرئاسي بالولايات المتحدة الأمريكية بأنها: «عدم القدرة على استخدام المعرفة والمهارات اللازمة لإدارة الموارد المالية بفعالية لتحقيق الرفاهية المالية مدى الحياة».^(٢)

وعليه فإن مواجهة الأمية المالية تحتاج إلى مهارات طويلة الأجل، تستخدم بشكل شبه يومي حتى تتحول إلى سلوك مالي رشيد.

المهارات المالية الأساسية:

يعتبر مصطلح المهارات المالية تعبيراً مقابلاً لمصطلح محو الأمية المالية، ويأتي في مرتبة تالية للثقافة المالية في إدارة الأمور الشخصية بكفاءة. بحيث يتم تطبيق المهارات والثقافة المالية في الواقع العملي ومعرفة ما يجب القيام به وآليات ذلك، مثل: مهارات الادخار، وإدارة الميزانية الخاصة، فضلا عن المهارات الإدارية والحسابية أيضا. ونظرا لأن معظم التصرفات المالية التي تتم من خلال الانترنت، أو أجهزة التليفونات المحمولة، وتشمل التي تتطلب مهارات معينة، منها:

المهارات الرقمية والمصرفية عبر الانترنت.

الانضباط في دفع الفواتير والضرائب وفقا لمواعيدها المحددة سلفا.

تتبع أرصدة التدقيق وحسابات الادخار والدفوعات التلقائية.

الحساب المالي والمهارات الحسابية، مثل: الإضافة، وحساب النسب المئوية، والفائدة المركبة.

الرفاهية المالية/ الحرية المالية:

تعرف الرفاهية المالية بأنها: حالة من الأمن واليقين بأن الأمور المالية منظمة تنظيما جيدا وفعالاً لتحقيق الأهداف المعيشية لل فرد والأسرة معا. وتشمل هذه

(١) د/ محمد سعد محمد علي شلبي: أثر المعرفة المالية للأفراد على الشمول المالي: دراسة مقارنة، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، المجلد (٩)، العدد (٢)، جامعة قناة السويس، كلية التجارة، ٢٠١٨، ص. ١٤٠-١٤٣

(2) Report prepared for the Commission for Financial Literacy and Retirement Income, Financial Knowledge and Behavior, Survey 2013.

الأهداف على الجانب الشخصي : مستوى الاستهلاك المرغوب فيه ، نمط الحياة والترفيه ، وتعليم الأطفال، والرعاية الصحية،... الخ. بينما تشمل على الجانب المجتمعي: مساعدة الآخرين ماليا ، والتبرعات للجمعيات الخيرية وغيرها من المساهمات المجتمعية الجيدة.

كما يأتي فى المقابل مصطلح الحرية المالية، والذي يتضمن توافر مصادر دخل ثابتة وموثوق بها بما يفوق احتياجات الفرد ، وبدون أن يكون مضطرا إلى العمل المباشر المستمر. ويتحقق ذلك عندما يملك الفرد رأس مال راسخاً ونشطاً يؤمن له الدخل المستمر والنمو المتواصل ، ويتيح له المزيد من الوقت للاهتمام بأمور حياتية أخرى مثل : الأسرة ، والاستمتاع بالحياة ، وتنمية الذات ، والعمل الخيرى . والتي يعتبرها البعض أهم من البحث المتواصل عن المال.

الثقافة المالية والاستبعاد المالي:

يستخدم مصطلح الاستبعاد المالي بالتبادل مع مصطلح الشمول المالي لتعريف مدى قدرة السكان على الوصول للخدمات المالية والتمتع بها.

ويقصد بالاستبعاد المالي Financial Exclusion « العملية التي بموجبها يواجه أفراد المجتمع المصاعب والعوائق فيما يتعلق بالوصول إلى مصادر منتجات الخدمات المالية الأساسية والتمكن من استخدامها بصورة تشبع احتياجاتهم والتمكن - فى ذات الوقت- من ممارسة حياة « اقتصادية واجتماعية « طبيعية فى المجتمع الذى يعيشون فيه » (١).

بينما يقصد بالشمول المالي Financial Inclusion « إتاحة وتوسيع قاعدة الخدمات والمنتجات المالية الرسمية لمختلف فئات المجتمع بأسعار مقبولة وبطريقة عادلة تتميز بالشفافية.

كما يعرف أيضا بأنه « حصول فئات المجتمع المختلفة كالفئات الضعيفة ، وأصحاب الرواتب المنخفضة على الخدمات والمنتجات المالية الملائمة التى يحتاجونها بطريقة عادلة وشفافة » (٢).

(١) د/محمود محمد خير الدين: الشمول المالي ودوره في تحقيق التنمية الاقتصادية "نماذج دولية"، دار التعليم الجامعى ، الاسكندرية، ٢٠١٩، ص٣٥-٣٦

(٢) د/محمد سعد محمد علي شلبي: أثر المعرفة المالية للأفراد....، مرجع سابق.

ويعتبر الاستبعاد المالي عملية ديناميكية معقدة ، حيث يعاني بعض الأفراد منه بصفة مؤقتة. نتيجة للسلبية ، أو انعدام الثقة، أو عدم الفهم الكامل ، والبعض الآخر يعاني منه بصفة مستمرة ، وذلك بتجنب التعامل مع بعض الخدمات المالية بسبب عدم القدرة على تحمل تكلفتها أو قيمة الحصول عليها. بينما يعاني الغالبية منه بسبب التسعير أو السوق أو عدم ملاءمة المنتج لاحتياجات المستهلك، أو لتعقيد إجراءات الحصول عليه.

المطلب الثاني

مؤشرات قياس الثقافة والمعرفة المالية

قدمت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية دليلاً دولياً في عام ٢٠١٦ لتوحيد معايير قياس مستوى الثقافة المالية بين الدول لتسهيل عملية المقارنة الدولية وإمداد الجهة البحثية بالمعايير التي استقرت عليها الدراسات البحثية

أولاً: مؤشرات قياس الثقافة والمعرفة المالية لدى الأفراد

يتم قياس الثقافة والمعرفة المالية لدى الأفراد في ضوء درجات تحديد المستويات التالية:

مستوى الثقافة المالية الأساسية Financial Knowledge Score :

ويتم ذلك من خلال استطلاع يقيس مدى فهم الأفراد لبعض المفاهيم المالية والنقدية المتداولة بالمجتمع ، وإن كان المتوقع أن يكون الإلمام بهذه المفاهيم لدى شريحة معينة فقط من المجتمع ، ممن لهم معاملات مع المؤسسات المالية؛ كالبانوك وشركات الأوراق المالية ، البورصة ،...الخ.

درجة السلوك المالي Financial Behavior Score :

يتم أيضاً من خلال استطلاع يقيس درجة السلوك المالي ، والذي يعتمد على قياس السلوكيات الإيجابية للأفراد " أي ما يمكن وصفه بالذكاء المالي" وإن كانت نتيجته قد لا تكون واقعية ، خاصة أنه يتوقع من شريحة معينة فقط من المجتمع

درجة الاتجاهات المالية Financial Attitude Score :

يتم أيضاً من خلال استطلاع يقيس مدى القابلية للإنفاق والقدرة على الادخار من عدمه

مؤشر ستاندرد أند بورز العالمي للمعرفة المالية: (١)

أصدرت «ستاندرد أند بورز» بالتعاون مع البنك الدولي ومركز «غالوب» للاستطلاعات عام ٢٠١٥، المؤشر العالمي السنوي للمعرفة المالية والذي يقيس مدى إلمام الشعوب بالمفاهيم المالية الأساسية، وقد شمل الاستطلاع أكثر من ١٥٠,٠٠٠ شخص في نحو ١٤٤ دولة. ويقيم المعرفة الأساسية لأربعة مفاهيم رئيسية في اتخاذ القرارات المالية هي: أسعار الفائدة، والفائدة المركبة، والتضخم، إضافة إلى معلومات عن تنوع الاستثمار لتقليص المخاطر.

الشكل رقم (١): مستوى الثقافة المالية حول العالم



المصدر: ستاندرد أند بورز، المؤشر العالمي للمعرفة المالية، 2015.

المصدر: ستاندرد أند بورز، المؤشر العالمي للثقافة المالية، ٢٠١٥

وتتمثل أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة الاستقصائية العالمية التي أجرتها مؤسسة ستاندرد أند بورز عام ٢٠١٥، على الصعيدين العالمي والعربي فيما يلي: (١)

أن ٣٣% من البالغين لديهم ثقافة مالية وفهم للمبادئ الأربعة (أسعار الفائدة، والفائدة المركبة، والتضخم، وتنوع المخاطر)؛ وبعبارة أخرى، فإن حوالي ٣,٥ مليار شخص، معظمهم في الاقتصادات النامية، تنقصهم المعرفة المالية.

(١) اتحاد المصارف العربية، الثقافة المالية في العالم العربي: شرط أساسي لتحقيق الشمول المالي، إدارة الدراسات والبحوث، بحث منشور بتاريخ ٢٠١٧/١١/٢٢ في الموقع: uab@uabonline.org، تاريخ الحصول عليه: ٢٠٢٨-٢٠٢٠

(2) L. Klapper, et al.: «Financial Literacy Around The World: Insights from the Standard & Poor's Ratings Services Global Financial Literacy Survey», 2015. http://gflec.org/wp-content/uploads/2015/11/Finlit_paper_16_F2_singles.pdf.

تتفاوت معدلات الثقافة المالية بين الاقتصادات المتقدمة والناشئة، حيث إن ٥٥٪ من البالغين في الاقتصادات المتقدمة الرئيسية (كندا، وفرنسا، وألمانيا، وإيطاليا، واليابان، والمملكة المتحدة، والولايات المتحدة الأمريكية) لديهم ثقافة مالية، مقابل ٢٨٪ فقط من البالغين في الاقتصادات الناشئة الرئيسية أو دول البريكس (البرازيل وروسيا، والهند، والصين، وجنوب أفريقيا).

أما الدول ذات أعلى معدلات في الثقافة المالية فهي الدنمارك والنرويج والسويد (٧١٪)، تليها كندا (٦٨٪)، والمملكة المتحدة (٦٧٪) وألمانيا وهولندا (٦٦٪)، وأستراليا (٦٤٪)، وفرنلندا (٦٣٪)، ونيوزيلندا (٦١٪). في المقابل، فإن الدول التي سجلت أدنى نسب من المعرفة المالية هي اليمن (١٣٪)، وأفغانستان وألبانيا (١٤٪)، وأنغولا والصومال (١٥٪)، وطاجيكستان (١٧٪)، وكل من النيبال وهايتي وكمبوديا (١٨٪)، وجمهورية قبرغيزستان وبنغلادش (١٩٪).

يزداد مستوى الثقافة المالية مع مستوى الدخل، حيث ارتفعت نسبة المعرفة المالية بين الأسر الأكثر ثراءً عن نظيرتها بين الأسر الأقل دخلاً في الاقتصادات الناشئة والمتقدمة على حد سواء.

أوضحت الدراسة أن ٣١٪ من البالغين الذين ينتمون إلى أغنى ٦٠٪ من الأسر في الاقتصادات الناشئة الرئيسية لديهم ثقافة مالية، مقابل ٢٣٪ من البالغين الذين ينتمون إلى أفقر ٤٠٪ من السكان. وتسجل الاقتصادات المتقدمة فجوة مشابهة في نسب الثقافة المالية بين الأغنياء والفقراء.

كما تزداد الثقافة المالية مع مستوى التحصيل العلمي. فعلى الصعيد العالمي، تصل الفجوة في نسب الثقافة المالية إلى نحو ١٥٪ بين الذين أتموا المرحلة العلمية الابتدائية فقط أو الثانوية أو الجامعية.

كما انتهت الدراسة أيضاً إلى وجود علاقة ثنائية الاتجاه بين الثقافة المالية والشمول المالي؛ ففي الوقت الذي تسهم الثقافة المالية والوعي المالي في تعزيز الشمول المالي، فإن امتلاك الحسابات المصرفية أو استخدام البطاقات الائتمانية أو الاقتراض من مؤسسات مالية رسمية قد يعمق أيضاً مهارات العملاء المالية.

ثانياً: مؤشرات قياس الثقافة والمعرفة المالية فى الاقتصاد .

يوجد عدد من المؤشرات التي يمكن من خلالها قياس الاقتصاد المبني على المعرفة ومن هذه المؤشرات:^(١)

مؤشر الاستثمار فى الاقتصاد القائم على المعرفة: يعال المؤشر المركب الخام بالاستثمار فى الاقتصاد القائم على المعرفة توليد ونشر المعرفة الجديدة، وهما بعدان حاسمان فى الاستثمار، وبحسب المؤشر استناداً إلى مجموعة من المؤشرات الفرعية المتصلة بجهود البحث والتطوير، مثل : الاستثمار فى الرأس مال البشري ، وجودة التعليم وشراء تكنولوجيات جديدة وتحديث الخدمات العامة.

الأداء فى الاقتصاد القائم على المعرفة: الاستثمار هو جانب واحد من مكونات القضية، وينبغي أن يعطي مخرجات ناجحة ورابحة تماماً، وبينما يجمع المؤشر المركب الخام بالاستثمار مؤشرات الفرعية تحت توليد المعرفة ونشرها، ويحدد المؤشر الثاني أهم أربعة عناصر مكونة للأداء توخياً للانتقال إلى الاقتصاد القائم على المعرفة ، وهذه العناصر هي : الإنتاجية ، والأداء العلمي والتكنولوجي ، واستخدام البنية الأساسية للمعلومات ، وفعالية النظام التعليمي.

وكان الاتحاد الأوروبي متأخراً عن الولايات المتحدة الأمريكية من حيث الأداء فى عام ١٩٩٩م، غير أن ارتفاع معدل نمو الأداء الذي شهده يدل على ازدياد الجهود المبذولة للانتقال إلى الاقتصاد القائم على المعرفة، وعلى الرغم من معدل النمو العالي فى الاتحاد الأوروبي يلزم عدم الاكتفاء بزيادة مبالغ الاستثمار، بل العمل على تحسين سبل رصد الأموال والتنفيذ.

يضبط الاتحاد الدولي للاتصالات وسائر المنظمات التابعة للأمم المتحدة والمعنية بشئون التنمية جملة من المعايير التي يحدد على أساسها مدى انخراط هذا البلد أو ذاك فى مجتمع المعلومات، وتضبا هذه الهيئات عدداً من المؤشرات القابلة للملاحظة والقياس تتمثل فى عدد خطوط الهاتف الثابت بالنسبة إلى عدد السكان، وعدد خطوط الهاتف الجوال بالنسبة إلى السكان، وعدد أجهزة الحاسوب بالنسبة إلى عدد السكان، وعدد مستعملي شبكة الانترنت بالنسبة إلى عدد السكان، ومجموع عدد مواقع الويب المسجلة بالنسبة إلى عدد السكان ، ويمكن بالإضافة إلى هذه العناصر تحديد مؤشرين إضافيين هما نسبة الربا بالشبكة الكهربائية ونسبة الأمية.

(١) د/ خالد ياسين الشيخ: الاقتصاد المعرفي ودوره في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، رسالة ماجستير التأهيل والتخصص في الريادة والإدارة بالإبداع، المعهد العالي للتنمية الإدارية، جامعة دمشق، سوريا، ٢٠١٥-٢٠١٦، ص ١٧-٢٠

المطلب الثالث

آليات رفع مستويات التوعية والثقافة المالية

نظرا لتسارع مستويات التطور واستحداث آليات وأدوات مالية جديدة بالقطاع المالي غير المصرفي، فقد ذهبت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية والشبكة الدولية للتعليم المالي التابعة لها، إلى ضرورة اتباع نهج منظم للثقافة المالية على المستوى القومي يتكون من إطار أو برنامج ملائم، يتضمن ما يلي⁽¹⁾

وضع تشريعات تؤكد علي أهمية الثقافة المالية وتحدد معناه ونطاقه على المستوى القومي وفقا للاحتياجات والفجوات المتعرف عليها قوميا.

التعاون بين المساهمين على المستوى القومي ، كتحديد هيئة تنسيق أو المجلس يختص بالثقافة المالية.

وضع خارطة طريق لتحقيق أهداف محددة ومقررة مسبقا خلال فترة محددة من الزمن.

تحديد شروط التعاون بين المساهمين من القطاع الحكومي والقطاع الخاص وتوفير التوجيهات اللازمة لتنفيذ الشراكة بين القطاعين.

واستنادا لتلك المعايير فقد اعتمدت الهيئة العامة للرقابة المالية في مصر استراتيجية شاملة للأنشطة المالية غير المصرفية تستهدف تحقيق التمكين للقطاع المالي غير المصرفي لتحقيق معدلات نمو تتسم بالشمول والاستدامة اعتمادا على التكنولوجيا والابتكار، ونشير إليها على النحو التالي:

آليات رفع مستويات التوعية والثقافة المالية :

تستهدف الاستراتيجية رفع مستويات التوعية والثقافة المالية داخل القطاع، من خلال رفع قدرات العاملين فيه والتركيز على استخدام التكنولوجيا والآليات الحديثة. وعلى جانب آخر تركز الاستراتيجية على رفع الوعي المجتمعي بالخدمات المالية غير المصرفية المتوافرة والمزايا المترتبة على استخدام تلك الخدمات في الحصول على التمويل، وذلك من خلال ما يلي:

(1) Bozena Fraczek: National strategies for financial education the concept and first experiences in the world. Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska Lublin – Polonia, Vol. XLVII (4) Section, 2013 , H:25-33

الاعتماد على المعرفة والابتكار في تقديم الخدمات والمنتجات^(١)

تبنت خطة التنمية المستدامة - مصر ٢٠٢٠ المعرفة والابتكار كأحد أهم محاور التنمية المستدامة في مصر بهدف تحقيق معدل نمو اقتصادي يصل إلى ٧٪ في الوقت الذي يدور معدل النمو السنوي في آخر عامين حول مستوى ٤,٢ ٪ و ٥,٢ ٪. وذلك من خلال تحفيز الأنشطة الاقتصادية القائمة على الابتكار والمعرفة ذات القيمة المضافة الأعلى في الاقتصاد؛ وذلك بهدف دعم مسيرة الاقتصاد القومي.

يتمثل ذلك في تزويد العاملين بالقطاع بقدر أكبر من المعرفة الخاصة بالتكنولوجيا الحديثة، فضلا عن تزويدهم بالمهارات التطبيقية وتنمية قدراتهم على الإبداع والابتكار، بما يحقق فرصاً ومزايا تنافسية للقطاع المالي غير المصرفي المصري، وبما يخدم الأهداف والأغراض الاقتصادية والاجتماعية الأخرى كالمشمول المالي والنمو الاقتصادي.

وتقوم الهيئة بدور مهم في تأمين بيئة عمل تفاعلية سريعة وأمنة لتبادل البيانات والمعلومات، وتكفل تقديم خدمات ذكية متكاملة من خلال قنوات متعددة في إطار من الشفافية والنزاهة وتحقيق الإتاحة لتلك الخدمات، وترضى مجتمع المتعاملين.

تفعيل دور معهد الخدمات المالية غير المصرفية

تسعى الهيئة العامة للرقابة المالية لتفعيل دور معهد الخدمات المالية التابع لها في بناء قدرات العاملين في المجال وزيادة مهاراتهم مع اطلاعهم على أحدث المستجدات على المستوى العالمي في مجال الخدمات المالية غير المصرفية. وتستهدف الاستراتيجية أيضا رفع مستوى الوعي المجتمعي بالخدمات المالية وطرق الحصول عليها ومستويات المخاطرة المتوافرة في كل منها، وذلك لتقليل معدلات الأمية المالية وتحقيق الشمول المالي من خلال استفادة شرائح أكبر من المجتمع بالخدمات المالية غير المصرفية، مما ينعكس على تحقيق نمو اقتصادي أفضل ومستدام.

إنشاء مركز معلومات للقطاع

ضرورة وجود قواعد بيانات محدثة عن أنشطة القطاع والمتعاملين فيه والعاملين وذلك لضمان تحقيق أكبر قدر من الكفاءة لمنظومة عمل القطاع ككل، فضلا عن تعزيز قدرة الهيئة في الرقابة على القطاع، والربط بين الأنشطة المالية المختلفة؛

(١) الهيئة العامة للرقابة المالية: الاستراتيجية الشاملة للأنشطة المالية غير المصرفية ٢٠١٨-٢٠٢٢، القاهرة، ٢٠١٧، ص ٢٩

الأمر الذي يساعد على الحفاظ على سلامة واستقرار القطاع المالي في مصر، ويتطلب وجود خطة مشتركة بين الجهات العاملة في المجال لخلق قاعدة بيانات مترابطة ومحدثة بصورة مستمرة.

تحديد المساهمين في الاستراتيجية القومية للثقافة المالية:

تعتمد العديد من الدول علي وجود شراكة بين القطاع العام والخاص فيما يتعلق باستراتيجيتها القومية للثقافة المالية. ويتمثل القطاع العام هنا في كل من الجهات الحكومية ذات الصلة بالثقافة المالية كالوزارات خاصة وزارة المالية ووزارات التعليم، والبنك المركزي، وهيئة الرقابة المالية، وغيرها من مؤسسات القطاع العام.

أما بالنسبة للقطاع الخاص، فقد قسمت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية والشبكة الدولية للتعليم المالي هذا القطاع إلي خمس فئات وهم:

المؤسسات الهادفة للربح التي تقدم خدمات مالية مثل البنوك والبورصة ومؤسسات التمويل متناهية الصغر وشركات التأمين والشركات الأخرى المرخصة لتقديم الخدمات المالية.

المؤسسات الهادفة للربح التي تقدم التعليم المالي كنشاط أساسي، كالشركات الاستشارية التي تقدم مناهج وبرامج التعليم المالي .

المؤسسات غير المالية الهادفة للربح مثل شركات الاتصالات (Mobile Banking) المستخدمة لتوفير الخدمات المالية والشركات التي توفر التعليم المالي لموظفيها.

المنظمات غير الهادفة للربح ذات الصلة بالقطاع المالي ولكن بلا مصلحة تجارية مباشرة مثل اتحاد البنوك وصناديق الاستثمار وصناديق التقاعد.

المنظمات غير هادفة للربح مع عدم وجود صلة مباشرة بالقطاع المالي والتي لها مصلحة في التعليم المالي مثل: المنظمات غير الحكومية والنقابات العمالية ومراكز البحوث، الخ

تحديد دور المساهمين في الاستراتيجية القومية للثقافة المالية:

كل المساهمين لهم دور محدد في تطوير وتنفيذ الاستراتيجية الوطنية. يتكون دور القطاع العام من إعداد وإنشاء إطار الاستراتيجية الوطنية، بالتشاور مع المساهمين

الأخرين. وتحديد جميع الأهداف والأولويات الوطنية للثقافة المالية. فضلا عن إصدار التشريعات وتعزيز معايير الجودة لتحقيق أهداف الاستراتيجية من خلال توفير برامج التعليم المالي ذات الجودة العالية والمناسبة لاحتياجات الأفراد.

أما القطاع الخاص فيتمثل دوره في إعداد وتطوير وتنفيذ إطار الاستراتيجية الوطنية بالتعاون مع القطاع العام. بالإضافة إلى ذلك، يفضل وجود شراكة بين القطاعين الحكومي والخاص لإعداد المواد التعليمية المخصصة للتعليم المالي، وتنظيم حملات التوعية والمؤتمرات، والمنتديات ورصد وتقييم برامج التعليم المالي.

تحديد الفئات المستهدفة من الاستراتيجية القومية للثقافة المالية:

تستهدف الاستراتيجيات الوطنية تلبية احتياجات كل فئات المجتمع، إلا أنها في كثير من الأحيان تحدد فئة مستهدفة رئيسية أو ذات أولوية، وقد أوضحت مجموعة العشرين ومنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية في تقرير لهما عن الاستراتيجيات القومية للثقافة المالية أن فئة الأطفال والشباب تعد من الفئات ذات الأولوية في غالبية الاستراتيجيات القومية. وغالبا ما يتم أيضا تحديد مجموعة من الفئات الضعيفة الأخرى في المجتمع، وتشمل هذه الفئات: المرأة، والعمال، ومحدودي الدخل.

المبحث الثاني

العلاقة بين الثقافة المالية والتمكين الاقتصادي

تمهيد:

في إطار تطبيق نهج الشمول المالي في كافة المؤسسات يأتي دور التمكين الاقتصادي للئات الضعيفة والمهمشة داخل المجتمع وإشراك أعضائها في أنشطة التنمية المستدامة ، لا سيما من خلال تطوير المشروعات الصغرى والصغيرة، لتوفير فرص العمل وسد فجوات الاستهلاك والدخل. ويكمن نهج التمكين الاقتصادي في تعزيز نهج حقوقي حقيقي يتماشى مع الأهداف الإنمائية للألفية، لا سيما هدف تعزيز الاستفادة من الخدمات المالية غير المصرفية لكل أفراد المجتمع ويتيح للمستفيدين الحفاظ على مستوى من الكرامة والحرية لتحقيق تطلعاتهم. ولتوضيح ذلك نتعرف على التمكين الاقتصادي من خلال ما يلي :

المطلب الأول: ماهية التمكين الاقتصادي « المفهوم والمتطلبات » .

المطلب الثاني: التمكين الاقتصادي في الخدمات المالية .

المطلب الثالث: جدلية العلاقة بين الثقافة المالية والتمكين الاقتصادي .

المطلب الأول

ماهية التمكين الاقتصادي « المفهوم والمتطلبات »

ظهر مفهوم التمكين في التسعينيات من القرن العشرين، واستخدم المصطلح في عدة مجالات، وقد تعددت وجهات النظر حول تعريف التمكين، وهناك من يرى أنه استراتيجية لتقوية الفقراء في حق تقرير مصيرهم بأنفسهم من خلال المشاركة في اتخاذ القرار على المستوى المحلي، وما قد يواجه ذلك من تعارض للمصالح بين بناء القوة للفقراء وتنظيمهم واتفاقهم حول أهداف ومصالح مشتركة، وتدعيم مشاركتهم في المنظمات الشعبية والحكومية ليتحولوا من متلقين للخدمات إلى مطالبين بها.

مفهوم التمكين الاقتصادي

يعرف التمكين على أنه استراتيجية يمكن بواسطتها مساعدة الأفراد والجماعات والمجتمعات أن تتحكم في ظروفها، وتستطيع إنجاز أهدافها. وهكذا تكون قادرة على العمل لمساعدة نفسها وغيرها على زيادة مستوى معيشتها.^(١)

كما يعرف التمكين أيضا بأنه : العملية التي يتم فيها تمكين شخص ما ليتولى القيام بمسؤوليات أكبر من خلال التدريب والثقة والدعم العاطفي.

بينما ينصرف المفهوم الموسع للتمكين الاقتصادي والاجتماعي إلى: « كل الممارسات والأفعال والأنشطة والإجراءات التي تفضي إلى تنمية قدرات الأفراد بصورها المختلفة (المادية، الذهنية، التاريخية، التدريبية) وتحفيزها وخلق الظروف التي تجعلهم قادرين على أن يكونوا ناشطين ومساهمين حقيقيين في عمليات توليد الدخل والثروة في المجتمع ومؤهلين للحصول على فرصة في حياة كريمة وفق قدراتهم المتفاوتة وتبعا لحقوقهم الإنسانية كونهم شركاء مع الآخرين ومنحهم فرصا متكافئة مع الآخرين وعلى وفق استطاعتهم واستحقاقاتهم».

واستنادا لهذا المفهوم الموسع للتمكين فإنه يتضمن بعدين أساسيين، هما:^(٢)

تأهيل المجتمع اقتصادياً، واجتماعياً، وسياسياً، وقانونياً، وللمشمولين من أجل القبول بالتمكين بصفته حقاً إنسانياً، وواجب على الجميع أن يعمل لكي يكون مؤهلاً لذلك وقابلاً له.

منح الفرصة لكي ينخرط الجميع في الممارسات الاقتصادية والاجتماعية، حسب قدراتهم ومؤهلاتهم وتفضيلاتهم في ضوء حاجة المجتمع وقوانينه.

ورغم حداثة استخدام هذا المصطلح نسبياً، فقد استعمل بمفهومه الضيق في أدبيات البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة في نهاية القرن الماضي، بوصفه درجة مشاركة المرأة في النشاط الاقتصادي في المجتمع ونوعية هذه المشاركة وتباينها عن نسبة مشاركة الرجل واستنباط معيار من هذه الحقيقة أطلق عليه معيار التمكين الاقتصادي إلا أن قضية التمكين من الناحية الإجرائية قديمة قدم المجتمعات

(1) Nina Wallenstein : Empowerment and Health, the Theory and Practice of Community, Community Development Journal, Oxford University Press, British, v28 , N3, Jul 1993, p218-27.

(2) Ibid.

المدنية، وأكدها الثقافات الإنسانية والتزمت بها الأديان السماوية والمهتمون بحقوق الإنسان والفئات المهمشة.^(١)

وتتسق الدعوة الى زيادة فرص التمكين الاقتصادي مع الدعوة لتعميق وزيادة التنمية البشرية وجعل التنمية أكثر عدلا مع إبراز الوجه الاجتماعي لها واكسائها بوجه انساني وتقليل ضحاياها وعودتها لتكون تنمية بشرية وانسانية حقا. كما أنها تتسق مع الدعوة الأكثر حداثة والمتعلقة بالفقر وضرورة إنصاف الفقراء والاهتمام بهم ودعمهم بشكل مباشر وغير مباشر وخلق التنمية المناصرة لهم والمتمحورة حول قضاياهم بصفاتهم ضحايا لعقود من التنمية والنمو الذي حدث وما زال يحدث بموجب آليات يصفها البعض بانها عدوانية متوحشة وغير إنسانية قامت على الاستغلال البشع والنزح غير المتكافئ للفاثض واهدار الموارد وانتهاك الحقوق.^(٢)

أهداف التمكين:

يهدف التمكين بصفة عامة إلى إكساب الفرد القدرة على اكتشاف ذاته وما بداخله من مهارات وقدرات يحصل من خلالها على نوعية الحياة التي تناسبه، ويدفع التمكين الأفراد والجماعات إلى التطور نحو الأفضل، وزيادة الخيارات المتاحة، وتحسين فرص الوصول إلى الخدمات والسلع، وتعزيز قدرة الأفراد والجماعات.^(٣)

عناصر التمكين:

استنادا إلى ما سبق، وحيث إن التمكين الاقتصادي عملية تستهدف تغيير هياكل القوة الاقتصادية التي يعيش فيها الأفراد بما يتضمنه ذلك من ضرورة توافر ثقة الفرد بنفسه وبمقدراته، وإمكاناته ومن ثم استعداده النفسي للاختيار بين البدائل المختلفة، وعالية فإنة يمكن تحديد أبرز عناصر التمكين الاقتصادي فيما يلي:^(٤)

الإعتماد على الذات.

الاستقلال في عملية صنع القرار.

- (١) د/ علي عبد محمد سعيد الراوي & د/ خليل محمد شهاب الجبوري: التمكين الاقتصادي والتنمية البشرية المستدامة ومهام السياسة الاقتصادية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، الجامعة العراقية، العدد الخاص بالمؤتمر العلمي المشترك، ٢٠١٤
- (٢) د/ علي توفيق الصادق: التدريب على ادارة الاقتصاد، بحث منشور في (تنمية الموارد البشرية والنمو الاقتصادي في البلدان العربية)، تحرير طائر حمدي كنعان، منشورات صندوق النقد العربي، الامارات العربية المتحدة، ١٩٩٨، ص ١٩٢
- (٣) ١/ عامر جمال أحمد جرادات: دور مؤسسات الإقراض في التمكين الاقتصادي والاجتماعي دراسة حالة المركز العربي للتطوير الزراعي، أكاد، رسالة ماجستير، معهد التنمية المستدامة، جامعة القدس، فلسطين، ٢٠١٨/٥/٤٣٩، ص ١٥-١٧
- (4) Herbert J. Rubin, Irene S. Rubin: Community Organization and Development, 4th Edition, Northern Illinois University, London, march 2008.

المشاركة فى التنمية الاقتصادية.

الحصول على المعرفة والمهارات والمعلومات .

السياسة الاقتصادية وآليات التمكين؛

تعنى وظيفة السياسة الاقتصادية برسم الإطار العام الذى يحدد الجوانب الإجرائية فى تنفيذ البرامج الاقتصادية والاجتماعية وفق الرؤى الأيديولوجية والاجتماعية والاقتصادية التى يدين بها المجتمع. وعلى صعيد التمكين الاقتصادي والاجتماعي تؤدي السياسة الاقتصادية الوظائف التالية:⁽¹⁾

صياغة توجهات البرامج الإنمائية وتحديد اتجاهاتها وأهدافها والقطاعات التى تتمحور حولها وأولوياتها. إذ أن صياغة توجهات معنية بالشرائح الأكثر ضعفاً والأقل قدرة على التأثير فى مستقبلهم، تعد خطوة مؤثرة فى التمكين الاقتصادي للأفراد. كونها تستهدف تنمية العنصر البشري ووضعه على الطريق الذى يؤمن له المشاركة الاجتماعية والاقتصادية الفاعلة.

تجسيد التوجهات التنموية لقدرات الأفراد. والتي تعرف بنسبة الموارد المخصصة لصالح الاستثمار البشري، والخدمات المساندة له، والتي يجب أن ينصب حول دعم الفئات الضعيفة والمهمشة فى المجتمع بشكل مباشر أو غير مباشر عندما تتم عملية تخصيص الموارد الاقتصادية النادرة . كزيادة نسبة ما يخصص لقطاعات التعليم، والصحة. و تصحيح بنية الاستثمارات الموجهة لدعم صغار المنتجين والحرفيين الذين يعملون فى ظروف أصعب وتكاليف أكثر، مثل قطاع الزراعة. يعد أمراً مهماً فى سياق السياسة الاقتصادية الكلية التى تبتغي فرص التمكين.

خلق الفرص التى تستوعب المتاح من الأفراد الأقل مهارة وقدرة وبمستوى أجر مقبول. وهذا أمر يتعلق بطريقة اختيار الفن التكنولوجي . ومدى التكيف فى استخدام عنصري العمل ورأس المال كما أنه يتعلق بفلسفة السياسة الاقتصادية فى تنفيذ المشاريع الانتاجية وعوامل التخطيط الإقليمي ومدى الاكتراث بقضية التشغيل البطالة وتأثير النقابات العمالية أو للقوى الاجتماعية الضاغطة فى المجتمع والرأي العام عموماً.

(1) World Health Organization: What is the evidence on effectiveness of empowerment to improve health? WHO Regional Office for Europe's Health Evidence Network (HEN) February 2006, p7-8

خلق الأسواق المساعدة للطبقات الأضعف في المجتمع والأقل فاعلية في النشاطات الاقتصادية سواء في عمليات الإنتاج أو التسويق أو التسعير أو الدعم بأشكاله وصوره المختلفة. من خلال سن قوانين تخدم نشاطات الفئات المهمشة ، أو تشجيع ودعم السلع المنتجة في قطاعات يعمل بها الضعفاء اقتصاديا، كما أن إصلاح نظام الملكية والتسعير والحوافز والضمانات وتيسير طرق الحصول عليها . وذلك لزيادة تمكين الفئات الضعيفة.

تهيئة فرص مناسبة وعادلة للشرائح الأضعف اقتصاديا في الحصول على التمويل المناسب لقدراتهم ، وإن كان التمويل من الخطوات الأكثر أهمية للنشاط الاقتصادي. فإن الضمانات المالية التي تدعم قدراتهم وتسهل عمليات الحصول على التمويل هو أمر لا تقل أهمية عن التمويل ذاته. حيث إن عدم توافر الملاءة المالية أو الثقة بقدرتهم على التسديد وهو ما يضيف إلى محنهم محناً أخرى . لذا فإن تيسير سبل منح الائتمانات وجعلها في متناول الطبقة الأضعف وإعادة النظر بقواعد التمويل وضماناته بكفالات حكومية أو ماشابه تعد أمورا مفيدة جدا لغرض زيادة فرص التمكين الاقتصادي لعموم أفراد المجتمع وللفقراء بصورة خاصة.

بناء وتأسيس وتشجيع ورعاية شبكات الأمان الاجتماعي ونشرها وتحفيزها لتؤدي خدماتها بفاعلية أكبر. إن أجاز (مجتمع الشبكات) يقتضي أن تؤدي هذه الشبكات دورها الاجتماعي كحاضنات ترعى الطبقة الأضعف في المجتمع. وتتباين أوجه ومهام شبكات الأمان الاجتماعي تبعا للواقع الذي تعمل فيه، فمن تقديم إعانات البطالة إلى إيجاد فرص العمل الدائم أو المؤقت إلى تقديم المشورات إلى تهيئة المعلومات لطالبيها ومرورا بتبني المواقف المناصرة لقضايا الفئات الأقل قوة في المجتمع.

إن من مقتضيات المجتمع المدني الحديث هو زيادة فاعلية هذه الشبكات وأن تسهم كل القطاعات الحكومية والأهلية والمؤسسات المدنية الأخرى بصورة ما من أجل النهوض ببرنامج التكافل والرعاية الاجتماعية والاقتصادية للفقراء.

هذه بعض أهم المجالات التي يجب أن تنال اهتمام صانعي السياسات الاقتصادية لتعظيم فرص التمكين الاقتصادي للناس. وتبقى مجالات أخرى كثيرة يمكن أن تعمل في سياق زيادة التمكين في المجتمع كالمؤسسات القانونية والقضائية وهيئات الرأى العام والبرلمانات والجمعيات الخيرية وال نقابات وكل المؤسسات العلمية والأكاديمية والإنسانية المهتمة بقضايا الإنسان وحقوقه ومجالات دعمه.

المطلب الثاني

التمكين الاقتصادي في الخدمات المالية

تمهيد:

تؤثر الأوضاع الاقتصادية الراهنة على كل من الأفراد والمؤسسات، ويمثل وضع آليات لتفعيل التمكين الاقتصادي في الخدمات المالية غير المصرفية عنصراً في غاية الأهمية لضمان إمكانية استئناف الخدمات بوتيرة سريعة خاصة في ظل الأزمات، وعدم تكبد المؤسسات خسائر فادحة. وعلى الرغم من الجهود المبذولة من قبل مقدمي الخدمات المالية، لا يزال هناك تحديات تحول دون التمكين الاقتصادي في الخدمات المالية عموماً. كغياب الاحتياطات الواجبة للتخفيف من المخاطر أو ترتيبات التفاوض لتلبية الحاجة إلى السيولة على المدى القصير... الخ. وهذا ما سنشير إليه تباعاً من خلال ما يلي:

أولاً: آليات التمكين الاقتصادي في الخدمات المالية .

رغم التقدم الملحوظ في تقديم الخدمات المالية المنظمة وما يعززها من بنية تحتية مالية، أمر مسلم به في الدول المتقدمة، كحسابات التوفير، وبطاقات الائتمان، وأنظمة الدفع . التي مازالت غير متاحة لمعظم الأفراد في الدول النامية. فقد أجرت مجموعة البنك الدولي منتدى السياسات العالمي للتحالف AFI الذي عقد في موزمبيق عام ٢٠١٥. لبحث أفضل الممارسات لتعميم الخدمات المالية ومناقشة الآليات المتبعة في سبل الحصول على التمويل في دولهم. والتي يمكن حصرها فيما يلي:^(١)

التوعية المالية: تلتزم الدول وضع برامج للتوعية المالية والتيقن من قدرة المواطن على اتخاذ القرارات المالية السليمة، واختيار المنتجات المالية الأفضل ملائمة لاحتياجاته، ومعرفة كيفية استخدام القنوات ذات الصلة، مثل ماكينات الصرف الآلي، أو المعاملات البنكية المتنقلة. فقد أظهرت دراسات ومسوح مجموعة البنك الدولي، إلى أن انعدام الوعي المالي يحول دون استخدام الناس المنتجات والخدمات المالية المناسبة.

(1) Gloria M. Grandolini: Five challenges prevent financial access for people in developing countries, World Bank blogs, Oct. 15, 2015 <https://blogs.worldbank.org/ar/voices/five-challenges-prevent-financial-access-people-developing-countries>

مستندات هوية سارية؛ للحصول على الخدمات المالية ، مثل تحويل المزايا الاجتماعية والأجور إذ بدون بطاقة هوية سارية، لا يمكن تحويل مبالغ كبيرة مثل المستحقات الاجتماعية والأجور، إلى حسابات المعاملات. ويتطلب الحصول على بطاقة هوية وفتح حساب بنكي، تبسيط الإجراءات في الدول التي تتطلب العديد من مستندات إثبات الهوية، لم تستقر لديها بعد جهود تعميم الخدمات المالية على العكس من الدول التي تم تبسيط هذه العملية بها.

حماية المستهلك واللوائح التنظيمية؛ في حين يمكن لخدمات الدفع، كالأموال المتنقلة والنقود الإلكترونية، أن توسع نطاق الحصول على الخدمات المالية، من الضروري وضع برامج آمنة ومضمونة لحماية خصوصية البيانات والأموال. ولزيادة الثقة في استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، من المهم معاملة العملاء الجدد بشكل عادل والكشف بشكل كافٍ عن المعلومات الرئيسية للمنتجات، وإرساء معايير للسلامة والضمان تتيح للعملاء الاختيار الواعي للمنتجات التي يقع اختيارهم عليها.

النساء وسكان الريف الأقل حظاً في استخدام الخدمات المالية؛ حتى عام ٢٠١٨، كانت احتمالات فتح المرأة حساباً بنكياً بالدول النامية تقل عن الرجل بنسبة ٢٠٪، وكانت احتمالات حصولها على قرض من مؤسسة مالية رسمية تقل بنسبة ١٧٪. لذا يجب أن تعدّل المؤسسات المالية منتجاتها المالية لتتناسب واحتياجات المرأة. هذا الجهد يمكن أن يتراوح بين تزويد المرأة ببطاقات هوية وتمكينها من فتح حساب مستقل، إلى تعزيز قدرتها على اتخاذ قرارات مالية مهمة.

الجدوى؛ فتح حساب للمعاملات هو أولى الخطوات نحو المنتجات المالية. ويجب أن تكون حسابات المعاملات مفيدة، وأن تعمل بمثابة بوابة للمنتجات المالية الأخرى مثل الادخار والائتمان والتأمين. فهناك نحو ٣٥٥ مليون بالغ في الدول النامية أفصحوا عن امتلاك حساب بنكي لكنهم مازالوا يحولون الأموال نقداً أو بوسائل غير رسمية.

وقد لعبت الحكومات والقطاع الخاص دوراً رئيسياً في تسريع وتيرة استخدام الحسابات البنكية بإيداع الرواتب في هذه الحسابات بدلاً من دفعها نقداً. وفي خلال عامي ٢٠١٥-٢٠١٦، قدمت مجموعة البنك الدولي مساندة مالية تزيد على ٨ مليار دولار من أجل إتاحة الحصول على الخدمات وتعميم الخدمات المالية، ومن أجل تطوير البنية التحتية الوطنية والإقليمية.

الاستثمار من أجل الاستعداد لتخفيف المخاطر وإدارة الأزمات في الخدمات المالية على نحو أفضل؛ حيث تركز التوجيهات والإرشادات العالمية على الحد من المخاطر المرتبطة بالتشغيل والعمليات أثناء الأزمات على ضمان استمرارية العمل، والتعافي السريع من الصدمات، ليس فقط بالنسبة للمؤسسة نفسها، ولكن أيضاً بالنسبة لعملائها، وبالنسبة للقطاع المعني إلى أقصى حد ممكن. من خلال وضع خطط طوارئ، وبناء صناديق احتياطي، وتنويع قاعدة العملاء، والتعاون مع المؤسسات أو الشبكات الأخرى وتبادل المعارف معها، والاستثمار في تدريب الموظفين والعاملين. ويعتبر الاستعداد أمراً في غاية الأهمية لمشغلي شبكات الهاتف المحمول ووكلائها.

فهم احتياجات العملاء وإتاحة الفرصة لخدمة قطاعات جديدة. على الرغم من ضرورة أن يعمل مقدمو الخدمات المالية مع عملائهم الحاليين، لكن في الوقت نفسه قد تتاح لهم الفرصة لخدمة عملاء جدد، فمن الضروري أن يستثمر مقدمو الخدمات المالية في الأبحاث السوقية المسبقة قبل إطلاق خدماتهم أو التوسع فيها. وهذه الخطوات أكثر أهمية نظراً لأن نقص المعلومات مع وجود حواجز ومعوقات مؤسسية قد يكون أكثر حدة. مع ضرورة التأكيد على أهمية تحديد نطاق الاستراتيجيات وتطويرها، وبناء العلاقات مع العملاء الجدد، وتقسيمهم إلى قطاعات وشرائح، ومراجعة أي معايير تحديد الهوية أو شروط الإقامة، والتعامل من المشروعات التجريبية.

الاستفادة من خبرات ووعي المستهلكين للمساعدة في تشجيع الإقبال على الخدمات المالية والاستفادة منها. إذ يؤدي انقطاع الشبكة ومشكلات السيولة وعدم الشفافية إلى تقويض الاعتماد الفعال للخدمات المالية والاستفادة منها،^(١) وقد كان هناك برنامج للتحويلات النقدية المشروطة يتبع برنامج الأغذية العالمي يستهدف الأسر المعيشية التي تعاني من انعدام الأمن الغذائي في المناطق المعرضة لأخطار الجفاف في المناطق الشرقية والساحلية في كينيا، وكان هذا البرنامج يهدف إلى تحقيق أهداف تعميم الخدمات المالية مع تحقيق أهداف المساعدات الغذائية الخاصة به. ودعمًا لهذا الهدف، حاول هذا البرنامج بصورة مبدئية الاستفادة من نظام الخدمات المالية المقدمة عبر الهاتف المحمول. وقد واجه هذا البرنامج تحديات ارتبطت أبرزها تسجيل المستفيدين، وضمان تمتع الوكلاء بالسيولة الكافية،

(1) Zimmerman, Jamie, and Silvia Baur: "Understanding How Consumer Risks in Digital Social Payments Can Erode Their Financial Inclusion Potential." Washington, D.C.: CGAP, 2016.

وإدارة أعطال التكنولوجيا. حيث تظهر الحاجة لزيادة الوعي بالخدمات المالية عبر الهاتف المحمول باعتبارها عنصر نجاح يشجع أصحاب الدخول المنخفضة على الإقبال عليها والاستفادة منها. وتتباين أساليب التدريب وبناء الوعي حسب السياق المعني. (١)

ثانياً: تحديات التمكين الاقتصادي في الخدمات المالية

مما لا شك فيه أن تعميم الخدمات المالية يعمل على تقريب المسافات بين شرائح المجتمع، حيث إن توفير الخدمات الأساسية والأدوات المالية تمكن شرائح المجتمع الضعيفة والمعرضة للمخاطر والصدمات الاقتصادية، من توفير سبل العيش على المدى المتوسط.

غير أنه يقع على عاتق الحكومات وواضعي السياسات مواجهة التحديات الرئيسية، التي تعيق تحقق التمكين الاقتصادي. وتتمثل أهم تلك التحديات فيما يلي:

المشكلات المرتبطة بالقيود على السيولة لتحفيز مقدمي الخدمات. تعتبر مشكلة السيولة أول التحديات التي تواجه مقدمي الخدمات المالية وأكثرها أهمية. ويقوم المانحون بدور مهم في مساندة المنظومة الوطنية الخاصة بقنوات المدفوعات التي تتضمن إنشاء برامج تحويلات رقمية، وضمان إدارة التوزيع والنقدية والسيولة.

وقد لا يستطيع مقدمو الخدمات المالية التقليديون، ومنهم البنوك ومؤسسات التمويل الأصغر، النفاذ إلى سبل التمويل المتاحة في السوق مثل الإنترنت، ومن مستثمرين خارجيين بسبب حالة التدهور التي يشهدها التشغيل والعمليات، ونقص الودائع، والاختلالات المالية على المستوى الكلي في أسواق الديون. وحتى يتسنى تخفيف هذه القيود، يستطيع المانحون تقديم المساندة من خلال تمويل التسهيلات الائتمانية عن طريق المؤسسات الرئيسية أو الضمانات الجزئية للتسهيلات الائتمانية للمؤسسات المالية المحلية التي تعمل على تشجيع التوسع في أنشطة الأعمال والشركات الصغيرة.

إعطاء أولوية للاستثمار في البنية التحتية القادرة على المجابهة لنظام المدفوعات الرقمية. تتضمن عناصر نظام المدفوعات القوي والقادر على المجابهة والمرونة والذي يمكن الاعتماد عليه ما يلي:

(1) Causal Design: "The Impact of Electronic Cash Transfer Approaches on Disaster Recovery and Financial Inclusion." Portland, Ore.: Mercy Corps, 2015.

وجود نوافذ كافية لتقديم الخدمات المالية للقيام بأعمال الإيداع والصرف والمعاملات الأخرى سواءً أكان ذلك من خلال الهاتف المحمول أو أجهزة نقاط البيع، أو شبكات الوكلاء، أو ماكينات الصراف الآلي، أو الفروع.

وجود شبكات للعملاء والتجار يتم إدارتها على نحو جيد ومزودة بما يلزم لإدارة احتياجات السيولة في نوافذ تقديم الخدمة.

وجود شبكات اتصال عريضة النطاق وشبكات هاتف محمول كافية للتمكين من إجراء المعاملات والتسويات وأعمال السداد على شبكة الإنترنت في الوقت المناسب.

ومن المهم وجود أنظمة مدفوعات قابلة للتشغيل البيئي أو أنظمة تربط أنواعاً متعددة من مقدمي الخدمة بنفس النظام. وسيعمل هذا على خفض الحاجة إلى إبرام شراكات تتسم بالجمود أو الاعتماد على أنظمة القسائم أو الأنظمة الأخرى المغلقة التي لا تربط المستفيدين بالخدمات المالية.

وعند وقوع أزمة ما، غالباً ما يكون الوقت قد فات لمعالجة المشكلات المتعلقة بالنظام للوفاء بالاحتياجات الملحة والضرورية. ومع كل هذا تتيح الأزمات فرص «إعادة البناء بصورة أفضل» من خلال الاستثمار في البنية التحتية التي يجب أن تكون موجودة في المقام الأول، أو من خلال توسيع نطاق الخدمات لتصل إلى مناطق أو شرائح سكانية كانت مستبعدة من قبل. وضمان أن تتسم هذه الأنظمة بالاستجابة للصدمات يجب أن يكون عنصراً في استراتيجيات الاستعداد الخاصة للدولة.

تسريع وتيرة الإصلاحات التنظيمية التي تعمل على تمكين الخدمات المالية الرقمية وخدمات الأموال من خلال الهاتف المحمول، ويشمل ذلك قبول الوسائل البديلة لتحديد هوية اللاجئ بغرض استيفاء متطلبات العناية الواجبة بالعملاء. تتضمن عناصر الدعم التنظيمي الضوابط واللوائح الخاصة بالوكلاء، وتبسيط متطلبات العناية الواجبة بالعملاء، واللوائح والضوابط الخاص بالأموال الإلكترونية. وهناك توثيق جيد لدور خدمات الأموال من خلال الهاتف المحمول في توسيع نطاق تعميم الخدمات المالية، ومن الممكن توسيع نطاق المنافع والمزايا لتصل إلى السكان المحليين والنازحين.

تقديم الحوافز للأطراف الفاعلة في القطاع الخاص والشركاء لطرح خدمات مالية مستدامة. يجب أن يعمل الدعم «المالي/النقدي» المستهدف على تشجيع

تطوير وتنمية الأسواق، وخاصة تخفيف المخاطر لتشجيع تقديم الخدمات المالية على المدى الطويل من جانب شركات التشغيل الخاصة أثناء فترات الأزمات.

كما يتعين على مقدمي الخدمات المالية تقديم الخدمات التي تتجاوز فترة الاستجابة للأزمات في حالات الطوارئ. فضلا عن ضرورة إدراك وفهم احتياجات نشاط الأعمال الخاص بمقدمي الخدمة من القطاع الخاص، كما يجب عليهم تقديم حوافز عملية تعمل على معالجة المخاطر المتزايدة أثناء الأزمات، وأخذ في الحسبان عناصر التكيف المطلوبة لموازنة العمليات وتحقيق الاستدامة لها في المستقبل.

بعض التحديات التي تواجه بعض الدول عند وضع استراتيجيات الثقافة المالية والتي يمكن للمرة الأولى وهي:

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

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

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

تحديد ميزانية سنوية لبرامج وأنشطة التثقيف المالي يمكن أن تكون هذه الميزانية ممولة بالكامل من القطاع الحكومي أو ممولة بالكامل من القطاع الخاص أو قد تكون شراكة بين الجهتين. ولكن في التجربة العملية غالبا ما تكون هذه الميزانية شراكة بين القطاعين. قابلة للقياس (SMART Objectives)

وضع أهداف ذكية بسهولة ووضع معايير لتقييم البرامج والأنشطة المختلفة للثقافة المالية والقيام بهذه التقييمات بصفة دورية حتى تتمكن الجهة المسؤولة من التعديل والتطوير من أدائها وتقييم الاستراتيجية ككل في نهاية المدة المحددة لها.

استخدام وسائل مبتكرة في توصيل المعلومات المالية وتغيير السلوك المالي للأفراد كما هو الحال في الكثير من الدول كجنوب افريقيا والنمسا وهولندا لنشر Three Coins وانجلترا وغيرها.

ثالثاً: استراتيجيات تحقيق التمكين الاقتصادي في القطاعات الخدمية المالية: (١)

يعتبر نشر الثقافة المالية هي أحد مسؤوليات الحكومات والمجتمع المدني معا، حيث يحقق انتشار الوعي المالي لدى الشعوب في استخدام الخدمات المالية، ويفيد في تقليل مستويات الفقر والبطالة. وتتلخص استراتيجيات تحقيق التمكين الاقتصادي في القطاعات الخدمية المالية وخاصة غير المصرفية» في توجهات ثلاث، تتمثل فيما يلي:

التحول من جانب العرض إلى جانب الطلب؛ ويتحقق ذلك من خلال تمكين مجموعة جديدة من رجال الاعمال «في قطاع التكنولوجيا» من خلال مبادرات قائمة على الطلب

التحول من الاستهلاك إلى الإنتاج؛ وذلك من خلال إيجاد ودعم جيل جديد من شباب تكنولوجيا المعلومات الذكية.

تطور قيمة المعرفة المضافة لمستويات أعلى من الموجودة؛ ويتم ذلك من خلال تبني المشروعات الصغيرة والمتوسطة للميكنة والتكنولوجيا بهدف تعزيز الانتاجية.

إلا أن الأمر يتطلب تضافر العديد من الجهود على مستوى الدولة ومؤسساتها المختلفة من خلال تبني استراتيجيات متكاملة وفاعلة للشمول المالي ودعم عملية الثقافة والتعليم المالي، مع تهيئة البيئة المواتية لضمان حقوق مستهلكي الخدمات المالية بوضع الضوابط اللازمة لحماية المستهلك المالي، وبما يساهم في تحسين فرص الوصول للتمويل والخدمات المالية بهدف تحسين فرص النمو والاستقرار الاقتصادي والمساهمة في تحقيق العدالة الاجتماعية ومكافحة الفقر. وذلك على غرار

(١) د/ خالد ياسين الشيخ، الاقتصاد المعرفي ودوره في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، رسالة ماجستير التأهيل والتخصص في الريادة والإدارة بالإبداع، المعهد العالي للتنمية الإدارية، جامعة دمشق، سوريا، ٢٠١٥-٢٠١٦، ص ٢٥-٢٦

استراتيجية قطاع الخدمات المالية غير المصرفية في مصر ٢٠٢٢ ، والتي نشير إليها بإيجاز على النحو التالي :

استراتيجية قطاع الخدمات المالية غير المصرفية في مصر ٢٠٢٢

تسعى استراتيجية ٢٠٢٢ إلى تغيير مفهوم القطاع المالي غير المصرفي من قطاع تسيطر عليه لغة الأرقام والمؤشرات إلى قطاع كفاء وعصري وأكثر ديناميكية ، ويتجاوب مع خطط التنمية بمرونة أكبر ومن قطاع يركز على النمو إلى قطاع يركز على التنمية وتحقيق العدالة الاجتماعية ، وأيضاً من قطاع تستحوذ الكيانات الكبيرة على الجانب الأكبر من خدماته إلى قطاع احتوائي يشمل كافة الكيانات ويدعم أكثر المشروعات الصغيرة والمتوسطة، بما يجعلها المحفز الرئيسي للإنتاج والتشغيل وبما تشمله من كافة فئات المجتمع لتحقيق الشمول المالي والوصول إلى الفئات المهمشة والفقيرة.

وأكد أنه مع التطور الملموس الذي يشهده الاقتصاد المصري خلال السنوات الأخيرة، فإن الإصلاحات الاقتصادية تحتاج لإيجاد قطاع مالي نشط قادر على التواكب مع تلك المتغيرات وتوفير تمويل وخدمات مالية بصورة أكثر كفاءة وبتكلفة منخفضة وإجراءات أقل وبصورة متنوعة تتيح للفئات المختلفة الاستفادة منها حسب طبيعة كل نشاط اقتصادي وبصرف النظر عن حجمه أو ملاءته المالية، ولا يستطيع القطاع المصرفي وحده في أي دولة القيام بهذا الأمر، حيث يجب أن يكون القطاع المالي في الدولة بجانبية (المصرفي، وغير المصرفي) بنفس القوة والكفاءة.

وتهدف الاستراتيجية النهائية لقطاع الخدمات المالية غير المصرفية في مصر ٢٠٢٢ إلى دعم القدرات المالية للاقتصاد القومي في ضوء التحديات الكبيرة على الصعيد المحلي والإقليمي والدولي. وتشمل هذه الاستراتيجية عدة محاور، من أبرزها ما يلي:

- خلق نظام مالي غير مصرفي احتوائي ومحفز للنمو الاقتصادي .
- تحسين معدلات الشمول المالي والمساهمة في تحقيق التنمية المستدامة .
- تطوير الأسواق المالية وابتكار حلول وخدمات مالية غير تقليدية.
- ضرورة تحقيق المزيد من الانفتاح للقطاع المالي غير المصرفي على الاقتصاد العالمي .
- رفع مستويات التوعية والثقافة المالية.

المطلب الثالث

جدلية العلاقة بين الثقافة المالية والتمكين الاقتصادي

تمهيد:

من الصعب تحقيق التمكين الاقتصادي دون وجود الحد الأدنى من الثقافة المالية والمتمثل في المعرفة المالية، في ظل تزايد نسب استبعاد شرائح عدة في المجتمع من التمتع بالخدمات المالية، مثل: سكان بعض القرى، والفئات الأقل حظاً في المدن الفقيرة، وعشوائيات المدن الكبرى. وهو الأمر الذي يشير إلى ضرورة دمج الثقافة المالية ضمن استراتيجيات التمكين الاقتصادي.

آليات دمج الثقافة المالية في استراتيجيات التمكين الاقتصادي:

تعتبر الثقافة عنصراً أساسياً من عناصر التمكين الاقتصادي؛ فهي المصدر الرئيسي للهوية والابتكار والإبداع للضرد والمجتمع؛ وأنها عامل مهم في بناء الاندماج الاجتماعي، والقضاء على الفقر، وتوفير شروط النمو الاقتصادي ونجاح عمليات التنمية، وهو الأمر الذي يستدعي تبني تعزيز الثقافة المالية داخل المجتمع كأحد روافد التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستهدفة، واستناداً لذلك نشير إلى بعض الآليات التي تسهم في دمج الثقافة المالية بالتمكين الاقتصادي، على النحو التالي:

أولاً: تعزيز التنوع الثقافي من خلال التعليم ووسائل الإعلام.

يتميز عصر المعلومات بالتجديد والتطوير المستمر، لذلك يجب الاستفادة من هذه التطورات التقنية والتكنولوجية المختلفة للاندماج في تعزيز الثقافة المالية، بحيث يمكن الاستفادة من التقدم التكنولوجي للمساعدة على إنتاج وتخزين وإدارة وتوزيع واسترداد المعرفة من خلال تعزيز البنية التحتية، وإنتاج أدوات متنوعة لتسهيل إنتاج وتخزين المعرفة بشكل مبتكر، وأيضاً تطوير البرمجيات ذات الصلة بإنتاج وتوزيع وإعادة استخدام المعرفة، كما أنه يجب الاهتمام بزيادة استخدام أدوات الويب وبرامج التواصل الاجتماعي لما لها من أهمية خاصة في تعزيز الثقافة المالية.

تقديم الدعم في إجراء تقييم شامل لتأثير الثقافة على التنمية المستدامة وفي تقديم المعلومات اللازمة للفعاليات والعمليات الكبرى.

تبني نموذجاً جديداً في التنمية الاقتصادية يشمل البعدين الاجتماعي والثقافي؛ فقد أكدت الدراسة التي قام بها مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد) والتي سلطت الضوء على حقيقة أن التجارة العالمية في السلع والخدمات الإبداعية قد حققت رقماً قياسياً قدره ٦٢٤ بليون دولار في عام ٢٠١١، أي أكثر من ضعف الرقم المحقق في عام ٢٠٠٢، في حين أن النمو في صادرات السلع الإبداعية من البلدان النامية بلغ في المتوسط ١٢ في المائة سنوياً خلال الفترة نفسها. وعلاوة على ذلك، يعرض التقرير فكرة «الاقتصاد الإبداعي يتجاوز نطاق الاقتصاد التقليدي» تأثير الثقافة في القضاء على الفقر، وتوفير التعليم الجيد، وحقوق الإنسان، والمساواة بين الجنسين، والإدارة البيئية المستدامة، وجعل المدن أكثر ملاءمة للعيش فيها وأكثر جاذبية.

ثانياً: تنمية المعرفة البشرية^(١)

تعتمد الثقافة المالية على استعداد العقل البشري بالدرجة الأولى وليس على التكنولوجيا، لذلك فإن تحقيق التمكين الاقتصادي مرهون فقط بقدرة الأفراد على إنتاج أفكار جديدة بدلاً من القدرات البدنية، ثم تطبيق التكنولوجيا بدلاً من تحويل المواد الخام أو استغلال اليد العاملة. ومن ثمة، فإن استخدام وخلق المعرفة التشغيلية الجديدة بطرق مبتكرة تختلف عن الطرق التقليدية لتزويد الأفراد بالمهارات التي يحتاجونها هي الخطوة الأولى للمشاركة في التمكين الاقتصادي، حيث يتطلب التغيير التكنولوجي السريع والمتلاحق من العمال اكتساب مهارات جديدة لمواكبة التطورات المتغيرة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في الاقتصاد كثيف المعرفة.

ثالثاً: قطاع البحث والتطوير

ويهدف قطاع البحث والتطوير إلى توليد المعرفة العلمية الجديدة فضلاً عن تطوير وإدماج المعلومات السابقة، كما يساعد أيضاً على التقدم التكنولوجي وزيادة الإنتاجية واستغلال فرص النمو في الأسواق الناشئة وخلق ميزة تنافسية تحركها المعرفة، كما أن الأدلة التجريبية تدل على أن المؤسسات والدول التي تستثمر في البحث والتطوير هي القادرة على البقاء على من خلال تمكينها للوصول المتزايد إلى

(١) /محمد سيد سلطان: تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتحقيق اقتصاد المعرفة: آليات الإندماج ومتطلبات النمو المعرفي، المنتدى الإعلامي السنوي السابع - الرياض ١٤٢٧ هـ / ٢٠١٦ م، ص ١٧-١٩

المعرفة الجديدة وزيادة النمو والتنافس على الأسواق العالمية وتوفير فرص عمل مستدامة عالية الجودة.

آليات التنفيذ المقترحة لرفع مستويات الثقافة المالية وتعزيز التمكين الاقتصادي؛ فيما يلي عدد من التوصيات والمقترحات لتعزيز وتوسيع التمكين الاقتصادي. تجدر الإشارة إلى أن معظم المصارف المركزية والبنوك العربية قد بدأت بوضع خطط وبرامج واستراتيجيات لتحقيق الأهداف التالية: ^(١)

تنويع وتطوير المنتجات والخدمات المالية بهدف تقديم خدمات مبتكرة وذات تكلفة منخفضة، تتواءم مع احتياجات الفئات المستبعدة، خصوصاً النساء وذوي الدخل المنخفض، فمن الضروري مراعاة متطلبات العملاء عند تصميم الخدمات والمنتجات لهم، بالإضافة إلى إبتكار منتجات مالية جديدة تعتمد على الادخار والتأمين ووسائل الدفع وليس فقط على الإقراض والتمويل.

تطوير البنية التحتية للنظام المالي خاصة في المناطق الريفية، وإنشاء مكاتب الاستعلام الائتماني، وحماية حقوق الدائنين، وتسهيل أنظمة الضمانات، وتطوير نظم الدفع والتسوية والعمليات المصرفية الإلكترونية.

إنشاء قواعد بيانات شاملة تتضمن سجلات البيانات الائتمانية التاريخية للأفراد والشركات الصغيرة والمتوسطة والمتناهية الصغر، ووضع قواعد وتشريعات هدفها تيسير إجراءات المعاملات المصرفية وخلق بيئة تنظيمية واضحة للمشروعات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة.

التوسع في تقديم الخدمات المالية الرقمية (Digital Financial Services) وكذلك الدفع عبر الهاتف المحمول، وذلك لتيسير الوصول إلى الخدمات المالية بتكلفة أقل وأكثر فعالية.

تعزيز الانتشار الجغرافي من خلال التوسع في شبكة فروع المصارف ومقدمي الخدمات المالية وخاصة التمويل المتناهي الصغر، بالإضافة إلى إنشاء نقاط وصول للخدمات المالية، مثل وكلاء المصارف، وخدمات الهاتف البنكي، ونقاط البيع، والصرافات الآلية، وغيرها.

(1) H. Attia, & H. Engelhardt: «Financial Education Initiatives in the Arab Region: A stocktaking report»..., Op.Cit.

ضمان الحماية المالية للمستهلك عبر التوعية والثقافة المالية من خلال إطلاعهم على حقوقه وواجباته والمزايا والمخاطر المتعلقة بالمنتجات المالية. بالإضافة إلى إبقاء العملاء على علم بكافة التحديثات والتغييرات التي تطرأ على المنتجات والخدمات المالية.

تعزيز الإفصاح والشفافية في المعاملات المصرفية وجعلها الأساس لمبادئ حماية المستهلك المالي بما يدعم الثقة في النظام المصرفي ويسهم في توسيع قاعدة العملاء، وتمكينهم من اتخاذ قرارات مالية سليمة ومبنية على معلومات دقيقة.

المبحث الثالث

آليات تعزيز الثقافة المالية

تمهيد:

استجابة لمبادرة منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية عام ٢٠٠٢ لوضع آليات للثقافة المالية، بدأت بعض الدول كإنجلترا، اليابان، الولايات المتحدة والهند وغيرهم بوضع آليات قومية لتعزيز الثقافة المالية. وقد ظهرت الآثار السلبية للأزمة المالية العالمية عام ٢٠٠٨ نتيجة عدم وجود ثقافة مالية لدى غالبية المتعاملين مع المؤسسات المالية مما دفع الكثير من الحكومات في أنحاء العالم إلى وضع استراتيجيات قومية للثقافة المالية. والتي اكتسبت اهتماما كبيرا . الأمر الذي دفع العديد من الدول لصياغة استراتيجياتها الوطنية.^(١) واستنادا لذلك نتناول هذا المبحث من خلال ما يلي:

المطلب الاول: آليات تعزيز الثقافة المالية في مصر .

المطلب الثاني: آليات تعزيز الثقافة المالية في الدول العربية .

(1) Bozena Fraczek: National strategies for financial education the concept..., OP .Cit..

المطلب الاول

آليات تعزيز الثقافة المالية فى مصر

تمهيد:

فى ظل القصور الشديد فى استخدام القطاع المالى فى مصر وانخفاض نسبة الادخار المحلى عن المعدل المطلوب تحققة ٢٠% أو ٣٠% لىبلغ معدل نمو الاقتصاد ٧%، ظهرت ضرورة ضم الفئات المهمشة من الشعب المصرى إلى القطاع المالى الرسمى والاستجابة لاحتياجاتهم سواء من الثقافة المالية أو من التضمين المالى بخلق منتجات وخدمات مالية مناسبة لهم. ولذلك أصبح التضمين المالى والثقافة المالية على قائمة أولويات البنك المركزى المصرى. وقد أصبحت الحاجة ماسة لتجميع جهود المنظمات المختلفة فى مجال الثقافة المالية للوصول للتضمين المالى ووضع استراتيجية قومية تضم جميع المنظمات الفاعلة فى هذا المجال.

وخلال سنوات المبادرة، قام المعهد المصرى المصرى بوضع إطار متكامل لتنفيذ أنشطة الثقافة المالية وضمان استدامتها. ويعتمد هذا النظام المتكامل على إشراك جميع الجهات المعنية، وبناء قدراتهم وخلق ثقافة الادخار فى المدارس والجامعات. وتمثل أهم العناصر الرئيسية لهذا النظام فيما يلى:

صياغة استراتيجية: خلق إطار وطنى للثقيف المالى من خلال تشكيل اللجنة القومية لصياغة الاستراتيجية القومية للثقيف المالى وتعزيزها بأفضل الممارسات.

التعليم: التأكد من أن الجهات المعنية بالتعليم المالى لديها القدرة على تقديم المناهج الدراسية الوطنية للتعليم المالى للشرائح المستهدفة المختلفة.

التنفيذ: تطوير وتطبيق مجموعة واسعة من أنشطة الثقيف المالى التى تلبى احتياجات مختلف الأعمار والشرائح الاجتماعية.

قياس التأثير: تقييم تأثير أنشطة الثقيف المالى من خلال تقنيات مختلفة.

أنشطة الثقافة والتعليم المالى فى مصر:

تعتمد أنشطة الثقافة والتعليم المالى فى مصر على مستويين:

المستوى الأول : وهو التعليم و الثقافة المالية الذي يستهدف توفير التعليم والتوعية المالية للأطفال والشباب.

المستوى الثاني : مساعدة البنوك في ابتكار منتجات وخدمات مالية مناسبة للأطفال والشباب. هذه الأنشطة تتكون من:

عقد ندوات الثقافة المالية في الجامعات والمدارس بالتنسيق مع وزارة التربية والتعليم، وزارة الشباب والرياضة والمدارس والجامعات الدولية.

ترتيب زيارات للمصارف والبورصة لتعريف الأطفال والشباب بالوظائف المختلفة بالبنك.

تطوير مناهج التعليم المالي مع شركاء دوليين ووكالات تنموية

تنظيم فعاليات الأسبوع المالي العالمي سنوياً وهو احتفال يُقام لرفع الوعي المالي للأطفال والشباب.

تدريب المدربين (TOT) للقيام بتقديم التعليم المالي.

تشجيع المصارف المصرية على تطوير المنتجات المالية المناسبة للشباب.

الجهود المختلفة للثقافة المالية في مصر:

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

المعهد المصري المصري:

يقوم المعهد المصري منذ مارس ٢٠١٣ وحتى الوقت الحاضر بتنفيذ أنشطة متعددة وهي: عقد ندوات توعية بالثقافة المالية للأطفال المدارس الحكومية والخاصة، وكذلك طلاب الجامعات الحكومية والخاصة، وأيضاً ندوات توعية في مراكز الشباب ولذوي الاحتياجات الخاصة. كما يقوم المعهد بنشر إصدارات مختلفة تساعد علي استيعاب المفاهيم المالية بطريقة مبسطة مثل: سلسلة مفاهيم مالية، ومؤشرات اقتصادية، والتعاون مع المختصين في مجال مواد التعليم المالي التدريبية، والتعديل بها لتناسب الفئة المستهدفة.

البنك المركزي المصري:

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

الهيئة العامة للرقابة المالية:

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

الصندوق الاجتماعي للتنمية:

يقدم الصندوق بعض الأنشطة التي تهدف للتثقيف المالي مثل: برنامج عن كيفية إنشاء وإدارة مشروع صغير. بالإضافة إلي ذلك من خلال تقديم دورات تنمية المهارات الإدارية، وبرامج تقديم الدعم التقني، والاتصال مع رجال الأعمال الناجحين والمشاركة في المعارض لعرض منتجات المشاريع الصغيرة.

البنوك المصرية والبنوك العاملة بمصر:

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

تقييم الجهود المختلفة للثقافة المالية في مصر:

كل ما سبق لعرض مجهودات التثقيف المالي في مصر هو تجميع وليس حصر لكل الأنشطة الموجودة بمصر. فقد تكون هناك مجهودات أخرى في مجال التثقيف المالي في مصر سواء بشكل متخصص أو ضمن برامج أخرى مثال برامج للتضمين المالي.

نقاط القوة وهي:

- ١- مشاركة الوزارات والقطاع العام في هذه المبادرات
- ٢- اهتمام كثير من الجهات والمنظمات الغير حكومية بمجال التثقيف المالي
- ٣- بداية تدخل البنوك في مثل هذه المبادرات يمكن أن تكون بداية لابتكار منتجات جديدة تلبي احتياجات الفئات المهمشة أيضا.

نقاط الضعف:

- ١- عدم وصول هذه المبادرات لعدد كبير من المصريين
 - ٢- معظم هذه البرامج قصيرة الأجل وقد لا تؤثر علي المدى الطويل.
 - ٣- قلة الدعاية لمثل هذه المبادرات.
 - ٤- عدم وجود إطار موحد يضم جميع هذه الأطراف.
- ومن هنا، يتضح أهمية توحيد هذه الجهود وعمل إطار موحد يضم جميع المنظمات العاملة بهذا المجال، وذلك للوصول لأكبر عدد ممكن من الأفراد والحصول علي أكبر تأثير وزيادة الوعي والثقافة المالية لدي جموع المصريين.

المطلب الثاني

آليات تعزيز الثقافة المالية في الدول العربية

أحرزت الدول العربية تقدماً على مدى العقد الماضي من حيث مستويات الثقافة المالية ومبادراتها بفضل الجهود المشتركة للبنوك والمصارف المركزية والحكومات والمنظمات غير الربحية المختلفة. ومع ذلك لا تزال الدول العربية متأخرة عن غيرها. حيث لا تزال هناك إمكانات كبيرة لرفع مستويات الثقافة والمعرفة المالية، إذ يمتلك نحو ٣٠% فقط من السكان البالغين في الدول العربية معرفة مالية مناسبة، مقابل معدل عالمي يبلغ ٣٤%. حيث يلاحظ من الجدول التالي رقم (٢) معدلات المعرفة المالية في عدد من الدول العربية بحسب مؤشر ستاندرد أند بوررز العالمي:

احتلت تونس المرتبة الأولى عربياً والـ٣٢ عالمياً من حيث الثقافة المالية حيث بلغت نسبة البالغين المثقفين مالياً ٤٤%، وحلّ لبنان في المركز الثاني عربياً والـ٣٣ عالمياً (٤٤%) والكويت في المرتبة الثالثة عربياً والـ٣٧ عالمياً (٤٤%).

في المقابل، سجّل اليمن والصومال أدنى معدلات المعرفة المالية على الصعيدين العربي والعالمي بنسبة ١٢% و١٥% على التوالي. وبالإضافة إلى معاناة المرأة العربية من إقصاء واضح في التعاملات المصرفية والمالية.

تجدر الإشارة إلى الفجوة في نسب الوعي المالي بين الرجال والنساء في الدول العربية، حيث يبلغ معدل المعرفة المالية ٢٧,٧% لدى النساء مقابل ٣٣,٥% للرجال. وترتفع الفجوة بين الجنسين إلى ١٣% في تونس، و١١% في لبنان، و١٠% في الجزائر، أما الإمارات العربية المتحدة فهي الدولة العربية الوحيدة حيث تمتلك النساء معرفة مالية (٤١%) أكثر من الرجال (٣٧%).

جدول (٢)

نسبة الثقافة/المعرفة المالية في الدول العربية (%)

الفجوة بين الجنسين	الإناث	الذكور	البالغين	
10	28	38	33	الجزائر
5	36	41	40	البحرين
5	25	30	27	مصر
4	25	29	27	العراق
3	22	25	24	الأردن
6	40	46	44	الكويت
11	39	50	44	لبنان
9	29	38	33	موريتانيا
6	28	34	31	السعودية
0	15	15	15	الصومال
2	20	22	21	السودان
13	38	51	45	تونس
(4)	41	37	38	الإمارات العربية المتحدة
7	21	28	25	فلسطين
10	8	18	13	اليمن
5.8	27.7	33.5	30.7	متوسط

المصدر: ستاندر أند بورز، المؤشر العالمي للمعرفة المالية، 2015.

استراتيجيات ومبادرات وبرامج التعليم المالية في الدول العربية

تكتسب الاستراتيجيات الوطنية للتعليم المالية أهمية متزايدة في جداول أعمال الحكومات على الصعيدين العالمي والعربي. وتعد المغرب والأردن هما من رواد وضع وتنفيذ الاستراتيجيات الوطنية للتعليم المالي في المنطقة العربية، كما أن العديد من الدول العربية بصدد إعداد استراتيجيتها الخاصة بما في ذلك: مصر، والسعودية، ولبنان، وفلسطين، وتونس.

ووفقاً لدراسة صادرة عن صندوق النقد العربي والوكالة الألمانية للتعاون الدولي، تصدرت مصر الدول العربية من حيث عدد المستفيدين من مبادرات التعليم المالي، حيث استهدفت أكثر من مليوني نسمة، تليها فلسطين (١,٢ مليون)، واليمن مع نصف مليون مستفيد.

وركزت حوالي ٥١% من مبادرات التعليم المالي في المنطقة العربية على استهداف الشباب، و٤٩% على المشروعات الصغيرة والمتوسطة والمتناهية الصغر، و٣٨% على عملاء التمويل الأصغر، و٢٧% على النساء، و٢٦% على الأطفال، و٦% على اللاجئين أو المهاجرين^(١).

وفي ضوء ما سبق، نشير إلى بعض المقترحات بشأن رفع المستويات الحالية للثقافة المالية في الدول العربية ما يلي:

إعداد استراتيجيات وطنية للتعليم والثقافة المالية بمشاركة المصارف وجهات من القطاعين العام والخاص، لتعزيز الوعي والمعرفة المالية لدى المواطنين خاصة أصحاب المشروعات الصغيرة والمتوسطة والمتناهية الصغر، والمسنين، وموظفي القطاع العام، والشباب، والنساء، والأميين، والمغتربين، واللاجئين، وسكان الأرياف، وذوي الدخل المحدود.

إدخال مادة الثقافة المالية للمراحل الابتدائية والثانوية في مناهج التعليم الرسمي والخاص التي تعتمد عليها وزارات التربية والتعليم في المدارس العربية، ودمج برامج التعليم المالي في المناهج الجامعية وبرامج محو الأمية.

استخدام وسائل الإعلام (التلفزيون والراديو والمجلات والصحف)، بالإضافة إلى وسائل التكنولوجيا الحديثة (التعلم الإلكتروني E-learning، وتطبيقات الهاتف المحمول، وشبكات التواصل الاجتماعي) كمنصات لتوسيع نطاق برامج التعليم المالي. توزيع مطبوعات ومواد تعليمية مجانية في البنوك العربية، والمصارف المركزية، والمدارس والجامعات (كتيبات، وأقراص مدمجة، ومنشورات...)

(1) H. Attia, & H. Engelhardt: «Financial Education Initiatives in the Arab Region: A stocktaking report». Arab Monetary Fund (AMF) and the Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ), 2016

خاتمة البحث:

أثبتت الثقافة المالية أهميتها في تحقيق التمكين الاقتصادي لعدة الأسباب، منها:
أن المستهلكين المثقفين ماليا يمكنهم اتخاذ قرارات مالية أكثر رشادة، والمطالبة
بمنتجات وخدمات مالية عالية الجودة.

والتفاعل بعقلانية مع ظروف السوق المتغيرة، وكذلك تشجيع المنافسة والابتكار
في الأسواق المالية.

كل ذلك يؤدي إلى منتجات وخدمات مالية أكثر كفاءة وتكلفة أقل وكذلك عدم
الحاجة إلي الكثير من القوانين واللوائح وبالتالي أسواق مالية أكثر استقرارا ونمو
اقتصادي.

أما عن الثقافة المالية في مصر، فهناك الكثير من الجهود التي تبذل في هذا
المجال من قبل القطاع الحكومي ومؤسسات المجتمع المدني إلا أنها مازالت غير موحدة
ولا تؤثر بالشكل الفعال والمطلوب في ظل الظروف الاقتصادية التي تمر بها مصر.
ولكن البدء في عمل اللجنة التنسيقية لوضع الاستراتيجية القومية للثقافة المالية
هو حجر الأساس لتوحيد هذه الجهود ووضع مصر علي المسار الصحيح في مجال
الثقافة المالية.

المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية.

١. الهيئة العامة للرقابة المالية : الاستراتيجية الشاملة للأنشطة المالية غير المصرفية ٢٠١٨-٢٠٢٢، القاهرة، ٢٠١٧.
٢. اتحاد المصارف العربية: الثقافة المالية في العالم العربي؛ شرط أساسي لتحقيق الشمول المالي، إدارة الدراسات والبحوث، بحث منشور بتاريخ ٢٢/١١/٢٠١٧ في الموقع: uab@uabonline.org، تاريخ الحصول عليه: ٢٨ فبراير ٢٠٢٠.
٣. آية محمد أبو زيد: الاستراتيجيات القومية للثقيف المالي، إدارة البحوث والتوعية، المعهد المصرفي المصري، البنك المركزي المصري سلسلة أوراق بحثية، ٢٠١٥.
٤. د/ خالد ياسين الشيخ: الاقتصاد المعرفي ودوره في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، رسالة ماجستير التأهيل والتخصص في الريادة والإدارة بالإبداع، المعهد العالي للتنمية الإدارية، جامعة دمشق، سوريا، ٢٠١٥-٢٠١٦.
٥. /عامر جمال احمد جرادات : دور مؤسسات الاقراض في التمكين الاقتصادي والاجتماعي دراسة حالة المركز العربي للتطوير الزراعي «أكاد»، رسالة ماجستير، معهد التنمية المستدامة، جامعه القدس، فلسطين، ٢٠١٨م.
٦. د/ علي توفيق الصادق: التدريب على إدارة الاقتصاد، بحث منشور في (تنمية الموارد البشرية والنمو الاقتصادي في البلدان العربية)، تحرير طاهر حمدي كنعان، منشورات صندوق النقد العربي، الامارات العربية المتحدة، ١٩٩٨.
٧. د/ علي عبد محمد سعيد الراوي & د/ خليل محمد شهاب الجبوري: التمكين الاقتصادي والتنمية البشرية المستدامة ومهمات السياسة الاقتصادية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، الجامعة العراقية، العدد الخاص بال مؤتمر العلمي المشترك، ٢٠١٤.
٨. د/ محمد سعد محمد علي شلبي: أثر المعرفة المالية للأفراد على الشمول المالي: دراسة مقارنة، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، المجلد (٩) العدد (٣)، جامعة قناة السويس، كلية التجارة، ٢٠١٨.

٩. /محمد سيد سلطان: تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتحقيق اقتصاد المعرفة: آليات الإندماج ومتطلبات النمو المعرفي، المنتدى الإعلامي السنوي السابع – الرياض ٢٠١٦/٥١٤٣٧ م
١٠. د/محمود محمد خير الدين: الشمول المالي ودوره فى تحقيق التنمية الاقتصادية نماذج دولية، دارالتعليم الجامعى، الاسكندرية، ٢٠١٩

ثانياً: المراجع باللغة الانجليزية

1. A. Lusardi, and P. Tufano» :Debt Literacy, Financial Experiences, and Over Indebtedness,« Journal of Pension Economics and Finance, Vol. 14, special issue 4, Oct.2015.
2. Bozena Fraczek: National strategies for financial education – the concept and first experiences in the world. Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska Lublin – Polonia, Vol. XLVII (4) Section , 2013.
3. Causal Design: “The Impact of Electronic Cash Transfer Approaches on Disaster Recovery and Financial Inclusion.” Portland, Ore.: Mercy Corps, 2015.
4. Clarke, Daniel J. & Stefan Dercon : “Dull Disasters? How Planning ahead Will Make a Difference.” Oxford: Oxford University Press , 2016
5. Gloria M. Grandolini : Five challenges prevent financial access for people in developing countries ,World Bank blogs, Oct. 15,2015
6. <https://blogs.worldbank.org/ar/voices/five-challenges-prevent-financial-access-people-developing-countries>
7. J. Kozup, and J. M. Hogarth: “Financial Literacy Public Policy and Consumer’s Self-Protection – More Questions, Fewer Answers”. Journal of Consumer Affairs, 42(2) 2008 .
8. H. Attia, & H. Engelhardt» :Financial Education Initiatives in the Arab Region: A stocktaking report«. Arab Monetary Fund (AMF) and the Deutsche Gesell schafffür Internationale Zusammenarbeit (GIZ)2016 ,
9. Herbert J. Rubin, Irene S. Rubin: Community Organization and Development, 4th Edition, Northern Illinois University, London, march 2008.
10. L . Klapper, et al» . :Financial Literacy Around The World: Insights from the Standard & Poor’s Ratings Services Global Financial Literacy

- Survey2015,«. http://gflec.org/wpcontent/uploads/2015/11/Finlit_paper_16_F2_singles.pdf
11. Report prepared for the Commission for Financial Literacy and Retirement Income, Financial Knowledge and Behavior, Survey 2013.
 12. Nina Wallenstein: Empowerment and Health, the Theory and Practice of Community, Community Development Journal, Oxford University Press, British, V28 , N3, Jul 1993.
 13. World Health Organization: What is the evidence on effectiveness of empowerment to improve health? WHO Regional Office for Europe's Health Evidence Network (HEN) February 2006
 14. Zimmerman, Jamie, and Silvia Baur: "Understanding How Consumer Risks in Digital Social Payments Can Erode Their Financial Inclusion Potential." Washington, D.C.: CGAP, 2016.

ملخص البحث

عنوان البحث : دور الثقافة المالية في تحقيق التمكين الاقتصادي للخدمات المالية

الباحثة : د / مروة فتحي السيد البغدادي

تربط الثقافة المالية والتمكين الاقتصادي بعلاقة وثيقة ؛ حيث يشكل فهم المنتجات والخدمات المصرفية شرطاً أساسياً لتعميمها وحسن استخدامها والاستفادة منها بشكل فعال. وبالمثل فإن امتلاك حساب مصرفي يعمل كحافز لفهم أفضل للمفاهيم والمبادئ المالية. وعادة ما يرتبط انخفاض معدلات التمكين الاقتصادي بتدني مستوى الثقافة المالية، لذلك أصبح التعليم المالي أمراً ضرورياً لتسهيل الوصول إلى المنتجات والخدمات المالية والتشجيع على استخدامها، لذا يناقش المبحث الأول: ماهية الثقافة المالية وآليات تطبيقها. بينما، يناقش المبحث الثاني من الدراسة التمكين الاقتصادي وعلاقته بالثقافة المالية، ويقدم المبحث الثالث آليات تعزيز الثقافة المالية في مصر والدول العربية.

Research Title:

The role of financial culture in achieving economic empowerment of financial services

The researcher: Dr. Marwa Fathi Elsayed Elboghdadi

Research Summary

Financial culture and economic empowerment are closely linked , as an understanding of banking products and services is a prerequisite for their effective dissemination, good use, and effective utilization.

Likewise, having a bank account acts as a catalyst for a better understanding of financial concepts and principles. Usually, low rates of economic empowerment are associated with a low level of financial culture, so financial education has become imperative to facilitate access to financial products and services and encourage their use.

Therefore, the first topic discusses: What is financial culture and it's application mechanisms Whereas, the second topic of the study discusses economic empowerment and its relationship to financial culture, and the third topic introduces mechanisms for promoting financial culture in Egypt and Arab countries.