



إنجاح التمويل الرقمي للمرأة في منطقة الشرق الأوسط و شمال أفريقيا:

٨ دروس من الميدان

لقد تم إعداد هذا الموجز التعليمي للممارسين ، كجزء من سلسلة التعلّم الخاصة بصندوق مشاريع المرأة العربية و قام بكتابته كل من: رهام غربية و كلوي جيجين و جوليا هاكسيل و سبل المجالي.

إن صندوق مشاريع المرأة العربية الممول من قبل وزارة التنمية الدولية بالمملكة المتحدة ، يسعى إلى الحثّ على زيادة التمكين الاقتصادي للمرأة من خلال استخدام منهجية تطوير أنظمة السوق و كجزء من استراتيجيته لإدارة المعرفة و التعلّم ، قام الصندوق بالشراكة مع شبكة [Small Enterprise Evaluation Project](#) لأجراء سلسلة تعليمية لمدة عامين حول التمكين الاقتصادي للمرأة . حيث تهدف سلسلة التعلّم هذه إلى تحفيز مناقشة و تبادل المعرفة بشأن المبادرات الحالية و الممارسات الجيدة و الدروس المستفادة بين الجهات المانحة و القطاع الخاص و الخبراء الذين يعملون في مجال التمكين الاقتصادي للمرأة و تطوير أنظمة السوق

شكر و تقدير

إن هذا الموجز التعليمي للممارسين قد استفاد من مراجعة كل من يمنى مصطفى و فيونا شبرا و ناندي هول و ربيكا كيناهاان ، و كذلك قامت المؤسسات التالية بالمساهمة في هذا الموجز : الشبكة المصرفية العالمية للمرأة و البنك التجاري اللبناني و منصة "سيوا" و برنامج "HerFinance" التابع لمنظمة "BSR" و شركة "Levis Strauss & Co" و منظمة "MakingCents International" و منصة "كاليبس" و "مؤسسة التمويل الدولية". وقد ساهم شركاء "صندوق مشاريع المرأة العربية" و هم: الشركة الأردنية لأنظمة الدفع و التقاص (JoPACC) و شركات "دينارك" و "فوري" و "يونيليفر مصر" و "أكسا للتأمين مصر" و "مؤسسة بهية" و "جمعية رسالة الخيرية" و "Plan International" و "برنامج الأغذية العالمي" و "مؤسسة مرسال" و "مؤسسة بسمه الحياة" و شركة "تساهيل للتمويل متناهي الصغر" و "مركز ماستركارد للنمو الشامل" و شركة "Paymob" و شركة "تمويلي للمشروعات متناهية الصغر".



جدول المحتويات

4	الملخص التنفيذي
5	مقدمة
8	القسم الأول: فرص و تحديات التمويل الرقمي في منطقة الشرق الأوسط و شمال أفريقيا
9	الفرص
9	التحديات
12	القسم الثاني: ثمانية دروس لإنجاح التمويل الرقمي للمرأة في شمال أفريقيا و بلاد المشرق
13	الدرس الأول: بناء فهم شامل لاحتياجات و اختيارات المرأة كمستخدمة للخدمات المالية الرقمية
17	الدرس الثاني: إتاحة الوصول إلى الخدمات المالية الرقمية عن طريق بناء شبكات وكلاء تديرها نساء
20	الدرس الثالث: دمج الخدمات غير المالية مع الخدمات المالية الرقمية بما فيها التدريب
22	الدرس الرابع: البناء على ما تتق فيه المرأة بالفعل والقيام بالتحول الرقمي لنماذج التمويل التقليدية من أجل زيادة تأثيرها
23	الدرس الخامس: التشجيع على تطوير بيئة أساسية قوية للخدمات المالية الرقمية ، لزياده استخدام المرأة لهذه للخدمات
26	الدرس السادس: توسيع نطاق الوصول إلى الهويات الرقمية العالمية من أجل مساعدة المرأة ذات الدخل المنخفض على بناء تاريخها الائتماني عبر الحدود
27	الدرس السابع: الاستفادة من التجارة الإلكترونية و إقبال المستهلكين على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ، من أجل تلبية الاحتياجات الرقمية لرائدات الأعمال و عملائهن
30	الدرس الثامن: الاستثمار في تحليلات البيانات المصنفة حسب نوع الجنس من أجل متابعة مدى التقدم ، و بناء الخدمات المالية الرقمية الموجهه لخدمة المرأة العاملة وصاحبه المهن
31	الخاتمة
32	قائمة المراجع
33	قائمة دراسات الحالة و المقابلات

الملخص التنفيذي

الى دروس مستفادة من عدة منظمات من القطاع العام و الخاص و مؤسسات المجتمع المدني و الجهات الدولية الداعمة نرغب بالقاء الضوء عليها من اجل ان نمهد الطريق في المنطقة أمام الشمول المالي الرقمي للمرأة. و اعتمادا على كل هذه الجهود ، تم عمل هذا الموجز التعليمي للممارسين بهدف البدء في مناقشة كيفية سد الفجوة الحالية عن طريق تسليط الضوء على بعض قصص النجاح المتحققة حتى الآن ، و تبادل الدروس المستفادة و الممارسات الجيدة التي يمكن للممارسين الآخرين الاستفادة منها بما في ذلك مقدمي الخدمات المالية الرقمية و صانعي السياسات و مؤسسات المجتمع المدني و الجهات الدولية الداعمة .

نود ان ننوه انه هناك بعض من الدروس التي تم مشاركتها في هذا الملخص ما زالت في المرحلة التجريبية ، ولذلك فمن المبكر جدا تقييم أثرها طويل الأجل على إمكانية استفادة المرأة من الموارد التي استطاعت الوصول اليها و كما أن نظم البنية التحتية للخدمات المالية الرقمية لا تزال ناشئة و مقسمة بدرجة كبيرة عند مقارنتها بالمناطق الأخرى . مما قد يحد من تطبيقها على نطاق واسع. و بالرغم من أنه لا يوجد حلّ سحري للتمكين الاقتصادي للمرأة ؛ لذلك يجب ان تكون حذرين ولا نبالغ في تقدير إمكانات هذه الخدمات الرقمية المالية من حيث التمكين الاقتصادي التلقائي للمرأة ذات الدخل المنخفض و تخفيف معاناتها من الفقر.

واخيرا، ان الصندوق يعتقد بضرورة تجاوز مناقشة "الشمول المالي الرقمي" والانتقال إلى تطبيق نهج "التمكين المالي الرقمي" ، من أجل ضمان أن الحصول على الخدمات المالية الرقمية و استخدامها سيؤدي إلى زيادة قدرة المرأة و زيادة دورها في صنع القرار و التحكم في حياتها المالية مما يؤدي في النهاية إلى رفاهيتها.

و أخيرا أننا نعتقد أنه من الضروري دراسة الفرص و التحديات التي تواجه المرأة و المتعلقة بالتمويل الرقمي ، و ذلك لكي نضمن في النهاية أن المرأة لم يتم إهمالها في الثورة الرقمية. من اجل ذلك يسعى صندوق مشاريع المرأة العربية بهذه الدراسة إلى المساعدة في تحديد الخدمات المالية التي يمكن الاستفادة منها من أجل ازدهار نظم البيئية الأساسية للتمويل الرقمي و جعلها تعمل بشكل أفضل للمرأة ذات الدخل المنخفض في منطقة الشرق الأوسط و شمال أفريقيا.

تم تنظيم هذا التقرير بحيث يحتوي على قسمين سوف تقوم المقدمة بشرح الأسباب التي دفعت صندوق مشاريع المرأة العربية أولا إلى البدء بالعمل في مجال الخدمات المالية الرقمية و وضع تصوّر الخدمات المالية داخل سياق التمكين الاقتصادي للمرأة و نهج تطوير أنظمة السوق حيث نسلط الضوء على الفرص الرئيسية و التحديات المرتبطة بنوع الجنس و المتعلقة بالتحول الرقمي للتمويل في منطقة الشرق الأوسط و شمال أفريقيا، أما في القسم الثاني ، فسوف نسلط الضوء على بعض الدروس التي تم رصدها من الميدان عند تكوين نظم البيئية الأساسية لخدمات مالية رقمية شاملة و سوف نقوم في الخاتمة بالتركيز على الطريقة التي يمكننا بها تجاوز النقاش حول الشمول المالي الرقمي الى دعم و مساعدة أساليب التمكين المالي الرقمي التي تضمن تحسين إمكانية وصول المرأة إلى الخدمات المالية الرقمية ليمر ترجمتها إلى زيادة قدرة المرأة و زيادة دورها في صنع القرار و التحكم في حياتها المالية مما يؤدي في النهاية إلى رفاهيتها.

لا تزال منطقة الشرق الأوسط و شمال أفريقيا لديها أكبر فجوة بين الجنسين في العالم من حيث المشاركة الاقتصادية للمرأة¹ و ذلك بالرغم من التقدم الذي تم إحرازه خلال السنوات القليلة الماضية حيث تشارك امرأتان من كل خمسة نساء بالمنطقة في القوة العاملة و تساهم المرأة فقط بنسبة 18 % من الناتج المحلي الإجمالي للمنطقة² و تظهر هذه الفجوة الاقتصادية أيضا عندما يتعلق الأمر بإمكانية الحصول على التمويل ؛ حيث 35% فقط من النساء في المنطقه لديهن حساب بالبنك أو بـمكتب توفير البريد أو لدى مقدم خدمات مالية عبر الهاتف المحمول ، و ذلك بالمقارنة مع الرجال الذين تبلغ نسبتهم 52 %³ إن هذه الفجوات المالية لا تؤثر بشكل كبير فقط على الاستقلال المالي للمرأة و قدرتها على إدارة مواردها المالية فحسب ، بل تؤثر أيضا على فرص العمل و نمو المشروعات، حيث إن المنطقة يوجد بها ثاني أعلى فجوة في العالم لتمويل المشروعات النسائية متناهية الصغر (29 %) ، و توجد فجوة بمقدار 16 مليار دولار بين الائتمان الذي تحتاجه رائدات الأعمال و التمويل الذي تتلقاه⁴ وثاني أكبر فجوة بين الجنسين في العالم من حيث المعاملات المالية عبر الهواتف المحمولة ، حيث يقلّ استخدام المرأة للحسابات المالية عبر الهواتف المحمولة عن الرجال بنسبة 36 %⁵.

و بالرغم من أن التحديات كبيرة الا ان الفرص ايضا متاحة ، حيث تقوم الحكومات في جميع أنحاء المنطقة إدراكا منها لهذه التحديات ، باعتماد إستراتيجيات للشمول المالي تستهدف سدّ الفجوة بين الجنسين وإتاحة ادوات وخدمات مالية لتحقيق هذه الغاية مثال ذلك الخدمات المالية الرقمية المبتكرة التي يتم تقديمها عبر البنوك أو مشغلي شبكات الهاتف المحمول أو مؤسسات التمويل الأصغر أو شركات التكنولوجيا المالية، التي من شأنها إتاحة الفرص من أجل الوصول إلى الفئات الضعيفة و بشكل خاص النساء ذوات الدخل المنخفض . ومع ذلك ، و بالرغم من زيادة الأدلة التي تشير إلى آثار إيجابية للتحول الرقمي للتمويل من أجل المرأة⁶ ؛ إلا أننا يجب أن ندرك أيضا أنه ما زالت الفجوة الجندرية تزداد بشكل متزايد في منطقة الشرق الأوسط و شمال أفريقيا .

إن هذا الموجز التعليمي يهدف إلى استكشاف "الخدمات المالية الرقمية للمرأة" ، و بشكل خاص لمنطقة شمال أفريقيا و بلاد المشرق ، و ذلك من خلال تسليط الضوء على بعض الأساليب الرقمية للتمكين المالي التي تتعامل مع الجنسين بشكل مبدع. فقد لاحظ الصندوق انه بالرغم من وجود الكثير من الدراسات التي توضح الطريقة التي يقوم بها التمويل الرقمي وتحديد العمليات المالية عبر الهواتف المحمولة ؛ بمساعدة المرأة للحصول على الخدمات المالية في كل من دول أفريقيا جنوب الصحراء و جنوب شرق آسيا ؛ إلا أن هذا الموضوع لم يأخذ حقه في البحث بمنطقة الشرق الأوسط و شمال أفريقيا، لذا ارتأينا في صندوق المشاريع المرأة العربية أن هناك حاجة إلى مزيد من الأدلة حول أثر التحول الرقمي للتمويل على التمكين الاقتصادي للمرأة ، حيث ان الصندوق ومن خلال ما قام به من دراسه و ابحاث للسوق حول القيود المفروضة على الشمول المالي للمرأة في مصر و الأردن و الأراضي الفلسطينية المحتلة ومن خلال عدة مبادرات قمنا بتنفيذها بالشراكة مع شركات من قطاع الخاص المقدمه للخدمات المالية الرقمية ، اصبح لدينا الكثير من الدروس المستفادة التي نرغب مشاركتها بالاضافة

1 (منتدى الاقتصاد العالمي 2018)

2 (منتدى الاقتصاد العالمي 2018)

3 (المؤشر العالمي للشمول المالي)

4 (مؤسسة التمويل الدولية 2017)

5 (المؤشر العالمي للشمول المالي 2017)

6 (هيئة الأمر المتحدة للمرأة 2019)

مقدمة

تمول وزارة التنمية الدولية للمملكة المتحدة بمبلغ عشرة ملايين جنيه استرليني صندوق مشاريع المرأة العربية من أجل معالجة المعوقات أمام شمول المرأة اقتصادياً في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا ، حيث تم تنفيذ البرنامج للأعوام ٢٠٢٠-٢٠١٥ في البلدان المستهدفة في كل من مصر والأردن والأراضي الفلسطينية المحتلة.

هدف صندوق مشاريع المرأة العربية إلى زيادة الفرص الاقتصادية والرفاه لـ 10,000 امرأة فقيرة في المنطقة حيث عالج صندوق مشاريع المرأة العربية المعوقات والتحديات التي تواجهها النساء الفقيرات في الأسواق من خلال تمكين المرأة من العمل والبدء بتطوير أعمالهن وتحسين وصول صوتهن واختيارهن وقدرتهن على التحكم في الأنشطة الاقتصادية. عمل صندوق مشاريع المرأة العربية على الاستفادة من أكثر الموارد الغير مستغلة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا؛ ألا وهي المرأة؛ لتحفيز زيادة النمو الاقتصادي والاستقرار في المنطقة التي تحتل في الوقت الحالي أدنى نسب مشاركة المرأة الاقتصادية في العالم من خلال :

- تشجيع التغييرات في ممارسات الأعمال والمنتجات والخدمات التي تستهدف النساء (تغيير السلوك)
- دعم التغييرات في القوانين التي تحكم وصول المرأة إلى الأسواق (الرسمية وغير الرسمية).

يدرك البرنامج مدى تأثير الأعراف الاجتماعية السائدة على فرص النساء كأفراد متمكنات اقتصاديا، حيث عمل صندوق مشاريع المرأة العربية على تطوير أنشطة لتغيير تلك المعتقدات والاتجاهات بشأن أدوار المرأة وقدراتها في الأسواق؛ مثل تطوير الحوار المتعلق في السياسات وإيجاد المناصرين والأئمة الريفية لتمكين المرأة اقتصادياً كما و اتخذ المشروع منهجاً يعتمد على الشراكات لضمان الملكية المحلية التي ستحفز التغيير الشامل والمستدام.

ولعلمنا ان استخدام تطوير أنظمة السوق لتحقيق تمكين المرأة اقتصادياً منهجاً مبتكراً، ركز صندوق مشاريع المرأة العربية على اكتساب ومشاركة التعلم خلال فترة حياة البرنامج والمساهمة في قاعدة براهين دولية حول تمكين المرأة اقتصادياً ومناهج تطوير السوق.

حيث قام صندوق مشاريع المرأة العربية منذ نشأته في عام ٢٠١٥ ، بدعم المشروعات متناهية الصغر التي تمتلكها المرأة و الموظفين الإناث ، و ذلك من أجل الحصول على مزيد من الاستقلال الاقتصادي و الرفاهية في كل من مصر و الأردن و الأراضي الفلسطينية المحتلة⁷. و مع ذلك ، فقد أصبح من الواضح خلال الأعوام الأولى من التنفيذ أن النساء في سلاسل القيمة التي قام المشروع باختيارها ، التي تتضمن صغار منتجي الألبان وصغار مصنعين الأغذية بالإضافة إلى عمال قطاع المنسوجات و عمال الحمضيات ؛ لم تتمكن من الحصول على الخدمات المالية التي تسمح لهن بزيادة رأس المال العامل الخاص بهن أو التوسع في مشروعاتهن أو مجرد الادخار من أجل المستقبل. و قد رصد الصندوق بشكل خاص أن النساء ذوات الدخل المنخفض سواء كنّ أفراد أو مشروعات صغيرة ؛ كنّ يفتقرن بشكل عام إلى سهولة الوصول إلى الخدمات المالية الأساسية التي تتيح لهن التعامل بسهولة في حياتهن اليومية أو إدارة المخاطر غير المتوقعة للاستهلاك السلس ، أو التخطيط المسبق للمناسبات المستقبلية مثل تعليم أطفالهن أو الرعاية الصحية .

و قد لاحظ الصندوق في الوقت نفسه ، تناقضا كبيرا يتمثل في الوصول المتزايد إلى التكنولوجيا من ناحية ، و في الإقبال المنخفض للمرأة على الخدمات المالية الرقمية من ناحية أخرى. إن معظم النساء المصريات⁸ و الأردنيات⁹ في سلاسل القيمة الخاصة بنا ، يمتلكن هاتفا محمولاً أو يمتلكن إمكانية الوصول إلى منفذ للمدفوعات بالقرب من منزلهن ، إلا أنهن كن بطيئات في استخدام الخدمات المالية الرقمية و بشكل خاص بالمقارنة مع دول أفريقيا جنوب الصحراء. لقد كان هذا هو الحال على الرغم من التقدم الإيجابي الذي أحرزته الحكومات و مقدمو الخدمات المالية¹⁰ من أجل جعل الشمول المالي الرقمي أولوية وطنية و من ثمر ، بدأ صندوق مشاريع المرأة العربية بالتفكير في كيفية جعل أسواق الخدمات المالية الرقمية تعمل بشكل أفضل من أجل النساء الفقيرات.

شكل توضيحي 1

إستراتيجية الشمول المالي الرقمي و التدخلات الخاصة بصندوق مشاريع المرأة العربية



7 (تمر إغلاق مكتب رام الله في عام 2018)

8 يشكل في مصر معدل انتشار للهواتف المحمولة نسبة 112% ، و معدل انتشار 38% لمستخدمي الإنترنت. و مع ذلك و اعتباراً من شهر فبراير/شباط 2019 ، فإن نسبة حسابات محافظ الهاتف المحمول التي تمتلكها النساء كانت فقط 29% من 12.9 مليون حساب.

9 يوجد في الأردن معدلات انتشار 150% هواتف محمولة ، و 85% هواتف ذكية ، (الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية 2019).

10 مقدمو الخدمات المالية مثل البنوك و مؤسسات التمويل الأصغر و الاتحادات الائتمانية و شركات التأمين ، أو المنظمات غير الرسمية مثل المدخرات الدوارة و تعاونيات الائتمان.

تعريف الخدمات المالية الرقمية و الشمول المالي الرقمي في سياق التمكين الاقتصادي للمرأة و نهج تطوير أنظمة السوق

نشير في هذه الدراسة إلى الخدمات المالية الرقمية على أنها منتجات و خدمات مالية يتم الوصول إليها من خلال الوسائل الرقمية و هي تتضمن المدفوعات و التحويلات و الائتمان و الودائع أو غيرها من خدمات الادخار و التأمين

إن الخدمات المالية الرقمية ممكن أن تختلف في الشكل و التكوين، إلا أننا في هذه الدراسة نعرفها على أنها سلسلة من الابتكارات التي تجعل من الممكن توفير خدمات مالية منخفضة التكلفة و يسهل توسيع نطاقها و يستطيع من هم في أمس الحاجة إليها من الحصول عليها بيسر وسهولة، إن هذه الابتكارات يجب ان تعمل على تغيير الطريقة التي يتعامل بها الأشخاص مع البنوك لسداد المدفوعات والوصول إلى الائتمان بما يمكنهم من إدارة تدفقات الدخل غير المنتظمة والتخطيط للمستقبل والتعافي من الأزمات الاقتصادية والكوارث الطبيعية والتوصل إلى أساليب جديدة لكسب العيش ، وأيضاً تغيير الطريقة التي تتعامل بها الحكومه مع مبالغ الضمان الاجتماعي لتصل إلى مستحقيها الفعليين من خلال مثلا مكاتب البريد أو التمويل الأصغر أو فروع البنوك، ويساعد التجار الذين يقبلون عمليات السداد الرقمي في اكتساب ذكاء جديد للأعمال والوصول إلى خطوط الائتمان.

الشمول المالي الرقمي يتضمن نشر الخدمات المالية الرقمية و الوسائل الرقمية الموقرة للتكاليف للوصول إلى الفئات المستبعدة ماليا و المحرومين من الخدمات ، و ذلك من خلال مجموعة من الخدمات المالية الرسمية التي تتلاءم مع احتياجاتهم و يتم تقديمها بشكل مسؤول و تكون بتكلفة معقولة بالنسبة للعملاء و مستدامة بالنسبة لمقدمي الخدمات¹¹.

ونعرف مستخدمي الخدمات المالية الرقمية أن الأشخاص الذين كانوا "محرومين من الخدمات المصرفية" في السابق و في سياقنا هذا ستكون هذه الفئات إما من النساء كأشخاص أو المشروعات متناهية الصغر التي تمتلكها المرأة . و قد تم تسليط الضوء في هذا التقرير على مقدمي الخدمات المالية الرقمية مثال ذلك من المؤسسات المالية التقليدية (البنوك و مؤسسات التمويل الأصغر) بالإضافة إلى شبكات الهاتف المحمول و شركات التكنولوجيا المالية و شركات التجارة الإلكترونية. أما التمكين الاقتصادي للمرأة فهو مفهوم متعدد الأوجه ، كما أن تعريفه راسخ بعمق في الأعراف الاجتماعية الخاصة بكل بلد. و في هذه الدراسة نعتبر أن المرأة تتمتع بالقدرة الاقتصادية عندما يكون لديها القدرة على النجاح و التقدم اقتصاديا ، و يكون لديها المهارات و الموارد التي تحتاجها (إمكانية الوصول) و يكون لديها القدرة على اتخاذ و تنفيذ القرارات الاقتصادية

إن تحسين حياة الفقراء عن طريق تحفيز النمو و توسيع نطاق إمكانية الوصول ؛ يتطلب تحويل النظم من حولهم . و تعترف مبادئ تطوير أنظمة السوق بهذه الحقيقة و تقوم بتوفير نهج متماسك و دقيق لفهم أنظمة السوق و التدخل فيها (في حالتنا ، سوق الخدمات المالية الرقمية) لكي تعمل بشكل أكثر كفاءة و استدامة من أجل النساء الفقيرات.



فرص و تحديات التمويل الرقمي في منطقة الشرق الأوسط و شمال أفريقيا

إن الثورة الرقمية من الممكن أن تمثل واحدة من أكبر الفرص أو تمثل واحدة من أكبر التهديدات للمساواة بين الجنسين ، و قد تم تسليط الضوء على ذلك من قبل فريق العمل التابع للسكربتير العام للأمم المتحدة و المعني بالتمويل الرقمي من أجل تحقيق أهداف التنمية المستدامة¹². و وفقا لفريق العمل ، فإن الخدمات المالية الرقمية لديها إمكانية زيادة الاستقلال المالي للمرأة و تحسين مشاركتها الاقتصادية. إلا أن الفجوة الحالية بين الجنسين في الشمول المالي و إمكانية الوصول الرقمي ، من شأنها أن تزيد من خطر استبعاد المرأة من الفرص المرتبطة بالتحوّل الرقمي للتمويل. و يقدم هذا القسم نظرة عامة على الفرص و التحديات المتعلقة بنوع الجنس من حيث إمكانية الوصول إلى التمويل الرقمي و استخدامه في منطقة الشرق الأوسط و شمال أفريقيا.

الفرص

عليه ؛ ففي عام 2018 كان في مصر أكثر من 14 مليون من النساء النشطات التي تستخدم فيسبوك و 4.6 مليون للإنستجرام و 2.2 مليون لسناش.20

- **تزايد عدد المهاجرين مع احتياجات متزايدة إلى خدمات تحويل أموال تكون منخفضة التكاليف و سهلة الاستخدام.** وفقا لمنظمة العمل الدولية في عام 2017، فإن الدول العربية قد قامت باستضافة 23 مليون من العمال المهاجرين ، كان منهم 9 مليون من العاملات المهاجرات (39%). و في بلدان مثل الأردن حيث يمثل اللاجئين غالبية المهاجرين الدوليين حيث يمكن لخدمات تحويل الأموال عبر الهواتف المحمولة أن تساعد بشكل كبير على زيادة الشمول المالي بالإضافة إلى إمكانية الوصول إلى خدمات أساسية أخرى مثل التعليم أو الرعاية الصحية. ولأن المرأة تشكل غالبية المستفيدين من التحويلات المالية على مستوى العالم ، فإن من الممكن أن تكون حلول التحويلات منخفضة التكاليف و سهلة الاستخدام مثل تحويل الأموال عبر الهواتف المحمولة ؛ أن تكون لها تأثير إيجابي على دخل المرأة و كذلك على تمكينها.21

التحديات

- **استمرار وجود فجوة بين الجنسين في ملكية الهواتف المحمولة ، و التكلفة المرتفعة للوصول إلى الخدمات تمنع النساء ذوات الدخل المنخفض من الاستفادة من المزايا التي يوفرها التمويل الرقمي.** على الرغم من الازدياد الملحوظ لملكية الهواتف المحمولة و استخدام الإنترنت المحمول بين النساء ، إلا أنه لا تزال هناك فجوة بين الجنسين على كل من المستوى العالمي و المستوى الإقليمي. فالمرأة في منطقة الشرق الأوسط و شمال أفريقيا في عام 2019 ، كان يقل احتمال امتلاكها للهاتف المحمول عن احتمال امتلاك الرجال بنسبة 9 % 22، و يقل احتمال استخدامها للإنترنت عن الرجال بنسبة 17 % 23، و يقل احتمال استخدامها للإنترنت عبر الهاتف المحمول عن الرجال بنسبة 21 % 24. و بالرغم من أن التكلفة تعتبر عاملا مهما لكل من المرأة و الرجل في معظم البلدان منخفضة و متوسطة الدخل ، إلا أن العديد من الدراسات تظهر أن التكلفة المرتفعة للحصول على الإنترنت (و الإنترنت المحمول) تشكل حاجزا على المرأة على نحو غير متناسب. كما أن تكلفة الإنترنت عبر الهاتف المحمول لها أثر مباشر على البيئة الأساسية للتمويل الرقمي: و ينتج عن ذلك مكاسب غير عادلة من الوصول إلى التكنولوجيا مما يؤدي بشكل غير مباشر إلى المزيد من الاستثمار في الخدمات المالية الرقمية التي يستفيد منها الرجال باعتبارهم أكبر فئة من العملاء المتصلين بالتكنولوجيا.

- **أسواق "تكنولوجيا معلومات و اتصالات " حيوية و متحررة و ناضجة.** إن منطقة الشرق الأوسط و شمال أفريقيا لديها بعض من أسواق الهواتف المحمولة الأكثر انتشارا في العالم. و بحلول نهاية عام 2018 ، كان لدى حوالي نصف بلدان المنطقة معدلات انتشار فريدة للمستخدمين تصل إلى 70 % أو أكثر (بالمقارنة مع المتوسط العالمي البالغ 66 %). كما أنه من المتوقع لإجمالي اتصالات الهواتف الذكية في المنطقة أن يتجاوز 500 مليون بحلول عام 2025¹³ و في دولة مثل الأردن ، نجد انتشارا كبيرا للهواتف المحمولة (150 %) و الهواتف الذكية (85 %) و الإنترنت (89 %) ، و عند إضافة ذلك إلى المبادرات التنظيمية التي تقودها الحكومة¹⁴ ؛ يتم استحداث فرصة لتطوير مجموعة واسعة من الخدمات المالية الرقمية¹⁵

- **اهتمام حكومي متزايد بالشمول المالي الرقمي** وجود فرصة لتتبع مدى التقدم بشكل أفضل ، عن طريق البيانات المصنفة حسب نوع الجنس. و على الرغم من أن الأموال النقدية لا تزال هي الشكل السائد للمدفوعات في شمال أفريقيا و بلاد المشرق ، إلا أن الحكومات بالمنطقة تقوم بوضع سياسات و إستراتيجيات وطنية من أجل تحفيز التوجه للاقتصاد غير النقدي. و على سبيل المثال و كجزء من المبادرة الوطنية للشمول المالي ، قامت الحكومة المصرية بتوقيع قانون في شهر أبريل/نيسان 2019 يفرض على جميع المؤسسات العامة و الخاصة استخدام المدفوعات غير النقدية. كما قامت وزارة التضامن الاجتماعي المصرية بإطلاق أول صرف حكومي رقمي للمزايا الاجتماعية للنساء الأرمال و المطلقات. و بالمثل ، فقد اعترفت إستراتيجية البنك المركزي الأردني بالدور الذي يمكن لشركات التكنولوجيا المالية أن تقوم به لتحقيق هدف تقليص الفجوة بين الجنسين في الحصول على الخدمات المالية من 30% إلى 53% بحلول عام 2020. إن مثل هذه التدابير الحكومية المتدرجة من أعلى إلى أسفل من شأنها أن تخلق الفرص و تشجع القطاع الخاص على تطوير الحلول الملائمة لهذه الفئات الكبيرة التي لا تخدمها البنوك ، و التي تشكل النساء غالبيتها.

- **التطور الكبير للتجارة الإلكترونية¹⁷** ، و هو سوق تبلغ قيمته أكثر من 8 مليار دولار بمنطقة الشرق الأوسط و شمال أفريقيا¹⁸ ، كما أن الزيادة الكبيرة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من شأنها إيجاد فرص جديدة للتجارة الإلكترونية و التجارة الاجتماعية. و بشكل خاص الحاجة إلى حلول جديدة للدفع من أجل تلبية احتياجات المتسوقين بشكل أفضل سواء كانوا مستهلكين أو رواد أعمال رقميين. إن المستهلكين بمنطقة الشرق الأوسط و شمال أفريقيا في حقيقة الأمر ، هم من أكثر المستخدمين نشاطا في منصات وسائل التواصل الاجتماعي ، كما أن النساء تميل على السيطرة على المحادثات حول التجارة الإلكترونية و صناعة الإعلام¹⁹. و في مصر على وجه الخصوص ، تعمل وسائل التواصل الاجتماعي بشكل متزايد على صياغة طريقة الأشخاص في استخدام المحتوى و المشاركة به و الحصول

(GSMA 2019a) 13

14 يتضمن ذلك: JoMoPay و eFAWATEER.com و بيئة الاختبار التنظيمية للتكنولوجيا المالية و مجلس الخدمات المالية الرقمية

(الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية 2019). 15

(CBJ 2018) 16

17 إن التجارة الإلكترونية تشير إلى بيع و شراء السلع أو الخدمات باستخدام الإنترنت ، و تحويل الأموال و البيانات من أجل تنفيذ هذه المعاملات. و غالبا ما يتم استخدام التجارة الإلكترونية للإشارة إلى بيع المنتجات المادية عبر الإنترنت ، إلا أنه يمكن استخدام هذا المصطلح أيضا لوصف أي نوع من المعاملات التجارية التي يتم إجراؤها عبر الإنترنت.

(Bain & Company 2019) 18

(WAMDA 2019) 19

(WAMDA 2019) 20

(GSMA 2019b) 21

(GSMA 2020) 22

(IDRC 2019) 23

(GSMA 2020) 24

الأطفال. و يمكن للجهات التنظيمية أن تقوم بدور في ذلك ، عن طريق تسهيل إجراءات تحديد هوية العملاء ، مثل التطبيق المتدرج لمبدأ "اعرف عميلك" أو تطبيق "اعرف عميلك" إلكترونياً أو التوقيع الإلكتروني.²⁶ و مع ذلك ، فإن عدم توافر بيانات مصنّفة حسب نوع الجنس قد أعاق جهود صانعي السياسات و الجهات التنظيمية ، حيث يصعب عليهم تقييم مدى أثر هذه السياسات و اللوائح على المرأة و الرجل كل على حدة.

• **المستويات المنخفضة للثقة المالي و الرقمي بين النساء ، من الممكن أن يؤدي إلى عدم إدراك الحاجة أو عدم الثقة أو الفهم الضعيف لحلول الخدمات المالية الرقمية.** إن الاستقصاء العالمي حول التثقيف المالي²⁷ و الذي تقوم به "ستاندرد أند بورز لخدمات التصنيف" ، قد قام بتسليط الضوء على أن النساء الفقيرات و محدودة التعليم هن أكثر عرضة للمعاناة من فجوات المعرفة المالية. و يتضح ذلك في منطقة الشرق الأوسط و شمال أفريقيا: فمعظم البلدان التي تمت دراستها في الجدول رقم 1 ، نجد أن الفجوة بين الجنسين من حيث الثقافة المالية هي أكبر من المتوسط العالمي البالغ 5.8%. إن هذه التفرقة في التثقيف المالي إلى جانب المهارات الرقمية المحدودة؛ تعني أن العديد من النساء يفتقرن إلى الوعي و لا يثقن في الطرق الرقمية للدفع أو يترددن في المشاركة بمعلوماتهن مع البنوك أو المؤسسات المالية الرقمية الأخرى.

• **الاتصال غير المتكافئ بالإنترنت من المرجح أن يؤثر على النساء في المناطق الريفية.** لا يجب اعتبار شمال أفريقيا و بلاد المشرق سوقاً واحدة عندما يتعلق الأمر بالاتصال بالإنترنت ، بل أسواقاً متعددة غير متجانسة و لديها مستويات مختلفة من النضج. فعلى سبيل المثال ، دول الخليج العربي حيث يتم تغطية أكثر من 70% من السكان عن طريق شبكة الجيل الرابع (و قريبا الجيل الخامس) ، في حين لا تزال شبكات الجيل الثالث و الثاني هي المسيطرة في شمال أفريقيا و بلدان عربية أخرى و بشكل خاص في المناطق الريفية²⁵ نطاق تغطية الشبكة و جودة البنية الأساسية الرقمية يؤثران بشكل مباشر على تنوع و جودة الخدمات المالية الرقمية التي يتم تقديمها في هذه الأسواق المختلفة.

• **يتم تطوير اللوائح التنظيمية للبيئة التمكينية ، إلا أنه يمكن القيام بالمزيد من أجل معالجة القيود المتعلقة بنوع الجنس بما في ذلك مشاكل التنقل و عدم توافر إمكانية الوصول من أجل التحقق من الوثائق.** لقد استطاعت دراسات مختلفة حول الشمول المالي تحديد العوائق التي قد تواجهها المرأة لإثبات هويتها عند فتح الحساب أو الذهاب إلى البنك أو الوكلاء و تكوين تصنيف ائتماني. إن هذه التحديات التنظيمية صحيحة عندما يتعلق الأمر بالتمويل الرقمي. و في مصر و لبنان ، يجب على العملاء الذهاب إلى أحد فروع الهواتف المحمولة أو أحد فروع البنوك من أجل فتح حساب لمحافظة الهاتف المحمول و إثبات هويتهم. و يمكن أن يمثل ذلك حاجزاً للنساء اللواتي يملن إلى مواجهة القيود على الوقت و حرية التنقل ، و يرجع ذلك إلى الأعراف الاجتماعية و مسؤوليات الأسرة و رعاية

(S&P Global FinLit Survey , 2014) معدلات التثقيف المالي و الفجوات بين الجنسين في العالم العربي

جدول 1

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

(GSMA 2019a) 25

26 قام في السنوات الأخيرة عدد متزايد من البلدان بتطبيق إصلاحات متعلقة بالعناية الواجبة المبسطة للعملاء (اعرف عميلك بشكل متدرج) ، و ذلك من خلال تبسيط أو تخفيف المتطلبات الخاصة بأنواع معينة من الحسابات التي يعتقد أنها أقل خطورة ، و بالتالي المساعدة على جلب المزيد من العملاء إلى النظام المالي الرسمي (GSMA 2019c)

27 يعتبر هذا الاستقصاء (S&P GFLS) أحد أكثر القياسات شمولاً للثقافة المالية التي تم إجراؤها حتى الآن. و يقوم الاستقصاء بالتحقق من أربعة مفاهيم مالية أساسية هي: التعامل مع الأرقام ، و تنوع المخاطر ، و التضخم ، و الفائدة المركبة (المدخلات). و قد تم جمع البيانات في عام 2014 من المقابلات التي تم إجراؤها مع أكثر من 150,000 شخص بالغ في 144 دولة.

- **فشل القطاع الخاص في رؤية المرأة كفرصة للأعمال**، يفشل العديد من مقدمي الخدمات المالية الرقمية و غير الرقمية في رؤية النساء كشريحة سوق جذابة للنمو و لا يهتم مقدمو الخدمات دائما بالفروقات بين الجنسين من ناحية الطلب على الخدمات المالية و استخدامها و لا يقومون بالاستثمار في تطوير فهم راسخ للعملاء و العملاء المحتملين. كما أن هناك عدم توافر للبيانات المصنفة حسب نوع الجنس حول الاحتياجات و السلوكيات المالية الخاصة بالمرأة. و لا يستطيع مقدمو الخدمات التحقق من صحة حال الأعمال بدون مثل هذه البيانات من أجل خدمة النساء ذوات الدخل المنخفض و إعداد منتجات تكون جذابة لهنّ نتيجة لذلك ، فهم يترددون في تعديل المنتجات و الخدمات و قنوات التقديم الخاصة بهم لكي تتلاءم مع حياة المرأة و احتياجاتها المالية.

- **أنظمة البيئة الأساسية للتمويل الرقمي الناشئة نسيبا و المقسمة ؛ فشلت في دمج الاحتياجات المالية للمرأة و في تقديم حالات استخدام ذات صلة.**²⁸ لا تزال أنظمة البيئة الأساسية للتمويل الرقمي في مراحل تطورها المبكرة جدا في العديد من بلدان المنطقة ، مع وجود إمكانية محدودة للتشغيل المتبادل²⁹ بين مقدمي الخدمات و الخدمات ، مما يجعل من الصعب على شركات التكنولوجيا المالية البناء فوق هذه الأنظمة. و ذلك يحدّ من قدرة الشركات على إنشاء حالات استخدام متعددة (بجانب المدفوعات من شخص إلى شخص) من شأنها تمكين العملاء من استخدام حلول الخدمات المالية الرقمية لمجموعة واسعة من أغراض حياتهم اليومية. و قد يؤثر ذلك بشكل خاص على مدى إقبال المرأة على هذه الخدمات ؛ لأن المرأة ما لم تجد قيمة موثوق بها لاستخدام حسابات المحافظ الإلكترونية سواء على الجانب الشخصي أو المهني ؛ فمن غير المحتمل أن تتوقف عن استخدام الأموال النقدية. و يجب بذل المزيد من الجهد لضمان تقديم خدمات قيّمة يكون من شأنها تحسين حياة النساء و كذلك تكون مرتبطة بحياتهن المالية. و قد تتضمن المزايا التي تدفعها الدولة و سداد القروض و رسوم التعليم أو التسجيل ، و مدفوعات فواتير المرافق و الوسائط ، بالإضافة إلى المدخرات و الائتمان متناهي الصغر و منتجات التأمين.

- **الأعراف الاجتماعية تعيق قدرة المرأة على اتخاذ قرارات مستقلة عند حصولها على الخدمات المالية الرقمية و عند استخدامها.** إن المجتمع العربي لا يزال مجتمعاً ذكورياً إلى حدّ كبير ، و غالباً ما يجب على المرأة أن تطلب إذن زوجها للحصول على حساب للمعاملات المالية عبر الهاتف المحمول. كما أن تقييد حرية التنقل قد تمثل مشكلة بالنسبة للمرأة التي لا تستطيع الذهاب إلى البنوك أو إلى مشغلي الهواتف المحمولة حيث قد تحتاج للحصول على إذن زوجها أو الذكر الوصي عليها ، كما أنها تواجه مشاكل تتعلق بأمنها و سلامتها و التحرش بها و بشكل خاص عند استخدامها لوسائل النقل العامة.

أخذين بعين الاعتبار التحديات و الفرص المتاحة المذكورة أعلاه ، و سوف نقوم في القسم التالي بعرض ثمانية دروس مهمة عن كيفية قيام الأطراف الفاعلة بالسوق و الجهات المانحة بدعم نمو سوق التمويل الرقمي الأكثر شمولا للجنسين في منطقة شمال أفريقيا و بلاد المشرق.³⁰ و سوف نعرض هذه الدروس مع اربعة عشر دراسة حالة مختلفة من جميع أنحاء المنطقة لبيان بعض المبادرات المبتكرة التي تحدث بالفعل في مجال الخدمات المالية الرقمية.

28 تشير حالات الاستخدام إلى الأسباب التي تجعل مستخدمي الخدمات المالية الرقمية يستخدمون الخدمات سواء على مستوى الأفراد أو الشركات. و قد يتضمن ذلك: تحويل الأموال إلى شخص و سداد فواتير المرافق و

29 الادخار و سداد أحد الموردين أو العملاء و شراء عبر منصات التجارة الإلكترونية و غيرها. إن التشغيل المتبادل من حساب إلى حساب (AZA) يشير إلى قدرة العملاء على إجراء تحويلات مالية بين حسابين في شركات مختلفة للمعاملات المالية عبر الهواتف المحمولة ، أو تحويل أموال بين معاملات مالية عبر الهاتف المحمول و حسابات بنوك.

30 لقد قررنا التركيز في القسم الثاني على دراسات الحالة في منطقة شمال أفريقيا و بلاد المشرق فقط ، بدلا من منطقة الشرق الأوسط و شمال أفريقيا التي تم وصفها في القسم الأول. لقد شعرنا أن منطقة الشرق الأوسط و شمال أفريقيا غير متجانسة من حيث الحالة الاجتماعية و الاقتصادية و مدى نضج نظام البيئة الأساسية ، و بالتالي سيكون من الصعب تعمير ما تم تعلمه من الدروس و حالات الدراسة المقدمة في القسم الثاني على المنطقة بأكملها.

ثمانية دروس لإنجاح التمويل الرقمي للمرأة في شمال أفريقيا و بلاد المشرق

نقوم في هذا القسم بتسليط الضوء على ثمانية دروس رئيسية و أفضل الممارسات من أجل تدعيم سوق للتمويل الرقمي بحيث يكون أكثر شمولاً للجنسين في منطقة شمال أفريقيا و بلاد المشرق. و قد قام صندوق مشاريع المرأة العربية باختيار هذه الدروس بناء على مقابلات مع العديد من الممارسين في جميع أنحاء المنطقة ، و تم عرضها في هذا التقرير كدراسات حالة. و تم اختيار دراسات الحالة هذه بناء على مجموعة من المعايير المتعلقة بتحديد ما إذا كانت حلول الخدمات المالية الرقمية التي تم تنفيذها تم تطبيقها لاستهداف المرأة بشكل خاص ، و النتائج المتحققة حتى الآن ، و الطبيعة المبتكرة للمبادرة و كذلك مدى اتساع نطاق المبادرة الإقليمي.

الدرس الأول: بناء فهم شامل لاحتياجات و تفضيلات المرأة كمستخدمة للخدمات المالية الرقمية

يجب على الممارسين عند تكوين فهمهم لاحتياجات المرأة أن يتبعوا أسلوباً منهجياً. و يمكن القيام بذلك أولاً: عن طريق التشاور مع الأطراف الفاعلة في نظام البيئة الأساسية و إجراء تقييمات لنظام السوق ، و ثانياً: عن طريق إشراك المرأة في أبحاث المستهلكين و استخدام "أساليب التصميم السلوكي" التي تتمحور حول الإنسان ؛ و ثالثاً: عن طريق تحليل البيانات بطريقة التصنيف حسب نوع الجنس من أجل فهم كيفية استخدام العملاء النساء للخدمات المالية الرقمية و الاستفادة منها

إن الخدمات المالية الرقمية لكي تكون شاملة حقاً ، يجب أن يتم أولاً تصميمها بحيث تتمحور حول المرأة. و يتطلب القيام بذلك نهجاً متعدد الأوجه يستند إلى فهم تطلعات المرأة و عاداتها اليومية و التغيرات الحياتية التي تواجهها ، بالإضافة إلى احتياجاتها و سلوكياتها المالية و غير المالية تجاه استخدام التكنولوجيا. و من المهم فهم الأدوار المتعددة للمرأة (كشخص و أمر و رائدة أعمال و زوجة و غير ذلك) و الأطراف الفاعلة التي تؤثر عليها (الزوج أو الأولاد أو الآباء أو القادة الدينيين أو قادة المجتمع و ما شابه ذلك) و بشكل خاص في المجتمعات ذات الأعراف الراسخة بشأن الشؤون الخاصة بالنوع الاجتماعي والجنس



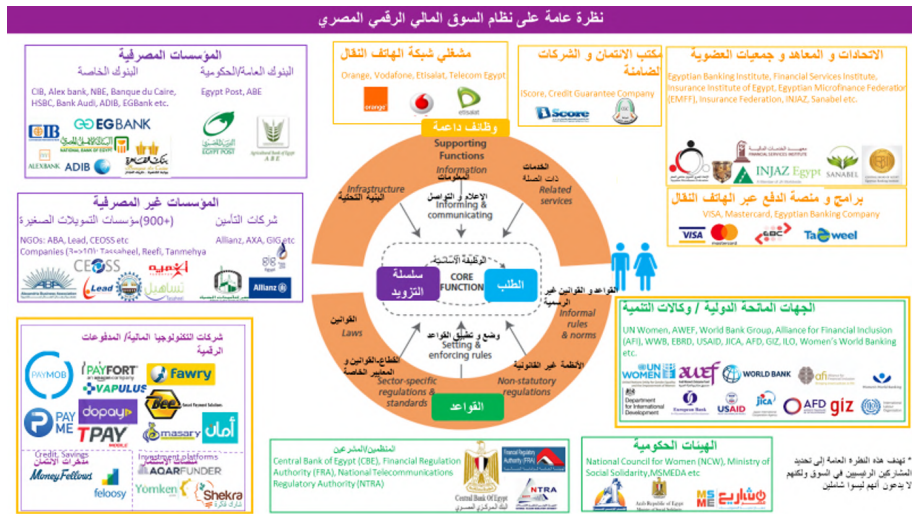
قيام صندوق مشاريع المرأة العربية بتقييم نظام السوق من أجل تحديد الأطراف الفاعلة في السوق التي لديها القدرة على تحفيز التغيير المنهجي تجاه التمكين المالي للمرأة

للتمويل الرقمي في مصر ، و في نفس الوقت القيام بالمشاركة الاستباقية مع الشركاء المعنيين الذين قد يكونون مهتمين وقادرين على معالجة القيود المفروضة على إمكانية وصول المرأة إلى الخدمات المالية الرقمية و على استخدامها و الاستفادة منها. و قد كشف التقييم بوجه خاص عن فرصة للمزيد من المشاركة مع القطاع الخاص ، خاصة مع مؤسسات التمويل الأصغر و شركات التكنولوجيا المالية ، و ذلك لزيادة التنشيط المالي الرقمي للمستخدمين من النساء و كذلك لتحفيز تطوير الخدمات المالية الرقمية المصممة خصيصاً ؛ مع الأخذ في الاعتبار القيود المفروضة على المرأة

قام صندوق مشاريع المرأة العربية بالتشاور مع العديد من أصحاب المصلحة المعنيين بهدف رسم صورة لجانب العرض و جانب البيئة الأساسية لمعرفة القيود المفروضة على الشمول المالي للمرأة في مصر. و قد استندت هذه الاستشارة إلى الأبحاث السابقة التي تم إجراؤها كجزء من عمل صندوق مشاريع المرأة العربية في سلاسل القيمة الأخرى (الزراعة و الملابس الجاهزة) ، و ذلك من أجل تحديد قيود جانب الطلب مثل عدم توافر التنشيط المالي و الرقمي ، و الثقة المحدودة في الخدمات المالية ، بالإضافة إلى القيود المفروضة على حرية الحركة التي تحد من الوصول إلى فروع البنوك ، و الأعراف الاجتماعية المقيدة عندما يتعلق الأمر بالتحكم في الأمور المالية. و قد أتاح تقييم نظام السوق الفرصة للصندوق لكي يقوم بتقييم مدى نضج النظام البيئي الأساسي

شكل توضيحي 2

نظرة عامة على نظام سوق الشمول المالي الرقمي في مصر



نظرة عامة* على القيود المفروضة على الشمول المالي للمرأة في مصر

1. قيود جانب الطلب
<ul style="list-style-type: none"> الأعراف الاجتماعية والثقافية تعيق المرأة من الوصول إلى الخدمات المالية وتعيق قدرتها على العمل في القطاع المالي. كما أن الأعراف الاجتماعية تمنع المرأة من التقل والوصول إلى فروع البنوك و التي غالباً ما تكون بعيدة عن المناطق الريفية. الافتقار إلى الضمانات الإضافية والعادات المتكررة من شأنها أن تمنع المستفيدات من التمويل الأصغر من الترتي من فروض المجموعات إلى القروض الفردية أو القروض ذات القيمة الأعلى. المستهلكون الفقراء و خاصة المرأة غالباً ما يكون لديهم ثقافة مالية محدودة. يوجد شكك عام ، عدم توافر الثقة و الفهم للقطاع المالي ، و بشكل خاص قطاع التأمين. و يقوم البعض بالنظر إلى الخدمات المالية بشكل سلبي بسبب المعتقدات الدينية ، و يرجع ذلك إلى الفجوة المرتبطة بهذه الخدمات.
2. قيود جانب العرض
<ul style="list-style-type: none"> يوجد لدى المؤسسات المالية بيانات محدودة مصنفة حسب نوع الجنس مما يمنحها من إعداد منتجات مرتبطة بالمرأة و قنوات للتسويق خاصة بها و ما شابه ذلك. يوجد تنوع محدود للخدمات و عدم توافر منتجات تتناسب مع احتياجات المرأة الفقيرة ، و بشكل خاص في المدخرات متناهية الصغر و التأمين متناهي الصغر. تواجد محدود للبنوك في المناطق الريفية. و يمكن عمل المزيد لتعزيز انتشار شبكات الوكلاء الخاصة بالمدفوعات الإلكترونية (التي يهيمن عليها الرجال) و التحويل الإلكتروني للأموال و منصات التقنية الواردة/التقنية الصادرة. يوجد عدم تواصل ثقافي بين البنوك و الفقراء. و لا يتم تكيف الإجراءات البنكية الداخلية لتتواءم مع النساء الفقيرات أو المشروعات متناهية الصغر أو الأشخاص التي لديها ضماوات محدودة. توجد معلومات محدودة عن المنتجات المالية المتوفرة بالسوق.
3. القيود البنكية
<ul style="list-style-type: none"> يوجد تواصل محدود بشأن إستراتيجية الشمول المالي الشامل و دمج منظور المرأة في السياسات و الإستراتيجيات ذات الصلة. القوانين المصرية المتوارثة تميل إلى تقليص إمكانية وصول المرأة إلى امتلاك الأصول ، مما يؤدي إلى تقليص قدرة المرأة على البدء في مشروع جديد أو القيام بطلب الائتمان. بناء تاريخ الائتماني و الثبات الجادرة من الممكن أن يمثل تحدياً للمرأة ، و فيما يبدو أن مكتب الاستعلام الائتماني (Score) يقوم بتوفير معلومات ائتمانية محدودة لهذه الفئة المستهدفة ، و هذا أيضاً يحد من قدرة المؤسسات المالية لكي تقوم بتصميم منتجات مناسبة للمرأة. خدمات محدودة للتعليق الإلكتروني منخفض التكلفة. رسوم المستهلك المرتفعة الخاصة بمحافظ الهاتف المحمول ، تحد من القدرة على الوصول إلى الأشخاص المحرومة من الخدمات البنكية خاصة المرأة التي تؤثر فيها الأسعار بشكل أكبر. بالنسبة للمستهلكين الجدد ، فإن التسجيل لحسابات المحافظ الإلكترونية من الممكن أن يمثل عائقاً لهم (اللوائح و البنكية الأساسية الخاصة بتطبيق "أعرف عميلك"). بالنسبة للموردين (مؤسسات التمويل الأصغر و مشغلي شبكات الهاتف المحمول) ، فالوصول على الترخيص من أجل تقديم خدمات جديدة لمحفظة هاتف محمول ؛ من الممكن أن تكون إجراءاته طويلة و صعبة.

* هذه نظرة نوعية مبنية على أكثر من 30 مقابلة مع خبراء ماليين في مصر. يجب توخي الحذر عند استنباط النتائج. و يجب الأخذ في الاعتبار أن آخر قيد في كل قسم يؤثر على كل الجوانب بنفس الدرجة.

“التجارب الرقمية” للشركة الأردنية لأنظمة الدفع و التقاص (JoPACC) ، تقوم بالتحقق من كيفية قيام المرأة بالإقبال على الخدمات المالية الرقمية في الأردن و كيفية استخدامها و الاستفادة منها.

النساء و شرح مميزات استخدام محافظ الهواتف المحمولة ، وذلك لمزيد من التشجيع على استخدام محافظ الهواتف المحمولة. وقد أظهرت النتائج الأولية زيادة بنسبة 18% في عدد النساء الذين قاموا بفتح محافظ للهاتف المحمول من أجل استلام و سداد قروضهن وذلك بخلال ثلاثة اشهر مدة التجربة .

و قد شملت كلتا التجريبتين جلسات توعية تقودها المرأة حول استخدام محافظ الهواتف المحمولة و مزاياها مما نتج عنه زيادة الاهتمام باستخدام الخدمة. كما تقوم الشركة الأردنية لأنظمة الدفع و التقاص بجانب هاتين التجريبتين ، بالعمل مع مقدمي خدمات الدفع على تحسين جمع و تحليل بيانات المستخدمين المصنفة حسب نوع الجنس ، و هم مستمرون بالالتزام بإيجاد طرق جديدة لزيادة الشمول المالي للمرأة.

إن اعتماد استخدام المستخدمين لمحافظ الهواتف المحمولة لا يزال في مراحله المبكرة بالأردن ، كما أن مقدمي خدمات الدفع حريصون جدا على تشجيع انتشار استخدام هذه التكنولوجيا الجديدة. و على الرغم من وجود حاجة لتحسين فهم العوامل التي تؤثر على استخدام المرأة لمحفظه الهاتف المحمول واعتمادها كوسيلة للدفع وخاصة في المناطق الريفية ، إلا أن الأبحاث في هذا المجال لا تزال محدودة. لذلك قام صندوق مشاريع المرأة العربية في الأردن بالشراكة مع الشركة الأردنية لأنظمة الدفع و التقاص (و هي الشركة التي تمتلك و تدير أنظمة الدفع الرقمية الوطنية الصغيرة و متناهية الصغر بالأردن) باطراف تجريبتين رقميتين لدراسة كيفية زيادة وصول المرأة إلى الخدمات المالية الرقمية. حيث قامت التجريبتان بجمع البيانات المتعلقة بكيفية جذب المرأة للنظام المالي الرقمي من خلال تحسين الخدمات القائمة أو تقديم خدمات جديدة .

و تم تنفيذ التجربة الأولى في محافظة جرش بالشراكة مع “زين كاش الاردن”؛ بتقديم برنامج للولاء المتدرج قائم على النقاط يستند إلى عدد المعاملات. بحيث يمكن للمستخدمين استبدال نقاطهم بأموال رقمية يتم ايداعها في المحافظ الرقمية الخاصة بهم ، وايضا إدراجهم في سحب أسبوعي أو نصف أسبوعي، ولتسهيل على النساء سحب و ايداع الاموال عبر المحافظ الرقمية ، قامت الشركة بالتعاون مع البريد الأردني ، واهلت بدعم من الصندوق 10 فروع للبريد في جرش و عجلون كوكلاء لزين في المرحلة الاولى و في المرحلة الثانية لجميع مقدمي خدمات الدفع. حيث قامت ، بإعداد واجهة موحدة للوكيل³¹ يمكن لجميع تطبيقات مقدمي خدمات الدفع الوصول إليها. كما تم تجهيز و تدريب فروع البريد العشرة على استخدام الواجهة و على أدوارهم كوكلاء للمعاملات المالية عبر الهواتف المحمولة. و قد أظهرت النتائج الأولية زيادة بنسبة 14% في مستوى استخدام النساء لمحافظ الهواتف المحمولة وذلك بخلال ثلاثة اشهر من مدة التجربة .

أما التجربة الثانية ، فقد تم تنفيذها بالشراكة مع شركة الحلول المالية للدفع بالهاتف النقال “محفظتي” و البنك الوطني لتمويل المشاريع الصغيرة ، و تم البحث في أثر التحول الرقمي لقروض التمويل الأصغر على محافظ الهاتف المحمول. و قد استهدفت التجربة 1000 من العملاء النساء للبنك الوطني لتمويل المشاريع الصغيرة - فرع ماركا بشرق عمان ، و تم دعوتهن إلى فتح محافظ للهاتف المحمول من أجل استلام و سداد قروضهن ، و عرض عليهن حوافز مالية رقمية من أجل فتح المحافظ. و بالإضافة إلى ذلك فإن “محفظتي” تنظم سحب شهري للفوز بهاتف ذكي للعملاء الذين يقومون بإجراء عدد معين من المعاملات. و قد قامت “محفظتي” أيضا بتوظيف المزيد من النساء في فرع ماركا للبنك الوطني لتمويل المشاريع الصغيرة لكي يقمن بدور جذب العملاء



31 الواجهة الموحدة للوكيل (UAI) هي عبارة عن حلّ لتسهيل العلاقة بين الوكيل و العميل في المدفوعات عبر الهواتف المحمولة. و يتم تطبيقها بالتعاون مع فروع مكاتب البريد للاستفادة من توزيعها. و يقوم مكتب البريد

استخدام أسس و أساليب تقييم و دراسة السوق لتحديد التحديات التنظيمية الأساسية للاندماج المالي المتعلق بالنساء أصحاب الأعمال المستقلة/الحررة عبر الانترنت في الأراضي الفلسطينية المحتلة.

تخفيض الشروط المتعلقة بفتح الحسابات الجارية واثرها على دعم النساء أصحاب الأعمال الحررة/ المستقلة عبر الانترنت . كجزء من المبادرة حصل بنك فلسطين على تفويض من سلطة النقد الفلسطينية لفتح حسابات جارية ل 50 امرأة من أصحاب الأعمال الحررة/ المستقلة عبر الانترنت. بعد انتهاء الفترة التجريبية التي دامت ثلاثة أشهر ، قام بنك فلسطين بتحليل المعلومات المتعلقة بسلوك المستهلك حيث تم جراء العديد من الاستشارات الداخلية مع فرق مكافحة غسل الأموال و الامتثال التابعة للبنك لمناقشة البيانات التي تم جمعها، و كنتيجة لذلك تم صياغة سلسلة من التوصيات و التي قدمت الى سلطة النقد الفلسطينية لدفعهم الى عمل التغيير التنظيمي الضروري ، بعد حصول العديد من المشاورات وافقت سلطة النقد الفلسطينية على التخفيف و الحد من الأنظمة و اعتماد توصيات بنك فلسطين بالكامل ، حيث تم تسهيل فتح الحسابات الجارية لتشمل جميع الأفراد العاملين بشكل غير رسمي في الأراضي الفلسطينية المحتلة و تم اصدار النظام الجديد في شهر نيسان لعام 2019 .

و حاليا تعمل العديد من بنوك التجزئة على تصميم حسابات جارية جديدة تتماشى مع النظام الجديد. النجاح الذي تحقق من احدث التغييرات على الانظمة المصرفية في الأراضي الفلسطينية تسلط الضوء على أهمية اجراء الدراسات المتعلقة بتقييم السوق لتعريف و تحديد الأسباب الكامنة وراء استبعاد المرأة ماليا و اقتصاديا.

كجزء من عمل صندوق مشاريع المرأة العربية في الأراضي الفلسطينية المحتلة ، قام الصندوق باختيار القطاع المتعلق بالنساء أصحاب الأعمال المستقلة/ الحررة عبر الانترنت كقطاع ذو أولوية من بين القطاعات الأخرى.

حيث يتيح العمل المستقل/الحر عبر الانترنت للمرأة فرصة العمل عن بعد و معالجة العوائق الاجتماعية حول تنقلها بالاضافة الى تمكينها من الحصول على أجور لائقة و مناسبة أعلى من متوسط الأجر الوطني. و لكن سرعان ما علم صندوق مشاريع المرأة العربية من خلال التقييم السريع للقطاع الذي تم تنفيذه في عام 2016 بالشراكة مع Mercy Corps و وكالة التنمية البريطانية أن احدى القضايا الرئيسية التي تعيق المرأة و تحول دون الاستفادة من فرص العمل الحر/المستقل عبر الانترنت هي عدم القدرة على فتح حسابات جارية مع البنوك.

عدم المقدرة على فتح حسابات جارية سيفرض على النساء "أصحاب الأعمال الحررة/ المستقلة عبر الانترنت" الاعتماد على الأقارب و الأصدقاء (غالبا الرجال) للتمكن من تلقي مدفوعات مالية دولية أو مدفوعات من خلال شركات تحويل الأموال الدولية المكلفة كطرف ثالث، لذلك تشارك الصندوق مع العديد من بنوك التجزئة و سلطة النقد الفلسطينية لفهم التحديات التنظيمية التي تمنع البنوك من فتح حسابات جارية لأصحاب الأعمال الحررة/ المستقلة عبر الانترنت . و عليه قام الصندوق بالشراكة مع بنك فلسطين في مبادرة لتقييم امكانية



خلال توقيع الصندوق وبنك فلسطين مذكرة تفاهم لمعالجة المعوقات التي تواجه اصحاب المهن الحررة من النساء .

الدرس الثاني: إتاحة الوصول إلى الخدمات المالية الرقمية عن طريق بناء شبكات توزيع شاملة

إن الوكلاء يمثلون بشكل عام منافذ الاتصال الأساسية و الأكثر ظهوراً لمعظم عملاء الخدمات المالية الرقمية عند قيامهم بإجراء المعاملات أو إيداع الأموال في محافظهم الإلكترونية أو للتعرف على قدرات وظيفية جديدة للخدمات المالية الرقمية. إلا أن معظم وكلاء الدفع الإلكتروني في جميع أنحاء منطقة شمال أفريقيا و بلاد المشرق ، هم من الرجال ، و تقوم النساء في بعض الأحيان بالتعبير عن الشعور بعدم الارتياح في التعامل معهم بسبب الأعراف السائدة فيما يتعلق بتعامل الذكور مع الإناث خارج المنزل. و بناء على ذلك ، فإن بناء شبكة وكلاء شاملة تضمن أن المواقع و ساعات العمل و الوضع العام يتلاءم مع روتين المرأة و تحركاتها و تفضيلاتها في التفاعل الاجتماعي ؛ لهو أمر في غاية الأهمية. كما أن الوكلاء غالباً ما يكونون المنفذ الأول للاتصال البشري للمستخدمين الذين لا تخدمهم البنوك ، و ذلك من أجل التعرف على الخدمات المالية الرقمية و فهم كيفية إجراء المعاملات الأساسية ، و كسب الثقة في الخدمات مما ينتج عنه في نهاية المطاف الاستفادة من الخدمات التي هم في أمس الحاجة إليها.

و لذلك فمن الممكن أن يقوم مقدمو خدمات الدفع و شركاؤهم بالتفكير في أساليب متعددة لجعل شبكة العملاء أكثر شمولاً للجنسين ، فعلى سبيل المثال قيامهم بتضمين المزيد من الوكلاء النساء كجزء من شبكات الدفع الإلكتروني مما يساعد على جعل سلسلة القيمة الخاصة بمقدمي خدمات الدفع الإلكتروني أكثر شمولاً للجنسين مع تزويد العملاء النساء بنقطة اتصال مفضلة لهن. كما يمكن استكشاف أساليب أخرى مثل تدريب الوكلاء الذكور الحاليين مراعاة الفروق بين الجنسين أو توفير ماكينات الصرف الآلي في المناطق المحرومة من الخدمات.

لقد كان بناء شبكات للوكلاء النساء من المجالات المهمة للاستثمار لصندوق مشاريع المرأة العربية في كل من الأردن³² و مصر. ففي شهر نوفمبر/تشرين الثاني 2018 ، قام الصندوق بدعم شركة "دينارك" التي تعتبر واحدة من كبار مقدمي خدمات الدفع بالأردن ، و ذلك من أجل طرح أول شبكة دفع إلكترونية للوكلاء النساء في منطقة شمال أفريقيا و بلاد المشرق. و قد تبعتها في ذلك شركة "فوري" و هي أكبر شبكة دفع إلكتروني في مصر و التي قام الصندوق بدعمها لكي تكون رائدة في إستراتيجية مشابهة لتوزيع الوكلاء النساء تسمى "هي فوري" بالشراكة مع كل من شركة "يونيليفر" و شركة "أكسا للتأمين" بمصر. كما يتم الآن استنساخ منهج الوكلاء النساء في الأردن بواسطة "زين كاش" ، و هي أقدم شركة في الأردن تقوم بتقديم خدمة الدفع الإلكتروني و المدفوعات عبر الهاتف المحمول.

يجب على مقدمي خدمات الدفع و شركائهم عند بناء شبكات الوكلاء النساء بشكل خاص ؛ أن يأخذوا في الاعتبار أربعة دروس رئيسية ، كما هو موضح أدناه في دراسات الحالة الخاصة بشركتي "دينارك" و "هي فوري".

- **تحديد و تعيين الوكلاء النساء** يمثل تحدياً و خاصة في الأردن حيث كانت القوانين و الأنظمة تسمح فقط للمشروعات المسجلة ولها سجل تجاري فعال بالتسجيل كوكلاء. و هذه القاعدة تستبعد معظم المشروعات المملوكة للمرأة التي تميل للعمل بشكل غير رسمي أو من المنزل. و في مصر ، قامت شركة "فوري" بالشراكة مع منظمات غير حكومية محلية موثوق بها مثل "بهية" و "مرسال" و "Plan International" و "برنامج الأغذية العالمي" ، و كانت مسؤولة عن اختيار المستفيدات النساء بعناية (بناء على مجموعة من المعايير المحددة سابقاً) ، و مسؤولة أيضاً عن المتابعة الشخصية مع الوكلاء الجدد.

- **يجب على مقدمي خدمات الدفع و شركائهم العمل على الالتفاف بشكل من على الأعراف الاجتماعية المحلية.**

فبجانب التحديات التنظيمية و التنفيذية ، يحتاج مقدمو خدمات الدفع لإدراك أن الأعراف الاجتماعية تجعل من الصعب على المرأة المتزوجة التي لديها أطفال أن تعمل خارج منزلها. و عن طريق تقديم وكلاء نساء ، يمكنهن من كسب دخل إضافي لأشهرهن و العمل كوكلاء بشكل مباشر من منازلهن أو على مقربة منهن. و قد استطاع كلا من مقدمي خدمات الدفع العمل حول هذه الأعراف الاجتماعية.

- **الاستثمار المسبق في التدريب يعتبر أمراً ضرورياً.** فقد كان على شركتي "دينارك" و "فوري" الاستثمار بشكل كبير في تدريب و بناء قدرات الوكلاء ، و تمديد فترة التدريب و التوسع في المحتوى ليشمل وحدات تعطي مواضيع مثل المبيعات و إدارة العملاء و مهارات التسويق.

- **قد تواجه المرأة صعوبة في تحقيق ربح كبير و بشكل خاص في المراحل الأولى.** فالوكلاء النساء يملن إلى إدارة الأعمال

الصغيرة بعدد أقل من العملاء في أماكن عملهن و يعانين من تحديات إدارة السيولة ، حيث كان لديهن بشكل عام رأس مال عامل أقل لإجراء معاملات العملاء. و قد أثر كل هذا على عمولاتهن و على الربحية بشكل عام. و استجابة لهذا التحدي ، قامت "فوري" بالشراكة مع "يونيليفر" بتمكين الوكلاء من منح عملائهم ميزة إضافية للوصول إلى السلع الاستهلاكية سريعة الحركة (FMCG) الخاصة بشركة "يونيليفر" ، و التي لم يتم توزيعها في مثل هذه الأحياء المحرومة ، و لم يتم بيعها بتكاليف أعلى في محلات السوبر ماركت بالمناطق الحضرية.

شركة "دينارك" بالأردن تطرح أول شبكة وكلاء نسائية في المنطقة

كان على "دينارك" أيضا الاستثمار في المواد التعليمية و مواد المبيعات (النشرات الإعلانية و مقاطع الفيديو و الكتيبات) ، و التي يمكن للوكلاء استخدامها لنقل معرفتهم إلى العملاء حول المعاملات المالية عبر الهواتف المحمولة ، هؤلاء العملاء الذين لديهم معرفة محدودة بهذا الشأن. و قامت "دينارك" منذ ذلك الحين بالشراكة مع المنظمات المجتمعية من أجل تعيين الوكلاء و تزويدهم ببرنامج تدريبي للتحقيق المالي المكثف.

إن فهم العملاء المنخفض و ثقافتهم المحدودة في المعاملات المالية عبر الهواتف المحمولة أثرت سلبا في عدد العملاء النشطين الذين يمكن للوكلاء الحصول عليهم ، و كذلك على عمولاتهم و على أدائهم بشكل عام. و قد قامت "دينارك" من أجل زيادة وعي النساء بالمعاملات المالية عبر الهاتف ؛ بإجراء العديد من الفعاليات مع الجمعيات النسائية في المناطق الريفية و أطلقت حملات إعلانية عبر الراديو و المنشورات الإعلانية و الإنترنت. و قد أدت هذه الإستراتيجيات الخاصة بالتوزيع الذكي للجنسين و التسويق ، إلى تسجيل 15,779 من النساء المستخدمة للمحافظ الإلكترونية على مدار أكثر من عامين. و كنتيجة للجهود التي بذلتها "دينارك" ، فازت الشركة بجائزة "Equals in Tech" ، و تلقت زيارة من الملكة ماكسيما ملكة هولندا، و المبعوث الخاص للأمين العام للأمم المتحدة للتمويل الشامل من أجل التنمية.

إن معظم شبكات الوكلاء الخاصة بالمعاملات المالية عبر الهواتف المحمولة في الأردن ؛ يهيمن عليها الذكور و تتركز بشكل رئيسي في العاصمة عمان ، و قد تعاون صندوق مشاريع المرأة العربية مع شركة "دينارك" التي تعتبر من أكبر مقدمي خدمات الدفع ، و ذلك من أجل إنشاء شبكة وكلاء نسائية و تحسين الوصول إلى المعاملات المالية عبر الهواتف المحمولة للمرأة الأردنية المحرومة من هذه الخدمات ، و بشكل خاص في المناطق الريفية أو شبه الريفية. و كجزء من المبادرة التي تم البدء بها في محافظة الزرقاء ، نجحت "دينارك" في تعيين 30 مشروعا تمتلكهن النساء ، و قامت بتزويدهن بالتدريب و مواد تعليمية و مواد خاصة بالمبيعات التي تمكنهن من الترويج بشكل فعال للمعاملات المالية عبر الهواتف المحمولة فيما بين عملائهن من النساء.

و قد أصبح من الواضح منذ الأيام الأولى للتجربة ، أن برنامج التدريب الموحد الذي تقوم به "دينارك" لمدة ثلاثة أيام ؛ لا يتناسب مع احتياجات الوكلاء النساء. و يحتاج إلى مزيد من الوقت و التوجيه ، ليس فيما يتعلق بالمواد التقنية (مثل كيفية استخدام التابلت و كيفية القيام بالتحقق من مدى الامتثال و كيفية التنقل فيما بين حالات استخدام المعاملات المالية عبر الهواتف المحمولة) ، بل أيضا فيما يتعلق بالمهارات الشخصية مثل مهارات المبيعات و إدارة العملاء و مهارات التسويق. و قد



و قد صرّح عماد العيون - المدير التنفيذي لشركة "دينارك" قائلاً: "لقد كانت شراكتنا مع صندوق مشاريع المرأة العربية هي الحجر الأساسي لمبادراتنا الخاصة بالشمول المالي للمرأة. و تقوم شبكة الوكلاء النسائية لشركة "دينارك" بالعمل على تغيير الاعراف الاجتماعية بشكل تدريجي أثناء تهيئة المزيد من العملاء النساء ؛ مما يمنحهن مزيد من الاستقلالية الاجتماعية و المزيد بالشعور بتحكمنهن في أمورهن المالية و المزيد من المشاركة في الاقتصاد المحلي".

عماد ال عيون - مدير تنفيذي - دينارك



”هي فوري“ تستفيد من الشراكة بين القطاع الخاص و المجتمع المدني لكي تكون رائدة في إطلاق أول شبكة وكلاء نسائية في مصر Society to Pioneer Egypt’s First Female Agent Network

لذلك قام صندوق مشاريع المرأة العربية من أجل حل هذه المشكلة؛ بالاشتراك في تمويل التكاليف المرتبطة بالماكينات الخاصة بمنافذ البيع (POS) و بالأموال الأولية للائتمان الإلكتروني.

و كجزء من توسيع النطاق (و البناء على سجلات المعاملات التي تم تكوينها أثناء التجربة) ، سوف تقوم ”فوري“ بتصميم قرض متناهي الصغر خصيصا ، من أجل تمويل وكلاء ”هي فوري“ في المستقبل. و للمضي قدما ، التزم كل من ”الصندوق“ و ”فوري“ و ”يونيفلر“ و أكسا للتأمين“ ، بالمزيد من تطوير نموذج الوكيل النسائي عن طريق إضافة شركاء جدد لمنصة ”هي فوري“ - و بالتالي تحويل الوكلاء إلى سوبر ماركت صغير في قريتهن. مما يروج لقصص نجاح الوكلاء النساء و يوسع من نطاق الانتشار في المناطق الجغرافية الريفية..

قامت شركة ”فوري“ بإطلاق شبكة ”هي فوري“ و هي شبكة وكلاء نسائية حصرا برأس مال منخفض و متطلبات أقل للتسجيل القانوني ؛ و ذلك إدراكا من الشركة بأن أكشاكها الخاصة بالدفع الإلكتروني البالغ عددها 125,000 ؛ مملوكة للذكور إن لم تكن كلها. قامت ”فوري“ خلال المرحلة التجريبية التي دامت 8 أشهر (بدعم من صندوق مشاريع المرأة العربية) بتهيئة/تعيين 196 وكيلة ، و اللواتي قمن بإجراء 54,000 معاملة بقيمة إجمالية بلغت 1,460,000 جنيه مصري. وتعاونت ”فوري“ مع شركة ”أكسا للتأمين“ من أجل تقديم مزايا إضافية للتأمين متناهية الصغر في حالة الوفاة أو المرض للوكلاء ، و أيضا قامت هي فوري بالشراكة مع شركة ”يونيفلر“ للوكلاء النساء بتقديم منتجات إضافية إلى عملائهن (بجانب خدمات الدفع الإلكتروني باستخدام شركة ”فوري“) وبذلك ضمنوا ضمان الحصول على عمولات أكبر.. و قد وجدت ”فوري“ أيضا أن المرأة ذات الدخل المنخفض تفتقر بشكل عام إلى رأس المال اللازم للاستثمار في إنشاء المنفذ و بدء العمل كوكيلة. و

و قد صرّح محمد عكاشة المدير التنفيذي لشركة ”فوري“ قائلا: ”إن رؤيتنا تتمثل في تمكين المرأة . إننا نرغب في ضمان وصول المرأة إلى جميع خدمات ”فوري“ ، بنفس القدر الذي لدى الرجال بالفعل.“

Fawry CEO, Mohamed Okasha



شكل توضيحي 3

”هي فوري“ أول نموذج لشبكة الوكلاء النسائية في مصر



الدرس الثالث: دمج الخدمات غير المالية مع الخدمات المالية الرقمية بما فيها التدريب

إن أحد الأسباب الأكثر شيوعاً لعدم استخدام المرأة لخدمات التمويل الرقمي هو الافتقار إلى المعرفة والفهم لكيفية عمل هذه الخدمات والمزايا التي يمكن الحصول عليها من خلال استخدامها وإيضاً ضعف الثقة في هذه الخدمات والوعي بها يؤثران على مدى إقبال المرأة عليها وعلى استخدامها لها وهذا هو الحال بشكل خاص في منطقة شمال أفريقيا وبلاد المشرق، حيث لا تزال الخدمات المالية الرقمية تعتبر جديدة. وكما هو موضح أدناه في دراسة حالة شركة "تساهيل" (دراسة حالة رقم 6)؛ أنه عندما يتم دمج التدريب على التثقيف الرقمي داخل حلول الخدمات المالية الرقمية، يكون من شأن ذلك خلق فرص كبيرة للنجاح. وقد لوحظ هذا أيضاً في دراسة حالة منصة "سيوا" (دراسة حالة رقم 8)، وهي عبارة عن حلّ للخدمات المالية الرقمية بالمغرب من أجل إدارة مجموعات الادخار. وقد قامت منصة "سيوا" باستغلال التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي بالتعاون مع العديد من المنظمات غير الحكومية من أجل تقديم تدريب مباشر لأعضاء مجموعة الادخار حول كيفية التحوّل الرقمي لإدارة مجموعتهم وبالتالي بناء تاريخ ائتماني خاص بهم. كما أن استخدام المنصات الرقمية لتقديم خدمات غير مالية³³؛ يعتبر بمثابة إستراتيجية منتجة لمقدمي الخدمات المالية من أجل تمييز أنفسهم عن منافسيهم. وقد تم توضيح ذلك في دراسة الحالة رقم (7) الخاصة بالبنك اللبناني للتجارة (BLC) الرائد في تقديم الخدمات غير المالية بلبنان عن طريق تقديم تدريب على المشاريع وخدمات توجيه وإرشاد وتواصل، التي يتم تصميمها خصيصاً لرائدات الأعمال النساء عن طريق المنصة الخاصة بهم.

يجب على مقدمي الخدمات المالية الرقمية عند دمجهم للخدمات غير المالية في الخدمات التي يقدمونها، أن يأخذوا في الاعتبار عاملين في غاية الأهمية من أجل النجاح:

- أولاً: يجب أن يكون عندهم الرغبة للقيام بالاستثمار اللازم في برامج الخدمات غير المالية، سواء عن طريق الاستثمار في مناهج التدريب الخاصة بالتثقيف الرقمي أو عن طريق تعيين وتدريب الموظفين الذين يمكنهم تقديم التدريب والدعم المباشر للعملاء. إن في حالة برنامج التثقيف الرقمي لشركة "تساهيل" على سبيل المثال، قامت الشركة في البداية بتقديم التدريب للعملاء الإناث من خلال أخصائي القروض الذين كان لديهم بالفعل عبء عمل كبير. وقامت الشركة في مرحلة توسيع النطاق، بالاستثمار في تعيين 40 منسّق جديد للخدمات المالية الرقمية عبر المحافظات، و الذين يعملون الآن بجانب أخصائي القروض من أجل توجيه المستفيدات النساء على محتوى التعلّم الخاص بالخدمات المالية الرقمية. وكان التحدّي الذي يواجهه البنك اللبناني للتجارة باستمرار هو الافتقار إلى الموظفين الداخليين الذين يستطيعون تحديث محتوى منصة **ميادرة WE**، حيث اعتمد البنك على استشاريين خارجيين وشركاء للتعامل مع المحتوى الذي يتم تقديمه في المنصة، مما جعل هذه الخدمة مميزة لكي يستمر فيها.

- ثانياً: يجب أن تتجاوز طريقة الخدمات غير المالية التي يتم تقديمها (بشكل خاص التدريب) مع احتياجات وقدرات العملاء النساء. وعلى الرغم من أن الدورات التدريبية التي تم تقديمها بشكل رقمي من خلال الفيديو أو وسائل التواصل الاجتماعي أو منصات الإنترنت؛ تقوم بتوفير كبير في الوقت والتكاليف (لكل من المدرب والمتدرب)، إلا أنها غالباً ما تحتاج أن تستكمل بمتابعة ودعم من شخص إلى شخص. لقد شهدت تجربة "تساهيل" اقبالا منخفضاً على المواد التدريبية لأن النساء لم يعرفن كيفية القيام بتحميل/تزيل واستخدام المواد التدريبية. وتجاوزا مع هذه المشكلة، قام أخصائيو القروض بالشركة بالبداية في تنظيم اجتماعات أسبوعية لكي يتمكنوا من مقابلة العملاء النساء في الفرع المحلي والقيام بتعليمهن على البرنامج ومساعدتهن في تحميل مقاطع الفيديو والإجابة على أي أسئلة قد تكون لديهن. واكتشف البنك اللبناني للتجارة في لبنان أيضاً أن استخدام طرق التدريب المختلطة أي المزج بين التعليم الرقمي والتعليم وجها لوجه؛ قد حقق نتائج أفضل.

33 تشمل الخدمات غير المالية الخدمات التي قد تقدمها البنوك أو مؤسسات التمويل الأصغر من أجل التميّز عن المنافسين في السوق. ويتم تقسيم هذه الخدمات بشكل عام إلى أربعة فئات: الوصول إلى المعلومات (منصات عبر الإنترنت ومجموعات للأدوات ومراكز اتصال ووسائل التواصل الاجتماعي والمنشورات والتلفزيون والراديو والوسائط المطبوعة)، والوصول إلى الأسواق (المعارض التجارية ومعارض المشروعات الصغيرة والمتوسطة وفعاليات شبكات التواصل والنوادي التجارية ونوادي المشروعات الصغيرة والمتوسطة وجوائز التميّز والشراء المخفّض من الموردين ومنصات التجارة عبر الإنترنت)، والوصول إلى التدريب والندوات حول تخطيط الأعمال والإدارة المالية وإدارة المشروعات والتسويق والمبيعات وتكنولوجيا المعلومات، والوصول إلى خدمات الاستشارة والتوجيه والإرشاد عن طريق موجهين داخليين أو برامج التوجيه الخارجي.

مؤسسة التمويل الأصغر المصرية "تساهيل" تقوم بتقديم تدريب التثقيف الرقمي لعملائها النساء

التدريب بمتابعة شخصية إما لكل شخص أو لمجموعة يقوم بتحديدها أخصائيو القروض لشركة "تساهيل" أو المنسقين الإقليميين للخدمات المالية الرقمية.

وقد وصلت التجربة إلى 2800 امرأة في 16 فرعاً ، و تقوم الشركة بتوسيع نطاق برنامج تعلّم الخدمات المالية الرقمية ليصل إلى 40 فرعاً في المحافظات ، بهدف الوصول إلى 144,000 امرأة بحلول شهر أبريل/نيسان 2020 ، و قد تم الوصول إلى 52,000 امرأة حتى الآن. و تشير النتائج الأولية إلى أن برنامج تعلّم الخدمات المالية الرقمية قد قام بتقديم العديد من المزايا التجارية لشركة "تساهيل" مثل زيادة تردد العملاء على الفروع و زيادة التوصيات لعملاء جدد عن طريق النساء اللواتي تلقين التدريب ، و كذلك بسبب تحسين معدلات السداد. و بناء على الطلب الذي يتصوره المستفيدون لتوظيف مدفوعات إلكترونية على نطاق أوسع سواء على مستوى المشروعات الصغيرة أو على المستوى الشخصي ، قامت إدارة "تساهيل" بإنشاء "رصيدي" و هي شركة للدفع الإلكتروني من أجل تقديم منتج لمحظة إلكترونية للمستفيدين من شركة "تساهيل" و كذلك لمؤسسات التمويل الأصغر الآخرين الذين يعملون محلياً.

قام صندوق مشاريع المرأة العربية في مصر بالشراكة مع شركة "تساهيل" للتمويل متناهي الصغر و هي شركة رائدة 80% من عملائها من النساء ، و وكان الغرض من الشراكة نشر حل تدريب التثقيف المالي من خلال شبكة فروعها. و قد كانت أهداف التدريب مكونة من شقين. الأول: عن طريق التوضيح للنساء كيف يستخدمن التكنولوجيا بشكل فعال من أجل تسويق منتجاتهن و إدارة أعمالهن ، و قام التدريب بتمكينهن من زيادة نشاطهن بشكل فعال ، و زيادة معدلات سداد القروض بالإضافة إلى زيادة قدرتهن على الحصول على قروض بحجم أكبر في المستقبل. الثاني: يقوم التدريب برفع درجة الوعي عند النساء حول حلول المعاملات المالية عبر الهواتف المحمولة و قدرتهن على دمجها في إدارة أعمالهن اليومية ، فعلى سبيل المثال القيام بمدفوعات للموردين و استلام مدفوعات من المشترين و كذلك المدخرات و خدمة القروض متناهي الصغر. و يتم تقديم التدريب عن طريق مقاطع فيديو قصيرة متوفرة باللغة العربية المصرية ، و التي يمكن للمستخدمين تنزيلها على هواتفهم المحمولة أثناء تواجدهم في الفرع (حيث تتوفر خدمة الواي فاي المجانية) ثم يتم مشاهدتها في منازلهم. و يتم استكمال



البنك التجاري اللبناني (BLC) يقدم خدمات غير مالية للمرأة عن طريق منصّته (WE) عبر الإنترنت

و تجاوباً مع هذه التحدّيات ، قام البنك باستكمال منصّة الخدمات الرقمية غير المالية بالعديد من التدريبات الشخصية على الأعمال و فرص التوجيه و التواصل المتاحة في مركز التدريب لبنك BLC في بيروت وللمجتمعات المحلية في المناطق الريفية ، مرة واحدة في الشهر ، عادة في أيام السبت (في الوقت المتاح للسيدات لحضور الدورات التدريبية)، و قد أدى هذا النهج المختلط إلى إظهار البنك على أنه يقدر عملائه النساء و يستجيب لاحتياجاتهن و اهتماماتهن. كما برهن ذلك على وجود قناة تسويق هامة للبنك من حيث الاستحواذ على مستخدمين جدد و زيادة الإقبال على منتجات القروض و الادخار. و جدير بالذكر ، أن تأثير مبادرة WE قد امتد إلى مستوى السوق. و وفقاً لمدير البيانات لدى مصرف لبنان المركزي ؛ فقد ساهمت المبادرة بشكل كبير في زيادة القروض للمرأة بنسبة 16% من عام 2012 إلى عام 2015 في جميع أنحاء البلاد ، حيث أنها قامت بتحسين وعي و فهم المرأة و ثققتها في المؤسسات المالية الرسمية.

يعمل البنك اللبناني التجاري منذ عام 2012 بشكل وثيق مع برنامج الخدمات المصرفية للنساء التابع لمؤسسة التمويل الدولية من أجل خدمة العملاء النساء بشكل أفضل. و إدراكاً لأهمية الخدمات غير المالية و لكي يميّز البنك نفسه عن المنافسين ، قام البنك بطرح منصّة عبر الإنترنت و هي مبادرة WE ، و هي موجهة بشكل خاص إلى رائدات الأعمال اللواتي يستخدمنها للوصول إلى المعلومات المالية و غير المالية عبر الإنترنت ، و كذلك للتواصل مع أعضاء آخرين و الاتصال بمستشاري الضرائب و الأعمال و المستشارين القانونيين و ذلك برسوم مخفضة. و على الرغم من أن المنصّة قد وصلت بنجاح إلى أكثر من 5000 عضو ، إلا أنها كشفت أيضاً عن تحديّات في التنفيذ. أولاً: أن المنصّة حالياً متاحة فقط باللغة الإنجليزية ، و ليست باللغتين الأكثر استخداماً و هما العربية و الفرنسية. ثانياً: أن التكلفة المرتفعة للوصول إلى الإنترنت في لبنان قد حدّت من مشاركة المرأة ذات الدخل المنخفض في المنصّة.

الدرس الرابع: البناء على ما تتق فيه المرأة بالفعل والقيام بالتحول الرقمي لنماذج التمويل التقليدية من أجل زيادة تأثيرها

ويمكن لمجموعات الادخار من خلال التحول إلى الخدمات الرقمية ، أن تقوم بتقليل الوقت و التكاليف المرتبطة بحضور الاجتماعات و هذا الأمر مهم بشكل خاص للمرأة التي تواجه قيودا على حركتها و وقتها بسبب الأعراف الاجتماعية ، مثل مسؤوليات الأسرة و رعاية الأطفال أو بسبب تواجدها في البلدان المتأثرة بالزاعات حيث يتم تقييد حركتها بشكل شديد. إن المرأة في منطقة شمال أفريقيا و بلاد المشرق غالبا ما تفتقر إلى التاريخ المالي لأنها لا تعمل أو تعمل بشكل غير رسمي ، كما أنها تفتقر إلى الأصول التي يمكن استخدامها كضمانات للائتمان الرسمي و نتيجة لذلك ، فإن التحول الرقمي لمجموعات الادخار من الممكن أن يساعد المرأة على بناء تاريخ ائتماني و القيام بدور الجسر المؤدي إلى الخدمات المالية الرسمية مثل البنوك. كما أن عامل الثقة يمثل أحد الاعتبارات الهامة لأن المرأة تقوم بالفعل باستخدام مجموعات الادخار غير الرسمية كأداة مالية ،. إن الأبحاث قد أظهرت أن المرأة بحاجة إلى أن يكون لديها ثقة كبيرة في الخدمات المالية الرقمية قبل أن تخطو خطوة كبيرة و تعتمد استخدامها. و يمكن البناء على الهياكل التقليدية مثلما هو الحال في مجموعات الادخار مما يضيف الشرعية على مقدمي الخدمات المالية الرقمية³⁷

يمكن أن تكون مجموعات الادخار أداة مهمة لتمكين المرأة اقتصاديا ، مما يساهم في زيادة الاستقلال الاقتصادي و الثقة و القدرة على التأثير في صنع القرار الأسري³⁴. و على الرغم من أن مجموعات الادخار أقل انتشارا في شمال أفريقيا و بلاد المشرق عنها في بلاد أفريقيا جنوب الصحراء ، إلا أن نسبة عدد البالغين في المنطقة الذين يستخدمون نوادي المدخرات غير الرسمية يتزايد³⁵. و المجموعة لها مصطلحات معروفة ، فتسمى "دارت" في المغرب أو "جمعية" في مصر ، و هذه المجموعات تعمل بطرق مماثلة لجمعية المدخرات و الائتمان المتناوبة ، حيث يلتقي الأعضاء على فترات منتظمة (أسبوعية أو شهرية) و يساهمون بمبلغ ثابت من المال ، و يتم إعطاء المبلغ الإجمالي لعضو واحد. و تشارك النساء في هذه المجموعات كما هو الحال في أجزاء كثيرة من العالم ، بنسبة مرتفعة مما يوفر لهن مصدرا هاما للائتمان في منطقة يوجد بها 35 % فقط من النساء لديهن إمكانية الوصول إلى المؤسسات المالية الرسمية³⁶

إن استخدام التكنولوجيا و الخطوات التي تعمل على التحول الرقمي لسجلات و إجراءات و معاملات مجموعات الادخار ، ينتج عنها العديد من المزايا و الفوائد الملموسة. فإنها تزيد من أمن و شفافية السجلات ، و تضيف المزيد من المرونة و توفير الوقت المنقضي في اللقاءات .



دراسة حالة رقم 8

الحل الرقمي لمجموعات الادخار في المغرب بواسطة منصة سيوا CIWA

كانت منصة سيوا CIWA ضمن الفائزين بجائزة الابتكار للاندماج المالي العربي لعام 2018 ، و هي عبارة عن منصة رقمية في المغرب تقوم بتأمين و إدارة مجموعات الادخار. و تقوم المنصة بتمكين المجموعات من إدارة أمورها المالية بسهولة ، و بشكل خاص ترتيب المدفوعات. و يتم بعد ذلك استخدام المعاملات التي يجريها الأشخاص من خلال المنصة في بناء سجل و تصنيف ائتماني لكل عضو ، مما قد يؤهلهم للحصول على الائتمان الرسمي. و يوجد حاليا لدى المنصة أكثر من 3000 مستخدم منهم 60 % من النساء يشكلن حوالي 30 مجموعة ادخار. إن معظم المستخدمين غير مؤهلين للوصول إلى القروض الرسمية لأنهم لا يعملون على الإطلاق أو يعملون في القطاع غير الرسمي و لا يوجد لديهم تاريخ ائتماني. ولكن عند بناء تاريخ ائتماني لهم بواسطة المنصة ، أصبح من الممكن إدراجهم في النظام المالي الرسمي حتى لو ظل مصدر دخلهم غير رسمي.

SEEP Network 2019	34
المؤشر العالمي للشمول المال 2017	35
المؤشر العالمي للشمول المال 2017	36
الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية 2018 USAID	37

الدرس الخامس: التشجيع على تطوير بيئة أساسية قوية للخدمات المالية الرقمية ، بحالات استخدام مرتبطة بالمرأة

موضح في دراسة الحالة رقم تسعة أدناه. و من الضروري لكي يتم تكوين نظام مالي شامل ؛ أن يتم ضمان توافر وكلاء للمدفوعات الإلكترونية على مستوى الدولة بحيث يمكن النساء المستفيدة الوصول إليهم بسهولة ، كما هو موضح في الفعاليات التي قام بها صندوق مشاريع المرأة العربية في دراسة الحالة الثانية.

ثانيا: يجب على مقدمي الخدمات المالية الرقمية الاستفادة من النهج التعاوني لإعداد مجموعة من المنتجات و الخدمات التي تقدم إلى المرأة. حيث إن النظام المالي الشامل القوي لا يسمح فقط للعملاء النساء باستلام أو سحب أموالهن (التدفقات الداخلة و التدفقات الخارجة) بل أيضا يقوم بتشجيعهن على الاحتفاظ بالبنود الإلكترونية في حساباتهن و استخدامها داخل نظام البيئة الأساسية الأوسع (يرجى الاطلاع على الشكل التوضيحي رقم 10). و يتطلب القيام بذلك عقلية تجارية من شركة إلى شركة حيث يقوم مقدمو الخدمات المالية الرقمية بالبحث عن شركات مبتكرة من خارج ما هم معتادين عليه. و قد يشمل ذلك ، شركات بين مؤسسات التكنولوجيا المالية مثل "Paymob" في مصر و بين شركات التمويل الأصغر ، و ذلك لإيجاد مصدر للمشروعات متناهية الصغر الخاصة بالمرأة و تعليمهن على القيام بالمدفوعات الإلكترونية و مدفوعات التجار ، كما تم توضيحه في دراسة الحالة رقم الثانية عشر. و يمكن إجراء شركات مع مؤسسات خارج الصناعة المالية التقليدية مثل مصانع الملابس الجاهزة من أجل السماح بصرف الأجر بشكل رقمي ، كما هو موضح في دراسة الحالة التاسعة. و قد تشمل الأمثلة الأخرى شركات مع الجامعات للسماح بدفع رسوم الكليات ، أو مع مؤسسات الصرافة للتمكين من إجراء التحويلات عبر البلاد.

و ليتم دفع النظام لتوسيع النطاق ، يجب أن يتم التنسيق لعقد شركات على المستوى الوطني ، و بشكل خاص في المجتمعات التي لا يزال فيها نظام المالي ضعيف إلى حد كبير و به تشغيل متبادل محدود. و قد ظهر هذا واضحا في دراسة الحالة العاشرة؛ حيث تم التعاون بين كل من الحكومة المصرية و بنك ناصر و جميع مشغلي الهواتف المحمولة في جميع أنحاء البلاد من أجل زيادة صرف الإعانات النقدية الاجتماعية للنساء المطلقات أو الأرمال من ذوي الدخل المنخفض.

يجب على مقدمي الخدمات المالية الرقمية أن يتجاوزوا معاملات تعبئة/شحن الهواتف أو المعاملات من شخص إلى شخص ؛ و ذلك لجعل هذه الخدمات جذابة للمرأة ، و كذلك يجب عليهم تقديم خدمات لتحسين الحياة تكون مرتبطة بالحياة اليومية للمرأة ذات الدخل المنخفض. فعلى الرغم من أن دخل المرأة بشكل عام أقل من الرجل ، إلا أنها غالبا ما يكون لديها حياة مالية معقدة ؛ فهي بشكل عام مسؤولة عن إدارة ميزانية الأسرة بما في ذلك النفقات اليومية (الطعام و الملابس و المرافق) و كذلك النفقات طويلة الأجل (تعليم الأطفال و الرعاية الصحية). كما أنها غالبا ما تقوم بادخار مبالغ صغيرة بشكل منتظم لمواكبة الأحداث غير المتوقعة والطارئة مثل مرض احد افراد الأسرة . و قد تحصل بعض النساء على أجور منتظمة من أصحاب العمل. و يحصل البعض الآخر على مزايا اجتماعية من الدولة. كما أن الكثير من النساء يحصلن على دخل من مشروعات خاصة بهن و هذا الدخل يتم استخدامه لسداد الموردين أو الموظفين. و البعض أيضا قد يقترض بشكل غير رسمي من الأقارب أو مجموعات الادخار من أجل البدء في مشاريع متناهية الصغر يمكنها تحقيق عائدات إضافية للأسرة.

إلا أن معظم هذه المعاملات المالية (استخدام الأموال النقدية هو السائد بالمنطقة) غالبا ما تتم خارج الاقتصاد الرسمي. و لا يمثل ذلك خسارة للدولة فقط ، بل قد يمثل أيضا مشكلة للمرأة. فعلى سبيل المثال ، تقوم دراستي الحالة "نفقة" و "تمويلها المدرجتين في هذا القسم ببيان أن توزيع النقد المادي (سواء من خلال المدفوعات الحكومية أو مدفوعات الرواتب) قد يكون مكلفا و غير فعّال و غير آمن للمرأة ذات الدخل المنخفض في مصر.

على الرغم من أن صانعي السياسات و مقدمي الخدمات المالية الرقمية في المنطقة يقومون بالدفع نحو تحقيق اقتصاد غير نقدي ، إلا أنه من المهم أن يأخذوا في الاعتبار عاملين للنجاح من أجل بناء نظام للبيئة الأساسية للخدمات المالية الرقمية. أولا: يجب عليهم بناء الأسس النقدية الواردة و الصادرة من أجل ضمان أن العملاء لا يمكنهم فقط شحن حساباتهم الرقمية بسهولة و أمان (النقدية الواردة) ، بل أيضا يستطيعون إعادة تحويل أموالهم مرة أخرى إلى نقدية كلما و أينما احتاجوا إليها "نقدية صادرة". إن مثل هذه الأسس مهمة لضمان ثقة المستهلك في نظام البيئة الأساسية للخدمات المالية الرقمية ، و ذلك كما هو

مؤسسة التمويل الأصغر المصرية "تساهيل" تقوم بتقديم تدريب التثقيف الرقمي لعمالها النساء

59% في الوقت و الجهد الإداري المرتبط بإعداد الرواتب. و قد كانت هناك زيادة بنسبة 21% في ادخار العمال بانتظام ، و 19% زيادة في احتمال مشاركة النساء في القرارات الأسرية المتعلقة بالإنفاق و الادخار بعد إكمال البرنامج.³⁹

التحوّل الرقمي لقطاع الملابس في مصر ، لديه إمكانية جلب مزايا مشابهة و النهوض بكفاءة سلسلة العرض في نفس الوقت الذي يجذب فيه أعدادا كبيرة للنظام المالي الرسمي من العمال المحرومين من الخدمات البنكية و بشكل خاص النساء. لذلك قام برنامج "HERproject" التابع لمنظمة BSR في عام 2019 بالشراكة مع كل من مركز "ماستركارد" للنمو الشامل و مؤسسة "Levi Strauss" ، من أجل تجربة التحوّل الرقمي للأجور المتجارب مع نوع الجنس ، لمديري الملابس و العاملين لدى مصنع "Levi Strauss & Co" في مدينة بورسعيد. و بحلول عام 2020 ، كان هناك أكثر من 4,000 عامل يتم الدفع لهم عبر حسابات رقمية ، و قام أكثر من 500 عاملا بفتح محافظ رقمية. و يقوم البرنامج باستخدام أسلوب "تدريب المدرب" من أجل تدريب 250 من عمال الملابس (رجال و نساء) على الخدمات المالية و الإدارة المالية و الميزانية التقديرية و المدخرات و صنع القرارات الأسرية و قام المعلمون بمشاركة بما تعلموه مع أكثر من 5,000 من زملائهم العمال.

يتلقى 230 مليون من البالغين الذين لا تخدمهم البنوك أجورهم نقدا من القطاع الخاص. و ينطبق هذا على صناعة الملابس في مصر ، و هي صناعة توظف أكثر من 1.5 مليون عامل (30% من القوة العاملة في مصر) منهم 50% من العاملات النساء ، و الذين يتقاضون أجورهم نقدا³⁸

إن صرف الرواتب نقدا قد يكون محفوفا بالمخاطر بالنسبة لأصحاب العمل ، بينما يكون غير فعّال و يعيق تمكين العاملات النساء. وقد يواجه أصحاب مصانع الملابس مخاطر السرقة أو الاحتيال عند صرفهم الأجور نقدا. كما أن العاملات النساء غالبا ما يضطرن إلى الوقوف في طابور لاستلام الأجور النقدية ، مما يقلل من وقتهن الإنتاجي أو الشخصي ، و يكون لديهن أيضا سيطرة محدودة على أجورهن لأن أعضاء الأسرة أو وسطاء آخرين قد يطلبون جزءا من الأجور. و يمكن أن يستفيد كل من أصحاب العمل و العمال و خاصة المرأة ، من تحويل الأجور من نقدية إلى رقمية.

لما كان لبرنامج "الأجور الرقمية" التابع للمنظمة BSR و الذي تم تطبيقه في بنغلاديش و بدعم من مؤسسة "بيل و ميليندا جيتس" ؛ نتائج مهمة حيث أظهر أن التحوّل من الأجور النقدية إلى الأجور الرقمية قد أدى إلى انخفاض بنسبة

و قد صرّحت "إلا موفات" مديرة "HerFinance" لدى منظمة BSR و قالت: "من المهم كي يكون التحوّل الرقمي للأجور ناجحا ، التأكيد من تدريب العاملين و بشكل خاص المرأة ، و ذلك حتى يكون لديهم المهارات و المعرفة من أجل الاستفادة من الانتقال إلى التحوّل الرقمي و أن يتم دعم المصانع أثناء هذه العملية. و إلا فقد يعاني العمال و خاصة النساء من استخدام حساباتهم الجديدة و ينتهي بهم الأمر بوصول و تحكّم أقل بأجورهم. و من المهم للغاية أيضا للمديرين ، أن يتحوا وقتا كافيا و يستمروا في التحوّل الرقمي للأجور على مدى عدة أشهر ، بحيث يمكن تحديد أي تحديات مثل الطلب على منافذ سحب النقدية حول المصنع".

إلا موفات - منصة HerFinance التابعة لمنظمة BSR





ماستركارد و مشغلو الهواتف المحمولة (MNOs) و البنك المركزي المصري و وزارة التضامن الاجتماعي ، يطلقون أول برنامج لصرف المزايا الاجتماعية بشكل رقمي في مصر

عن طريق أي وكيل يقوم بتقديم خدمات المعاملات المالية عبر الهاتف المحمول ، مما يقلل بشكل كبير من الوقت و التكلفة. كما أن عملية الصرف الرقمي قد زودت المرأة بالمزيد من السرية و التحكم ، حيث أصبح من الصعب على العائلة و الأصدقاء الوصول إلى الأموال دون موافقة المستفيدين.

و قد استطاع البرنامج حتى الآن الوصول إلى أكثر من 15,000 امرأة أي حوالي 15% من النساء المؤهلات حاليا للبرنامج الوطني للمزايا الاجتماعية الخاص بنفقة المرأة المطلقة. و قد حصلت التجربة على دعم كبير من البنك المركزي المصري كجزء من أجندة الشمول المالي الأوسع ، كما حصلت على دعم مشغلي شبكات الهواتف المحمولة المشاركين في التجربة. و قد قاموا مجتمعين بأنشطة تسويقية و تدريبية واسعة النطاق شملت التدريب الداخلي و "التدريب في موقع العمل" ، و قام بالتدريب و التهيئة ممثلو شبكات الهواتف المحمول في فروع بنك ناصر. و قام أيضا البنك المركزي المصري بالتعاون مع مشغلي شبكات الهواتف المحمولة بإلغاء رسوم صرف الأموال للنساء المستفيدات في السنة الأولى. و بناء على نجاح التجربة حتى الآن ، تخطط وزارة المالية لنشر خدمة الصرف الرقمي إلى 300,000 شخص ، و ربما إلى أكثر من تسعة ملايين من المستفيدين من المعاشات التقاعدية.

قام البنك المركزي المصري في ديسمبر/كانون الأول 2017 بإطلاق برنامج المزايا الاجتماعية "نفقة" ، و هو أول برنامج رقمي في مصر من الحكومة إلى الأشخاص . إن هذا الحلّ للتحويل الرقمي الاجتماعي ، يهدف إلى تسهيل صرف البدلات إلى حوالي 100,000 أرملة و مطلقة (كان يتم صرفها نقدا في السابق). و قد تم إطلاق هذه المبادرة بالشراكة مع كل من ماستركارد ، و PayMob (و هي أداة تمكين للمدفوعات الإلكترونية تقوم بنيتها الأساسية بدعم العديد من حلول المحفظة الإلكترونية في مصر) ، و ثلاثة من الرائدة في تشغيل شبكات الهاتف المحمول الذي يقدمون محافظ رقمية ، و بنك ناصر الاجتماعي الذي لديه تاريخ في توزيع هذه التحويلات النقدية الاجتماعية.

إن برنامج "نفقة" تم تقديمه كأول حالة استخدام لمحفظة إلكترونية على المستوى الوطني ، و هو مثال جيد لحالة استخدام للخدمات المالية الرقمية الموجهة نحو المرأة المحرومة من الخدمات. إن المرأة قبل تقديم الحلّ الرقمي ، كان عليها الذهاب كل شهر إلى أحد فروع بنك ناصر الاجتماعي مما يترتب عليه خسارتها لوقت كبير في الذهاب إلى الفرع و الانتظار في طابور المدفوعات ، بالإضافة إلى التكاليف و مخاطر التحرش في وسائل النقل العام ، و كذلك تكلفة الفرصة المتمثلة في غلق مشروعها أو ترك عملها طوال اليوم. إن المرأة بعد التحوّل الرقمي للمدفوعات ؛ تستطيع الآن سحب أموالها باستخدام أي متجر أو

الدرس السادس: توسيع نطاق الوصول إلى الهويات الرقمية العالمية من أجل مساعدة المرأة ذات الدخل المنخفض على بناء تاريخها الائتماني عبر الحدود

للوصول إلى منافذ متنوعة للمعلومات (مثل فواتير المرافق أو معاملات التحويل المالي عبر الهواتف المحمولة) والتي يمكن ربطها مع المنصة؛ من الممكن أن تكون مكلفة ومستهلكة للوقت. ومع ذلك، فإن هذه الروابط ضرورية لتعزيز المصداقية في الهوية الرقمية التي تم تكوينها. إن أحد المسارات الناشئة لبناء هذه الروابط، يتم من خلال المكاتب الوطنية للاستعلام الائتماني التي تتطور بسرعة وتبني بروتوكولات لتبادل المعلومات.

والمثل، فقد نتجت بعض العوائق عن وصول النساء إلى هويتهن الرقمية واستخدامها بشكل نشط. وللتغلب على هذا التحدي، قامت منصة "هويّتي" بالشراكة مع منظمات غير حكومية مثل لجنة الإنقاذ الدولية (IRC) وشركائها من مؤسسات التمويل الأصغر، وذلك من أجل تقديم تدريب للمرأة حول كيفية استخدام حلول الهوية الرقمية بما في ذلك المعلومات المتعلقة بخصوصية البيانات. وقد كان العمل مع المنظمات غير الحكومية ومؤسسات التمويل الأصغر متعارف عليه وموثوق به من قبل النساء اللاجئات، وقامت "هويّتي" بتعزيز مصداقيتها بين المستخدمات النساء. وعلى الرغم من هذه الجهود، وجدت المنصة أن الإقبال عليها والاستخدام أعلى بكثير بين العمال المهاجرين الفلبينيين منه بين اللاجئتين السورين. وقد أبدى العمال المهاجرون الفلبينيون اهتماما وإقبالا كبيرا تجاه الهوية الرقمية لمنصة "هويّتي" وذلك بسبب المستويات المرتفعة لتعليمهم ومعرفتهم الرقمية، واهتمامهم بالعودة الوشيكة إلى بلدهم الأصلي مما يعني أنه يمكنهم الاستفادة من التاريخ الائتماني الذي تم تكوينه أثناء العمل في منطقة شمال أفريقيا وبلاد المشرق.

إن منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا تستضيف حاليا 23 مليون من العمال المهاجرين وأكثر من 6 مليون لاجئ معظمهم من سوريا⁴⁰. وقد واجهت المؤسسات المالية في الماضي صعوبة في خدمة هؤلاء العمال المهاجرين بسبب عدم توافر الهوية والمعلومات المالية والقلق بشأن السداد عند عودة المقترضين إلى بلدهم الأصلي. وهذه المشاكل تؤثر بشكل خاص على العاملات المهاجرات واللاجئات، لافتقارهن القدرة على الوصول إلى المعلومات مثل سجلات التوظيف أو مدفوعات الضرائب أو فواتير المرافق التي تساعد على إثبات هويتهن وتاريخهن الائتماني. ونتيجة لذلك، فإن المرأة تكون في وضع ضعيف للغاية عندما يتعلق الأمر بالحصول على قروض من البنوك أو من مؤسسات التمويل الأصغر. إن الهويات التي يتم تكوينها بشكل رقمي مثل التي قدمتها منصة "هويّتي" والمعروضة في دراسة الحالة رقم 11؛ لديها إمكانية سدّ فجوة الهوية. فهي تقوم بتزويد المرأة بمنفذ دخول لإنشاء تاريخ ائتماني مالي خاص بها، مما يحسّن من قدرتها في الحصول على القروض. كما أن ذلك من شأنه تحسين فرص كسب الرزق من خلال تسهيل إدارة المرأة لأعمالها الخاصة أو للحصول على وظيفة.

إن التحدي الرئيسي لمنصات الهوية الرقمية يتمثل في بناء الثقة، التي تشمل كل من ثقة المؤسسات التي تعتمد على الهوية لتقييم الائتمان، وثقة المستخدمين في هذه الخدمات. ونظرا لأن نظام البيئة الأساسية للخدمات المالية الرقمية لا يزال في بداياته بمنطقة شمال أفريقيا وبلاد المشرق، وقد يكون الأمر صعبا لجعل المؤسسات المالية تستخدم حلول الهوية الرقمية مثل برنامج "هويّتي" كجزء من العملية الحالية لتقييم الائتمان. كما أن بناء الثقة مع شركاء آخرين



دراسة حالة رقم 11

حلّ الهوية الرقمية الخاص بمنصة "هويّتي" من أجل النساء المهاجرات في الأردن ولبنان

من الوفاء بالمتطلبات الوطنية لتطبيق "اعرف عميلك"⁴¹، وكذلك من أجل تقييم أفضل لجدارة الائتمان الخاص بالمقترضات المحتملين. وقد أثبت الحلّ أيضا أن لديه إمكانية التشجيع على تحقيق معدلات أفضل لسداد القروض سواء في الأردن أو لبنان، حيث أن اللاجئتين يعلمون بأن سجلهم الائتماني سواء كان جيدا أو سيئا، قد يتم التواصل به مع المقرضين في الوطن. وقد ظهر من التجربة أيضا أن حلّ الهوية الرقمية مكنّ اللاجئتين والعمال المهاجرين من الحصول على الائتمان الذي لم يكن ليحصلوا عليه بطريقة أخرى. وللبناء على هذا النجاح، تخطط منظمة MakingCents لتطبيق بروتوكول Kiva بالمنصة (تقنية السجل الموزع التي تمكّن من إنشاء هوية رقمية وتاريخ ائتماني). كما أنهم يخططون لدمج البروتوكول بشكل كامل مع شركاء مختارين وتوسيع نطاق ليصل إلى 25,000 عميل، مع العمل على زيادة تقبل المنصة في جميع أنحاء المنطقة وبلدان العودة.

تقوم منصة "هويّتي" بتزويد السكان المتنقلين بهوية رقمية محمولة وأمنة يتم تخزينها باستخدام تقنية السجل اللامركزي والتي تسجّل التاريخ الائتماني ووثائق الهوية والتاريخ الوظيفي والوثائق الأخرى اللازمة للوصول إلى الخدمات المالية. لقد تم إنشاء الحلّ بواسطة منظمة "MakingCents International" بدعم تمويلي من كل من "صندوق سند لتمويل المشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة" و"البنك الهولندي للتنمية"، وبالشراكة مع صندوق تمويل المرأة بالأردن وفيما بعد مع مؤسسة "المجموعة" وهي مؤسسة تمويل أصغر رائدة في لبنان، وكذلك مع الشركة الأردنية للتمويل الأصغر (تمويلكم) في الأردن. وتقوم المنصة بتمكين الوصول إلى الائتمان في بلدان الهجرة أو عند إعادة التوطين النهائي أو عند العودة إلى البلد الأصلي. وقد تم تجربة المنصة بين عامي 2018 و 2019 مع 1500 لاجئ وعامل مهاجر من الفلبين، وكانت النساء تمثّل 99% منهم. ويقوم حلّ الهوية الرقمية بتوفير تواريخ ائتمانية للمقرضين المحتملين مما يمكنهم

40 (المنظمة الدولية للهجرة 2020)

41 يعتبر فحص "اعرف عميلك KYC" عملا إلزاميا من أجل تحديد هوية العميل والتحقق منها عند فتح حساب.

الدرس السابع: الاستفادة من التجارة الإلكترونية وإقبال النساء وخاصة رائدات الأعمال على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ، من أجل تلبية الاحتياجات الرقمية لهم و لعملائهن

يجب أن يقوم مقدمو الخدمات المالية الرقمية عند الاستفادة من إمكانيات التجارة الإلكترونية لإدراج رائدات الأعمال داخل الاقتصاد الرسمي ؛ أن يأخذوا في الاعتبار ثلاثة عوامل.

إن الانتشار العالمي لوسائل التواصل الاجتماعي بجانب النمو السريع للتجارة الإلكترونية في شمال أفريقيا و بلاد المشرق ؛ كان من شأنهما ظهور نماذج جديدة حيث تتلاقى كل من المشاركة بالمحتوى مع التفاعلات مع المدفوعات الإلكترونية. إن التجارة الإلكترونية و مؤخرا التجارة الاجتماعية (حيث يتم دمج القدرات الوظيفية للتجارة الإلكترونية بشكل مباشر في شبكات التواصل الاجتماعي مثل "فيسبوك" و "إنستجرام") ، يمكنهما تقديم مزايا كبيرة لشمول كل من رائدات الأعمال و عملائهن في الاقتصاد الرسمي.

• **العامل الأول: تعديل رسائل الاتصال لكي تكون مرتبطة بشرائح معينة من النساء و عدم الخلط مع المنتجات الأخرى ، كما هو موضح في دراسة الحالة رقم 12**

• **العامل الثاني: يجب على مقدمي الخدمات المالية الرقمية ضمان عملية تأهيل سلسة للتجار و أن يتوقعوا بعناية القيود التنظيمية المحتملة.** ففي مصر على سبيل المثال ، تعتبر العقود الورقية الزامية و لا يتم السماح بالقدرات الوظيفية للتوقيع الإلكتروني حتى الآن ، الأمر الذي يمكن أن يعيق بشكل كبير عملية تأهيل التجار. و كما هو موضح في دراسة الحالة رقم 12 ، فإن شركة "Paymob" و هي شركة تكنولوجيا مالية مصرية ، قد واجهت مشاكل كبيرة عندما قامت بجمع العقود الموقعة من أعداد كبيرة من رائدات الأعمال اللواتي أعربن عن اهتمامهن بحملة #AcceptTheChange. و إدراكا بأن رائدات الأعمال من المرجح ألا يتركن نشاطهن لمجرد التوقيع على العقد بسبب القيود على الحركة و الوقت ، فقد قامت Paymob بالشراكة مع شركة توصيل طرود يمكنها تسليم العقود مباشرة إلى أماكن رائدات الأعمال. كما قامت Paymob بشكل استباقي ، باستهداف فعاليات رائدات الأعمال ، حيث يمكن تأهيل و توظيف التجار.

• **العامل الثالث: أهمية بناء الثقة في معاملات التجارة**

الإلكترونية. فعلى الرغم من أن التجارة الإلكترونية تشهد ارتفاعا كبيرا في منطقة الشرق الأوسط و شمال أفريقيا كما هو موضح في دراسة الحالة رقم 13 ، إلا أن معظم المعاملات لا تزال تتم عبر خيارات "الدفع عند التسليم" ، و لا يزال معظم المستهلكين يخافون من مخاطر الاحتيال على منصات التجارة الإلكترونية.

أولا: يمكن للتجارة الإلكترونية أن تقلص العوائق التي تحول دون دخول رائدات الأعمال مما يتيح لهن البدء في مشروع خاص بهن من المنزل ، و عدم الحاجة إلى رأس مال للاستثمار في فتح متجر. و يمكن للتجارة الإلكترونية مساعدة المشروعات النسائية متناهية الصغر في توسيع نطاق المبيعات عبر الإنترنت و خارج حدود مجتمعاتهن ، و للوصول إلى عملاء أو موردين جدد ، كما هو موضح في دراسة الحالة رقم 13 ، الخاصة بشركة Kalys Tunisia. إن التجارة الإلكترونية عند ربطها بالمدفوعات الإلكترونية تقدم فرصا جديدة لتعزيز وصول رائدات الأعمال إلى الخدمات المالية الرسمية. و عن طريق تشجيعهن على فتح حسابات أو إنشاء منافذ جديدة للبيانات ، يستطيع مقدمو الخدمات المالية تقييم جدارتهم الائتمانية بشكل أسهل ، كما هو موضح بالدرس السادس. ثانيا: قد تقوم التجارة الإلكترونية بتقديم مزايا جذابة للعملاء النساء صاحبات هذه المشاريع المتناهية الصغر ، و بشكل خاص عند تفضيل النساء المستهلكات عدم ترك المحيط الخاص بهن من أجل استكمال مشترياتهن إما بسبب الأعراف الثقافية أو بسبب ضيق الوقت ، كما هو موضح في دراسة الحالة رقم 13.

paymob



شراكة بين شركة Paymob وشركة Tamweely من أجل تمكين رائدات الأعمال المصريات من حلول الدفع الإلكتروني⁴²

أما الجانب المتصل بالإنترنت ، فقد أطلقت Paymob حملة تسويقية تحت هاشتاغ #AcceptTheChange عبر "فيسبوك" و "إنستغرام" ، و ذلك من أجل زيادة الوعي بحلول الدفع الإلكتروني للتجار عن طريق استهداف رائدات الأعمال الرقمية على وجه التحديد. و كانت شركة Paymob من خلال حملتها ، تقوم بتسليط الضوء على الميزات الرئيسية مثل القدرة على تحمل التكاليف (تقديم فترة تجريبية مجانية) أو الدفع النقدي عند التسليم و خيارات التقسيط ، و هي الميزات التي لها قيمة لدى المشاريع النسائية متناهية الصغر. و قد تم تعديل الرسائل التسويقية وفقا لثلاث شرائح للمشروعات متناهية الصغر ، ذات مستوى مختلف في درجة النضج و هي: الشريحة "العملية" لرائدات الأعمال الناشجات اللاتي يمتلكن مشروعات راسخة متناهية الصغر و يبحثن عن حلول سهلة لزيادة قاعدة عملائهن ، و الشريحة "الطموحة" و هي للمشروعات متناهية الصغر التي تم طرحها حديثا ، و الشريحة "الذكية" و هي اللواتي سيصبحن قريبا رائدات أعمال و لديهن فكرة جديدة للأعمال.

قام صندوق مشاريع المرأة العربية في أوائل عام 2020 بالتعاون مع شركة Paymob من أجل ضم 200 من التجار النساء عن طريق تزويدهن بالأدوات الرقمية التي تجعلهن يتبعن معاملات عملائهن بشكل أفضل ، سواء بشكل رقمي أو بدون اتصال بالإنترنت. و قد قامت شركة Paymob في الجانب غير المتصل بالإنترنت ، بالشراكة مع شركة "تمويلي" للمشروعات متناهية الصغر و هي مؤسسة تمويل أصغر رائدة في مصر ، و استهدفت الشركة بعض المقترضات اللواتي كن أيضا رائدات للأعمال متناهية الصغر ، و قامت بتجهيزهن بماكينات لمتاحف البيع ، مما يتيح لهنّ تتبع جميع معاملات عملائهن (نقدية و كروت و مدفوعات محافظ إلكترونية و ما شابه ذلك) و يتم ذلك من خلال منصة واحدة ، مما يتيح مراقبة مالية أفضل و مطابقة أسهل. كما أتاحت ماكينة منفذ البيع للمشروعات متناهية الصغر أن تقدم لعملائها إمكانية سداد مشترياتهم على أقساط و توصيل السلع المطلوبة إلى منازلهم ، و هما حلان مهمان للمرأة التي غالبا ما تفتقر إلى رأس المال و لديها حركة مقيّدة.



Accept weaccept

#AcceptTheChange



لا تتوقفي عن تحقيق حلمك!
اكتسبت هتساعدك
لنجاح مشروعك!

Accept weaccept

#AcceptTheChange

صرّح إسلام شوقي المدير التنفيذي لشركة Paymob قائلاً: "إن حملتنا التسويقية #AcceptTheChange ، قد وصلت في شهرين فقط لما يزيد عن 2.4 مليون رائدة أعمال ، كما يوجد 21 ألف شخص يشاركون معنا بنشاط على وسائل التواصل الاجتماعي. و قد كان علينا مضاعفة فريق التهيئة و نقوم بتعديل إجراءاتنا الداخلية لتسهيل خطوة التسجيل الخاصة بالتجار النساء".

إسلام شوقي - مدير تنفيذي - شركة Paymob

Ambitious Post

Don't stop dreaming big & Accept will help you achieve it! Accept supports all your business ideas and offers you a full suite of payment methods, as Cash on delivery & installments. Accept helps you receive all your payments instantly! Share your products & get paid now with Accept Free subscription offer!

<https://portal.weaccept.co/portal/register>
#AcceptTheChange

لا تتوقفي عن تحقيق حلمك، اكتسبت هتساعدك لنجاح مشروعك!

اكتسبت تدعم كل أفكار مشروعك، ومش بس بتوفر لمشروعك طرق دفع مختلفة، منها الدفع عند الاستلام والتقسيط، لا ومان هتساعدك تستقبلي مدفوعاتك المالية بشكل فوري من خلال اشتراك مجاني في خدمة اكتسبت المميزة!

<https://portal.weaccept.co/portal/register>
#اصنعي_التغيير

42 تشير مدفوعات التجار إلى معاملات التجارة التي يتم إجراؤها عبر أي شكل من أشكال الأدوات الإلكترونية بما في ذلك ماكينات منافذ البيع أو الهواتف المحمولة.



و بالرغم من أن المدفوعات عبر الإنترنت تمثل 10% فقط من المعاملات ، إلا أن "كاليبس" قد لاحظت أنها ازدادت خلال العام الماضي ، و أن العملاء يقدرّون قيمة هذا الخيار للدفع لأنه يعني بالنسبة لهم عدم الاضطرار إلى الذهاب لمكينة الصرف الآلي و سحب النقود ، و كذلك تسمح بالتوصيل للمنزل ، و هم ميزتان ذات أهمية خاصة للمرأة. و قامت "كاليبس" في عام 2019 من أجل البناء على نجاح نموذج الأعمال الشامل للجنسين ، بجذب الاستثمارات من "ImpactParner" و هو أول صندوق استثماري يحقق الأثر في تونس. و وفقا للمدير التنفيذي ، فإن مدفوعات التجارة الاجتماعية سوف تسمح بنمو المشروعات بشكل أكبر نظرا لمستوى التفاعل الذي رصدته على مواقع التواصل الاجتماعي من قبل عملائها.

"كاليبس" هي منصة إلكترونية لبيع الحرف اليدوية تم إنشاؤها بواسطة شبكة من الحرفيين التونسيين معظمهم من النساء ، في مناطق مختلفة من جميع أنحاء تونس ، و تقوم المنصة بتقديم فرصة اجتماعية و تجارية لشركائها من المصممين و الحرفيين و التي تشكل المرأة 60% منهم ؛ و ذلك عن طريق السماح لهم بتسويق منتجاتهم محليا و دوليا ، مما يزيد من فرص زيادة الدخل. إن المنصة من وجهة نظر العملاء توفر إمكانية الوصول إلى مجموعة متنوعة من المنتجات الموروثة من الحرفيين الأجداد ، و يتم توفير المنتجات بعد الطلب خلال 24 ساعة في تونس ، و خلال ثلاثة أيام للطلبات العالمية. كما يستفيد العملاء (99% منهم من النساء) بجانب مزايا الوصول و الراحة ، من اختيارات ممتازة للدفع: فهم يستطيعون إما الدفع عند استلامهم السلع (الدفع النقدي عند التسليم) ، أو عند أخذ السلع من متجر "كاليبس" ، أو الدفع من منازلهم عبر الإنترنت لمن لديهم ائتمان أو بطاقة دينار إلكتروني و يرجع الفضل في ذلك إلى خيارات الإنترنت.

صرّحت سونيا حشيشة ، المؤسسة و المدير التنفيذي لشركة "كاليبس" قائلة:
"يتفاعل عملاؤنا كثيرا على "إنستجرام". و أرغب في فتح حساب رسمي يتم رعايته و أن أسمح لعملائي بالطلب و السداد مباشرة عبر "إنستجرام"."

ونيا حشيشة - دير تنفيذي - منصة Kalys

الدرس الثامن: الاستثمار في تحليلات البيانات المصنّفة حسب نوع الجنس من أجل متابعة مدى التقدم ، و بناء الخدمات المالية الرقمية المتخصصة لتلبية احتياجات المرأة

دراسة الحالة رقم 14. و في هذه الحالة ، التزم البنك المركزي المغربي علنيا بجمع تقارير للبيانات المصنّفة حسب نوع الجنس من شركات الدفع المرخصة حديثا (مؤسسات الدفع). كما توجد قيمة في إجراء تحاليل جانب الطلب (جمع التغذية المرتدة من المستهلكين حول جودة الخدمات المالية الرقمية). و قد ظهر ذلك بوضوح في دراسة الحالة رقم 3 في إطار الدرس الأول ، حيث نجحت الشركة الأردنية لأنظمة الدفع و التقاص في الحصول على معلومات متعمقة حول استخدام المرأة للمعاملات المالية عبر الهاتف المحمول ، و ذلك عن طريق إجراء مقابلات و مناقشات لمجموعات التركيز مع المستخدمات النساء ، و ذلك عند إجراء التجارب الرقمية.

ثانيا: من الضروري جدا أن يتم دمج تجميع و تحليل البيانات المصنّفة حسب الجنس داخل عمليات التنقيب عن البيانات الخاصة بمقدمي الخدمات المالية الرقمية. و يجب في البداية التمييز بشكل صحيح للعملاء الجدد حسب نوع الجنس في قاعدة البيانات الخاصة بمقدمي الخدمات المالية الرقمية. و مع ذلك ، فإن هذه العملية لجمع البيانات من الممكن أن تكون عملية صعبة ، و بشكل خاص في مجتمعات مثل مصر ، حيث يتم تسجيل أرقام هواتف العديد من النساء باسم أزواجهن. و على الرغم من هذه القيود ، إلا أن الاستثمار في البيانات المصنّفة حسب نوع الجنس و التحليلات المقسّمة من شأنها إثراء التصميم الخاص بحلول الخدمات المالية الرقمية. و ذلك سوف يحسّن مدى رضا العملاء و الاحتفاظ بهم ، و كذلك يساعد في بناء سمعة الاسم التجاري بشكل عام. و أخيرا ، فإن تحليلات البيانات المصنّفة حسب نوع الجنس سوف تساعد في بناء حالة أعمال قوية لمقدمي الخدمات المالية الرقمية من أجل طرح تدخلات شاملة للجنسين تكون مستدامة و قابلة للتطبيق⁴⁴.

إن السوق الخاص بالمرأة في منطقة الشرق الأوسط و شمال أفريقيا كما هو موضح في القسم الأول من هذا التقرير ؛ يمثل فرصة أعمال واسعة لم يتم استغلالها حتى الآن ، و يجب على مقدمي الخدمات المالية الرقمية أن يعوا ذلك بشكل أفضل و يقوموا بالتصميم و التسويق اللازم ؛ إذا أرادوا الوصول إلى سوق متنامي و مستدام. إلا أنه بدون تواجد بيانات مصنّفة حسب نوع الجنس⁴³ ، فإن مقدمي الخدمات المالية و مقدمي الخدمات المالية الرقمية بمنطقة شمال أفريقيا و بلاد المشرق يعانون باستمرار لتوفير الخدمات المالية الخاصة بالمرأة و ذلك لأنهم غالبا لا تتوافر لديهم البيانات اللازمة للحصول على صورة حقيقية لسوق المرأة و لا يستطيعون تتبع أداءهم مع هذه الشريحة. و يتزامن ذلك مع عدم توافر بيانات كافية لدى الجهات التنظيمية و صانعي السياسات لتحديد من يتم خدمتهم أو من لا يتم خدمتهم (إمكانية الوصول إلى الخدمات المالية) ، و من يتم خدمتهم بشكل جيد (جودة الخدمات المالية) و الخدمات التي يتم استخدامها و من يستخدمها و كيف يستخدمها (استخدام الخدمات المالية). و كل ذلك يحّد من قدرة صانعي السياسات على مراقبة آثار السياسات و اللوائح الجديدة التي يتم تقديمها لتعزيز الشمول المالي.

هناك جانبان يجب أخذهما في الاعتبار لكي تساهم البيانات المصنّفة حسب نوع الجنس في التمكين المالي الرقمي للمرأة. أولا: يجب أن تقوم الجهات التنظيمية و صانعو السياسات بإجراء دراسات استقصائية بشكل منتظم لمراقبة مدى التقدم المحرز و مقارنته مع أهداف الشمول المالي الرقمي الموضوعية من قبلهم. و يتطلب ذلك وضع أهداف واضحة و حوافز و آليات فعّالة لتقديم التقارير بين الجهات التنظيمية و مقدمي الخدمات المالية الرقمية ، كما هو موضح في

دراسة حالة رقم 14

بنك المغرب يلتزم بتتبع مدى التقدم نحو الشمول المالي الرقمي للمرأة في المغرب

قام بنك المغرب (البنك المركزي المغربي) بتحسين التقارير حول البيانات المصنّفة حسب نوع الجنس في عامي 2013 و 2017 ، مما أدى إلى إحداث تغيير إيجابي في القطاع المصرفي. و مع ذلك و حتى وقت قريب ، لم تمتد هذه الإجراءات إلى المؤسسات المالية غير البنكية التي يشرف عليها البنك المركزي ، مثل مقدمي خدمات الدفع⁴⁵

و تحت مظلة برنامج "الشمول المالي و تمويل تطوير الاقتصاد الرقمي" و بدعم من البنك الدولي ، التزم البنك المركزي المغربي بشكل علني في عام 2019 بالعمل نحو توسيع متطلبات إعداد التقارير الخاصة بالبيانات المصنّفة حسب نوع الجنس لكي تشمل شركات الدفع بما فيهم مقدمي خدمات الدفع. و يهدف بنك المغرب بشكل خاص إلى زيادة النسبة المئوية لشركات الدفع التي تقدم تقارير بيانات مصنّفة حسب نوع الجنس إلى 75% بحلول عام 2020. كما قام البنك في الآونة الأخيرة بتوقيع مذكرة تفاهم مع برنامج "Women Banking Champions"



التابع لمؤسسة التمويل الدولية ، و ذلك للتمكين من الحصول على بيانات و رؤى أفضل حول إمكانية وصول المرأة إلى الخدمات المالية التي تقدمها البنوك و المؤسسات المالية مع التركيز على المشروعات التي تقودها أو تمتلكها المرأة. (مؤسسة التمويل الدولية 2020).

و قد صرّح زافقيه رابلي - المدير القطري لمؤسسة التمويل الدولية في المغرب و تونس و الجزائر و قال: "إننا نؤمن بأن رائدات الأعمال هن وكلاء للتغيير و محركات للنمو الاقتصادي".

زافقيه رابلي ، مدير قطري - المغرب و تونس و الجزائر - مؤسسة التمويل الدولية

43 يتم تعريف البيانات المصنّفة حسب نوع الجنس على أنها البيانات التي يتم جمعها بشكل منفصل لكل من الذكور و الإناث. و في سياق وضع سياسات الشمول المالي ، فمن الممكن أن تشير هذه البيانات إلى بيانات جانب العرض التي يتم جمعها من مقدمي الخدمات المالية أو بيانات جانب الطلب التي تم جمعها ، مثل التي يتم جمعها من خلال الاستقصاءات الوطنية عن الشمول المالي. و يمكن الوصول إلى مزيد من الإرشادات حول كيفية إجراء جمع البيانات المصنّفة حسب نوع الجنس ، على الموقع الإلكتروني AFI

44 إن موجز تعلم الممارسين لعام 2019 الخاص بنا ، حول "العامل مع القطاع الخاص لتمكين المرأة: ما الذي يجب قياسه و كيفية بناء حالة أعمال للتغيير" ، يقوم بتوفير المزيد من التوجيه حول كيفية التي يمكن بها ممارسة التطوير القيام ببناء حالة أعمال قوية ، مع تقديم أمثلة من قطاع الخدمات المالية.

45 (البنك الدولي 2019b, 2019c)

الخاتمة

لقد سعينا في هذا الموجز التعليمي للممارسين ، البدء في مناقشة حول الفرص المتاحة لحلول الخدمات المالية الرقمية في منطقة شمال أفريقيا و بلاد المشرق ، و ذلك من خلال تسليط الضوء على الدروس المستجدة حول الطريقة التي يمكن بها للأطراف الفاعلة بالسوق القيام بإنجاح التمويل الرقمي من أجل المرأة. إن صندوق مشاريع المرأة العربية من خلال إطلاقه لهذه الاستشارة الأولى من نوعها و التي تتضمن العديد من أصحاب المصلحة المعنيين ؛ يهدف إلى تحفيز تغيّرات نظام السوق و تعظيمها ليس فقط في الدول التي يعمل بها الصندوق (مصر و الأردن) ، بل أيضا في أسواق أخرى في جميع أنحاء المنطقة. و من الضروري مع زيادة استخدام التكنولوجيا المالية و الرقمية بالمنطقة ، التأكد من عدم إهمال المرأة في خضم هذه الثورة الرقمية. و قد أظهرت دراسات الحالة المذكورة في هذا الموجز بأن هناك إشارات إيجابية على التغيرات. فعلى الرغم من أن نظم البيئة الأساسية للخدمات المالية الرقمية بالمنطقة لا تزال في بدايتها إلا أن استشارة أصحاب المصلحة المعنيين قد سلطت الضوء على أن مقدمي هذه الخدمات قد بدأوا في إدراك المرأة على أنها شريحة مميزة في السوق. و مع دعم الحكومات الوطنية و شركاء التنمية فإنهم يستثمرون بشكل متزايد في إستراتيجيات الخدمات و التسويق و التوزيع من أجل الوصول بشكل أفضل إلى المستهلكات النساء و المشروعات التي تمتلكها المرأة.

و على الرغم من أن جميع هذه التغيرات تعتبر إيجابية ، إلا أن صندوق مشاريع المرأة العربية يعتقد أنه من المهم تجاوز مناقشة الشمول المالي الرقمي والتحول لدعم أساليب "التمكين المالي الرقمي". ليس فقط من أجل تحسين الشمول المالي من أجل تضمين الأشخاص الأكثر فقرا في النظام الرسمي ، بل أيضا ليكون وسيلة لتعزيز القدرة و تحويل حياة المستفيدين المستهدفين بشكل حقيقي و بالنسبة للمرأة ذات الدخل المنخفض فهذا يعني تمكينها من الوصول إلى حلول الخدمات المالية الرقمية ؛ و ضمان ترجمة هذه الحلول إلى زيادة قدرتها الشخصية على صنع القرار و التحكم في حياتها المالية. إن العمل بهذا الأسلوب قد يتطلب من مجتمع المانحين إعادة النظر في نظرية التغيير التي تكمن وراء أطر قياس الشمول المالي التقليدية من أجل ضمان دمجهم لمنظور التمكين الاقتصادي للمرأة القابل للتغيير و الذي يتم تقييمه ليس فقط من خلال منظور الوصول إلى التمويل. إن هذا هو الأسلوب/النهج الذي اكتشفه صندوق مشاريع المرأة العربية و شركاؤه بالقطاع الخاص بالمنطقة عن طريق البناء على التعلّم عبر البلاد من فعاليات/تداخلات مصر و الأردن ، كما هو موضح في الرسم البياني أدناه.

في الختام ، إن توجيه التحوّل الرقمي للتمويل من أجل تلبية احتياجات المرأة المحرومة من الخدمات عبر شمال أفريقيا و بلاد المشرق ، يتطلب تطبيق نهج متعدد الأوجه. و تقوم النتائج في هذا الموجز بتوفير مؤشر أولي لأصحاب المصلحة المعنيين و الشركاء مثل مقدمي الخدمات و شركاء التنمية و المجتمع المدني و المستثمرين و الحكومات و الجهات التنظيمية ، و ذلك لكي يقوموا بتوجيه استثماراتهم من أجل دعم التغيير المنهجي عبر نظام البيئة الأساسية للخدمات المالية الرقمية. إننا نستطيع معا ، أن نطلق العنان للإمكانيات الاجتماعية و الاقتصادية للتمويل الرقمي ، من أجل إنشاء عالم أكثر شمولاً و إنصافاً و استدامة لكل من الرجال و النساء.

قائمة المراجع

- HERfinance Digital Wages: Positive Impact for Women and Business Report. March 2020. <https://herproject.org/programs/herfinance/digital-wages>
- International Development Research Center (IDRC). Bridging the .gender digital divide in the Arab Region. 2019
- International Finance Corporation. MSME Finance Gap, <https://www.smefinanceforum.org/sites/default/files/Data%20Sites%20downloads/MSME%20Report.pdf>. 2017
- International Finance Corporation. IFC Launches MENA Women Banking Champions Program in Maghreb to Support Female Entrepreneurs. 2020. <https://ifcextapps.ifc.org/IFCExt/Pressroom/IFCPressRoom.nsf/0/DF0C4115FAA533B985258522003AF3B8>
- International Organisation for Migration. World Migration Report. https://publications.iom.int/system/files/pdf/wmr_2020.pdf. 2020
- International Labour Organisation. ILO Global Estimates on International Migrant Workers. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_652001.pdf. 2017
- Mastercard. Empowering Women through Digital Tools & Services: <https://www.mastercard.us/content/dam/mccom/global/documents/financial-inclusion/empowering-women-through-digital-tools-and-services-09172019.pdf>. 2019
- The SEEP Network. Women's Empowerment and Savings Groups: LEARNING BRIEF What Do We Know?: <https://seepnetwork.org/files/galleries/2019-SG-LB-Womens-Empowerment-And-SGs-EN-DIGITAL.pdf>. 2019
- WAMDA. The state of social media in the Middle East: <https://www.wamda.com/2019/04/state-social-media-middle-east>. 2019
- World Economic Forum. Global Gender Gap Report, http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2018.pdf. 2018
- .Global Findex. <https://globalfindex.worldbank.org>. World Bank. 2017
- World Bank. Invest in women to boost growth in MENA, <https://blogs.worldbank.org/arabvoices/invest-women-boost-growth-mena>. Arab .Voices. 2019a
- Abulnaga, Mai. Gender Inclusive Finance: Impetus for Egypt's economic growth: <https://www.afi-global.org/blog/2020/03/gender-inclusive-finance-impetus-egypts-economic-growth>
- AWEF. Working with the Private Sector to Empower Women: What to Measure and How to Build the Business Case for Change. <https://seepnetwork.org/Resource-Post/Working-with-the-Private-Sector-to-Empower-Women-What-to-Measure-and-How-to-Build-the-Business-Case-for-Change>. The SEEP Network. 2019
- Central Bank of Egypt. Financial Inclusion through Digital Financial Services and Fintech, https://www.afi-global.org/sites/default/files/publications/2018-08/AFI_Egypt_Report_AW_digital.pdf. 2018
- Central Bank of Jordan. National Financial Inclusion Strategy 2018-2020. 2018. Bain & Company. E-commerce in MENA: Opportunity Beyond the Hype: <https://www.bain.com/insights/ecommerce-in-MENA-opportunity-beyond-the-hype/>. 2019
- CGAP. Digital Financial Inclusion. <https://www.cgap.org/research/publication/digital-financial-inclusion>. 2015
- Gueguen, Chloe. Fintech for Women: Scaling the Financial Inclusion Pyramid in Egypt: <https://seepnetwork.org/Event/Fintech-for-Women-Scaling-the-Financial-Inclusion-Pyramid-in-Egypt>. The SEEP Network. 2018
- GSMA. The Mobile Economy Middle East & North Africa, <https://www.gsma.com/mobileeconomy/mena>. 2019a
- GSMA. Mobile money: A product of choice for women to send and receive remittances: https://www.gsma.com/mobilefordevelopment/blog/mobile-money-a-product-of-choice-for-women-to-send-and-receive-remittances/#_ftn3. 2019b
- GSMA. Overcoming the Know Your Customer hurdle: Innovative solutions for the mobile money sector: <https://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2019/02/Overcoming-the-KYC-hurdle-Innovative-solutions-for-the-mobile-money-sector-1.pdf>. 2019c
- GSMA Connected Women. The Mobile Gender Gap Report. <https://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2020/02/GSMA-The-Mobile-Gender-Gap-Report-2020.pdf>. 2020

United Nations. International Migrant Stock 2019: https://www.un.org/en/development/desa/population/migration/publications/migrationreport/docs/MigrationStock2019_TenKeyFindings.pdf. 2019

UN Women. Leveraging digital finance for gender equality and women's empowerment, <https://www.unwomen.org/en/digital-library/publications/2019/09/discussion-paper-leveraging-digital-finance-for-gender-equality-and-womens-empowerment>. 2019

USAID. The Role of Trust: Increasing Women's Access to Finance through Digital Technologies: <https://www.usaid.gov/digital-development/role-of-trust>. 2018

USAID. Digital Finance Country Report, [http://tanmeyahjo.com/Portals/0/Digital%20Finance%20COUNTRY%20REPORT%20\(USAID%20.LENS\).pdf?ver=2019-04-02-133749-100](http://tanmeyahjo.com/Portals/0/Digital%20Finance%20COUNTRY%20REPORT%20(USAID%20.LENS).pdf?ver=2019-04-02-133749-100). 2019

The World Bank. Financial Inclusion and Digital Economy Development Policy Financing: Morocco Factsheet: <http://pubdocs.worldbank.org/en/616321550490336165/Morocco-DPF2019-Factsheet-eng.pdf>. 2019b

The World Bank. Financial Inclusion and Digital Economy DPF (P168587). <http://documents.banquemoniale.org/curated/fr/930571550977295030/pdf/FINAL-Morocco-FIDE-PD-DPF-P168587-Jan-23-2019-Clean-for-RVP-1-01282019-636865560830710558.pdf>. 2019c

Standard & Poor's Ratings Services. Global Financial Literacy Survey (GFLS). <https://gflec.org/initiatives/sp-global-finlit-survey>. 2014

Sourcing Journal. A Look at Sourcing Apparel from Egypt and Investing in its Textile Industry. <https://sourcingjournal.com/topics/sourcing/egypt-apparel-industry-144897>. 2019

Union of Arab Banks. Financial Literacy in the Arab Region, A Prerequisite for Financial Inclusion. 2017

قائمة دراسات الحالة و المقابلات

المؤسسة	بلد	قابلة مع:	الوظيفة
شركة "رصيدي"	مصر	جاك ماركو	مدير تنفيذي
شركة "فوري"	مصر	محمد عكاشة	مدير تنفيذي
شركة Paymob	مصر	إسلام شوقي	مدير تنفيذي
البنك اللبناني للتجارة BLC	لبنان	مايا مارجي	المديرة السابقة لمبادرة We
منصة HerFinance التابعة لمنظمة BSR	مصر	إلا موفات	مديرة منصة HerFinance
الشركة الأردنية لأنظمة الدفع و التقاص (JoPACC)	الأردن	إيناس الحلايقة	مدير إدارة المعرفة و تحليلات الأعمال
دينارك	الأردن	عماد ال عيون	مدير تنفيذي
الشبكة المصرفية العالمية للمرأة	مصر	ديانا جولي	الاستشارات الإستراتيجية ، الخدمات المالية الرقمية
صندوق مشاريع المرأة العربية	مصر	بسمة غانم	مدير برنامج التثقيف الرقمي
منصة CIWA	المغرب	أوميل غيت	مدير تنفيذي
شركة Paymob	مصر	إسلام شوقي	مدير تنفيذي
منظمة MakingCents	لبنان و الأردن	محمود عماد	مدير منتجات
منصة Kalys	تونس	تيم نورس	رئيس
مؤسسة التمويل الدولية - المغرب (دراسة حالة بنك المغرب)	المغرب	سونيا حشيشة	مدير تنفيذي
	تونس	زافييه رايلي	مدير قطري - المغرب و تونس و الجزائر - مؤسسة التمويل الدولية



awef

Arab Women's Enterprise Fund
صندوق مشاريع المرأة العربية