

CENTRAL BANK OF EGYPT  
Egyptian Banking Institute



البنك المركزي المصري  
المعهد المصرفي المصري



## دور القطاع المصرفي في دعم الشمول المالي للمرأة

دراسة حالة البنوك المركزية وبعض البنوك التجارية  
في مصر والأردن وفلسطين ولبنان خلال الفترة (٢٠١١ - ٢٠١٩)

إعداد  
ياسمين عمرو سليمان - مشرف أول  
آية عصام سلامة - باحث  
إدارة البحوث والتوعية  
المعهد المصرفي المصري



# دور القطاع المصرفي في دعم الشمول المالي للمرأة

دراسة حالة البنوك المركزية وبعض البنوك التجارية  
في مصر والأردن وفلسطين ولبنان خلال الفترة (٢٠١٩ – ٢٠١١)

---

إعداد

ياسمين عمرو سليمان – مشرف أول

آية عصام سلامة – باحث

إدارة البحوث والتوعية

المعهد المصرفي المصري



## الإفتتاحية

في إطار اهتمام المعهد المصرفي المصري بالبحث العلمي، تتشرف إدارة البحوث والتوعية بتقديم سلسلة من الأوراق البحثية المتخصصة في المجال المصرفي والمالي. وتهدف إدارة المعهد من خلال نشر تلك الإصدارات إلى تشجيع الباحثين ونشر الوعي بأهم القضايا والمستجدات في المجال، هذا بالإضافة إلى طرح مجموعة من النتائج والمقترحات التي يمكن تقديمها لصانع القرار. وتعتبر هذه الخطوة من المعهد المصرفي المصري بداية لخطوات مستقبلية تهدف إلى تطوير القطاع المصرفي في مصر على أسس من البحث العلمي الجاد.

وتتناول هذه الورقة البحثية موضوع "دور القطاع المصرفي في دعم الشمول المالي للمرأة" - دراسة حالة البنوك المركزية وبعض البنوك التجارية في مصر والأردن وفلسطين ولبنان خلال الفترة (2011 - 2019).

يهدف البحث إلى دراسة تأثير استهداف البنوك التجارية لسياسات واستراتيجيات داعمة لتحقيق الشمول المالي للمرأة بشكل أساسي كفئة سوقية هامة ومهمشة. ويتم ذلك من خلال استعراض نتائج وتأثير المبادرات والاستراتيجيات الموجهة للمرأة على أداء ومكانة البنوك من ناحية وعلى السيدات ومشاريعهن من ناحية أخرى.

وختاماً، نتمنى أن تمثل هذه الأوراق البحثية إضافة قيمة من جانب المعهد المصرفي المصري في مجال البحث العلمي. وندعم بخالص الشكر والتقدير للأستاذة الدكتورة / ياسمين فؤاد - أستاذة الاقتصاد المساعد بكلية الاقتصاد والعلوم السياسية - جامعة القاهرة على مجهودها في مراجعة وتقييم تلك الورقة. كما ندعم بخالص الشكر للباحثين على الجهد المبذول في إعداد الأوراق البحثية.

إدارة البحوث والتوعية

المعهد المصرفي المصري



## قائمة المحتويات

٣	الملخص التنفيذي
٤	المقدمة
الجزء الأول	
٦	أهمية الشمول المالي للمرأة علي مختلف المستويات
٦	الاهتمام العالمي بقضية المساواة والشمول المالي للمرأة: الاتفاقيات والقوانين الدولية
٨	أبرز العوائق والتحديات التي تواجه تحقيق الشمول المالي للمرأة
الجزء الثاني	
١٠	دور البنوك التجارية في تحقيق الشمول المالي للمرأة
١١	دراسة حالة: بنك فلسطين، بنك الاتحاد بالأردن، البنك اللبناني للتجارة
الجزء الثالث	
١٨	وضع المرأة في مصر وتوجه الدولة لدعم وتمكين المرأة اقتصاديا
٢٠	الشمول المالي في مصر: المؤشرات وعوائق تحقيقه للمرأة المصرية
٢٢	جهود البنك المركزي ودور القطاع المصرفي المصري لدعم الشمول المالي للمرأة
الجزء الرابع	
٢٦	تحليل دراسات الحالة ومقارنتها بالحالة المصرية
٢٨	إجراءات مقترحة للقطاع المصرفي المصري
٣٠	الخاتمة
٣٢	قائمة المراجع





## الملخص التنفيذي

يتناول البحث تأثير استهداف البنوك التجارية لسياسات واستراتيجيات داعمة لتحقيق الشمول المالي للمرأة بشكل أساسي كقناة سوقية هامة ومهمشة؛ وذلك من خلال طرح مبادرات وخدمات مصممة خصيصاً لمتطلبات واحتياجات السيدات في الدولة المتواجد بها البنك. ويتم ذلك من خلال استعراض نتائج وتأثير المبادرات والاستراتيجيات الموجهة للمرأة على أداء ومكانة البنوك من ناحية وعلى السيدات ومشاريعهن من ناحية أخرى. وقد اخترنا في الدراسة أن نركز على نماذج لبنوك تجارية رائدة في دعم المرأة في ثلاث دول عربية بمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وهم بنك فلسطين، بنك الاتحاد بالأردن، البنك اللبناني للتجارة BLC. هذا ويتم تسليط الضوء على دور البنوك المركزية في تلك الدول لدعم الشمول المالي للمرأة. كما تستعرض الدراسة وضع الشمول المالي للمرأة في مصر مع التركيز على جهود البنك المركزي المصري وتطورها وتأثيرها على القطاع المصرفي المصري. كما تجري الدراسة مقارنة بين جهود البنوك المركزية في فلسطين، الأردن، لبنان ومصر وتقدم في النهاية مجموعة من الإجراءات المقترحة والتي من الممكن تطبيقها من جانب القطاع المصرفي المصري استناداً إلى تجارب البنوك التجارية الرائدة والناجحة في تعزيز الشمول المالي للمرأة. أما فيما يتعلق بالإطار الزمني للدراسة فهو يقع في الفترة بين 2011 (بداية قياس مؤشر الشمول المالي عالمياً ورسمياً) حتى عام 2019. ويعتمد البحث على المنهج "الوصفي التحليلي" من خلال رصد وتحليل بعض مؤشرات البنوك التجارية وتطورها، والوصول إلى النتائج التي تشير إلى وجود علاقة ايجابية بين عمل البنوك على استهداف السيدات وزيادة عدد العملاء من السيدات والموظفات على حدٍ سواء من ناحية وتحسن وضع البنك ومؤشراته وتعزيز مكانته أمام المجتمع الدولي من ناحية أخرى. ويؤكد البحث على ربحية قطاع السيدات بالنسبة للبنك خاصة إذا تم خدمة هذا القطاع بشكل صحيح بعد دراسة جيدة لجانب الطلب.

## المقدمة

إن تحقيق المساواة بين الرجل والمرأة على مختلف الأصعدة يترتب عليه المزيد من النتائج الإيجابية اقتصادياً وليس اجتماعياً أو إنسانياً فقط. فاستقلالية المرأة مالياً تساهم في تعزيز النمو والتنمية الاقتصادية في البلدان ليس فقط من خلال إنشاء أو المشاركة في الأعمال التجارية بل من خلال إدارة الموارد المالية الشخصية والعائلية بشكل أفضل. ووفقاً لمكتب إحصاءات العمل لعام 2017 تمثل السيدات 46.9% من القوي العاملة، وعلى الرغم من ذلك تتخفف حصتهم من الناتج المحلي الإجمالي. ويشير تقرير Mckinsey & Company لعام 2015، أن الاستغلال الأمثل لطاقت وإمكانيات السيدات في العمل من المتوقع أن يولد 28 تريليون دولار أمريكي بزيادة قدرها 12 تريليون دولار أمريكي في المتوسط في عام 2025؛ أخذاً في الاعتبار أن هذه النسبة أقل من المتوقع نظراً لوجود العديد من الأعمال التي تقوم بها المرأة غير مدفوعة الأجر. ونظراً للمشاركة المتزايدة للمرأة في سوق العمل، فمن المقدر أن يصل عدد السيدات في سوق العمل لـ 870 مليون سيدة بحلول عام 2020 (مؤسسة التمويل الدولية، 2016).

ويعرف الشمول المالي، بتيسير الوصول أو الحصول على الخدمات المالية بتكلفة مناسبة، وإتاحة الفرصة للأفراد لادخار أموالهم في مكان آمن والحصول على الائتمان اللازم بالتزامن مع الإدارة الجيدة للمخاطر (FinMark Trust, 2016). فإن تحقيق مستوي مرتفع من الشمول المالي يشجع ويدعم ريادة الأعمال والاستثمار، يزيد من التحكم في السيولة النقدية في الأسواق المحلية، ويساهم في الحد من معدلات الفقر والاقتصاد غير الرسمي (Chibba, 2009). كما أكدت العديد من الأبحاث العلمية على التأثير الإيجابي للشمول المالي على التنمية الاقتصادية، فالتوسع في فروع البنوك في المناطق الريفية بجانب المناطق الحضرية يعزز من استراتيجيات الحد من معدلات الفقر من خلال زيادة فرص الحصول على التمويل والاقتراض (Burgess and Pande, 2005).

وفي تقرير The Commonwealth عن الشمول المالي للمرأة عام 2014، تم تحديد ثلاثة محاور رئيسية لتحقيق الشمول المالي وتضم "الوصول" و"الاستخدام" و"الجودة"، ويشير الوصول إلى القدرة على الحصول على المنتجات والخدمات المالية، والاستخدام إلى الاستمرار والاستدامة في استخدام الخدمة، والجودة توضح الدرجة التي تلبي بها الخدمة المالية الاحتياجات الفعلية للمستخدمين.

وعلى الرغم من أن الشمول المالي لم يرد ذكره صراحة في الأهداف الإنمائية للألفية للأمم المتحدة Millennium Sustainable Development Goals (MDGs) أوفي أهداف التنمية المستدامة (SDGs)، فلا يمكن تجاهل الأثر المباشر والهام للشمول المالي على تلك الأهداف (Claessens and Feijen, 2007). وتضم تلك الأهداف القضاء على الفقر، الصحة الجيدة والرفاه والمساواة بين الجنسين على قائمة الأولويات. ويساهم الشمول المالي بشكل فعال في تحسين مستوي خدمات التعليم والصحة من خلال وجود مستوي أفضل من الدخل، فتيسير حصول الأفراد على الخدمات المالية يزيد من الدخل المتاح ويتيح لهم تخصيص جزء أكبر من الدخل على خدمات الصحة والتعليم (FinMark Trust, 2016). كما يساعد الشمول المالي في الحد من عدم المساواة بين الجنسين من خلال تيسير حصول المرأة على الخدمات المالية المختلفة التي تدعم من قدرة السيدات على الإبداع والابتكار وريادة الأعمال وتزيد من إنتاجيتهن.

والجدير بالذكر أن الشمول المالي أصبح منذ فترة مركزاً للاهتمام للعديد من الحكومات والدول حيث استهدفت 67 من الاقتصادات من إجمالي 143 الشمول المالي واعتبرته من الأهداف الرئيسية في خططها واستراتيجياتها، كما اتخذت 50 دولة خطوات فعالة لتحقيقه (Demirguc-Kunt et al., 2014). علاوة على ذلك، ركزت العديد من المنظمات الدولية مثل البنك الدولي وصندوق النقد الدولي على قضية الشمول المالي؛ حيث وضع صندوق النقد الدولي عدة شروط ومعايير لمنح قروضاً للإصلاح الهيكلي ومنها الشمول المالي وعدم وجود أي شكل من أشكال التمييز والعنصرية. فالصندوق يحدد هدفاً معيناً يجب علي الدولة الحاصلة على الدعم تحقيقه عند كل مرحلة مراجعة، وفي حال عدم الوصول إليه لا يتم منح

المزيد من الشرائح أو المساعدة الفنية للدولة المعنية. كما تشير الدراسات والتجارب إلى أن معالجة الفجوة بين الجنسين في التعامل مع النظام المالي الرسمي يترتب عليها عدة آثار إيجابية ويتمثل أهمها في: زيادة معدلات الادخار والاستثمار وخفض المخاطر والتكاليف المالية وتيسير فرص عمل جديدة.

وعلى الرغم من التقدم الملحوظ فيما يتعلق بمستوى الشمول المالي بشكل عام، إلا أن الفجوة بين الجنسين في امتلاك الحسابات المصرفية لازالت موجودة، ف يمتلك الرجال نسبة 72% من الحسابات في مقابل 65% للنساء، وتشير أحدث الدراسات في عام 2018 استناداً إلى 18 دولة إلى أن الرجال على مستوى العالم يمثلون 65% من العملاء، 80% من حجم القروض و75% من الودائع (التحالف المصرفي العالمي للمرأة، 2018). وتوضح بيانات البنك الدولي Global Findex 2017 أن 35% من السيدات عالمياً لا يملكن حسابات مصرفية، وتشير مؤسسة التمويل الدولية IFC أن 80% من السيدات أصحاب المشروعات الصغيرة والمتوسطة لا يملكن مصادر التمويل اللازمة ولا يتم خدماتهن بشكل متكامل من جانب المؤسسات المالية. كما أعربت 73% من السيدات عن عدم رضاهن عن الخدمات المصرفية المتاحة وفقاً لتقرير التحالف المصرفي العالمي للمرأة لعام 2018.

وفيما يتعلق بمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، فالفرصة متاحة بشكل كبير للتوسع في خدمة المرأة وتعزيز معدلات الشمول المالي. فتشير بيانات البنك الدولي إلى امتلاك 52% فقط من الرجال لحسابات مقارنة ب 35% فقط من السيدات وتعد تلك الفجوة الأكبر مقارنة بكافة المناطق الأخرى. وتتضح الفرصة جلياً أيضاً في استعداد وقدرة 86% من الرجال و75% من السيدات على امتلاك هواتف محمولة مما يسهل استهدافهم ودمجهم من خلال الخدمات الإلكترونية. علاوة على ذلك، يقوم ما يزيد عن 20 مليون شخص بالغ بتلقي وإرسال تحويلات العاملين بالخارج من خلال القنوات غير الرسمية (7 ملايين منهم في مصر). وبشكل عام، تعد نسبة الوصول إلى واستخدام الخدمات المالية في منطقة الشرق الأوسط الأقل على مستوى العالم كله. وبالطبع يتطلب تعزيز الشمول المالي للمرأة وجود نظام مالي ومصرفي أكثر شمولاً وبيئة تنظيمية وتشريعية تفر سياسات داعمة للمرأة والفئات المهمشة، وذلك لمعالجة أوجه القصور والعقبات التي تواجه المرأة على جانبي العرض والطلب.

وبشكل عام، تلعب البنوك دوراً جوهرياً فيما يتعلق بدمج المرأة في القطاع المالي الرسمي. وإيماناً بأهمية العلاقة بين البنوك وإدارتها من ناحية والسيدات بمختلف خلفياتهن من ناحية أخرى تتناول الإشكالية البحثية التساؤلات التالية:

- هل يؤدي تبني البنك استراتيجيات داعمة للمرأة إلى تحقيق نتائج إيجابية في الأداء العام للبنك؟
- هل يعتبر توجه البنوك لزيادة نسبة العملاء من السيدات استغلالاً لفرصة ضائعة أم توجه مرتفع المخاطر؟
- كيف من الممكن أن تستفيد البنوك المصرية من التجارب الرائدة والناجحة للبنوك التي استهدفت "المرأة" بشكل أساسي؟

يهدف البحث إلى دراسة تأثير استهداف البنوك التجارية لسياسات واستراتيجيات داعمة لتحقيق الشمول المالي للمرأة بشكل أساسي كقناة سوقية هامة ومهمشة؛ وذلك من خلال طرح مبادرات وخدمات مصممة خصيصاً لمتطلبات واحتياجات السيدات في الدولة المتواجد بها البنك. ويتم ذلك من خلال استعراض نتائج وتأثير المبادرات والاستراتيجيات الموجهة للمرأة على أداء ومكانة البنوك من ناحية وعلى السيدات ومشاريعهن من ناحية أخرى. وقد اخترنا في الدراسة أن نركز على نماذج لبنوك تجارية رائدة في دعم المرأة في ثلاث دول عربية بمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وهم بنك فلسطين، بنك الاتحاد بالأردن، البنك اللبناني للتجارة BLC. هذا ويتم تسليط الضوء على دور البنوك المركزية في تلك الدول لدعم الشمول المالي للمرأة. ويرجع اختيار تلك البنوك في الدراسة إلى اعتبارهم من أفضل الممارسات الدولية في المنطقة في تعزيز الشمول المالي للمرأة، هذا بالإضافة إلى عضويتهم في "التحالف المالي للمرأة" "Financial Alliance For Women" وكان يسمى سابقاً "التحالف المصرفي العالمي للمرأة" "Global Banking Alliance For Women". ويعد هذا التحالف من أكبر الكيانات العالمية الداعمة للشمول المالي للمرأة منذ عام 2000 وهو ممول من قبل مؤسسة التمويل الدولية التابعة للبنك الدولي. أما فيما يتعلق بالإطار الزمني للدراسة فهو يقع في الفترة بين 2011 (بداية قياس مؤشر الشمول المالي عالمياً ورسمياً) حتى عام 2019.

## الجزء الأول

### أولاً: أهمية الشمول المالي للمرأة على مختلف المستويات

أثبتت الدراسات وجود علاقة وثيقة بين الشمول المالي والاستقرار المالي، فمن الصعب تحقيق استقرار مالي لنظام يتضمن شرائح من السكان مستبعدة من الاقتصاد الرسمي خاصة وإن كانت تلك الفئة المهمشة هي النساء اللاتي يمثلن نصف السكان في أغلب الدول على مستوى العالم.

**على مستوى الاقتصاد،** يعتبر دمج المرأة في إطار الاقتصاد الرسمي شيء فعال الأثر على اقتصاد أي دولة. فتبني إطار مؤسسي فعال يدعم الشمول المالي للمرأة ويقضي على كافة أشكال التمييز يعد مؤشراً قوياً وإيجابياً لنظرة دول العالم والمنظمات الدولية للدولة المعنية، مما يعزز من الثقة في الاقتصاد في الأسواق العالمية. الأمر الذي يزيد من فرص الدولة في الدخول في شراكات وتوقيع اتفاقيات مع المنظمات والكيانات الدولية الكبرى للحصول على مساعدات ودعم مالي وفني في مختلف المجالات والقضايا الحيوية، مما يحسن من الظروف الاقتصادية والاجتماعية والسياسية بشكل عام. كما أن إتاحة فرص متساوية للرجال والنساء على حد سواء في أي قطاع من قطاعات الاقتصاد يدعم رائدات الأعمال، يعزز من قدراتهن الابتكارية والإنتاجية لتحقيق المزيد من المشاركة الإيجابية في الاقتصاد.

**على مستوى المؤسسات المالية والبنوك،** تمثل المرأة فرصة كبيرة أمامهم، فالنساء يتحكمن في نسبة كبيرة من الثروات، وتؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر فيما يزيد عن 80% من القرارات الشرائية والاستهلاكية. كما أن السلوك المالي للمرأة يجعلها جذابة للبنوك؛ فالنساء تدخر وتقترض بحكمة وحرص شديد وهن عميلات مخلصات لديهن ولاء للبنك والعاملين بداخله. كما أن السيدات لهن تأثير كبير على أفراد عائلتهن وعلى العاملين معهن أو تحت إدارتهن في حال امتلاك مشروع صغير، ويقمن بحث وتشجيع من حولهن بالبدء بالتعامل مع البنوك وفتح حسابات مصرفية.

وتبدأ السيدات العديد من الأعمال والمشروعات بمعدل متزايد وصل لـ 163 مليون سيدة في عام 2016، بالإضافة إلى 111 مليون من المشروعات القائمة بالفعل فيما قبل (التحالف المصرفي العالمي للمرأة، 2018). وتشير الدراسات إلى أن الفئات الأكثر فقراً من النساء تعتبر الأكثر حرصاً على الادخار بشكل آمن ومن خلال أطر رسمية في حال وجود معدلات فائدة جذابة، إجراءات مرنة وميسرة وتسهيلات مالية.

**أما عن الأثر الاجتماعي،** يساعد دعم الشمول المالي للمرأة وتعزيز حصولها على الخدمات المالية المختلفة في تعزيز القدرات الادخارية للسيدات وخلق قنوات آمنة للاحتفاظ بالأموال والأصول. كما تساهم إتاحة فرص متساوية للرجال والنساء في الحصول على التمويل والقروض إلي دعم رائدات الأعمال والسيدات أصحاب المشاريع المتناهية الصغر خاصة في المناطق الريفية النائية. الأمر الذي من شأنه أن يقضي على معدلات الفقر المرتفعة، يتيح مزيد من فرص العمل للسيدات لتحسين مستوى معيشتهن.

### ثانياً: الاهتمام العالمي بقضية المساواة والشمول المالي للمرأة: الاتفاقيات والقوانين الدولية

#### **1- خطة الأمم المتحدة للتنمية لما بعد عام 2015: الأهداف الإنمائية للألفية وأهداف التنمية المستدامة**

نظراً للأثر الهام للتمكين الاقتصادي للمرأة على التنمية الاقتصادية وعلي القطاع المصرفي والمالي، تضمنت الأهداف الإنمائية للألفية قضية تمكين المرأة وتحقيق المساواة بين الجنسين كهدف أساسي ومحوري (Chibba, 2009).

على الرغم من أن الأهداف الإنمائية للألفية وأهداف التنمية المستدامة المعلنة من قبل الأمم المتحدة لا تعتبر إلزامية، إلا أن العديد من الدول تأخذها بعين الاعتبار كدليل توجيهي خلال صياغة وتنفيذ استراتيجياتها وسياساتها (Claessens and Feijen, 2007). الأمر الذي يوضح التوجه نحو تحقيق الشمول المالي للمرأة باعتباره أحد أهم الركائز التي تساعد في زيادة قاعدة المتعاملين مع القطاع المصرفي الرسمي وركيزة هامة للوصول للتخصيص الأمثل للموارد في الاقتصاد. كما

أن وضع أهداف الأمم المتحدة في الاعتبار يساعد الحكومات في صياغة أهداف محددة قابلة للقياس والتقييم والمراجعة مما يعزز من مصداقيتها على الصعيد العالمي (Feyen, 2007). الأمر الذي يتيح المزيد من الفرص للحصول على الدعم المالي والفني اللازم من المنظمات الدولية كالبنك الدولي وصندوق النقد الدولي والدخول في صفقات واتفاقيات تبادل تجاري مع القوي الاقتصادية القوية كالاتحاد الأوروبي.

## **2- اتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة**

### **The Convention of Elimination of All Forms of Discrimination against Women (CEDAW)**

تهدف هذه الاتفاقية أو المعاهدة إلى القضاء على كافة أشكال التمييز ضد المرأة وضمان حقوق متساوية لها. وتعرف أيضاً بالقانون الدولي المناهض لانتهاك الحقوق الإنسانية للمرأة، ويتم تطبيقه في البلدان التي صدقت عليه ( Khanna P. & Kimmel Z, 2016).

وفيما يتعلق بالشمول المالي، تنص المادة 13 من الاتفاقية على الحق المطلق للسيدات في أي بلد في التمتع بحقوق متساوية تيسر لهن الحصول على الائتمان المصرفي. كما تنص المادة 14 على ضرورة المساواة بين المرأة الريفية والمرأة في المناطق الحضرية فيما يتعلق بفرص الحصول على العمل وتنظيم المشاريع والاستثمار والابتكار وغيرها من الخدمات، أخذاً في الاعتبار تمتع المرأة بحقوق متساوية بالرجل في الحضر.

### **3- إعلان ومناهج عمل بكين (1995)، والوثائق الختامية للمؤتمر العالمي الرابع المعنى بالمرأة، والوثائق الختامية المرتبطة باجتماعات المتابعة بكين + 5 (2000)، بكين + 10 (2005)، بكين + 15 (2010) وبكين +20 (2015)**

تستند هذه الاتفاقية على ضرورة التنسيق بين الأطراف المعنية المختلفة لتحقيق المساواة بين الجنسين في كافة الحقوق الاقتصادية والسياسية والمدنية (United Nations, 1995). من الناحية الاقتصادية، ينبغي أن تتمتع المرأة بالحق في الوصول والتعامل مع الأنشطة الاقتصادية المختلفة، بتعبير أدق أن تكون المرأة قادرة على طلب التمويل والحصول عليه. علاوة على ضرورة أن يأخذ صانعو القرار في الاعتبار دائماً حقوق المرأة عند صياغة كافة القوانين والسياسات ذات الطابع الاقتصادي: مالية، نقدية أو تجارية (UN Women, 1995). كما أكدت تلك الوثائق على ضرورة إدراج المرأة في النظام الضريبي الرسمي وإتاحة لها مزيد من الفرص لتقلد المناصب الإدارية أسوة بالرجال (UN Women, 2015).

### **4- قرار مجلس الأمن التابع للأمم المتحدة رقم 1325 (2000) بشأن المرأة والسلام والأمن**

أصدر مجلس الأمن التابع للأمم المتحدة قراراً في عام 2000 بالتعاون مع اللجنة الاقتصادية لأفريقيا Economic Commission for Africa (ECA)، والذي دعا بموجبه إلى الحفاظ على الحقوق الاجتماعية والاقتصادية للمرأة سواء تعلق الأمر بالملكية، التعليم، الصحة أو الأمان الاقتصادي (United Nations, December 1996). ويرجع ذلك إلى حقيقة أن قدرات المرأة تعتبر مقيدة وغير مستغلة بشكل أمثل على الرغم من إثبات العديد من الدراسات إلى كونها أكثر إنتاجية عندما يتوفر لها المناخ المناسب. ولذلك، دعا مجلس الأمن في قراره لتحقيق المساواة بين الجنسين في الأمور المتعلقة بالحصول على الموارد، صنع القرار وصياغة القوانين والمشاركة الفعالة في الاقتصاد بشكل عام.

وقد أقر مجلس الأمن أن حماية حقوق المرأة وتمكينها اقتصادياً يعد من العوامل الأساسية في تحقيق السلام وحل النزاعات. كما أكد على الإسهامات الحيوية للمرأة عندما تشارك في المفاوضات ومقاعد اتخاذ القرار في بناء السلام والوصول إلى وضع أفضل. وقد شجع المجلس الدول الأعضاء والجهات المانحة والمجتمع المدني على تقديم الفرص للسيدات في هذا الشأن (United Nations, 1976). وتشير دراسة (Heyzer, 2005) إلى أن تمكين المرأة على كافة الأصعدة يعزز من الوصول إلى سياسات أكثر استقراراً وشمولية.

## 5- إعلان مايا وخطة عمل Denarau:

### Maya Declaration and the Denarau Action Plan

أطلق التحالف الدولي للشمول المالي إعلان مايا عام 2011 في المنتدى العالمي للسياسات في ريفيرا مايا المكسيك، كما أجري التحالف عدة نقاشات ليتم إجراء آخر تعديل لإعلان مايا Maya Declaration في عام 2018 ويضم الإعلان 107 مؤسسة وجهة رقابية ومالية من 92 دولة متقدمة ونامية ومن ضمنهم مصر (Alliance for Financial Inclusion, 2018). ويركز هذا الإعلان على الدور الفعال للشمول المالي لتحسين مستوى المعيشة في البلاد وتعزيز النمو الاقتصادي ومن خلال هذا الإعلان تلتزم الدول المشاركة بالتالي:

- إدراج سياسات الشمول المالي في إطار السياسة النقدية
- وجود جهة رقابية قادرة على تحقيق الشمول المالي، الاستقرار المالي، النزاهة المالية بدون أي شكل من أشكال التمييز بناء على اللون، الجنسية، النوع أو أي شكل من أشكال التمييز مع التركيز بشكل كبير على دعم المرأة
- تقوية ودعم إطار الحماية المالية للمستهلك
- دعم المشروعات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة مادياً وفنياً

وللعمل على معالجة الفجوة بين الجنسين في النظام المالي، تم صياغة خطة عمل Denarau عام 2016 والتي تلزم المشاركين بالتالي (Alliance for Financial Inclusion, 2018)

- الإفصاح عن معلومات عن حجم الفجوة بين الجنسين
- ربط الشمول المالي للمرأة من منظور الاقتصاد الجزئي بتعزيز النمو الاقتصادي بشكل إيجابي على المستوى الاقتصادي الكلي
- تشجيع التحول الرقمي لمقدمي الخدمات المالية، مما سيساعد في تغطية المناطق الريفية التي تعاني من الاستبعاد المالي
- تجميع البيانات المصنفة حسب الجنس للقضاء على أوجه القصور وتقييم التقدم المحقق
- تحفيز جميع أعضاء التحالف على وضع سياسات خاصة بالنساء تشجع على الموافقة على "طلب الحصول على التمويل" وتوفير سلع أو خدمات مصممة حسب تفضيلات واحتياجات النساء

### ثالثاً: أبرز العوائق والتحديات التي تواجه تحقيق الشمول المالي للمرأة

على الرغم من الجهود المبذولة لدعم الشمول المالي للمرأة، لازالت المرأة تواجه العديد من العوائق التي تحول دون وصولها للقطاع المالي الرسمي. وفي هذا الشأن، قد تم تصنيف تلك العوائق إلى أربعة أنواع وهم: العوائق في جانب الطلب، العوائق في جانب العرض، العوائق المرتبطة بالإطار التشريعي والبنية التحتية والعوائق الاجتماعية (Alliance for Financial Inclusion, 2019; Ghebrial, 2019).

**أولاً: العوائق على جانب الطلب:** ويتمثل أهمها في محدودية إمكانية الحصول على التمويل بسبب ضعف الإمكانيات وغياب الوعي والثقافة المالية؛ ويعني ذلك إما أن تكون المرأة غير مستقلة مادياً أو ليست لديها المعلومات الكافية عن المنتجات والخدمات الرسمية المتاحة وما يطرأ عليها من تطورات. هذا بالإضافة إلى العائق الجغرافي، إذا كانت تعيش المرأة في منطقة ريفية نائية غير مخدمة بفروع ومكاتب المؤسسات المالية الرسمية وغير مغطاة بالخدمات الإلكترونية. وفي العديد من الحالات في المناطق الأكثر فقراً، لا تمتلك المرأة أي وسيلة من وسائل الاتصال كالهاتف المحمول وقد تعتمد فقط على امتلاك أحد أفراد عائلتها من الرجال الأب أو الزوج أو الأخ للهاتف.

**ثانياً: العوائق على جانب العرض:** وتتمثل أهم العوائق في هذا الجانب في عدم اعتبار المؤسسات المالية كالبنوك استهداف فئة النساء فرصة للحصول على حصة سوقية أكبر بل اعتباره استثمار عالي المخاطر، ولتجنب المخاطر وفقاً لوجهة النظر التقليدية تلك تنخفض نسبة الاستثمارات الموجهة لفئة السيدات. وفي حالات أخرى تقوم البنوك بدعم المرأة بدافع المشاركة

الاجتماعية فقط دون اعتبار أن استهدافها قد يكون مريح بالنسبة للبنك. وتفسر العديد من الدراسات عزوف البنوك عن تمويل السيدات بغياب الوعي لديهم بطبيعة استثماراتهم والمخاطر المصاحبة لها. كما أن تمثيل المرأة لنصف عدد السكان في أغلب البلاد، يجعل من عدم تصميم منتجات وخدمات معدة خصيصاً وفقاً لاحتياجات ومتطلبات المرأة وعدم الوعي بتلك الاحتياجات، هدر لفرصة كبيرة على كافة المستويات الاقتصادية والاجتماعية.

**ثالثاً: العوائق المتعلقة بالإطار التشريعي:** تواجه النساء قيوداً تنظيمية رسمية من خلال العديد من القوانين والتشريعات التي في حال عدم مراجعتها وتطويرها باستمرار تتسبب في هدر حقوق السيدات في العديد من القضايا. فوجود إطار تشريعي معقد وغير مرن يعيق بشكل كبير دمج الفئات المهمشة والمرأة في القطاع الرسمي. وقد يتمثل ذلك في تعقد إجراءات وارتفاع تكلفة الحصول على الخدمات والمنتجات المالية على سبيل المثال تعقد إجراءات "اعرف عميلك" ومتطلبات "الحماية من غسل الأموال وتمويل الإرهاب" وطلب ضمانات تعجيزية للحصول على التمويل مع عدم الشفافية في بعض الأحيان وضعف إطار الحماية المالية للمستهلك. علاوة على أن ضعف البنية التحتية التكنولوجية وأنظمة الأمان المرتبطة بها يعيق أيضاً تحقيق الشمول المالي للمرأة. هذا بالإضافة إلى استئثار البنوك التي لا تمتلك فروع في كل المناطق الريفية على سبيل المثال للعديد من الخدمات بدون إشراك طرف ثالث كشركات التكنولوجيا المالية والوكلاء وغيرهم.

**رابعاً: العوائق الاجتماعية:** توجد العديد من العوائق الاجتماعية في ثقافة بعض المجتمعات لازالت تتسم بالرجعية مثل تلك التي تتيح فرص التعليم للرجال أكثر من السيدات، تحرم السيدات من العمل خارج المنزل أو امتلاك مشروع صغير أو حتى هاتف محمول. وهذا بالإضافة إلى تحمل المرأة في أغلب الأحيان الكثير من الأعباء والمسؤوليات العائلية مما يجعل وقتها محدود وقدرتها على التنقل محدودة. علاوة على، انخفاض مستوي التعليم وزيادة المخاطر الصحية (قد ينتج ذلك نتيجة عدم تلقي الرعاية الصحية الضرورية خاصة في أوقات الحمل والولادة وبعدها)، كما أن السيدات عادة ما تضحي بصحتها وراحتها في سبيل صحة وراحة باقي أفراد الأسرة.



## الجزء الثاني

### أولاً: دور البنوك التجارية في تحقيق الشمول المالي للمرأة

بشكل عام، تلعب البنوك دوراً جوهرياً فيما يتعلق بدمج المرأة في القطاع المالي الرسمي. فقد تزايد عالمياً عدد البنوك التي تعتبر "المرأة" فئة مستقلة وتأخذها في عين الاعتبار عند صياغة استراتيجياتها وأهدافها. وتشير البيانات إلى تبني ما يقرب من 90 بنك عالمياً لاستراتيجيات وخدمات تمت صياغتها خصيصاً وفقاً لاحتياجات السيدات. وعلى سبيل المثال، يعتبر بنك وستباك الأسترالي من أول البنوك على مستوى العالم التي قامت بتكوين فريق عمل ووحدة متخصصة للمرأة؛ ويخدم البنك وفقاً لبيانات عام 2018 أربعة ملايين سيدة من العميلات بإقراض قيمته 47 مليار دولار أمريكي لتصل مدخرات السيدات في البنك لـ 41 مليار دولار (التحالف المصرفي العالمي للمرأة، 2018). كما انعكست استراتيجية البنك على تكوين القوة العاملة داخل البنك؛ حيث تمثل المرأة نسبة 60% من إجمالي العاملين، كما ازداد عدد السيدات في المناصب القيادية من 42% في عام 2013 إلى 52% في نهاية عام 2017 (التحالف المصرفي العالمي للمرأة، 2018). وتعتبر تجربة هذا البنك من أفضل الممارسات العالمية الداعمة للمرأة وفقاً للبنك الدولي، كما حصل البنك على المركز الأول في جائزة أفضل "100 مؤسسة مستدامة على مستوى العالم" في المنتدى الاقتصادي العالمي بدافوس في عام 2014.

علاوة على ذلك، تفتح الخدمات المالية التكنولوجية المجال لتقديم حزمة من الخدمات المتنوعة من خلال قنوات وآليات مرنة ومبتكرة تخدم بشكل فعال الفئات المستعدة مالياً أو الفئات المدمجة والتي لا تتعامل مع مختلف المنتجات والخدمات التي يقدمها البنك **Underserved Clients**. فالتوسع في نشر هذا النوع من الخدمات من شأنه وأن يساهم بفاعلية في طرح المزيد من الحلول التي تفي بالاحتياجات المالية للسيدات.

وقد قامت عدة منظمات دولية ومن أهمها مؤسسة التمويل الدولية بتحليل عدة عوامل تشير إلى ربحية قطاع السيدات بالنسبة للبنوك ويتمثل أهمها في:

- زيادة الحصة السوقية للبنك من خلال استهداف المرأة والمشاريع والمملوكة لها
- الولاء: تتميز المرأة بالولاء للبنك الذي تتعامل معه إذا كانت راضية عن الخدمة المقدمة وتفضل بناء علاقة طويلة الأمد مع البنك
- زيادة معدلات الادخار لدى النساء: فالسيدات تدخر أكثر من الرجال وودائعهم بالبنك تزداد بمعدل أسرع
- نسبة أقل من المخاطر: تنخفض نسبة عدم السداد والقروض المتعثرة عندما يستهدف البنك المزيد من النساء نظراً لأن السيدات أكثر وعياً بمخاطر الإقراض وأكثر حرصاً على الالتزام بمواعيد السداد
- تأثير المرأة القوي على أفراد الأسرة: قد تشجع المرأة أفراد أسرتها على فتح حسابات بالبنك والتعامل مع خدماته ومنتجاته

وما بين توجهات تعزف عن تمويل السيدات خوفاً من زيادة نسبة المخاطر وما بين دراسات تشير إلى عوامل لربحية قطاع السيدات بالنسبة للبنوك، تسعى الدراسة إلى تناول هذا الموضوع من خلال تحليل بعض التجارب العملية الفعلية لبعض البنوك التجارية الداعمة لسوق المرأة. وفي الجزء التالي، تستعرض الدراسة تجارب لبنوك تجارية في بعض الاقتصادات النامية في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا في فلسطين والأردن ولبنان.



ثانياً: دراسة حالة: نماذج من البنوك التجارية الداعمة للشمول المالي للمرأة ببعض الدول العربية في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا: فلسطين، الأردن، لبنان:

### التجربة الأولى: بنك فلسطين:

إن جهود سلطة النقد الفلسطينية في مجال الشمول المالي حازت على التقدير الدولي من جانب التحالف الدولي للشمول المالي نظراً لالتزامها باتفاقية مايا Maya Declaration وإعدادهم للاستراتيجية الوطنية للشمول المالي لفلسطين 2018-2025.

وعلى الرغم من تلك الجهود، إلا أن العديد من العوامل الاقتصادية والسياسية أدت إلى استبعاد نسبة كبيرة من الفلسطينيين من القطاع المالي الرسمي. وتجدر الإشارة إلى أن 60% من المدرجين رسمياً في القطاع المالي الرسمي يمتلكون حسابات مصرفية و10% فقط يحصلون على الائتمان و8% فقط يستفيدون من خدمات التأمين. ومن أهم العوامل المتسببة في انخفاض مستوي الشمول المالي في فلسطين بجانب القيود السياسية، ارتفاع معدلات الفقر والبطالة (41.7% نسبة البطالة في قطاع غزة)، انخفاض مستوي الوعي والتنقيف المالي، ارتفاع تكلفة عملية تجميع البيانات. تلك العوامل يترتب عليها المزيد من العوائق أمام نمو قطاع المشروعات الصغيرة والمتوسطة نظراً لمحدودية الإمكانيات المالية وعدم إمكانية التوسع في رأس المال، بالإضافة إلى عدم قدرة الأفراد على توفير الضمانات المطلوبة للحصول على القروض (United Nations Relief and Works Agency, 2016).

أما فيما يتعلق بالمساواة بين الجنسين، تجدر الإشارة إلى أن 15.4% فقط من السيدات في فلسطين مدرجات في القطاع المالي الرسمي مقارنة بـ 42% من الرجال مما يمثل فجوة بين الجنسين تقدر بـ 26.7%. ومن أهم العوائق المتسببة في اتساع الفجوة بين الجنسين في فلسطين بجانب العوائق المشار إليها عدم وجود بيانات مجمعة ومصنفة حسب النوع وندرة مقدمي الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول وغياب تلك الخدمات في المناطق التي لا تتواجد فيها فروع للبنوك أو للمؤسسات المالية الرسمية.

وللتغلب على تلك العقبات، تبنت الدولة رؤية من خلال الاستراتيجية الوطنية للشمول المالي مستهدفة زيادة نسبة الشمول المالي إلى 50% مركزة على ثلاثة دعائم وهم: الإتاحة، الجودة والاستخدام للخدمات المالية. وقد تم صياغة خطة عمل الاستراتيجية بالتنسيق بين العديد من الجهات وتحت إشراف البنك الدولي والتحالف الدولي للشمول المالي بناءً على مؤشرات تقييم قابلة للقياس وإطار عام محدد يركز على المحاور التالية:

- صياغة إطار قانوني للشمول المالي للمرأة وللحماية المالية للمستهلك
- التوسع في استفادة الفئات المستبعدة مثل المرأة وأصحاب المشروعات الصغيرة من المنتجات والخدمات المالية المتاحة، وتصميم المنتجات وفقاً لاحتياجات تلك الفئات
- العمل على تجميع البيانات مصنفة حسب النوع الاجتماعي
- متابعة وتحليل وتقييم الأداء العام للقطاع المالي الرسمي

وعلى الرغم من وجود العديد من العوائق أمام تحقيق أهداف الشمول المالي للمرأة في فلسطين نقدم في الجزء التالي تجربة من أنجح تجارب البنوك التجارية العربية في دعم المرأة وهو "بنك فلسطين".

انضم بنك فلسطين لعضوية "التحالف المالي للمرأة" وهو أحد أهم البنوك العربية حرصاً على تحقيق المساواة للمرأة بشكل عام سواء كانت المرأة العاملة داخل البنك أو السيدات أصحاب المشاريع خارج البنك. ويقوم البنك بذلك من خلال توفير بيئة عمل ملائمة للموظفات خاصة الأمهات العاملات من ناحية وتوفير الاحتياجات التمويلية والمشورة الفنية لرائدات الأعمال من ناحية أخرى.

وقد قام بنك فلسطين بالشراكة مع مؤسسة التمويل الدولية بتصميم برنامج "فلسطينية لإدارة الأعمال" والذي يهدف لدعم المنشآت المملوكة من قبل النساء وتحفيز النمو الاقتصادي في الضفة الغربية وقطاع غزة. ويعد هذا البرنامج الأول من نوعه في فلسطين، حيث يجمع بين الحصول على المنتجات المالية المصممة خصيصاً وفقاً لمعايير معينة لتلبية احتياجات النساء أصحاب المشاريع، وبين الخدمات الاستشارية غير المالية، والتي تضم التوجيه والتدريب وتوفير المعلومات الإدارية الخاصة لمساعدة النساء على تطوير أعمالهن وخلق فرص عمل للآخرين.

**وفي عام 2016**، قدمت مؤسسة التمويل الدولية لبنك فلسطين قرضاً مسانداً بقيمة 75 مليون دولار لدعم نمو البنك وتوسيع نطاق خدماته، وتخصيص ما لا يقل عن 15% منه، أو 11.25 مليون دولار، لإقراض المشاريع المملوكة من قبل النساء في الضفة الغربية وقطاع غزة.

وبالتزامن مع الخطوات السابق ذكرها، عمل البنك على مدار سنوات من أجل زيادة نسبة الموظفين من الإناث ومع نهاية عام 2016 بلغت نسبتهن حوالي 35.72% مقارنة بـ 17% في عام 2008. ويهدف البنك لإيصال نسبة مشاركة الإناث من القوة العاملة بالبنك إلى 50% فضلاً عن زيادة عدد النساء في المناصب الإدارية العليا ومراكز صنع القرار.

ولتقييم نتائج وأثر برنامج فلسطينية لإدارة الأعمال، أبرم بنك فلسطين ومؤسسة التمويل الدولية شراكة مع شركة إيبسوس IPSOS (شركة عالمية للمسوح وأبحاث السوق). فقامت سيدات الأعمال بتعبئة استبيان للتقييم الذاتي في بداية البرنامج وآخر في نهايته وتمت مقارنة نتائج كل من الاستقصاءين لتحديد الأثر الملموس. كما عقدت مجموعات نقاش مركزة ومقابلات مع الأشخاص ذوي العلاقة لتحديد التغيرات في ممارسات الإدارة وتحقيق نتائج إيجابية في أداء المشروعات المستفيدة من المبادرة.

**وقد قامت مؤسسة التمويل الدولية في عام 2017 بإعداد تقرير عن بنك فلسطين يوضح جدوى برنامج فلسطينية لإدارة الأعمال على المشاريع المملوكة أو المدارة من طرف رائدات الأعمال من ناحية وعلى أداء البنك من ناحية أخرى كالتالي:**

**فقد ترتب على هذا البرنامج العديد من الآثار الإيجابية على النساء رائدات الأعمال وتتمثل أهمها في الآتي:**

- **زيادة فرص وصول المشاركات إلى مصادر التمويل:** ساعد البرنامج على توسيع فرص حصول المشاركات على المنتجات المالية المختلفة ومنها القروض، حيث استخدمت السيدات حسابات جارية للأعمال. ولم يقتصر الأمر على ذلك، بل قامت رائدات الأعمال بتشجيع العاملين لديهن من الموظفات والموظفين على فتح حسابات بنكية والتعامل بالبطاقات المختلفة، علاوة على امتلاك جهاز محمول بحجم اليد يقبل الدفع ببطاقات الخصم والائتمان.
- **تطوير المهارات الإدارية وتعزيز الثقة في القدرات:** ساهم البرنامج في تطوير المهارات الإدارية لرائدات الأعمال، الأمر الذي انعكس بالإيجاب على إدارتهن للحسابات والأمور المالية ومكنهن من تحقيق المزيد من الإيرادات والأرباح. كل تلك الأمور ساهمت في تغيير اعتقادات السيدات عن قدرتهن على إدارة أعمالهن بنجاح.
- **توسيع شبكة الأعمال وقاعدة العملاء:** أكدت الخريجات أن البرنامج ساعدهن في الوصول إلى عملاء جدد، بمتوسط 37 عميلاً جديداً.
- **نمو الأعمال والمساهمة في الاقتصاد الفلسطيني:** ضاعفت المشاركات إيراداتهن وأرباحهن، واتخذن خطوات لتسجيل أعمالهن رسمياً، وأوجدن فرص عمل جديدة. وارتفع عدد الموظفين العاملين في منشآتهن ومشاريعهن بنسبة 28% ليصل إلى 223 موظفاً وارتفع عدد الموظفات بنسبة 31% ليصل إلى 176 موظفة.

## أما فيما يتعلق بأثر البرنامج على أداء بنك فلسطين نفسه فيمكن حصر النقاط التالية:

### • زيادة مبيعات بنك فلسطين من المنتجات والخدمات المالية:

ساعد البرنامج على تخفيف الفجوات التمويلية من خلال تعريف السيدات بمختلف المنتجات والخدمات التي يقدمها البنك لمساعدتهن على إدارة أموالهن وخاصة برامج الإقراض وتيسير الإقراض. وقد حصلت 47% من المشاركات على قروض جديدة، بلغ متوسط حجمها 51.398 دولاراً. وتفاوتت أنواع القروض من قروض للمنشآت الصغيرة والمتوسطة بضمانات إلى قروض بدون ضمانات والذي تم إعدادها خصيصاً لتخفيف القيود المفروضة على النساء ممن ليس لديهن ملكية لأي من الضمانات. وتستخدم 10% من النساء خدمة قبول البطاقات، ويستخدم ما يقارب من 70% الحسابات الجارية لأعمالهن بدلا من حساباتهن الشخصية، كما كان دارجا في السابق. كما امتدت فوائد البرنامج لتصل أيضا إلى العاملين داخل المشاريع المملوكة لرائدات الأعمال المشاركات في البرنامج، مع زيادة مقدارها 13 ضعفا في عدد حسابات العاملين المفتوحة منذ بداية البرنامج.

### • تعزيز القيمة المعنوية للعلامة التجارية للبنك:

قد نجح البنك في تحسين صورته ورأي السيدات في منتجاته وخدماته وفي نظراتهن عن التعامل مع البنوك بشكل عام، حيث أكدت الموظفات داخل البنك ورائدات الأعمال المتعاملات مع البنك عن تجربتهن ورأيهن الايجابي في التعامل مع البنك.

هذا بالإضافة إلى التقدير الدولي من جانب المنظمات الدولية ووسائل الإعلام العالمية لجهود بنك فلسطين في تحسين الفرص الاقتصادية للمرأة ومن أبرز تلك الجهات: التحالف المصرفي العالمي للمرأة، صحيفة Financial Times وموقع Forbes الإلكتروني.

### • تحسين نظرة موظفي البنك للمرأة كعميلة يساهم استهدافها في تحقيق المزيد من الأرباح:

وبعد تلك التجربة الناجحة بشكل كبير، تغيرت وجهة نظر الموظفين والمديرين في السيدات كعملاء واعتبارهن من أفضل فئات العملاء. ويبدل ذلك على تغير جوهر في الثقافة العامة داخل البنك خروجا عن الآراء التقليدية التي لا تعترف بقدرة المرأة على إدارة المشاريع وسداد القروض وفوائدها.

### جدول (1): تطور بيانات بنك فلسطين (2014-2018)

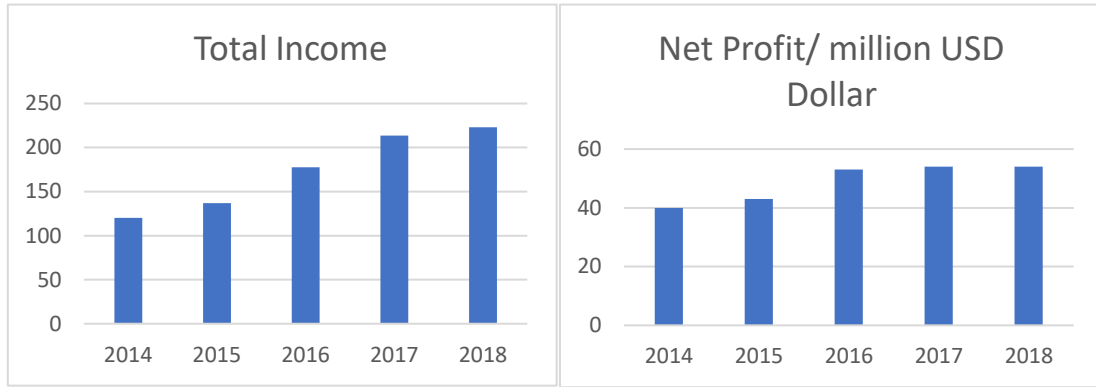
2018	2017	2016	2015	2014	
54	54	53	43	40	صافي الأرباح/مليون دولار أمريكي
223	213.5	177.5	136.8	120.3	إجمالي الدخل
3,735.20	3,768.60	3,143.20	2,242.80	2,062.50	ودائع نقدية/دولار أمريكي
942,895	917,076	890,768			عدد العملاء

المصدر: الموقع الرسمي لبنك فلسطين – البيانات المالية

<https://www.bankofpalestine.com/ar/ir/financial/annual-kpis>

<https://www.bankofpalestine.com/en/ir/factsheet>

شكل (1,2) : تطور إجمالي الدخل وصافي الأرباح لبنك فلسطين (2014 – 2018)



المصدر: الموقع الرسمي لبنك فلسطين – البيانات المالية

<https://www.bankofpalestine.com/ar/ir/financial/annual-kpis>

<https://www.bankofpalestine.com/en/ir/factsheet>

وتوضح البيانات المالية السابقة في الفترة 2014 – 2018؛ زيادة صافي الأرباح وإجمالي الدخل ونسبة الودائع وعدد العملاء. هذا بالإضافة إلى تحسين صورة وسمعة البنك داخلياً بالنسبة للسيدات المتعاملات وعالمياً من خلال الحصول على الدعم المالي والفني الدولي والتقدير من جانب أهم المنظمات الدولية المهمة بالشمول المالي للمرأة.

**التجربة الثانية: بنك الاتحاد بالأردن:**

تمثل المرأة في الأردن 47% من إجمالي السكان بمعدل توظيف في سوق العمل يبلغ 16.3% فقط وهو من أقل المعدلات في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا (GIZ, 2017).

وتشير بيانات عام 2017، إلى انخفاض إدراج السيدات في الأردن مقارنة بالرجال في النظام المالي الرسمي فيما يتعلق بالحسابات ومنتجات تحويلات العاملين بالخارج، مع ازدياد درجة إدراجهن رسمياً فيما يتعلق بالاقتراض ومنتجات التأمين. فقد ازدادت ملكية السيدات للحسابات من 15% عام 2014 إلى 27% مقارنة بـ 37% للرجال في 2017. وتجدر الإشارة إلى أن السيدات الأردنيات حصلن على الإقراض بنسبة 12% مقارنة بـ 8% فقط عند الرجال (GIZ, 2017).

وتشير الدراسات إلى تحسن نسب الشمول المالي بشكل نسبي من 24% في عام 2014 إلى 33% عام 2017 مع تحسن فرص حصول المرأة على التمويل، إلا أن البنك المركزي الأردني وغيره من المؤسسات الرسمية يسعى إلى إجراء المزيد من الجهود لتعزيز مستويات الشمول المالي في البلاد. وقد قام البنك المركزي الأردني بالانتهاء من صياغة الاستراتيجية الوطنية للشمول المالي للأردن 2018-2020 في نهاية عام 2017، وأقر الالتزام بـ Maya Declaration في عام 2016، وتتمثل أهم التزاماته وأهدافه في خفض الفجوة بين الجنسين في التعامل مع القطاع المالي الرسمي (CBJ, 2017).

ومن أهم البنوك في الأردن التي ساهمت بشكل فعال في تعزيز مستويات الشمول المالي للمرأة "بنك الاتحاد" وهو أول بنك في الأردن يقدم حلول مصرفية متكاملة للسيدات وهو عضو في التحالف العالمي للمرأة وسنعرض في الجزء التالي تجربة البنك واهتمامه بالمرأة بمزيد من التفصيل.

يعتبر بنك الاتحاد من أهم البنوك في الأردن ويخدم ما يزيد عن 120 ألف عميل؛ 29% منهم من النساء، ويضع بنك الاتحاد على قائمة أولوياته المساواة للمرأة سواء كانت موظفة داخل البنك أو عميلة في حاجة للخدمات المالية. ويعد بنك الاتحاد البنك الوحيد في الأردن الذي تشغل فيه سيدة منصب المدير التنفيذي، وتمثل في تشكيله الإداري السيدات نسبة 21% من المناصب القيادية العليا و30% من المناصب الإدارية والإشرافية المتوسطة (التحالف المصرفي العالمي للمرأة، 2018). وهذه المؤشرات الايجابية المرتبطة بملف المرأة لم تكن بهذا المستوي الجيد قبل 5 سنوات حيث لم تتعدى نسب

مشاركة المرأة في المناصب الإدارية حاجز ال 20% ونسبة العملاء من السيدات كانت 10% فقط من إجمالي العملاء. وهذا التطور الملحوظ في المؤشرات جاء نتيجة تبني استراتيجية محددة وبرامج ومبادرات داعمة للمرأة بشكل كبير خاصة في عام 2014، ففي هذا العام أطلق البنك برنامج "شروق" وهو برنامج مخصص للحلول المصرفية للسيدات.

### ويقدم البنك من خلال مبادراته المختلفة وبرنامج شروق حزمة متكاملة من الحلول المصرفية المخصصة للسيدات والتي تتضمن:

- حسابات توفير مخصصة للمرأة سواء كانت موظفة أو طالبة أو ربة منزل مع إمكانية فتح الحساب بمبلغ رمزي يساوي 100 دينار أردني فقط
- منح قروض بشروط سداد واستحقاق مرنة وميسرة وبدون الضمانات التقليدية التي تطلبها البنوك وتعجز النساء عن تقديمها
- الحصول على المشورة والإرشاد بالمهارات الفنية اللازمة لنجاح المشروعات الممولة و إتاحة التواصل الفعال مع السيدات الأكثر نجاحاً وتأثيراً في الأردن لتبادل النصائح والخبرات
- تنظيم العديد من المحاضرات وورش العمل لتناول الموضوعات الهامة التي تخص المشروعات التجارية المملوكة والمدارة من قبل السيدات

**وفي عام 2017،** أطلق البنك مبادرة جديدة لتشجيع السيدات اللاتي تركن العمل بالقطاع المالي والمصرفي بسبب ظروف عائلية أو ضغوطات اجتماعية على العودة مجدداً للعمل بالقطاع. ويشمل البرنامج مهلة تدريب لمدة ثلاثة أشهر للسيدات في مختلف الإدارات بالبنك علاوة على برامج تدريبية تنمي المهارات الإدارية ومهارات التواصل.

كما وقع بنك الاتحاد اتفاقية شراكة في عام 2018 مع مؤسسة "نهر الأردن". وبموجب هذه الاتفاقية يقدم البنك دعمه لمشروع خط إنتاج الحرف اليدوية الخاص بالمؤسسة بالتعاون مع شركة "إيكيا"، لتوفير فرص عمل لسيدات المجتمع المحلي، والوصول إلى أكثر من 400 سيدة خلال ثلاثة أعوام. وبحسب الاتفاقية، يُوجّه "بنك الاتحاد" الدعم لتوظيف وتدريب بعض السيدات ضمن خط الحرف اليدوية الإنتاجي التابع للمؤسسة، من خلال تغطية رواتبهنّ ومنافعهنّ من ضمان اجتماعي وتأمين صحي ومواصلات، بالإضافة إلى تكاليف دورات التدريب ولمدة عام كامل.

### وتتمثل أبرز نتائج استراتيجية بنك الاتحاد الداعمة للمرأة في الآتي (التحالف المصرفي العالمي للمرأة، 2018):

- تعزيز سمعة البنك وعلامته التجارية باعتباره الاختيار الأول للنساء كموظفات وكعميلات Women's employer of choice and bank of choice وهي الرسالة التي يسعى البنك بالفعل لإيصالها
- حقق برنامج "شروق" الذي تم إطلاقه عام 2014، نجاحات كبيرة بزيادة تبلغ 170% نمو في نسبة النساء من العملاء منذ بداية البرنامج وحتى نهاية عام 2017
- لاقى البرنامج المستهدف لعودة الموظفات السابقات إلى العمل مجدداً بالقطاع المالي والمصرفي والذي تم إطلاقه عام 2017 إقبالا واسعاً؛ حيث تلقى البنك ما يزيد عن 1500 استمارة تقديم ل 20 فرصة تدريبية متاحة
- زيادة عدد الموظفات من النساء داخل البنك حيث تمثل المرأة 43% من إجمالي القوي العاملة بالبنك مقارنة ب 39% عند بدء برنامج "شروق". كما تمثل 56% من إجمالي المتقدمين للعمل مقارنة ب 43% عام 2014
- حصول البنك على لقب "المساهم المميز" "Outstanding Contributor" لعام 2018 من جانب التحالف المصرفي العالمي للمرأة ضمن جوائزه لمقدمي الحلول المصرفية الداعمة للمرأة

## أما فيما يتعلق ببعض البيانات المالية للبنك نشير إلى التالي (Bank Al Etihad, 2017) :

- زيادة إجمالي أصول البنك لتصل ل 3.575 مليار دينار أردني في نهاية عام 2017 بمعدل نمو قدره 39.6% مقارنة بعام 2016. وتصنف 87.3% من نسبة تلك الأصول باعتبارها أصول منتجة مولدة للدخل، الأمر الذي يشير إلى استغلال البنك الأمثل لموارده
- شهدت ودائع العملاء زيادة بمعدل 44.8% في عام 2017 مقارنة ب 2016.
- زيادة إجمالي التسهيلات الائتمانية المباشرة في نهاية عام 2017 لتصل إلى 2.173 مليار دينار أردني بمعدل نمو يصل إلى 48.9% مقارنة بنهاية عام 2016
- في عام 2017، حقق بنك الاتحاد زيادة في معدلات نمو إجمالي التسهيلات الائتمانية وإجمالي الودائع تتخطى النسبة المتحققة في القطاع المصرفي الأردني ككل

وبالتالي كما هو الحال في بنك فلسطين بالنظر إلى أداء بنك الاتحاد في الأردن، يتضح أن اتباع البنك لاستراتيجية من شأنها دعم تمويل السيدات كعملاء وزيادة عدد الموظفين من السيدات وتعزيز وجودهم في المناصب القيادية يترتب عليه نتائج إيجابية سواء في المؤشرات المالية في البنك أو في نظرة المجتمع الدولي إليه بمزيد من التقدير، هذا بالإضافة إلى زيادة ثقة السيدات في التعامل مع البنك.

### التجربة الثالثة: البنك اللبناني للتجارة (BLC Bank)

على الرغم من عدم وجود خطة قومية أو استراتيجية وطنية في لبنان تدعم الشمول المالي بشكل عام، إلا أن البنك المركزي اللبناني قد بذل الجهد في هذه القضية. وقد وقع البنك المركزي اللبناني علي إعلان مايا Maya Declaration، كما أنه عضو في لجنة الشمول المالي في صندوق النقد العربي. أما بالنسبة للمؤشرات الخاصة بالمرأة، تصل الفجوة المالية بين الجنسين إلى 30% وهي تعد من أكبر النسب عالمياً، وتصل تلك الفجوة إلى 10% فيما يتعلق بالحصول على الإقراض الرسمي نظراً لاقتراض السيدات بشكل كبير من خلال قنوات الاقتراض غير الرسمية من خلال الأهل والمعارف، ويستخدم 46% من الرجال بطاقات الخصم المباشر وتتنخفض تلك النسبة عند السيدات لتصل إلى 20% فقط (Institute of International Finance, 2016).

وتتمثل أهم العوائق أمام دعم الشمول المالي خاصة للمرأة في لبنان في ضعف البنية التحتية التكنولوجية وعدم التوسع في الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول وارتفاع تكلفة المتاح من تلك الخدمات.

وتوضح زيادة اقتراض السيدات في لبنان من خلال القنوات غير الرسمية إلى وجود فرصة سانحة أمام القطاع المالي الرسمي لمنح المزيد من القروض لهن، تلك الفرصة التي استغلها البنك اللبناني للتجارة BLC Bank وهو البنك الذي دائماً ما تتم الإشادة به في كافة الفعاليات الدولية كأحد أهم البنوك الناجحة في دعم المرأة.

يعد البنك اللبناني للتجارة BLC Bank من البنوك الرائدة في ملف دعم المرأة في القطاع المالي؛ وهو عضو في التحالف المالي للمرأة وهو أول بنك في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا يلتزم بتمكين المرأة وهو أول بنك في المنطقة ينضم لعضوية التحالف في عام 2011، ويشارك به مشاركة إيجابية وحاز على العديد من الجوائز الدولية في هذا الشأن. كما قام بالتوقيع علي اتفاقية الأمم المتحدة UN Women and UN Global Compact. وقد عمل فريق العمل بالبنك على مدار سنوات بمشاركة مؤسسة التمويل الدولية على دراسة احتياجات المشروعات المملوكة للنساء لتصميم المنتجات والخدمات المالية المناسبة.

وفي عام 2012، أطلق البنك مبادرة We Initiative والتي تستهدف دعم المرأة اقتصادياً من خلال تيسير الحصول على التمويل، التدريب علي إدارة الأعمال، الاستفادة من الخدمات الاستشارية والفنية، وتوسيع العلاقات والشبكات في مجال العمل. ويعتبر موقع We initiative.com منصة ومُنبر تفاعلي للتواصل الاجتماعي وتبادل الأفكار والخبرات بين النساء واقتراح حلول مناسبة للمشاكل المهنية والعملية التي تتعرض لها المرأة، وعرض تجارب رائدات الأعمال وتكريمهن

من خلال منح أول جائزة مصرفية سنوية في لبنان لأفضل مشروع مدار من قبل المرأة، BLC Bank WIN Award for Women Entrepreneurs، وذلك تحت اشراف لجنة حكام خاصة مستقلة.

وبجانب فتح المجال أمام رائدات الأعمال للاستفادة من الخدمات المالية، اتبع البنك سياسة تستهدف زيادة فرص العمل للسيدات بداخله. وقد اعتمد البنك على فئة رائدات الأعمال وعلى السيدات بشكل عام كميزة تنافسية في سوق يضم ما يقرب من 65 مؤسسة مالية ويخدم 4 مليون نسمة فقط. وقد اعتمد البنك على تحقيق المساواة في الفرص بين الرجل والمرأة كأحد أهدافه وقيمه الأساسية. وفي هذا الصدد، تمت صياغة أهداف قابلة للقياس مرتبطة بالمرأة ومنها التعيينات، التمثيل في مختلف المستويات الوظيفية، المكافآت وقياس درجة رضا العملاء. كما قام البنك بتقديم قروض بلا ضمانات لبعض المشروعات المملوكة للسيدات.

وقد كان للبنك اللبناني للتجارة السبق في لبنان في السماح للأمر بفتح حساب مصرفي لأبنائها من القاصرين بدون الرجوع للأب الأمر الذي لم يكون مسموح به في السابق.

وقد قام البنك بدراسة مفصلة عن نظرة السيدات للتعامل مع البنوك وسلوكياتهن المالية وقاموا باستخلاص عدة معطيات. وقد قام فريق العمل بالبنك على العمل على تلك المعطيات من خلال عدة محاور لصياغة مجموعة من الخدمات والحلول المصرفية المخصصة للسيدات.

### **وتتمثل أبرز نتائج تطبيق مبادرة We initiative في الآتي:**

- ازدياد نسبة التعاملات من السيدات داخل البنك من 47% إلى 52% ومن 36% في المناصب الإدارية العليا إلى 45% في الفترة بين 2012 – 2017 (التحالف المصرفي العالمي للمرأة، 2018).
- زيادة بنسبة 28% في القروض الممنوحة للسيدات وبنسبة 48% في حجم الودائع المملوكة للنساء من 2012 حتى 2017 (التحالف المصرفي العالمي للمرأة، 2018).
- الاعتراف المحلي والاقليمي والدولي بالدور الرائد للبنك في دعم المرأة اقتصادياً.
- الوصول إلى 31 ألف امرأة عميلة للبنك بمحفظة قروض تبلغ 240 مليون دولار أمريكي، ونسبة ودائع تصل إلى 903 مليون دولار أمريكي
- تمثل We Initiative ما يزيد عن 20% من أرباح البنك
- نجح البنك في التفاعل مع ما يزيد عن 7000 سيدة من خلال المؤتمرات، برامج التدريب، شبكات الأعمال ومختلف الخدمات الغير مالية

وفيما يتعلق بالبيانات المالية للبنك تتضح معدلات النمو المتزايدة في كلا من إجمالي الأصول، صافي الإقراض والودائع في الفترة بين 2008 حتى 2016 (BLC Bank, 2017).



## الجزء الثالث

### أولاً: وضع المرأة في مصر وتوجه الدولة العام لدعم وتمكين المرأة اقتصادياً

يوجد في مصر توجه حكومي ومؤسسي لدعم المرأة، مع وجود خطة قومية متمثلة في "الاستراتيجية الوطنية لتمكين المرأة المصرية 2030" والتي تهدف إلى تعزيز مكانة المرأة على مختلف الأصعدة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية (Nazier and Ramadan, 2016).

وفي ضوء استراتيجية مصر 2030، تتناول أهداف التنمية المستدامة بمزيد من الاهتمام قضية الشمول المالي للمرأة وذلك بالتزامن مع المبادرة الحكومية "تكافل وكرامة" والتي تستهدف الفئات المهمشة من السيدات، كبار السن، ذوي الاحتياجات الخاصة ومن يعيشون تحت خط الفقر، ويتم إمدادهم بالمعاشات من خلال البطاقات الذكية بموجب 7.4 مليون مستفيد (التحالف الدولي للشمول المالي، 2019).

ويوفر البرنامج الاجتماعي تكافل وكرامة الذي بدأت فيه الحكومة المصرية منذ مارس 2015 معاش نقدي ل 2.25 مليون أسرة في مختلف محافظات جمهورية مصر العربية بشروط معينة لضمان وصول الدعم للفئات الأكثر استحقاقاً على سبيل المثال ضرورة إثبات قيد الأبناء في التعليم المدرسي أو الجامعي مما يؤكد التوزيع الفعال للدعم المادي في دعم التنمية الاقتصادية. وجدير بالذكر أن أغلب الحاصلين على الدعم من السيدات بنسبة تصل إلى 89% في حين بلغت نسبة الرجال 11% فقط، ويتم توزيع المعاش على المستحقين من خلال البطاقات الذكية وماكينات الصراف الآلي للبنوك ومكاتب البريد (التحالف الدولي للشمول المالي، 2019).

وتمثل النساء في مصر نسبة 49.44% من إجمالي السكان (البنك الدولي، 2018). وعلى الرغم من أن المرأة تمثل نصف السكان إلا أن هذه النسبة لا تتماثل مع نسب مشاركتها في سوق العمل أو مع نسب الشمول المالي الخاصة بها.

أما بالنسبة للمرأة الريفية التي تعاني من التهميش بشكل كبير، فوفقاً للمجلس القومي للمرأة عام 2016 تمثل 49% من تعداد سكان الريف، كما تعمل 42.8% من السيدات في مصر في المجال الزراعي، و17.8% هي نسبة بطالة المرأة الريفية، أما متوسط ملكية الأراضي الزراعية للنساء لا تتعدى الـ 3%، وتصل نسبة الأمية بين الريفيات 86% و81.6% نسبة المرأة المعيلة في الريف.

ووفقاً للدراسة الاستقصائية لسوق لعمل المصري ارتفعت نسبة بطالة النساء من 23.7% في 2006 إلى 27.6% في عام 2016. ووفقاً لبيانات الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء تمثل نسبة السيدات العاملات 22.9% من إجمالي القوة العاملة، ووفقاً للتعداد العام للسكان لعام 2017، فإن 30.8% من الإناث في مصر (فوق سن عشر سنوات) يعانين من الأمية مقابل 18.5% من الذكور. كما تصل نسبة السيدات العاملات في القطاع غير الرسمي 46.7% من إجمالي السيدات، أما بالنسبة للسيدات التي يعملن بشكل غير رسمي في أعمال بلا أجر تصل نسبتهن إلى 60.3% مقارنة بـ 11.7% فقط من الرجال.

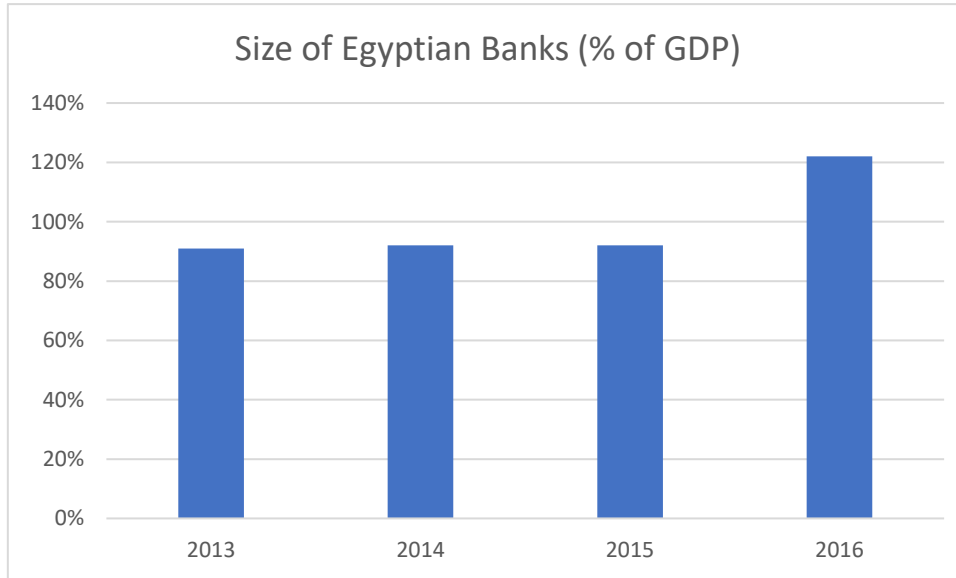
فارتفاع نسبة الأمية يحيل دون عمل السيدات في القطاع العام الرسمي، وتتقاضى قرابة نصف السيدات العاملات في وظائف بالقطاع غير الرسمي أجوراً متدنية لا تتوفر فيها إمكانية الحصول على الضمان الاجتماعي. وبذلك يبدو العمل الحر الملاذ الأخير للنساء اللاتي يعجزن عن الحصول على وظيفة بأجر؛ وتبلغ نسبة المشروعات الصغيرة والمتوسطة التي تمتلكها أو تديرها النساء 23% معظمها 18% منها في قطاع المشروعات المتناهية الصغر، ومن أبرز التحديات التي تواجه السيدات صعوبة الحصول على التمويل والدعم اللازم لمشاريعهن (البنك الدولي، 2018).



## القطاع المالي في مصر

يعتمد القطاع المالي في مصر على البنوك حيث تعتبر الكيان المتحكم في القطاع بشكل كبير، وقد ازداد حجم القطاع المصرفي مقارنة بحجم الاقتصاد من 91% عام 2013 حتى 122% عام 2016. وقد انخفض عدد البنوك في السوق المصري بسبب عمليات الدمج والاستحواذ التي شهدتها القطاع. ويتكون القطاع المصرفي المصري من 5 بنوك قطاع عام و28 بنك خاص، علاوة على 7 بنوك استثمارية أجنبية (Hassouba and Zaki, 2018).

### شكل (3): حجم البنوك المصرية من الناتج المحلي الإجمالي



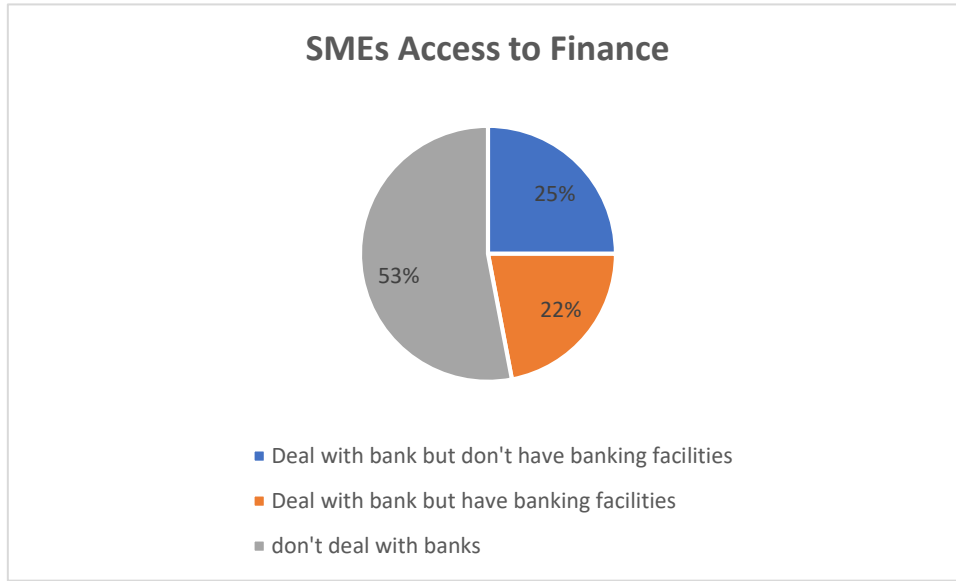
المصدر: البنك المركزي المصري

وتنتشر فروع البنوك (38 بنك) في مختلف محافظات الجمهورية وذلك بواقع 4.534 فرع لكل مائة ألف من السكان (فرع واحد لكل 22 ألف شخص)، وهو ما يعني أن الكثافة المصرفية متدنية جداً مقارنة بالمتوسط العالمي الذي يبلغ فرع واحد لكل 8 آلاف شخص فقط (البنك الدولي، 2018). وقد شهد أداء القطاع وربحيته تحسناً ملحوظاً يعود إلى زيادة كفاءة القطاع المصرفي واعتماد هيكل حوكمة فعال يعزز تحقيق هدفه الأساسي، ويساعد البنك المركزي على ممارسة سلطته في التقييم والرقابة.

وتجدر الإشارة إلى أن من أهم دعائم تحقيق الشمول المالي في مصر تقديم التمويل المتناهي الصغر. فعلى الرغم من محاولات البنوك لتقديم الخدمات الإلكترونية لدعم هذا القطاع إلى أنها لم تنجح بشكل كبير في خدمة هذه الفئة التي ترتفع فيها نسبة الاستبعاد المالي. وقد استطاعت بعد المؤسسات الغير مصرفية ومنظمات المجتمع المدني دعم هذا القطاع من خلال منح التمويل بشروط مناسبة ومتوافقة أكثر مع احتياجات أصحاب تلك المشروعات.

وتقديم الدعم والتمويل للمشروعات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة، يعد أمراً حيوياً للاقتصاد المصري، نظراً لأنها تمثل 33% من الناتج المحلي الإجمالي، 38% من إجمالي التشغيل ويقدر عددها بـ 6.4 مليون مشروع تدير منهم السيدات ما يزيد عن 40.000 مشروع ويعمل في إطار القطاع الرسمي 406.000 مشروع فقط (مؤسسة التمويل الدولية، 2016). وعلى الرغم من حيوية هذا القطاع إلا أنه لازال يعاني من صعوبة الحصول على التمويل والدعم اللازم ويوضح الشكل التالي (4) أن 53% من تلك المشروعات تطلب التمويل من القنوات الغير رسمية أما الباقي فيتعامل مع البنوك، وتقدر دراسة مؤسسة التمويل الدولية لعام 2016 الطلب على الانتماء من جانب المشروعات المملوكة من النساء في القطاع الرسمي يقدر بـ 283 مليون دولار بقيمة ودائع محتملة تقدر بـ 246 مليون دولار.

شكل (4): فرص حصول المشروعات الصغيرة والمتوسطة على تمويل



Source: El-Said, H., El-Said, M., & Zaki, C. ( 2014). Small and Medium Enterprises Landscape in Egypt: New Facts from a New Dataset. *Journal of Business and Economics*, vol. 2, issue 1.

وبجانب البنوك والعمل على تلبية الاحتياجات التمويلية لهذا القطاع الواعد، تم إنشاء ما يقرب من 450 مؤسسة للتمويل المتناهي الصغر بالإضافة إلى 400 جمعية أهلية، وعلى الرغم من ذلك لازال ذلك القطاع في حاجة إلي مزيد من الفرص للمدي قدماً نحو تحقيق التنمية الاقتصادية، نظراً لتركز نشاط المؤسسات المشار إليها علي تقديم قروض قصيرة الأجل للمشروعات.

ثانياً: الشمول المالي في مصر: المؤشرات وعوائق تحقيقه للمرأة المصرية:

وقد شهدت مؤشرات الشمول المالي في مصر تحسناً ملحوظاً منذ عام 2011؛ حيث ازدادت نسبة امتلاك الحسابات المصرفية للسكان البالغين والذين يقدر عددهم ب 63.7 مليون من 14.1% في 2014 إلى 32.8% في 2017 كما هو مشار إليه في الجدول التالي (2). ويستخدم منهم 1.8% فقط الخدمات المالية عبر الهاتف المحمول، كما تشكل الذكور نسبة 39% من المؤشر والسيدات 27% في 2017 بفجوة في امتلاك الحسابات تقدر ب 12%. كما أوضحت بيانات عام 2014 وجود فجوة أيضاً بين الرجال والسيدات فيما يتعلق بالاقتراض من المؤسسات المالية الرسمية (الرجال 6.3% مقابل 4.9% عند السيدات)، ويرجع ذلك إلى تفضيل السيدات للاقتراض من خلال القنوات غير الرسمية من خلال الأهل والأصدقاء (26.5% من السيدات تحصلن على قرض من الأهل أو الأصدقاء في مقابل 21% من الرجال)

جدول (2): مؤشرات الشمول المالي في مصر - 2017

63.7

تعداد السكان، العمر +15 (ملايين)

الحساب (% العمر +15)	
32.8	جميع البالغين
14.1	جميع البالغين، 2014
9.7	جميع البالغين، 2011
حسابات الهاتف المحمول (% العمر +15)	
1.8	جميع البالغين
1.1	جميع البالغين، 2014
الحسابات، حسب الخصائص الفردية (% العمر +15)	
27	المرأة
20.3	البالغون المنتمون إلي الفئات الأكثر فقراً
28.5	البالغون خارج قوي العمل
29.3	البالغون في المناطق الريفية
المدفوعات الرقمية (% العمر +15)	
22.8	ارسال أو استقبال مدفوعات رقمية
7.9	ارسال أو استقبال مدفوعات رقمية، 2014
0.1	استخدام حساب لدفع فواتير الخدمات العامة
3	استخدام حساب لاستقبال المرتبات من القطاع الخاص
17.1	استخدام حساب لاستقبال المدفوعات الحكومية
3.5	استخدام الانترنت في دفع فواتير أو شراء سلع عبر الانترنت
2.2	استخدام الهاتف المحمول أو الانترنت للاطلاع علي الحساب
3.8	استخدام بطاقة الخصم المباشر وبطاقة الائتمان للدفع
المدخرات (% العمر +15)	
6.2	ادخار عن طريق مؤسسة مالية
4.1	ادخار عن طريق مؤسسة مالية، 2014
16.2	ادخار من خلال الجمعيات أو من أشخاص
30.6	ادخار أي مبلغ من النقود
4.2	ادخار لمرحلة ما بعد التقاعد
انتمان (% العمر +15)	
8.8	الاقتراض من مؤسسة مالية أو استخدام بطاقة الائتمان
7.7	الاقتراض من مؤسسة مالية أو استخدام بطاقة الائتمان، 2014
38	الاقتراض من إحدى أفراد العائلة أو الأصدقاء
49.1	الاقتراض بأي مبلغ
3.9	قرض عقاري

Source: The Little Data Book on Financial Inclusion 2018. World Bank Group.

وعلى الرغم من إنشاء المجلس القومي للمدفوعات بقرار جمهوري في عام 2017، وما نتج عنه من قرارات تستهدف العمل على تحقيق الشمول المالي لكافة الفئات المهمشة وعلي رأسها المرأة؛ من خلال خفض استخدام النقد خارج القطاع المصرفي وتطوير نظم الدفع الإلكترونية القومية وأطر الإشراف عليها لخلق أنظمة آمنة وذات كفاءة عالية، إلا أن المعاملات النقدية "الكاش" لازالت تستحوذ على النسبة الأكبر من المعاملات مع استمرار وجود فجوة بين الجنسين في التعامل مع القطاع المالي الرسمي. وبالطبع تطلب معالجة تلك القضية الوقوف على أهم الأسباب والقيود المسببة لها والتي تضم العديد من القيود القانونية والاجتماعية والثقافية، علاوة على عدم المرونة في الخدمات والمنتجات المصرفية المتاحة وطول فترة التحول الإلكتروني في تلك الخدمات. فتقابل السيدات مجموعة من القوانين الحصرية والمتطلبات والإجراءات الطويلة والمعقدة والمكلفة لطلب الحصول على التمويل. في حين آخر، تقتصر فرص التمويل المتاحة على حد معين أو على مجموعة معينة من الأنشطة التي لا تتناسب بالضرورة مع احتياجات وتفضيلات السيدات (International Monetary Fund, 2018).

وتتمثل أهم العوائق أمام المرأة في مصر لتكون جزء من المنظومة المالية الرسمية في عدة عوامل أهمها: ارتفاع معدلات الأمية لدي النساء وعدم امتلاك الكثير منهن وخاصة في الريف لبطاقات هوية قومية مما يصعب عملية حصولهن على التمويل اللازم، قلة الخدمات الموجهة للنساء، انخفاض درجة الوعي بالأمور المالية لدي النساء، إجهام البنوك وعزوفهم عن تحمل المخاطر ورفض تمويل النساء وفرض شروط أكثر صرامة من تلك التي تفرض على الرجال. هذا بالإضافة إلى الأعراف الاجتماعية والثقافية المقيدة والعقبات القانونية والتنظيمية والفجوات في القدرات ومنها المهارات التقنية ومهارات التواصل الشخصية اللازمة لإدارة منشآت الأعمال.

### ثالثاً: جهود البنك المركزي ودور القطاع المصرفي المصري في دعم الشمول المالي للمرأة:

لقد دعم البنك المركزي المصري قضية الشمول المالي بشكل عام والشمول المالي للسيدات المستبعدات من السوق المالي والمصرفي بشكل خاص من خلال العديد من الأنشطة والسياسات. ويترتب على تلك الخطوات والجهود العديد من التأثيرات ليس فقط من خلال توسيع استثمارات البنوك وزيادة قاعدة المتعاملين معها بل على مستوى الاقتصاد ككل من خلال توسيع نطاق الاقتصاد الرسمي على حساب الاقتصاد غير الرسمي.

وللتسيق بين مختلف الجهات داخلياً وخارجياً، قام البنك المركزي بإنشاء وحدة متخصصة للشمول المالي عام 2016، بهدف دعم وتعزيز الشمول المالي. كما عمل المركزي على توفير بنية تكنولوجية قوية تتيح استخدام الخدمات المالية الرقمية بشكل مبسط وسهل والترويج الجيد لاستخدامها وتطبيقها؛ حيث تتميز تلك الخدمات بالكفاءة والفاعلية وانخفاض التكلفة مقارنة بالخدمات المالية التقليدية. فإن نشر وتوسيع نطاق استخدام التكنولوجيا الحديثة يتيح الوصول للفئات المستبعدة من خلال استغلال امتلاك نسبة كبيرة من السيدات للهواتف المحمولة والهواتف الذكية في مختلف محافظات الجمهورية على سبيل المثال.

وتشهد جهود البنك المركزي في هذا الصدد اعترافاً وتقديراً على الساحة الدولية، فالمرکزى المصري يعتبر عضواً فعالاً في التحالف الدولي للشمول المالي منذ عام 2013، الأمر الذي يتزامن مع اهتمامه بالشمول المالي للمرأة بشكل خاص.

وفي هذا الإطار، فقد تم توقيع مذكرة تفاهم بين البنك المركزي المصري والمجلس القومي للمرأة؛ بهدف تنسيق التعاون بين الطرفين للعمل على تمكين المرأة اقتصادياً ومالياً ومنحها فرصاً عادلة في التعامل مع القطاع المصرفي.

وتتضمن خطة عمل البنك المركزي لدعم الشمول المالي للمرأة عدة قرارات وجهود وتتمثل أهمها في التالي:

### 1- دور البنك المركزي في قياس مستوى الشمول المالي في مصر بشكل علمي وتجميع البيانات حسب النوع (التحالف الدولي للشمول المالي، 2019)

- يعتمد البنك المركزي المصري على أسلوب علمي للعمل على رفع معدلات الشمول المالي والتي تتمثل في "قياس مستويات الشمول المالي". وفي سبيل ذلك، يعمل المركزي بالتعاون مع الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء على تصميم خريطة كاملة لتحليل جانبي العرض والطلب في مجال الشمول المالي، وذلك بهدف

استخدام تلك البيانات وتحليلها لصياغة سياسات من شأنها تعزيز فهم القطاع الخاص للاحتياجات الفعلية للعملاء المحتملين واغتنام الفرص الضائعة.

- قام المركزي بتكوين لجنة داخلية للبيانات وبناء قاعدة بيانات للشمول المالي Financial Inclusion Data Hub لتجميع البيانات من البنوك والبريد المصري ومختلف الهيئات الرسمية بالقطاع المالي (جانب العرض)، من خلال شبكة مصرفية موحدة ومؤمنة استناداً على الرقم القومي، الأمر الذي يتيح تجميع البيانات وفقاً للنوع. وتستند عملية تجميع البيانات على معايير ومؤشرات دولية متعارف عليها.
- واستناداً إلى نتائج تحليل البيانات المحدود على جانب الطلب في عام 2017 (يشمل الفترة من يونيو 2015 حتى يونيو 2016) يتضح أن الفجوة بين الجنسين تصل إلى 10%، وسوف يتم الاعتماد على تلك النسبة بشكل مؤقت حتى يتم الانتهاء من تحليل جانب الطلب الموسع. وفي هذا الصدد، تجدر الإشارة إلى أن البنك المركزي المصري يستهدف خفض هذه الفجوة إلى النصف في عام 2021.
- توقيع اتفاقية تعاون بين البنك المركزي المصري والهيئة العامة للرقابة المالية لتيسير تبادل البيانات، هذا بالإضافة إلى بروتوكول مع وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات لتحويل وبرمجة بيانات البريد المصري.
- إصدار لوائح جديدة من شأنها إلزام البنوك بجمع البيانات مصنفة حسب النوع gender-disaggregated data وتقديمها للمركزي لتقييم مدي التطور في تقليص الفجوة بين الجنسين في القطاع المصرفي، مما يشجع البنوك على منح المزيد من القروض للسيدات أخذاً في الاعتبار مستوى معين من المخاطر. وتجدر الإشارة إلى أن البنوك في الفترة السابقة لم تكن تقسم بيانات المتعاملين وفقاً للنوع ذكوراً أو إناثاً.

## **2- بخلاف تجميع البيانات قام البنك المركزي بتنفيذ عدة مبادرات وإصدار عدة قرارات لدعم الشمول المالي للمرأة:**

- إصدار تعريف للشركات والمنشآت المملوكة للمرأة أو التي تدار من قبلها في يوليو 2018، ويشترط التعريف امتلاك امرأة واحدة أو أكثر نسبة لا تقل عن 51% من رأس مال الشركة أو امتلاك نسبة لا تقل عن 20% من رأس مال الشركة مع شغل امرأة واحدة على الأقل لمنصب المدير التنفيذي أو نائبه. وتتمثل أهمية هذه الخطوة في الحرص على حصر عدد الشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة بحسب النوع في قاعدة بيانات الشمول المالي.
- اعتبار الشركات والجمعيات الأهلية المقدمة لخدمات الإقراض المتناهي الصغر وسطاء لفتح محافظ الهاتف المحمول لعملائهم والسداد عبر محفظة الهاتف المحمول، بما يساعد على جذب شرائح جديدة للاستفادة من الخدمات المالية المتاحة وخاصة للسيدات في القرى والمناطق النائية.
- إصدار قواعد رقابية في يوليو 2019 حول تصنيف منتجات وخدمات الشمول المالي وإجراءات العناية الواجبة بالعملاء المستهدفين بتلك المنتجات والخدمات. تهدف تلك القواعد إلى تبسيط القواعد المرتبطة بهذا الموضوع بالإضافة إلى متطلبات مكافحة غسل الأموال وتمويل الإرهاب للفئات المستهدفة على أن يتم ذلك في إطار تصميم منتجات وخدمات مصرفية منخفضة المخاطر بمحددات معينة تخضع لأطر رقابية معينة.

استكمالاً للإجراءات الفعالة المشار إليها، يولي البنك المركزي المصري المزيد من الاهتمام للتوعية المالية لكافة فئات المجتمع ومن ضمنهم السيدات كأحد أهم المحاور الضرورية لتحقيق الشمول المالي ويتضح ذلك جلياً في الخطوات التالية:

- زيادة الاهتمام بالموضوعات المرتبطة بتوقعات واحتياجات العملاء
- تفويض المعهد المصرفي المصري (الذراع التدريبي للبنك المركزي المصري) للقيام بأنشطة التوعية المالية للفئات المهمشة وأهمها السيدات وذلك من خلال جلسات التوعية المالية وتنظيم ورش العمل والبرامج الداعمة لموضوع الشمول المالي للمرأة
- إطلاق مبادرة "رود النيل" الممولة من قبل البنك المركزي والتي تنفذها جامعة النيل بالتعاون مع البنوك والجامعات وعدد من الهيئات المحلية والدولية. وتستهدف تلك المبادرة دعم رواد ورائدات الأعمال والمشاريع الناشئة
- إطلاق مبادرة "نساء يقدن المستقبل" والتي تهدف لخلق كوادر نسائية ريادية في مختلف المجالات تستطيع أن تتولي المناصب القيادية في المستقبل

وقد أعد البنك المركزي المصري قانون البنوك الجديد لعام 2019 تمهيداً لتصديقه من البرلمان، وبموجبه تتسع سلطات المركزي الإشرافية والرقابية ليس فقط على البنوك فقط بل على مؤسسات مالية أخرى لاسيما مؤسسات التمويل المتناهي الصغر. لم تتم الإشارة إلى الشمول المالي للمرأة صراحة في القانون الجديد، إلا أنه يطبق في الإطار العام للسياسات المتبعة حالياً. فمزيد من صلاحيات الرقابة والتدقيق ستمكن المركزي المصري من الحد من التمييز على أي أساس وبأي شكل.

### وعلى الرغم من الجهد المبذول من جانب البنك المركزي المصري لدعم الشمول المالي للمرأة إلا أن مؤشرات الشمول المالي في مصر لازالت منخفضة مقارنة بالعديد من الاقتصادات بسبب العديد من العوائق والتي تشمل:

- صعوبة وتعقيد عملية جمع البيانات على جانب العرض واتسامه باللامركزية نظراً لتعدد قطاع الخدمات المالية الرسمي في مصر ما بين بنوك (خاصة ومملوكة للدولة)، مؤسسات مالية غير مصرفية، البريد المصري، مؤسسات التمويل المتناهي الصغر وغيرها. كما أن المؤسسات المالية المختلفة تخضع لجهات رقابية مختلفة وتقوم بحصر وتسجيل البيانات بشكل مختلف.
- تعدد الحسابات المجمدة والحسابات المشتركة وامتلاك العميل الواحد لأكثر من حساب مصرفي من العوائق التي تزيد من صعوبة الحصول على معلومات دقيقة.
- تضارب المصالح في العديد من المؤسسات المالية بين الأهداف الاقتصادية والمسؤولية الاجتماعية، الأمر الذي يترتب عليه تغيير الأولويات بين القنوات الاستثمارية المختلفة نظراً لمحدودية الموارد، الأمر الذي قد لا يحفز تلك المؤسسات لتوجيه المزيد من الاستثمارات لدعم للشمول المالي للمرأة.

### تجارب بعض البنوك التجارية المصرية لاستهداف المرأة وتحقيق الشمول المالي لها

واستجابة لجهود المركزي المصري والاهتمام الدولي والمحلي بأهمية تعزيز دور المرأة في الاقتصاد، بدأت العديد من البنوك المصرية في تقديم منتجات وخدمات معدة خصيصاً للمرأة، بالإضافة إلى الدخول في اتفاقيات وشراكات لدعم الشمول المالي للمرأة وتتناول في الجزء التالي تجارب بعض البنوك التجارية المصرية في هذا الشأن

#### **1- بنك مصر**

ويعد بنك مصر أول بنك ينضم لعضوية التحالف المالي للمرأة، وقد قام بنك مصر بتوقيع اتفاقية تعاون مع مؤسسة التمويل الدولية لتقديم الخدمات المصرفية لدعم رائدات الأعمال في سبتمبر 2018؛ وتعد تلك الاتفاقية هي الأولى من نوعها في مصر والتي تهدف إلى زيادة انتشار الخدمات المصرفية الموجهة للمرأة في مصر، حيث تستهدف الاتفاقية العمل على إتاحة الخدمات المالية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة التي تقودها السيدات بشكل أكبر. الأمر الذي من شأنه دعم المشروعات متناهية الصغر والصغيرة الغير الرسمية - التي غالباً ما تمتلكها أو تقودها نساء - على الانتقال من القطاع الغير رسمي إلى القطاع الرسمي بهدف دعم جهود الشمول المالي في مصر. وترتكز اتفاقية التعاون على قيام مؤسسة التمويل الدولية بإجراء دراسة عن السوق تتناول احتياجات النساء في مجال الأعمال مع توفير أفضل الممارسات العالمية، وإعداد وتنفيذ نموذج عمل مستدام لبرنامج الخدمات المصرفية للنساء. وتعد هذه الاتفاقية الأولى من نوعها في مصر، وتهدف إلى زيادة عدد الشركات التي تقودها النساء ضمن مجموعة الخدمات المصرفية والموجهة للمرأة في مصر.

وقد أوضح مسؤول بالبنك خلال ورشة العمل التي عقدها المعهد المصرفي المصري في نهاية عام 2018 عن الشمول المالي للمرأة على أن محفظة المشروعات متناهية الصغر بالبنك تضم 82 ألف عميل، بإجمالي 2.3 مليار جنيه، وتبلغ نسبة رائدات الأعمال في هذه المحفظة 35%، وينقسم التوزيع الجغرافي للنساء في محفظة المشروعات المتناهية الصغر مناصفة بين الدلتا والصعيد. أما عن محفظة المشروعات الصغيرة فتضم 11 ألف عميل، بإجمالي 8 مليارات جنيه، إلا أن نسبة رائدات الأعمال بها لا تتجاوز ال 1%.

كما أكد على حرص البنك على تدريب الموظفين على التعامل مع السيدات بأسلوب يتماشى مع فهم وإدراك سيكولوجية المرأة التي تختلف عن الرجال والتي عادة ما تتسم بالتردد والحاجة للإجابة على التساؤلات المتعددة والتأكد من كافة المخاطر التي من الممكن أن تواجهها. وهذا الأمر، يجعل الوقت الذي يحتاجه الموظف للتعامل مع أحد العملاء من السيدات

يعادل الوقت الذي يستغرقه في التعامل مع ثلاثة عملاء من الرجال، وهو ما يؤثر بالطبع على معدلات إنجاز أهداف الإدارة. وقد دفع ذلك الأمر البنك لتعيين 1100 موظف حصلوا على دورات تدريبية معينة وتخطت نسبة النساء الـ 50% في هذه التعيينات.

## **2- بنك الإسكندرية - إنتيزا سان باولو**

قام بنك الإسكندرية بتوقيع بروتكول مع المجلس القومي للمرأة في إطار تنفيذ البروتكول الموقع بين المركزي والمجلس. وبموجب ذلك البروتكول، يقوم بنك الإسكندرية بتقديم مجموعة من الخدمات المالية وغير مالية والتي من الممكن الحصول عليها بشروط ميسرة ومعدة خصيصاً وفقاً لاحتياجات المرأة. وفي نفس الإطار، يساهم البنك في دعم المزيد من المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر خاصة تلك المملوكة من جانب السيدات لتعزيز قدرتها الإنتاجية والتنافسية. وجدير بالذكر أن هذه المبادرة تساهم بزيادة فرص العمل خاصة بالنسبة للنساء والشباب، وتعزز من توجيه المزيد من التدفقات النقدية إلى الاقتصاد الرسمي. كما تتضمن المبادرة استخدام أدوات إرشادية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية وتطبيقات الهواتف المحمولة والكتيبات التعليمية المبسطة لتعزيز الوعي المالي للمرأة بالمصطلحات والمعلومات المصرفية والمالية.

في إطار استراتيجيته للمسؤولية الاجتماعية، أطلق بنك الإسكندرية مبادرة "إبداع من مصر" عام 2016 مستهدفاً تعزيز الشمول المالي والحفاظ على التراث المصري. وتهدف تلك المبادرة إلى الترويج للحرف اليدوية المصرية والأعمال الفنية الأصيلة والمتوارثة عبر الأجيال، خاصة في المناطق النائية. وقد نتج عن دعم البنك لتلك الحرف، إنتاج مستوي متميز وعالي الجودة من المنتجات اليدوية، مما دفع البنك للتوسع في المبادرة لزيادة عدد وأنواع المنتجات التي سيتم ترويجها وتيسير وصولها إلى الأسواق المحلية والعالمية للحد من استيراد السلع غير الضرورية. ووفقاً للبيانات الرسمية للبنك، تشمل المبادرة أكثر من 5000 حرفي في جميع المحافظات المصرية أخذاً في الاعتبار أن 90% من المستفيدين من النساء و60% من الشباب، هذا بالإضافة إلى إتاحة الفرصة للمستفيدين للمشاركة بمنتجاتهم في المعارض المحلية والدولية مما أدى إلى أكثر من ٢٠ مليون مبيعات صافية للمستفيدين. ويتم فتح حسابات مصرفية لكافة المستفيدين من المبادرة وإتاحة فرص الاقتراض من البنك للتوسع في الأنشطة والمنتجات.

## **3- البنك الزراعي المصري**

في عام 2018، أعلن البنك الزراعي المصري عن مشروع "بدايتي" للمرأة الريفية بالتعاون مع جهاز تنمية المشروعات المتوسطة والصغيرة ومتناهية الصغر في إطار مبادرة "بنت مصر". ويستهدف المشروع تمويل مشروعات المرأة الريفية المتناهية الصغر الجديدة والقائمة بالفعل بمختلف القطاعات (الزراعي، الصناعي، الحرفي، التجاري). ويبلغ الحد الأدنى لقروض مشروع «بدايتي» ألف جنيه، والحد الأقصى 25 ألف جنيه، بنسبة فائدة 10.5%. وقد وضع البنك عدة شروط وضوابط للحصول على التمويل من البنك ومن أهمها الإلمام بالقراءة والكتابة، وجود بطاقة رقم قومي سارية، تفرغ السيدة للمشروع وإدارته وأن تكون مقيمة في نفس المحافظة مكان النشاط، علاوة على أن تقدم المقترضة دراسة جدوى استرشادية مبسطة عن دورة النشاط وكيفية ومراحل استغلال القرض.

## الجزء الرابع

### أولاً: تحليل دراسات الحالة ومقارنتها بالحالة المصرية:

ونستعرض في الجدول التالي (3) بعض المؤشرات المتعلقة بالشمول المالي في الدول الثلاث فلسطين، الأردن، لبنان ومصر للتعرف على الظروف والعوائق المحيطة والمؤثرة في وضع الشمول المالي في دول البنوك التجارية محل الدراسة: بنك فلسطين، بنك الاتحاد بالأردن والبنك اللبناني للتجارة BLC، ومدى اختلافها عن الوضع في مصر. فإذا نظرنا إلى تجارب البنوك التجارية المصرية نجد جهوداً ومبادرات جيدة تدعم المرأة إلا أنها غير متكاملة وقد تكون محدودة الأثر على المستوي الوطني، إلا أننا نحتاج إلى رؤية نموذج مثل النماذج الناجحة التي أشرنا إليها لبنك مصري أو أكثر يتبنى استراتيجية متكاملة لخدمة المرأة. ونجد أن بنك مصر هو أول بنك مصري وهو البنك المصري الوحيد الذي ينضم إلى عضوية التحالف العالمي للمرأة ووقع اتفاقية مع مؤسسة التمويل الدولية لتقديم مزيد من الدعم للسيدات، وتعد هذه الخطوة خطوة إيجابية على الطريق المهني الصحيح لدعم الشمول المالي للمرأة.

وعلى الرغم من اختلاف الظروف الاقتصادية والسياسية وحجم السوق بين مصر والدول الثلاث فلسطين، الأردن، لبنان إلا أن القطاع المصرفي المصري من الممكن وأن يستفيد من تجارب تلك البنوك الناجحة في استهداف المرأة وزيادة عدد المتعاملين من السيدات.

فإذا نظرنا إلى مستويات الشمول المالي في الدول الثلاث وفقاً للجدول رقم (3) نجدها أعلى من مستوي الشمول المالي في مصر، إلا أن هذا لا يعني أن جهود مصر والبنك المركزي المصري أضعف من الجهود في تلك الدول وذلك نظراً للفرق الكبير في عدد السكان وحجم السوق. وفيما يتعلق بالفجوة بين الجنسين نجد أن الفجوة في مصر تقل عن الدول الثلاثة وهو يعد أمراً إيجابياً.

### جدول (3): مقارنة بين المؤشرات المرتبطة بالشمول المالي

المؤشر/ 2017	مصر	فلسطين	الأردن	لبنان
السكان (مليون نسمة)	97.5	4.78	9.7	6.08
امتلاك الحسابات فوق 15 سنة	%33	%36	%42	%45
الفجوة بين الجنسين في امتلاك الحسابات	%12	%26	%30	%24
تقييم البيئة الداعمة للشمول المالي	45		50	33
التثقيف المالي	%27		%24	%44

المصدر: اعداد الباحث اعتماداً على بيانات البنك الدولي، Global FinDex Report لكل الدول ماعدا فلسطين (الاستراتيجية الوطنية للشمول المالي - فلسطين)، Global Microscope 2018 و S&P Global FinLit Survey

أما بالنسبة للمؤشر الذي يقيم البيئة الداعمة للشمول المالي المشار إليه في الجدول رقم (3) فهو مستمد من تقرير Global Microscope لعام 2018 والذي تصدره The Economist Intelligence Unit (EIU) بدعم من عدة جهات منها البنك الأفريقي للتنمية ومؤسسة بيل وميلندا غيتس. ويستند التقييم على عدة معايير تتمثل أهمها في: السياسات



والتشريعات، الاستقرار والنزاهة ودقة الإشراف على مقدمي الخدمات المالية، البنية التحتية، الحماية المالية للمستهلك والمنتجات ومنافذ التوزيع. هذا مع التركيز في النسخة الأخيرة لعام 2018 بشكل كبير على مدى التوسع في الاعتماد على التكنولوجيا في تقديم الخدمات المالية المختلفة وإدارة المخاطر المرتبطة بها لضمان أمان وسرية المعاملات والبيانات.

وقد أوضح التقرير أن البنك المركزي المصري قد بذل العديد من الجهود لدعم الشمول المالي بشكل عام خاصة منذ عام 2016 (عام إنشاء وحدة الشمول المالي بالبنك) خاصة فيما يتعلق بإصدار القواعد الرقابية للتحويل الرقمي وتقديم خدمات عبر الهاتف المحمول، مع فرض الالتزام بكافة قواعد "اعرف عميلك" من جانب المؤسسات المالية الرسمية. أما القصور وفقاً للتقرير يركز في عدم وجود "استراتيجية وطنية للشمول المالي" تستند على أساس قوي لدفع عملية التحويل الرقمي والتي لازالت في حاجة لمزيد من الجهد (تمثل نسبة حسابات الهاتف المحمول 2% فقط).

أما فيما يتعلق بالبنك المركزي الأردني، قد أشاد التقرير بجهود الأردن والتي يرتفع تصنيفها عن مصر بحوالي 5 درجات مئوية، وفي غالب الأمر يرجع ذلك إلى انتهاء الأردن من صياغة استراتيجياتها الوطنية للشمول المالي 2018 – 2020 في نهاية عام 2017 والالتزام بما جاء فيها وتطبيقه بالفعل. كما قامت الأردن بتيسير إجراءات فتح الحسابات وقواعد الالتزام بمعايير "اعرف عميلك"، علاوة على منح المزيد من التمويل للمشروعات الصغيرة والمتوسطة. إلا أن التقرير لازال يوصي بضرورة بذل الأردن لمزيد من الجهد لتحسين الإطار القانوني والحماية المالية للمستهلك وإزالة المزيد من العوائق أمام شركات التكنولوجيا المالية (تبلغ نسبة حسابات الهاتف المحمول 1.1% في عام 2017).

أما فيما يتعلق بالبنان، على رغم من وجود قطاع مصرفي جيد ونسبة امتلاك حسابات مرتفعة، إلا أنه لا يوجد دعم أو توجه حكومي حقيقي لدعم قضية الشمول المالي؛ الأمر الذي قد يعود بشكل كبير إلى حالة عدم الاستقرار السياسي في الفترة بين 2014 – 2016. ومن أبرز العوائق أمام تحقيق أهداف الشمول المالي في لبنان ضعف البنية التحتية التكنولوجية وضعف الإطار التشريعي للخدمات الإلكترونية، وعدم وجود قواعد رقابية كافية تدعم مؤسسات التمويل المتناهي الصغر. وعلى الرغم من ذلك، عمل البنك المركزي اللبناني على تيسير حصول المشروعات الصغيرة والمتوسطة على التمويل اللازم من خلال عدة مبادرات. وفي أغسطس 2017، أعلن عن مسودة مبدئية للاستراتيجية الوطنية للشمول المالي تركز على التحويل الرقمي والتوعية المالية، إلا أنه لا توجد أي دلائل أو مؤشرات على البدء في التطبيق على أرض الواقع. هذا بالإضافة إلى انخفاض نسب الشمول المالي لدي أهم الفئات المرأة والشباب.

ولم يذكر التقرير أية بيانات عن جهود سلطة النقد الفلسطينية في قضية الشمول المالي على الرغم من وجود الاستراتيجية الوطنية للشمول المالي لفلسطين (2018 – 2025) والتي توضح أهم المؤشرات الاقتصادية المرتبطة والمؤثرة في الشمول المالي وتحليلها وتعرض أهم التحديات بشكل علمي. وبشكل عام تعدد العوائق - بخلاف قيود الاحتلال - التي تزيد من صعوبة إدراج المزيد من الفئات وخاصة السيدات داخل القطاع الرسمي بسبب عدة عوائق يتمثل أهمها في:

- ضعف البنية التحتية التكنولوجية (الاتصالات والإنترنت) وغياب الخدمات المالية عبر الهاتف المحمول
- ارتفاع تكلفة المنتجات والخدمات
- الحاجة إلى تطوير الإطار القانوني والتشريعي
- انخفاض مستوى الوعي المالي بين مختلف الفئات
- ازدياد نسبة مخاطر تمويل المشروعات بشكل أكبر في مناطق معينة تزداد فيها حدة القائل والنزاعات السياسية
- ارتفاع معدلات الفقر والبطالة

وبتحليل مؤشرات التقرير وهي درجة إجمالية يمنحها التقرير من 100 نجد أن مؤشر مصر أعلى من لبنان (مصر 45 ولبنان 33) وأقل من الأردن ب 5 درجات (الأردن 50). ومن الممكن تفسير ذلك بضعف البنية التحتية التكنولوجية في لبنان وغياب الدعم والتوجه الحكومي بها. ويرجع الفرق البسيط في التقييم بين مصر والأردن لصالح الأردن إلى انتهاء الأردن من صياغة استراتيجية متكاملة للشمول المالي وتطبيق بنودها. وفي هذا الصدد، تجدر الإشارة إلى أن المركزي المصري يسير على الخطي الصحيحة بدرجة عالية من المهنية لتحقيق أهداف الشمول المالي في مصر وخاصة للمرأة المصرية، ويستطيع أن يتبع الخطوات اللازمة لصياغة وتطبيق استراتيجية وطنية للشمول المالي في مصر.

أما عن مؤشر قياس التنقيف والوعي المالي فقد قامت مؤسسة ستاندراند بورز بالقيام باستقصاء رأي على مستوى 140 دولة وطرحت عدة أسئلة على عينات من المواطنين فوق ال 15 عام وتم تقييم الإجابات لقياس مدى الوعي والإدراك للمعلومات المالية. ووفقاً لهذا المؤشر، ترتفع نسبة البالغين المتقنين مالياً في مصر عن الأردن (27% مقابل 24%) وتصل النسبة في لبنان إلى 44%. وبالنسبة لمصر، يقوم البنك المركزي المصري من خلال المعهد المصرفي المصري

بالعديد من أنشطة تعزيز الوعي والتثقيف المالي من خلال عقد جلسات توعية للشباب والسيدات في مختلف محافظات الجمهورية والمشاركة في فاعليات الأسبوع المالي العالمي. كما تقوم العديد من الجهات في مصر بأنشطة لزيادة التوعية المالية لدى مختلف فئات المجتمع تمهيداً لدمجهم داخل القطاع الرسمي. إلا أن كل الجهود المبذولة، لا بد وأن يتم توحيدها والتنسيق بينها في خطة عمل موحدة على مستوى قومي لتحقيق أفضل النتائج وإمداد فئات المجتمع المختلفة بالمعلومات والأدوات اللازمة لاتخاذ قرارات مالية سليمة.

## ثانياً: إجراءات مقترحة للتطبيق بالقطاع المصرفي المصري:

بالنظر إلى المنظومة المحيطة بالشمول المالي للمرأة في مصر، نجد دعم رئاسي وحكومي كبير يعطي الأولوية للمرأة في كافة المجالات مع وجود خطة قومية (الاستراتيجية الوطنية لتمكين المرأة المصرية 2030). هذا بالإضافة إلى دور البنك المركزي المصري في السنوات الأخيرة والذي يضع بالعمل وليس بالقول الشمول المالي بشكل عام والشمول المالي للمرأة بشكل خاص على قائمة أولوياته كما أوضحنا بالتفصيل. وتعد خطوة دراسات قوي العرض والطلب وتجميع البيانات على أساس نوعي خطوة في غاية الأهمية للمضي قدماً نحو المزيد من الشمول المالي للمرأة، نظراً لأن العائق الأكبر الذي كان يقف أمام دعم الشمول المالي للمرأة في مصر هو عدم وجود بيانات ودراسات على أساس علمي.

كما يوجد في مصر قطاع مصرفي قوي، فالقطاع المصرفي هو القطاع الأهم في القطاع المالي المصري كما أوضحنا وقد أثبت مدى أهميته ودوره الفعال في دعم الاقتصاد المصري خاصة في أوقات الأزمات. كل تلك العوامل الإيجابية تجعل من الأمر اليسير أن تقدم البنوك المصرية تجربة رائدة يشهد بها دولياً لاستهداف السيدات بالمنتجات والخدمات المناسبة. ونستعرض في نهاية البحث مجموعة من الإجراءات المقترحة والموجهة للبنوك التجارية المصرية وللبنك المركزي المصري.

## أولاً: إجراءات مقترحة للبنوك التجارية المصرية:

- تخصيص إدارة مستقلة لخدمة المرأة في السوق (على غرار وحدات المشروعات الصغيرة والمتوسطة) مع العمل باستراتيجية محددة الأهداف والإطار الزمني لزيادة المتعاملات مع البنك من النساء.
- حصر وتقديم البيانات بالبنك مصنفة وفقاً للنوع والالتزام بتقديمها للبنك المركزي المصري.
- الاعتماد على نتائج دراسات البنك المركزي المصري في جانب الطلب وإجراء بحوث تسويقية وتعزيز التواصل المستمر مع العميلات السيدات بالبنك والعميلات المحتملات للتعرف الدقيق على متطلباتهن، وذلك للاسترشاد بنتائج تلك الدراسات لصياغة الخدمات المناسبة للمرأة بشكل أفضل.
- تدريب العاملين داخل البنك على التعامل مع المرأة بشكل احترافي أخذاً في الاعتبار سيكولوجية المرأة المختلفة والتي تختلف عن الرجل، فالمرأة وفقاً للعديد من الدراسات تحتاج للمزيد من المعلومات قبل اتخاذ القرارات المالية وقبل الشراء، لديها نسبة وعي مالي أقل ونسبة قلق أعلى من الاقتراض خاصة من المؤسسات الرسمية.
- إعداد خطة تسويقية ودعاية من خلال وسائل الإعلام التقليدية (الراديو والتلفزيون والصحف) ومن خلال وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية موجهة ومخاطبة السيدات فقط، وذلك لزيادة وعي وفهم السيدات للمنتجات والخدمات المقدمة.
- تيسير وتبسيط إجراءات المعاملات التي تقوم بها المرأة مع البنك مثل فتح الحسابات المصرفية للمرأة (فتح الحساب بمبلغ رمزي أو بدون حد أدنى لفتح الحساب) ومنح قروض بضمانات وإجراءات ميسرة أو بدون ضمانات أو استناداً إلى البدائل التقليدية كالضمانات المنقولة.
- اعتماد البنك لاستراتيجية قائمة على العملاء واحتياجاتهم
- تنظيم وتدريب فرق عمل من الشباب العاملين بالبنك من الرجال والسيدات ليقوموا بزيارات ميدانية داخل القرى والمناطق النائية والقيام بفتح الحسابات للسيدات في أماكنهن وتعريفهن بخدمات الهاتف المحمول وكيفية استخدامها. وفي هذه الحالة، قد يحتاج البنك إلى زيادة الاعتماد على الوكلاء Banking Agent لإتمام المعاملات المصرفية مع السيدات الريفيات في أماكنهن.
- توفير فرص تدريبية للسيدات عملاء البنك من أصحاب المشروعات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة بالتعاون مع معاهد التدريب المتخصصة.
- تطوير البنية التحتية التكنولوجية للبنك لتقديم تجربة إيجابية وبمبسطة للعميلات من السيدات لتشجيعهن على استخدام الخدمات الإلكترونية، وزيادة وعي العملاء بكيفية استخدام تلك الخدمات من جانب موظفي البنك. فبدائية

استخدام أي خدمة قائمة على التكنولوجيا، لا بد وأن تبدأ بالتواصل البشري بين موظفي البنك والعملاء لضمان الثقة في التعامل، وحتى يقدم الموظف للعميل كافة المعلومات الضرورية للتعامل مع الخدمة الجديدة خاصة عند التعامل مع الفئات المهمشة التي لا تثق بشكل كبير في التعامل مع المؤسسات الرسمية.

- قيام البنك بالحصر والتقرير الدوري المعنن لنسبة التعيينات من السيدات، هذا بالإضافة إلى نسبة السيدات في كافة المناصب لاسيما المناصب القيادية والإدارية. فيتعين على البنك منح فرص متساوية للسيدات والرجال في التعيين، ومنح السيدات الفرصة لتنمية مهارتهن والتدرج في المناصب كالرجال.
- قيام البنك بتوفير منتجات وخدمات بشروط مرنة وتكلفة منخفضة نسبياً للشركات التي تراعي البعد النوعي في التعيينات وفرص الترقى.
- تطبيق نظام ساعات عمل مرنة للسيدات

#### ثانياً: إجراءات مقترحة للبنك المركزي المصري:

- قيام البنك المركزي المصري بمنح ترخيص لبنك جديد أو أكثر من بنك على أن يكون هذا البنك هو "بنك المرأة المصرية"؛ يصيغ كافة سياساته وأهدافه لخدمة المرأة وأن يستهدف أن يكون الاختيار الأول للمرأة المصرية كعميلة وعاملة.

- صياغة البنك المركزي المصري للاستراتيجية الوطنية للشمول المالي أسوة بفلسطين والأردن والعديد من الدول النامية، وذلك من خلال التنسيق مع كافة الجهات المعنية والاستعانة بالخبرة والاستشارة الدولية. فالدراسات التي يجري العمل عليها وقاعدة بيانات الشمول المالي التي أعلن عنها المركزي سوف تساهم في إعطاء صور واضحة عن كافة الأبعاد المرتبطة بقضية الشمول المالي.

#### واستناداً عليها، يستطيع المركزي المصري صياغة استراتيجية من خلال عدة خطوات مقترحة:

- توحيد وتنسيق الجهود بين كافة الجهات المعنية في مصر من جهات رقابية، مؤسسات مالية، وزارات، منظمات مجتمع مدني لتحقيق أهداف مشتركة على مستوى محافظات الجمهورية.
- الاستعانة بالخبرة والاستشارة الدولية.
- وضع خطة عمل محددة الأهداف (أهداف قصيرة الأجل وأهداف طويلة الأجل) بإطار زمني محدد، على أن تكون الأهداف قابلة للقياس والمراجعة والتقييم.
- تحديد الفئات المستهدفة من الاستراتيجية وصياغة خطة عمل لكل فئة على حدة ومن أهم تلك الفئات المرأة والشباب ورواد الأعمال.
- تحديد آليات البدء في تنفيذ خطة العمل على أرض الواقع على مستوى الجمهورية.
- المتابعة المستمرة وتقييم التطورات.

- الإشراف على صياغة "الاستراتيجية الوطنية للتثقيف المالي لمصر"، نظراً لأن الشمول المالي لن يتحقق إلا بوجود أشخاص يتمتعون بالوعي المالي الكافي بكيفية استخدام المنتجات والخدمات المالية المقدمة وإدراك المخاطر المصاحبة لها لاتخاذ القرارات المالية السليمة. ومن أهم الخطوات التي لا بد من أن يبدأ العمل بها مباشرة في هذا الصدد، إدراج التثقيف المالي في مراحل التعليم المختلفة ومن الممكن البدء بالمرحلة الثانوية على سبيل المثال كمرحلة أولى.

- الاستمرار في تطوير البنية التحتية التكنولوجية وضمان سرية البيانات وحماية العملاء لضمان تقديم خدمات ومنتجات مالية إلكترونية بدرجة عالية من الأمان والجودة. الأمر الذي لا بد وأن يؤخذ في الاعتبار في إطار التعزيز المستمر لتشريعات الحماية المالية للمستهلك.

## الخاتمة

إن تعزيز مشاركة المرأة في سوق العمل وملكية الأعمال يمكن أن يضيف المليارات إلى الاقتصاد العالمي. وتتضح أهمية الشمول المالي للمرأة على مستوى الاقتصاد الكلي والجزئي، هذا بالإضافة إلى الأثر الاجتماعي علي حياة السيدات المستهدفات بالخدمات والمبادرات. وعلى الرغم من التقدم الملحوظ فيما يتعلق بمستوى الشمول المالي بشكل عام، إلا أن الفجوة بين الجنسين في امتلاك الحسابات المصرفية لازالت موجودة على مستوى العالم وفي منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا بمعدل أكبر.

ويتطلب تعزيز الشمول المالي للمرأة وجود نظام مالي ومصرفي أكثر شمولاً وبيئة تنظيمية وتشريعية تفر سياسات داعمة للمرأة والفئات المهمشة، وذلك لمعالجة أوجه القصور والعقبات التي تواجه المرأة على جانبي العرض والطلب.

وبشكل عام، تلعب البنوك دوراً جوهرياً فيما يتعلق بدمج المرأة في القطاع المالي الرسمي. وقد بدأت نظرة البنوك إلى "المرأة" باعتبارها فئة مرتفعة المخاطر في التغير؛ حيث تزايد عالمياً عدد البنوك التي تعتبر "المرأة" فئة مستقلة وتأخذها في عين الاعتبار عند صياغة استراتيجياتها وأهدافها.

وتتبع البنوك الرائدة في مجال الشمول المالي للمرأة ومن ضمنها نماذج البنوك التجارية التي أشرنا إليها في الدراسة نهج شمولي يراعي التنوع ويخلق ثقافة عامة داعمة للمرأة كعميلة وكموظفة وقائدة في المناصب الإدارية المختلفة. فتقوم تلك البنوك باستهداف زيادة عدد المتعاملين من السيدات بالتوازي مع زيادة عدد السيدات العاملات وتعزيز قدراتهن لزيادة فرص تدرجهن في المناصب الإدارية والقيادية. ففريق العمل الذي يراعي في تكوينه الاختلاف النوعي يقدم تجارب ورؤى مختلفة ومبتكرة لخدمة العملاء وبالتالي يضيف قيمة حقيقية إلى العمل.

وقد أوضحت الدراسة وجود فرصة قوية لدى البنوك لاستهداف المرأة؛ حيث تتمتع المرأة بقدرات ادخارية عالية ووعي أكبر بالمخاطر والتزام بسداد المديونيات، علاوة على ارتفاع درجة ولاء السيدات للبنك. فوفقاً للدراسات التي أجرتها العديد من المؤسسات الدولية ونتائج التجارب العملية التي تناولها البحث بالدراسة يساهم استهداف المرأة في زيادة الحصص السوقية للبنوك ويزيد من قدرتها على الإبداع والابتكار ويعزز من مكانتها الدولية.

ويتضح من خلال عرض التجارب العملية للبنوك التجارية في الاقتصادات النامية في فلسطين والأردن ولبنان إلى انعكاس استهداف الشمول المالي للمرأة على أداء ومكانة تلك البنوك بالإيجاب. ولضمان تحقيق نتائج إيجابية من استهداف المرأة، يتعين على البنوك أن تقوم بذلك استناداً إلى بيانات ودراسة سوقية لاحتياجات المرأة في المجتمع. هذا بالإضافة إلى أن دور البنك لا يقتصر فقط على تقديم المنتجات والخدمات، بل يمتد ليشمل المشاركة في أنشطة ومبادرات التثقيف المالي وتطوير المهارات المتعلقة بزيادة الأعمال للسيدات سواء كن عميلات للبنك أو للعميلات المحتملات؛ وهذا ما قامت به البنوك المتناولة في الدراسة.

أما بالنسبة للوضع في مصر، فيوجد في مصر خطة قومية تتكاتف من خلالها مختلف الجهات الحكومية والرقابية الرسمية لدعم وتعزيز مكانة المرأة على كل الأصعدة؛ من خلال عدة إجراءات وسياسات وتشريعات تضمن للمرأة المزيد من الحقوق وتتيح لها ظروف معيشية أفضل. ويقوم البنك المركزي المصري بجهد كبير معترف به دولياً لتعزيز الشمول المالي بشكل عام والشمول المالي للمرأة بشكل خاص ويضع هدف تحقيق معدل أعلى للشمول المالي على قائمة أولوياته. وتعد خطوة المركزي ببناء قاعدة بيانات الشمول المالي وإعداد دراسات قوي العرض والطلب وتجميع البيانات على أساس نوعي وإلزام البنوك التجارية بذلك خطوة في غاية الأهمية للمدى قديماً نحو المزيد من الشمول المالي للمرأة، نظراً لأن العائق الأكبر الذي كان يقف أمام دعم الشمول المالي للمرأة في مصر هو عدم وجود بيانات ودراسات على أساس علمي. ووفقاً لتقدير المركزي المؤقت لنسبة الفجوة بين الجنسين في امتلاك الحسابات المصرفية بـ 10%، أعلن البنك المركزي المصري استهدافه خفض هذه الفجوة إلى النصف في عام 2021. ولتحقيق ذلك، أصدر البنك المركزي عدة قواعد رقابية لتوجيه البنوك نحو تصميم منتجات وخدمات مصرفية منخفضة المخاطر بمحددات معينة ومنح المزيد من القروض للسيدات أخذاً في الاعتبار مستوى معين من المخاطر. وعلى الرغم من جهود البنك المركزي الكبيرة لتعزيز الشمول المالي، إلا أن تلك الجهود لا بد وأن تكمل بصياغة "استراتيجية وطنية للشمول المالي" لتوحيد جهود كافة الجهات في مصر والتنسيق بينهم لزيادة معدلات الشمول المالي في المناطق الحضرية والريفية على حد سواء.

وبالفعل تقوم البنوك التجارية في مصر كما أشارنا بالعديد من الأنشطة والمبادرات الموجهة للمرأة. وفي عام 2018 انضم أول بنك مصري وهو "بنك مصر" إلى التحالف المالي للمرأة ووقع اتفاقية مع مؤسسة التمويل الدولية لتقديم مزيد من الدعم للسيدات، وتعد هذه الخطوة خطوة إيجابية على الطريق الصحيح. إلا أننا نري أن البنوك المصرية تمتلك الطاقات والإمكانات التي تجعلها قادرة على تقديم نموذج متكامل في دعم المرأة مثل البنك اللبناني للتجارة BLC وبنك الاتحاد بالأردن الذين يتبنون استراتيجية متكاملة لتعزيز دور المرأة كعميلة وكمعاملة بالبنك.



## References

- Alliance for Financial Inclusion. (2018). *2018 Maya Declaration Progress Report: TODAY'S TARGETS, TOMORROW'S IMPACT*. Alliance for Financial Inclusion.
- Alliance for Financial Inclusion. (2019). *INTEGRATING GENDER AND WOMEN'S FINANCIAL INCLUSION INTO THE CENTRAL BANK OF EGYPT'S (CBE) FRAMEWORK*. Alliance for Financial Inclusion.
- Bank Al Etihad. (2017). *Annual Report 2017*. Bank Al Etihad.
- BLC . (2017). *Audited Financial Statements Report 2017, BLC Bank Lebanon*. BLC Bank Lebanon.
- BLC Bank. (2017). *Corporate Social responsibility Report 2017*. BLC Bank.
- Burgess, R., & Pande, R. (2005). Do Rural Banks Matter? Evidence from the Indian Social Banking Experiment. *American Economic Review*, Vol. 95, No. 3, pp. 780-795.
- CBJ, D. G. (2017). *Financial Inclusion Diagnostic Study in Jordan 2017*. Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH and Central Bank of Jordan (CBJ).
- Central Bank of Jordan. (2016). *The National Financial Inclusion Strategy (2018-2020)*. Central Bank of Jordan.
- Chibba, M. (2009). Financial inclusion, poverty reduction and the millennium development goals. *European Journal of Development Research*, 21(2), 213-230.
- Chief Executive Women. (2015). *CEW CASE STUDIES: WESTPAC*. Chief Executive Women.
- Claessens, S., & Feijen, E. (2007). Financial Sector Development and the Millennium Development Goals. *Work Bank Group*.
- Demirguc-Kunt, A., Klapper, L., & Singer, D. (2013). Financial inclusion and legal discrimination against women : evidence from developing countries. *World Bank Policy Research Working Paper*.
- Demirgüç-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., Ansar, S., & Hess, J. (2014). *The Global Findex Database 2017: Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution*. Washington DC: World Bank Group.

- Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH. (2017). *Financial Inclusion Diagnostic Study in Jordan 2017, Synthesis Report*. Amman: Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH.
- El-Said, H., El-Said, M., & Zaki, C. (2014). Small and Medium Enterprises Landscape in Egypt: New Facts from a New Dataset. *Journal of Business and Economics*, vol. 2, issue 1.
- Feyen, S. C. (2007). Financial sector development and the millennium development goals (No. 89). *World Bank Publications*.
- FinMark Trust. (August 2016). Gender and financial inclusion: Analysis of financial inclusion of women in the SADC region. *FinMark Trust*.
- Ghebrial, F. (2019). FINANCIAL INCLUSION IN EGYPT: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES. *American University in Egypt*.
- Global Banking Alliance for Women. (2014). *How Banks Can Profit from the Multi-Trillion Dollar Female Economy*. Global Banking Alliance for Women.
- Global Banking Alliance for Women. (2018). *Unlocking the potential of the women's market: The gender diversity and inclusion imperative*. Global Banking Alliance for Women.
- Hassouba, T., & Zaki, C. (2018). FINANCIAL DEVELOPMENT AND INCLUSION IN EGYPT. *EMNES*.
- HC Securities and Investment. (2019). *Egypt Financials*. Egypt: HC.
- Heyzer, N. (2005). Making the links: Women's rights and empowerment are key to achieving the millennium development goals 1. *Millenium Development Goals*, Vol. 13, Issue 1, pp. 9-12.
- IFC. (2016). *Banking on Women in Egypt: Innovations in the Banking Industry: Workshop Report*. IFC.
- Institute of International Finance. (2016). *Lebanon: Raising Financial Inclusion*. Institute of International Finance.
- International Monetary Fund. (2018). *Arab Republic of Egypt*. Washington, D.C.: International Monetary Fund.
- International Monetary Fund. (2018). *PURSUING WOMEN'S ECONOMIC EMPOWERMENT*. Washington, D.C.: International Monetary Fund.



- KHANNA, P., KIMMEL, Z., & KARKARA, R. (2016). CONVENTION ON THE ELIMINATION OF ALL FORMS OF DISCRIMINATION AGAINST WOMEN (CEDAW) FOR YOUTH. *United Nations*.
- Klapper, L., Lusardi, A., & van Oudheusden, P. (2017). *Financial Literacy Around the World: Insights from the Standard and Poor's Ratings Services: Global Financial Literacy Survey*. World Bank.
- McKinsey Global Institute . (SEPTEMBER 2015). THE POWER OF PARITY: HOW ADVANCING WOMEN'S EQUALITY CAN ADD \$12 TRILLION TO GLOBAL GROWTH. *McKinsey and Company*.
- McKinsey Global Institute. (September 2018). *Closing the gap: Leadership perspectives on promoting women in financial services*. McKinsey and Company.
- Nazier, H., Ramadan, & Racha. (2016). Women's participation in labor market in Egypt: Constraints and Opportunities. *Economic Research Forum*.
- Nduwimana, F. (2000). United Nations Security Council Resolution 1325 (2000) on Women, Peace and Security: Understanding the Implications, Fulfilling the Obligations. *United Nations*.
- Pailhé, C. (2018). Sex-disaggregated Supply-side Data Relevant to Financial Inclusion. *Inter-American Development Bank*.
- PWESCR. (August 2015). HUMAN RIGHTS FOR ALL International Covenant on Economic, Social and Cultural Rights: A Handbook. *PWESCR (Programme on Women's Economic, Social and Cultural Rights)*.
- Robin Burgess, R. P. (2005). Banking for the poor: Evidence from India. *Journal of the European Economic Association*, 3(2-3), 268-278.
- The Common Wealth. (2015). *Strategies for Women's Financial Inclusion in the Commonwealth*. United Kingdom: The Common Wealth.
- The Economist Intelligence Unit. (2018). *Global Microscope 2018: The enabling environment for financial inclusion*. The Economist.
- Trivelli, C., Villanueva, C., Marincioni, M., Pels, J., Caro Sachetti, F., Robino, C., . . . Magnelli, M. (2018). *Financial Inclusion for Women: A Way Forward*. CIPPEC.
- UN General Assembly. (20 November 1989). Convention on the Rights of the Child . *United Nations, Treaty Series* , vol. 1577, p. 3.
- UN Women. (1995). *Beijing Declaration and Platform for Action*. United Nations Women.

UN Women. (2015). *THE BEIJING DECLARATION AND PLATFORM FOR ACTION TURNS 20*. New York: UN Women.

United Nations. (16 December 1996). International Covenant on Civil and Political Rights. *United Nations, Treaty Series*, vol. 999, p.171, available at: <https://www.refworld.org/docid/3ae6b3aa0.html> [accessed 22 July 2019].

United Nations. (1995). *Beijing Declaration and Platform for Action: Beijing+5 Political Declaration and Outcome*. UN Women.

United Nations Development Programme. (2019). *UNDP Evaluation Guidelines*. New York: United Nations Development Programme.

United Nations General Assembly. (1976). International Covenant on Civil and Political Rights. *United Nations*.

United Nations Relief and Works Agency. (2016). *National Strategy for Financial Inclusion in PAlestine (2018-2025)*. United Nations.

World Bank. (2012). *World Development Report 2012: Gender Equality and Development*. Washington, D.C.: World Bank .

World Bank Group. (2017). *FinDex Report 2017*. Washington D.C.: World Bank Group.

World Bank Group. (2018). *The Little Data Book on Financial Inclusion 2018*. World Bank Group.

مجموعة البنك الدولي. (2018). *دراسة عن التمكين الاقتصادي للمرأة*. واشنطن: مجموعة البنك الدولي.

مؤسسة التمويل الدولية. (2017). *حلول فريدة لرائدات الأعمال: دراسة حالة بنك فلسطين يدعم الاقتصاد و المنشآت المملوكة من قبل النساء*. واشنطن: مجموعة البنك الدولي.



**الفرع الرئيسي - فرع مدينة نصر**  
العنوان: ٢٢٢ شارع الدكتور أنور المفتي  
مبنى طيبة ٢٠٠، ص.ب. ٨١٦٤ القاهرة  
تليفون: +٢٠٢٢٤٠٥٤٤٧٢  
فاكس: +٢٠٢٢٤٠٥٤٤٧١

**ساعات العمل: ٩:٠٠ صباحاً - ٥:٠٠ مساءً**  
[www.ebi.gov.eg](http://www.ebi.gov.eg)

**انضم الى صفحتنا**



[facebook.com/EgyptianBankingInstitute](https://facebook.com/EgyptianBankingInstitute)

**تابعنا على**



[twitter.com/EBItweets](https://twitter.com/EBItweets)

**انضم اليانا**



[linkedin.com/company/egyptian-banking-institute](https://linkedin.com/company/egyptian-banking-institute)

**شاهدنا على**



YouTube Channel: Egyptian Banking Institute (EBI)