

هيئة الأوراق المالية والسلع
SECURITIES & COMMODITIES AUTHORITY



ورقة عمل

الشمول المالي والتوعية الاستثمارية

مع نموذج منهجية مطبقة لحملة توعية مالية

أبو ظبي 2020

(أ) الملخص التنفيذي:

أهمية التوعية الاستثمارية والشمول المالي:

تعد الحاجة لتوعية المستثمر وتنقيفه أمراً ضرورياً في الأسواق المالية بدول مجلس التعاون، وذلك في ضوء استمرار تطور الأسواق المالية بشكل متسارع وتعدد المنتجات المالية والأدوات والآليات التي غدت أكثر تعقيداً.. فضلاً عن التطور الاجتماعي والتغيرات في التركيبة السكانية على صعيد دول المجلس.

وبشكل عام فإن الثقافة المالية تمكّن من زيادة المعارف والمهارات والثقة اللازمة لإدارة المنتجات والخدمات المالية، وتجعل الفرد أكثر قدرة على الاستفادة من الفرص المتاحة للتمويل والاستثمار في المنتجات المالية، وتسهم في تعزيز وتسهيل وصول كافة فئات المجتمع إلى الخدمات المالية وتمكينهم من استخدامها بالشكل الصحيح وتتيح له خدمات مالية متنوعة ومبتكرة بتكلفة منخفضة من خلال مزودي هذه الخدمات، وهذه هي فحوى الفكرة التي تكمن وراء المقصود بالشمول المالي؛ إذ أن هناك ضرورة لإدماج كل فئات المجتمع وشرائحه بالنظام المالي الرسمي (خاصة الشباب والمرأة ورواد الأعمال أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة ومتناهية الصغر) وذلك من خلال تعزيز وصولهم واستخدامهم للخدمات والمنتجات المالية التي تتناسب مع احتياجاتهم بالتكاليف والشروط المعقولة وحماية حقوقهم وتعزيز معرفتهم ووعيهم بالأمر المالية بما يمكنهم من اتخاذ القرار الاستثماري والتمويلي السليم، الأمر الذي يدعم في نهاية المطاف الاقتصاد الوطني؛ أخذاً في الاعتبار أن هناك علاقة وثيقة بين الشمول المالي والاستقرار المالي والنمو الاقتصادي وتحقيق التنمية المستدامة والرفاه الاجتماعي

(ب) مفهوم التوعية الاستثمارية والشمول المالي:

• التوعية الاستثمارية:

يمكن تعريف التوعية على أنها العملية التي تشير إلى إكساب الفرد وعياً حول أمر ما أو أمور بعينها، وتبصيره بالجوانب المختلفة المحيطة بها.

ومن هذا المنطلق، فإن التوعية تهدف بالأساس إلى التوجيه والإرشاد لغرض التزويد بالمعرفة وإكساب الخبرة. ومن ذلك نستنتج أن مفهوم التوعية يشير إلى مدى التأثير في إنسان أو جماعة أو مجتمع لقبول فكرة أو موضوع ما. وبالتالي فإن التوعية بموضوع الاستثمار والتمويل في الأوراق المالية تعني مايلي:

1- معرفة ماهية وظروف وشروط وحدود استخدام الأوراق والأسواق المالية في الاستثمار والتمويل.

2- فهم طبيعة عمليتي التمويل والاستثمار؛ عناصرها ومراحلها.. طبيعة حركتها.. إيجابياتها وسلبياتها.. فوائدها وأضرارها.. عوائدها ومخاطرها...

3- التوصل إلى أفضل الطرق والأساليب التي تمكن في الواقع من التمويل والاستثمار في الأوراق المالية والتداول في أسواق المال، والإلمام بأبعادها والتمكن منها.

• الشمول المالي:

يستهدف الشمول المالي حصول العميل (فرد أو شركة) على الخدمات والمنتجات المالية بكل سهولة، وبتكلفة مناسبة، وتزويد العميل بكل المعلومات اللازمة في كل مراحل تعامله مع مقدمي الخدمات المالية، وتوفير خدمات استشارية إذا احتاج العميل.

فالشمول المالي بهذا الشكل يعني: إتاحة الوصول لكافة الخدمات المالية من كافة فئات المجتمع بمؤسساته وأفراده من خلال القنوات الرسمية، بما في ذلك خدمات التمويل التي تقدمها شركات أوراق مالية، وبنوك ومؤسسات مالية، وخدمات التمويل غير المصرفي (كالتمويل الجماعي crowd funding - صناديق تمويل حكومية...)، وخدمات التأمين التي تقدمها شركات تأمين، والخدمات المصرفية مثل حسابات التوفير المصرفية وخدمات الدفع والتحويل والائتمان التي تقدمها المؤسسات المصرفية وشركات البطاقات الائتمانية، وابتكار أدوات وخدمات مالية أكثر ملائمة وبأسعار تنافسية، إضافة إلى حماية حقوق مستفيدي الخدمات المالية وتشجيعهم على إدارة أموالهم ومدخراتهم بشكل سليم..

أقترح حذفها لأنها توعية، أما لو تحت الشمول: [AL1] Commented
المالي إذن نقفنها بدلاً من منعها

بعبارة أخرى فإن الفكرة الأساسية التي تكمن وراء المقصود بالشمول المالي هي تعزيز وتسهيل وصول كافة فئات المجتمع إلى الخدمات المالية وتمكينهم من استخدامها بالشكل الصحيح، فضلاً عن توفير خدمات مالية متنوعة ومبتكرة بتكلفة منخفضة من خلال مزودي هذه الخدمات، وبالتالي يتضح أن أحد أهم الأهداف التي يجب وضعها في الاعتبار عند وضع خطة للشمول المالي العمل على الوصول بخدمات ومنتجات الأوراق المالية لأكثر عدد ممكن من كافة الأفراد في دول مجلس التعاون من كافة الشرائح العمرية والاجتماعية والثقافية، ومن ثم فإن هذه الخطة لا بد أن تركز على توعية وتثقيف المستفيدين والمستهدفين من الخدمات والمنتجات المالية بحقوقهم وواجباتهم، وذلك من خلال التنسيق مع الشركاء الاستراتيجيين في قطاع سوق رأس المال، والجهات الأخرى المعنية بشأن توسيع نطاق الاستفادة من الخدمات والمنتجات في أرجاء الدولة، واستفادة كل هيئة رقابية من المنافذ التي توفرها الهيئات الأخرى.

ويلاحظ أنه في إطار تحقيق الشمول المالي، سيتم التنسيق مع مقدمي الخدمات المالية ومروجي المنتجات الاستثمارية لتوفير حوافز وتسهيلات لاجتذاب صغار المستثمرين لأسواق المال، وبحيث يتم وضع معايير تحدد من هم صغار المستثمرين الذين تنطبق عليهم الشروط للاستفادة من التسهيلات والحوافز، وذلك بهدف استمالة هذه الشريحة من المستثمرين للدخول والاستفادة من خدمات القطاع المالي كمستثمرين وطالبي تمويل.

وبذلك يتضح أن هناك ثلاثة عناصر أساسية يتضمنها هذا التعريف وهي: الوصول للخدمات المالية واستخدامها، ونوعية الخدمات والمنتجات المالية المقدمة، والتثقيف وتنمية المعرفة المالية لدى مختلف شرائح المجتمع، كما يتبين كيف أن الشمول المالي يعتمد على التوعية الاستثمارية بصورة كبيرة، وأن العلاقة بينهما علاقة سبب ونتيجة.. بل إنهما يكادا يكونا وجهين لعملة واحدة.

(ج) الأهداف:

● الأهداف العامة لحملة التوعية الاستثمارية والشمول المالي:

- تعزيز الوعي الاستثماري لدى صغار المستثمرين.
- تنمية ثقافة التمويل والاستثمار لدى كافة المتعاملين بالأسواق والمهتمين.
- استقطاب وتشجيع مزيد من فئات المجتمع على الاستفادة من الخدمات والمنتجات المالية التي يتيحها قطاع الأوراق المالية.

● الأهداف التفصيلية:

- توعية جمهور المستثمرين بأساسيات وقواعد الاستثمار في الأوراق المالية وتوفير المعلومات الكاملة بشأنها.
- التعرف بالأنظمة والتشريعات التي تحكم عمليات الطرح في السوق الأولي والتداول في السوق الثانوي.
- إدارة المخاطر المتعلقة بالاستثمار، والحدّ من احتمالات الخسارة التي تلحق خصوصاً بصغار المستثمرين وكذلك المبتدئين في الأسواق المالية.
- تقديم المعلومات والإرشادات الصحيحة واللوائح والأنظمة الخاصة بالحوكمة والإدارة الرشيدة لأعضاء مجالس إدارات الشركات المدرجة والمسؤولين بها.
- تعريف الجمهور عموماً بالمنتجات التمويلية والاستثمارية والأطراف ذات العلاقة في مجال التعاملات المالية (بما في ذلك إدارات علاقات المستثمرين).

التوعية بإدارة: [AL2] Commented

- توعية طلبة المدارس والجامعات والمرأة والشباب ورواد الأعمال واصحاب المشاريع الصغيرة ومتناهية الصغر بكل ما يخص التمويل والاستثمار في الأسواق المالية.
- تعريف المتعاملين (ممثلي شركات وساطة وخدمات مالية ومستثمرين ومسؤولي الشركات المدرجة) بالخدمات الذكية والإلكترونية التي تقدمها الجهة التنظيمية المشرفة على السوق المالي لتسهيل إنجاز المعاملات على المتعاملين.
- المساهمة في إتاحة منتجات وخدمات مالية (تشمل خدمات مثل شركات أوراق مالية، وبنوك ومؤسسات مالية، وشركات تأمين، وخدمات تمويل غير مصرفي (Crowd funding- صناديق تمويل حكومية... ، وشركات بطاقات ائتمانية) لكافة فئات وشرائح المجتمع وتيسير إجراءات وتكلفة الوصول إليها.
- تشجيع توفير منتجات/أدوات وخدمات مالية تساعد في اتخاذ القرارات المالية والاستثمارية (ومنها خدمات الاستشارات).
- الدفع باتجاه توظيف الابتكار والتكنولوجيا لتحقيق الأهداف أعلاه.
- وفضلاً عما سبق أعلاه فإن خطة الشمول المالي يجب أن تضع في اعتبارها النظر في خفض تكلفة الحصول على الخدمات المالية بشتى السبل وتبسيط إجراءات الحصول عليها (كإجراءات التعامل وفتح الحسابات.....)، مثلاً تشجيع المنافسة ودخول شركات جديدة للقطاع المالي، وتسعير الخدمات المالية على أساس الشرائح (وفقاً لدخل- تعاملات كل مستثمر)، إلخ... مع توفير وتنويع الخدمات والمنتجات المالية المستهدفة للجمهور، وذلك عبر تقديم الدعم التنظيمي ومنه وضع خطة زمنية لتسريع إصدار التشريعات لتوفير الأدوات المالية المختلفة، وتوفير البيئة المساعدة على ذلك، وكذلك تنظيم فعاليات ومندوبات تعرض فيها المشاكل التي تم تحديدها ومحاولة إيجاد حلول مبتكرة لها (مثلاً تنظيم ملتقى تعرض فيه أهم المواضيع التي تم تحديدها ودعوة جميع الفئات المعنية للمشاركة في إيجاد حلول مبتكرة).

(د) فئات الجمهور المستهدف:

- تستهدف حملات التوعية والشمول المالي: صغار المستثمرين والمبتدئين في سوق الأوراق المالية- عامة المستثمرين (الحاليين والمتوقعين)- المحللين الماليين- الوسطاء- مسؤولي الإفصاح بالشركات المدرجة- أعضاء مجالس إدارات الشركات المدرجة- العاملين في صناعة الخدمات المالية. وتسعي الخطة للوصول بالخدمات المالية المقدمة لمختلف فئات المجتمع وكافة المهتمين بالأسواق وقطاع الأوراق المالية عموماً، الموظفين، المتقاعدين، العمالة المساعدة، محدودي الدخل أو ذوي الدخل

المنخفض، طلبة المدارس والجامعات، الشباب، المرأة بما في ذلك ربات المنازل، رواد الأعمال، أصحاب المشروعات الصغيرة والمتوسطة ومتناهية الصغر، وأصحاب الهمم، وكل من لا يعلم/ لا يصل لأسواق رأس المال أو الخدمات المالية المذكورة أعلاه، بالإضافة لتنشيط وجذب أصحاب الحسابات الراكدة لمعاودة الاستثمار والاستفادة من الخدمات المالية.

(هـ)- المنهجية المقترحة:

- يتم استخدام المنهج التكاملي لتوجيه الرسالة بحيث تشمل خطة الحملة كافة عناصر العملية الإعلامية من مرسل ورسالة ومستقبل ووسيلة وتغذية راجعة Feedback، ويتم التكامل كذلك بين مختلف أنماط الاتصال المباشر (الفردى والجمعي)، والجماهيري، مع تنوع القنوات المستخدمة من مطبوعات، وصحف، وفضائيات، وإذاعات، ومواقع إلكترونية، وشبكات تواصل اجتماعي، ووسائط رقمية.
- ويتطلب تطبيق خطة الشمول المالي جمع معلومات لفهم احتياجات المجتمع في دول مجلس التعاون (قد تشمل إجراء استبيانات، والاجتماع مع بعض المؤسسات من القطاعين العام والخاص، وعقد جلسات مركزية وورش عمل) وذلك بغرض تحديد ما تم من مبادرات والمشاكل والتحديات والفرص وأولويات التطبيق من حيث الفئات والخدمات... الخ
- كما تتطلب كذلك التنسيق مع الشركاء الاستراتيجيين في قطاع سوق رأس المال، والجهات الأخرى المعنية، بشأن توسيع نطاق الاستفادة من الخدمات والمنتجات في أرجاء الدولة، واستفادة كل هيئة رقابية من المنافذ التي توفرها الهيئات الأخرى (مثلاً الهيئة تستفيد من البنوك وشركات التأمين، والمصرف المركزي يستفيد من شركات الأوراق المالية وشركات التأمين وهكذا...).
- ويتعين في هذا المقام صياغة استراتيجية على مستوى الدولة تشترك فيها كافة الجهات المعنية.

(و) مضامين الرسائل الإعلامية:

- يجب في البداية تحديد مضامين ومرتكزات ومنطلقات الرسائل الإعلامية للحملة، وصياغتها في شكل رسائل وإرشادات مختصرة، وإقرارها من اللجنة المعنية أو الفريق الفني المعني.

(ز) توظيف الاستمالات في توجيه الرسالة الإعلامية:

- يتعين أن تستعين الصياغات المعدة للرسالة الإعلامية للحملة بعدد من الاستمالات لتوجيه المتلقي لتبني مضامين الرسالة الإعلامية ومن ثم انتهاج السلوك المطلوب. ومن الاستمالات التي يمكن توظيفها:

تنقل تحت المنهجية المقترحة (هـ): [AL3] Commented

الاستمالات العاطفية emotional appeal، استمالات التخويف fear appeal، الاستمالات المنطقية logic appeal لإقناع المتلقي بتبني السلوك المطلوب.

(ح) أبرز القنوات والفنون الإعلامية والاتصالية الموصى باستخدامها channels & media forms

- يمكن لحملات التوعية الاستثمارية والشمول المالي الاستعانة بتشكيلة قوالب وفنون وقنوات إعلامية متكاملة تلائم الوسائل الاتصالية المستخدمة منها: {صحف} {جرائد ومجلات} {تغطية فعاليات- إعلانات - فقرات توعية}، الإذاعات والفضائيات (برامج - أفلام/ مقاطع فيديو)، شبكات التواصل الاجتماعي (تويتر- فيسبوك - يوتيوب- إنستجرام...)، الوسائط الإلكترونية والرقمية (تطبيق إلكتروني عن الحوكمة Apps- الرسائل النصية القصيرة SMS -الموقع/البوابة الإلكترونية - الوسائط المتعددة Multi-Media: المقاطع الفيلمية للرسومات المعلوماتية video infographics)، الاتصال الشخصي (ندوات توعية- معارض إرشادية- مجالس رمضانية- تفعيل أوار ومهام مديري علاقات المستثمرين)، المطبوعات (مطويات أو بروشورات- ملصقات أو بوسترات- فلايرات- تقاويم- كتيبات).

(ط) قياس الأثر campaign feedback:

- قد يتم اللجوء إلى خيار تكليف شركة أبحاث متخصصة (مستقلة مثل إبسوس أو بارك أو نيلسين) لإجراء دراسة مسحية survey study لقياس مدى الاستفادة/ التغيير/الرضا من جانب الجمهور المستهدف بأنشطة التوعية والشمول المالي
- ومن بين الأدوات المنهجية التي يمكن الاستعانة بها في جمع البيانات:
 - استبيان على عينة من جمهور الحملة بمختلف فئات الجمهور، وذلك في نهايتها، بهدف تقييم مدى الأثر الذي حققته الحملة، ووضع علامة قياس bench mark لتحديد مستوى التوعية الاستثمارية الحالي لدى جمهور المتعاملين في الدولة، وذلك على محور قياس مكون من 10 درجات.
 - المقابلات العلمية المنظمة مع عينة من أفراد الجمهور المستهدف.
 - المراجعة الدورية والشاملة بهدف استخلاص النتائج من خلال تصنيف الملاحظات والتعليقات التي ترد للجهة المطلقة للحملة عبر الموقع الإلكتروني، وخصوصاً عبر زاوية "اتصل بنا" حال وجودها على الموقع وشبكات التواصل الاجتماعي
 - الاستطلاعات السريعة التي يتضمنها الموقع الإلكتروني للجهة

- وقد يتم تقييم تأثير الحملة من خلال التنافس على نيل إحدى الجوائز ذات السمعة المرموقة في مجال الإعلام والاتصال الحكومي.

- وبناء على النتائج التي تظهر يتم إجراء تعديلات على الرسالة الإعلامية للهيئة وتحديثها بما يتفق مع نتائج الدراسات والاستخلاصات التي يتم التوصل إليها.

(ك) تصميم الرسالة التوعوية:

يمكن تصميم الرسالة التوعوية التي تهدف لتحقيق الشمول المالي والتعريف به ووسائله وفق النموذج الاتصالي الأكثر انتشاراً في هذا الصدد، والذي قدمه عالم الاتصال الأمريكي الشهير هارولد لازويل Harold Lasswell على النحو التالي {الموضح في الشكل رقم (1)}:

من؟ يقول ماذا؟ لمن؟ بأية وسيلة؟ بأية تأثير؟

حيث.. المرسل: هيئة السوق المالية كجهة حكومية مستقلة تتولى مهمة تنظيم الأسواق المالية بالدولة والإشراف والرقابة عليها، وتتمتع بالمصادقية والصلاحيات اللازمة للقيام بمسؤولياتها قبل كافة أطراف السوق وأصحاب المصلحة).

والرسالة: (تقوم هيئة السوق المالية بصياغة عدد مناسب من الرسائل الإعلامية (ترميز encoding) تتناول موضوعات عديدة مثل: التخطيط الاستثماري- اتخاذ القرار الاستثماري - المؤشرات المالية- المصطلحات المالية- الإفصاح والقوائم المالية- شركات الوساطة- قواعد التداول في السوق المالي- حقوق المستثمرين- الأدوات والمنتجات المالية- شركات الخدمات المالية- الخدمات الذكية والإلكترونية- الشمول المالي...).

والمستقبل: يضم صغار المستثمرين- المستثمرين عموماً- المهتمين بالأسواق المالية- المحللين الماليين- الوسطاء- مسؤولي الإفصاح بالشركات المدرجة- مجالس إدارات الشركات المدرجة- العاملين في صناعة الخدمات المالية - طلبة المدارس والجامعات، الشباب، المرأة بما في ذلك ربان المنازل، رواد الأعمال، أصحاب المشروعات الصغيرة والمتوسطة ومتناهية الصغر، وكافة فئات المجتمع وفق ما هو مذكور أعلاه، ويتلخص دور المستقبل في تلقي الرسالة وفك الترميز decoding واستيعاب المضامين المقدمة له بغية إقناعه وتوجيهه لتبني السلوك المخطط له من قبل المرسل.

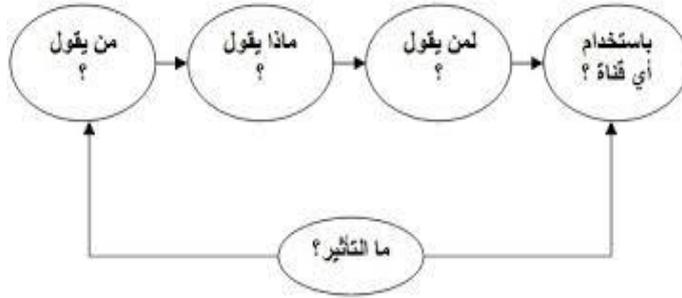
أما الوسيلة: فإنها تتمثل في 6 تصنيفات رئيسية - كما هو مبين في الشكل رقم (2) - تضم الصحف، والمواد الفيلمية والإذاعية، والمطبوعات، والاتصال المباشر، وشبكات التواصل الاجتماعي، الوسائط الإلكترونية

الشمول المالي هدف، والرسالة التوعوية أحد وسائل تحقيق الهدف، ويرى حذفها من هنا أو توضيح أنه يتكون هناك رسائل توعية بمفهوم ووسائل تحقيق الشمول المالي

{وسائط متعددة Multi-Media، رسائل نصية قصيرة SMS، شاشات إعلانية متحركة، أجهزة صراف آلي ATM، شاشات بمقاعد الطائرات، المواقع الإلكترونية، تطبيقات إلكترونية Apps} .

والتأثير: هو رد الفعل الآني من المستقبل على الرسالة الموجهة إليه من المرسل، وهي ما يريده المرسل من المستقبل أثناء العملية الاتصالية، وتبين التغذية الراجعة feedback نسبة نجاح العملية الاتصالية، فعن طريقها يعرف المرسل إن كانت الرسالة وصلت للمستقبل وفهمها كما ينبغي أم لا، وفي حال عدم فهم المستقبل للرسالة على المرسل إعادة صياغة الرسالة وتعديل الفهم الخاطئ لدى المستقبل. بعبارة أخرى يستهدف التأثير معرفة وقياس رجوع الصدى والاستفادة منه في التغذية الراجعة لإجراء التعديل اللازم reconstructing على الرسالة وإعادة توجيهها بشكل محسن أو مطور بما يمكن من تحقيق الأهداف المرجوة منها.

الشكل رقم (1) عناصر العملية الاتصالية وفق نموذج هارولد لازويل



الشكل رقم (2) وسائل الاتصال المقترحة استخدامها في حملات توعية المستثمرين والشمول المالي

الوسائل الاتصالية المقترحة

المطبوعات

المواد الفيديوية
والمذاعة

الصحف

الوسائط الرقمية

الاتصال المباشر
والفعاليات

شبكات التواصل
الاجتماعي

نموذج تحليلي

آليات تنفيذ حملات التوعية الاستثمارية والشمول المالي

نموذج يوضح آليات تنفيذ خطة حملة للتوعية الاستثمارية والشمول المالي

م	الأهداف	الجمهور المستهدف	الوسائل المستخدمة	النتائج المتوقعة
1	توعية جمهور المستثمرين بأساسيات وقواعد الاستثمار في الأوراق المالية	جمهور المستثمرين بشكل عام وصغار المستثمرين والمبتدئين بالأسواق خاصة والمهتمين بالأسواق المالية	- رسوم معلومات infographics - رسوم متحركة animation - رسوم كرتونية cartoon - شبكات التواصل الاجتماعي، - الموقع الإلكتروني للتوعية، - وسائل الإعلام، - المطبوعات	ارتفاع مستويات معرفة المستثمرين والمهتمين عامة بأساسيات الاستثمار في الأسواق المالية، وبدرجة أكبر وضوحاً لدى جمهور المشاركين في الندوات والمجالس الرمضانية
2	التعريف بالأنظمة والتشريعات التي تحكم عمليات الطرح في السوق الأولي والتداول في السوق الثانوي	العاملين بصناعة الخدمات المالية (كالوسطاء والمحليلين الماليين) مسؤولو الإفصاح بالشركات المدرجة جمهور المستثمرين بشكل عام وصغار المستثمرين والمبتدئين بالأسواق خاصة والمهتمين بالأسواق المالية	- شبكات التواصل الاجتماعي، - رسائل نصية قصيرة SMS - ندوات التوعية، - معارض إرشادية، - مجالس رمضانية، - فقرات توعية بالصحف، وسائل إعلام مرئي مسموع، - المطبوعات (تقويم وكتيبات)	تحديث معارف ومعلومات المستثمرين القانونية فيما يخص الإصدارات الأولية والتعديلات على أنظمة التداول في السوق الثانوي
3	تجنب المخاطر المتعلقة بالاستثمار، والحد من احتمالات الخسارة التي تلحق خصوصاً بصغار المستثمرين وكذلك المبتدئين في الأسواق المالية	جمهور المستثمرين بشكل عام وصغار المستثمرين والمبتدئين بالأسواق خاصة والمهتمين بالأسواق المالية	- شبكات التواصل الاجتماعي، - رسائل النصية قصيرة SMS، - مجالس رمضانية، - ندوات التوعية، - معارض إرشادية، - فقرات التوعية بالصحف، وسائل الإعلام	تزايد إدراك المستثمرين للمخاطر المحيطة بعملية الاستثمار في الأسواق، ولاسيما التشغيلية والمرتبطة بالاقتراض والتعامل مع أوامر البيع والشراء في السوق

<p>التحسن في معدلات تقبل واستيعاب أعضاء مجلس الإدارة ومسؤولي الشركات لمفاهيم الانضباط المؤسسي، بما ينعكس إيجاباً على مستويات الثقة لدى حملة الأسهم</p>	<p>- تطبيق App للحكومة على الأجهزة الذكية واللوحية - برامج ومقالات توعية عبر الصحف والإعلام المرئي - ندوات التوعية المتخصصة لأعضاء مجالس الإدارات</p>	<p>أعضاء مجالس إدارات الشركات المدرجة كبار المسؤولين بالشركات المساهمة العامة</p>	<p>4 تقديم المعلومات والإرشادات الصحيحة واللوائح والأنظمة الخاصة بالحكومة والإدارة الرشيدة لأعضاء مجالس إدارات الشركات المدرجة والمسؤولين بها</p>
<p>زيادة إقبال المستثمرين على الأدوات الاستثمارية المطروحة مثل صناديق الاستثمار والمشتقات، وتعزيز فهمهم للمكونات التنظيمية لقطاع الأوراق المالية</p>	<p>- فقرات توعية بالصحف والإذاعات، - برامج الفضائيات والإذاعات، - شبكات التواصل الاجتماعي، - الموقع الإلكتروني للهيئة، - مجلة "أوراق مالية" - بوابة المعرفة لأسواق المال الخليجية</p>	<p>جمهور المستثمرين بشكل عام وصغار المستثمرين والمبتدئين بالأسواق خاصة والمهتمين بالأسواق المالية</p>	<p>5 تعريف الجمهور بالمنتجات الاستثمارية والأطراف ذات العلاقة في مجال التعاملات المالية (بما في ذلك إدارات علاقات المستثمرين)</p>
<p>تعريف الجمهور بمبادئ استثمار الأموال، وإكسابهم مهارات التعامل في السوق، وتقديم جيل واع قادر على التفاعل مع المجتمع فيما يخص التعاملات المالية</p>	<p>- أفلام إنفوجرافيكس video - infographics وسانط متعددة multi-media - ندوات توعية ومعارض بالمدارس - ملصقات poster، مطويات leaflets-، - بانر Banner، استنادات roll- up stands</p>	<p>طلبة المدارس المرحلة المتوسطة والثانوية طلبة الجامعات الجمعيات النسائية رواد الأعمال والمشاريع الصغيرة والمتوسطة ومتناهية الصغر</p>	<p>6 توعية طلبة المدارس والجامعات والمرأة والشباب في كل ما يخص الاستثمار في الأسواق المالية.</p>
<p>التيسير على المتعاملين في تلقي الخدمات بما يسهم في تقديم صورة إيجابية عن الهيئة باعتبار أن خدماتها متاحة لجميع المتعاملين على مدار الساعة في إطار رؤية الحكومة الذكية</p>	<p>- أفلام إنفوجرافيكس - رسائل نصية SMS - شبكات تواصل اجتماعي. - محاضرات توعية - فلايرز، مطويات leaflets، - - بانر Banner،</p>	<p>مسؤولو الشركات المدرجة ممثلو شركات الوساطة ممثلو شركات الخدمات المالية جمهور المستثمرين بشكل عام</p>	<p>7 تعريف المتعاملين (مسؤولو شركات مدرجة وممثلة شركات ووساطة وخدمات مالية ومستثمرين) بالخدمات الذكية والإلكترونية التي تقدمها الجهة لتسهيل إنجاز المعاملات على المتعاملين.</p>

نموذج جدول متابعة يبين مراحل ماتم إنجازه وما هو مقرر تنفيذه:

ملاحظات	الربيع الرابع	الربيع الثالث	الربيع الثاني	الربيع الأول	مراحل التنفيذ عناصر وأشطة الحملة
تتنوع حسب طبيعة الجمهور المستهدف، ووفق السوق المالي المستهدف	مخطط لـ 1 ندوة عامة: قراءة القوائم المالية و 1 ندوة متخصصة: الاندماج والاستحواذ و 3 ندوات لطلبة المدارس والجامعات		1 ندوة عامة (التحليل الفني للأسهم) 1 ندوة متخصصة للوسطاء (البيع على المكشوف) و 4 متخصصة للطلبة، و 1 ندوة متخصصة للمرأة	1 ندوة عامة (تكوين المحافظ الاستثمارية) و 2 ندوة متخصصة للطلبة مبادئ التداول بالأسواق	ندوات توعية استثمارية لجمهور المستثمرين العام والمتخصص
عرض فيها سعادة الرئيس التنفيذي لحقوق المستثمرين لجمهور الحضور والإعلام			3 مجالس رمضانية في كل من (الشارقة- عجمان- رأس الخيمة)		مجالس رمضانية
خصصت لمديري علاقات المستثمرين بالشركات			2 حلقة نقاشية عن علاقات المستثمرين.		حلقات نقاشية seminars
بحضور نحو 200 من كبار الشخصيات وممثلين عن الشركات والأسواق والمهتمين والباحثين والصحف والإعلام				دور الأسواق المالية في بناء اقتصاد قائم على المعرفة والابتكار	فعاليات (ندوات- محاضرات- حلقات نقاشية- ملتقيات- مؤتمرات متخصصة)
تندرج مشاركات الرئيس التنفيذي بعدد من المؤتمرات والفعاليات ضمن الدور التوعوي والإعلامي فضلاً عن تمثيل الجهة على أعلى المستويات		محاضرة الرئيس التنفيذي عن حقوق المساهمين بالأسواق مجلس مشرف- أبو ظبي	مشاركة الرئيس التنفيذي في مؤتمر يورو مني الإمارات بالشارقة، ومنتدى الحوكمة.	مشاركة الرئيس التنفيذي بالقمة الـ 11 للهيئات التنظيمية في دول الشرق الأوسط وشمال أفريقيا	ومشاركات

اتصال تخصصي مباشر

يتضمن محاضرات ومسابقات توعوية	معرض جيتكس- إكسبو معرض الكتاب		معرض أبوظبي للكتاب			
ستأند في مول واحد بكل من أبو ظبي ودبي لعرض أنشطة ومسابقات ومواد توعوية	2 (ياس) مول، مردف سيتي سنتر أو دبي (مول)				ستاندات بالمراكز التجارية	
تتناول أنظمة التداول بالأسواق			(2) مسابقة البرنامج الوطني للتوعية الاستثمارية ، بشهر رمضان المبارك ، مسابقة تثقيفية بمعرض أبوظبي للكتاب		مسابقات وجوائز	
فلاشات ديسك، شواحن موبايل، هسائم شراء			توزيع هدايا على زوار جناح الهيئة والمتسابقين بمعرض أبوظبي للكتاب		هدايا ترويجية	
يتم نشر الإنفوجرافيكس بالصحف اليومية وفي مجلة الهيئة وشبكات التواصل الاجتماعي	(2) الاندماج- الجدول الزمني للاستحواد	(2) التداول بالهامش: المفهوم والآليات	(2) نصائح للتعامل مع الوسطاء، استراتيجيات سوق رأس المال الإسلامي	(3) حملة التوعية نصائح التوعية- شركات الخدمات المالية	إنفوجرافيكس infographics	
تتضمن ملف توعية أخبار ومقالات ومعلومات مالية ونصائح وإرشادات استثمارية	العدد السادس عشر		العدد الخامس عشر		مجلة الهيئة أوراق مالية	
النشر مجاناً ضمن المسؤولية المجتمعية للصحف		النشر يومياً (عدا السبت والأحد) وبشكل تبادلي بـ 4 صحف يومية هي "الاتحاد" و"الخليج" و"الوطن" و"البيان"			نصائح توعية بالصحف	
اتفاق مع الصحيفة لنشر مواد توعوية بصفة منتظمة		2 (الإمارات اليوم)	4 (الإمارات اليوم)	2 (الإمارات اليوم)	موضوعات توعية متخصصة	
تنشر بالصحف والإذاعات والموقع الإلكتروني وشبكات التواصل الاجتماعي ومطبوعات الهيئة		الاتحاد- الخليج	الاتحاد- الخليج		إعلانات مساحة	
يتم تقديم النصائح من خلال حوارات درامية للمتداولين	البحث بفضائيات أبوظبي	إنتاج 9 حلقات من اصل 20	التعاقد واعتماد	إعداد المواد العلمية والفنية في	فيديو إنفوجراف للفضائيات	إنتاج

بالأسواق، وتم استقطاب عروض أسعار الفضائيات	(علوم الدار- وسما دبي)	حلقة واعتمادها	الاسكريبتات والشخصيات	شكل رسائل مركزة	
سيتم التعاقد مع دور عرض أبوظبي ودبي عند عرض الأفلام الجماهيرية	البيث في نوفمبر وديسمبر	جاري التواصل مع دور العرض السينمائي			
يتضمن 20 مقطع فيديو للتوعوية، وفقرات توعية بتقنية فيديو إنفوجرافيك	التوزيع في أكتوبر ونوفمبر وديسمبر	تم اختيار عينات فولدرات الفيديو وجاري التعاقد			فولدرات مقاطع فيديو (ميلتيميديا)
فضائيات العربية، سي إن بي سي عربية، سما دبي، سكاى نيوز	جاري الترتيب لثلاث مقابلات جديدة			4 للتعريف بصندوق رأس المال المخاطر، وأنظمة الهيئة	مقابلات تليفزيونية
عدد 20 رسالة توعية تتضمن نصوصاً ورسوماً معبرة	البيث في نوفمبر وديسمبر	جاري التعاقد مع عدة شاشات مقابل سوق أبوظبي ومواقع أخرى			شاشات مضيئة بالطرق
عدد 20 رسالة توعية تتضمن نصوصاً ورسوماً معبرة	البيث في أكتوبر ونوفمبر وديسمبر	تمت موافقة المصرف المركزي وإعداد نماذج التصميمات			شاشات أجهزة الصراف ATM
إرشادات التوعية المصورة	رسائل توعية مصحوبة برسومات تعبيرية	80 رسالة توعية مصحوبة برسومات تعبيرية	160 رسالة توعية مصحوبة برسومات تعبيرية	140 رسالة توعية مصحوبة برسومات تعبيرية	موقع الهيئة تويتر
إرشادات التوعية المصورة	*	*	*	*	حساب الهيئة فيسبوك
مقاطع فقرات التوعية بتقنية الرسوم المتحركة وندوات التوعية	*	*	*	*	حساب الهيئة يوتيوب
إرشادات التوعية المصورة، ومقاطع فقرات التوعية	*	*	*	*	حساب الهيئة إنستجرام
لقطات من أنشطة وفعاليات حملة التوعية	*	*	*	*	حساب الهيئة سناب شات

شبكة التواصل الاجتماعي

يضم كتيبات وإرشادات ومواد فيلمية ومواد إذاعية ورسوم متحركة		تم تجهيز الموقع وجاري تجريبه تمهيداً للإطلاق	تجميع المادة واعتماد خريطة التدفق		website	وسائط متعددة إلكترونية
رسائل التوعية المعتمدة من اللجنة الفنية والرئيس التنفيذي	البث في أكتوبر، نوفمبر، ديسمبر	اتفاق ميدني مع اتصالات، إعداد قاعدة أرقام الهواتف	التواصل مع الأسواق واتصالات للرعاية	صياغة الرسائل	رسائل توعية SMS	
مقاطع فقرات التوعية بتقنية الرسوم المتحركة					مجلد مقاطع التوعية video folder	
رسائل التوعية النصية بالصيغة المختصرة		جاري استدراج العروض	استدراج العروض	وضع تصور التطبيق	تطبيق حوكمة على الموبايل	
تضمنت أبرز الإرشادات للمستثمرين توزع أثناء الندوات وقاعات التداول وشركات الوساطة	مدخل لأسواق الأوراق المالية	التخطيط المالي.. خطوة خطوة	حقوق المساهمين في سوق الأوراق المالية	24 نصيحة عند التعامل مع الوسطاء	مطويات (leaflets)	مطبوع
تعريفي بقواعد التداول وأنظمة الهيئة		تعريف المتعاملين بالخدمات الذكية للهيئة	قواعد التداول في سوق الأوراق المالية	قواعد التداول في سوق الأوراق المالية	رول أب استاند	
تمت طبع 1000 من كل ملصق مقاس A3 وزعت للجمهور المستهدف		التداول بالهامش: المفهوم والآليات	24 نصيحة عند التعامل مع الوسطاء		ملصقات (posters)	
توزيع 1000 نسخة على المستثمرين والجهات ذات الصلة بالأسواق المالية				تمت طباعته وتوزيعه في بداية العام	تقويم العام للمكتب desk calendar	
نسخة رقمية على الموقع الإلكتروني للشركات والهيئة، يوزعها الوسطاء للمستثمرين (فلاش ديسك)	التوزيع لشركات الوساطة ومديري علاقات المستثمرين بشركات المساهمة	تم اعتماد الكتاب وجاري تصميمه تمهيداً للطبع	إعداد المادة ومراجعتها	تكليف الباحثين والتعاقد	كتب متخصصة	

تتضمن رسوما توضيحية وتصدر في وقت مواعيد ومتزامن مع مضمونها	التوزيع لشركات الوساطة ومديري علاقات المستثمرين وجمهور المستثمرين	جاري تصميم وطباعة كتيب "حقوق المستثمرين عند الاكتتاب بأسهم شركات المساهمة"	تم إعداد كتيب عن "الاندماج والاستحواذ"		كتيبات توعية مبسطة
---	--	---	---	--	--------------------------

آليات تنفيذ مشروع التوعية الاستثمارية والشمول المالي

