



اسم المشاركة:
شهد نايف العنزي

محتويات العرض

| | |
|----|-------------------|
| ١ | المقدمة |
| ٢ | فكرة المبادرة |
| ٣ | الاهداف التفصيلية |
| ٤ | الفئة المستهدفة |
| ٥ | مبررات المبادرة |
| ٦ | مؤشرات النجاح |
| ٧ | أنشطة المبادرة |
| ٨ | مراحل المبادرة |
| ٩ | مدة المبادرة |
| ١٠ | القيمة المضافة |
| ١١ | متطلبات التنفيذ |
| ١٢ | فريق المبادرة |
| ١٣ | التكلفة التقديرية |
| ١٤ | مصادر التمويل |
| ١٥ | افكار تسويقية |
| ١٦ | المخرج النهائي |

المقدمة

يعاني عدد كبير من طلاب الجامعات في السعودية من ضعف الوعي المالي وسوء إدارة المصروفات الشخصية، مما يؤدي إلى نفاذ المصروف الشهري بسرعة، واللجوء للاستدانة، أو الوقوع في ضغوط نفسية بسبب الأعباء المالية.

هذا الضعف غالباً ما يكون نتيجة لعدم وجود برامج تعليمية تفاعلية ومخصصة تساعد الطلاب على فهم كيفية إدارة أموالهم بشكل عملي يتناسب مع أسلوب حياتهم الجامعي.

مبادرة توعوية نوعية تستهدف طلاب الجامعات في المملكة العربية السعودية،
وتهدف إلى تعزيز الوعي المالي لديهم من خلال تحويل الطالب الجامعي من
شخص يعيش "على قد المصروف"، إلى شخص واعي مالياً بأهمية التخطيط المالي
الشخصي يعرف كيف يدير فلوسه، يدخر جزء منها، ويبدأ رحلته نحو الاستقلال
المالي ويتخذ قرارات مالية أكثر وعياً بما يتناسب مع مرحلة الطالب الجامعي.

فكرة المبادرة

الاهداف التفصيلية

1. تحسين المهارات المالية الشخصية: يتعلم الطالب كيف يدير دخله المحدود، يوازن بين الرغبات والاحتياجات، ويخطط لمصروفاته الشهرية بذكاء.
2. زيادة الوعي بالاستهلاك الذكي: الطالب يصبح أكثر وعياً في قرارات الشراء، ويتجنب التسرع أو الوقوع في فخ الإعلانات والعروض الوهمية.
3. بناء عادات مالية صحية: مثل الادخار المنتظم، تسجيل المصروفات، التمهيد للاستثمار، وحتى التفكير بزيادة الأعمال.
4. الوقاية من الوقوع في الديون: فهمه للمفاهيم المالية الأساسية يقلل احتمالية استخدام القروض الاستهلاكية أو الإفراط في استخدام البطاقات الائتمانية.



الفئة المستهدفة

الطلاب والطالبات في المرحلة الجامعية (العمر: 18 - 25 سنة)

مبررات المبادرة

1. انخفاض الوعي المالي بين طلاب الجامعات
2. ارتفاع نسبة السلوك الاستهلاكي العشوائي
3. عدم إدراج الثقافة المالية ضمن المناهج الجامعية
4. الضغوط المالية المتزايدة على الأسر
5. التوجه الوطني نحو رفع جودة الحياة وتمكين الأفراد
6. تشجيع ثقافة ريادة الأعمال والإنتاج بدلاً من الاستهلاك فقط

مؤشرات النجاح

- عدد الطلاب المشاركين في ورش العمل أو الفعاليات التوعوية:
الهدف: الوصول إلى 1000 طالب على الأقل
- عدد الطلاب اللذين حملوا أو استخدموا أدوات التخطيط المالي:
مثل: جدول الميزانية، تطبيق خاص بالمصروف، أو كتيب نصائح مالية.
الهدف: 500 تحميل واستخدام على الأقل

انشطة المبادرة

- ورش عمل تفاعلية حضورية أو اونلاين:
 - "كيف تدير مصروفك الجامعي؟"
 - "أخطاء مالية شائعة بين الطلاب وكيف تتجنبها"
- تحدي الـ30 يوم وعي مالي:
 - تحدي بسيط فيه مهام يومية مثل "وفر 5 ريال"
 - "سجل مصروفك اليوم"
 - "اختر بديل أوفر اليوم"
- منصة إلكترونية أو حساب على تويتر/إنستغرام:
 - تقديم نصائح يومية، محتوى تفاعلي، أدوات تحميل، وطرق ادخار عصرية.

مراحل المبادرة

البدء في كلية واحدة
كمشروع تجريبي. تنفيذ
الأنشطة واختبار
المحتوى. جمع التغذية
الراجعة من الطلاب.

قياس المؤشرات. تطوير
الأنشطة حسب التغذية الراجعة.
التفكير بتحويل المبادرة لبرنامج
مستدام بالتعاون مع وزارة
التعليم أو بنك مركزي.

المرحلة الأولى:
التحضير والإعداد

تصميم الهوية البصرية
والشعار. إعداد المواد التعليمية
والمحتوى الرقمي. تجهيز
الشراكات (مع خبراء ماليين،
تطبيقات، مؤثرين شبان).

المرحلة الثانية:
الاطلاق التجريبي

توسيع المبادرة لباقي
كليات الجامعة. تفعيل
الحملة الإعلامية على
السوشيال ميديا. إطلاق
تحديات وجوائز تحفيزية.

المرحلة الثالثة:
التوسع والترويج

المرحلة الرابعة:
التقييم والتحسين

مدة المبادرة

من 8 اشهر إلى سنة

القيمة المضافة

1. موجهة خصيصاً للطلاب الجامعيين بأسلوب يناسبهم
2. أسلوب تفاعلي وممتع بعيد عن المحاضرات الجافة
3. رحلة نحو الاستقلال المالي تبدأ من الجامعة
4. قابلة للقياس والتوسع بسهولة





فريق عمل



شركاء داعمين:

الجامعة (لتنفيذ الأنشطة)
البنوك أو الشركات المالية
(لتقديم محتوى موثوق)



أدوات تنفيذية:

نماذج جاهزة للطباعة أو التوزيع
(خطة مالية، ميزانية، نصائح...)
تجهيز عروض بوربوينت للورش
فيديوهات قصيرة أو إنفوجرافيكس
تعليمية



ميزانية تقديرية:

تصميم وطباعة المواد
تسويق رقمي
مكافآت للمشاركين
وأجور المدربين أو
المتعاونين

متطلبات التنفيذ

فريق المبادرة

1. قائد المبادرة / مدير المشروع

2. مختص في التثقيف المالي

3. مسؤول محتوى رقمي

4. مصمم جرافيك

5. مسؤول علاقات جامعية



التكلفة التقديرية

- تصميم وطباعة المواد التوعوية (بوسترات، كتيبات، أوراق عمل) 2,000
- إنتاج محتوى رقمي (فيديوهات قصيرة، إنفوجرافيك، منشورات سوشيال ميديا) 5,000
- ورش عمل حضورية أو اونلاين (قاعات، تجهيزات، مدربين) 10,000
- تسويق وإعلانات رقمية (على إنستغرام، تويتر، سناب) 2,000
- جوائز بسيطة للمشاركين (بطاقات شراء - هدايا رمزية) 3,000
- التكلفة الإجمالية: حوالي 22 الف ريال



- شراكات مع بنوك أو جهات مالية: مثل بنك التنمية الاجتماعية أو البنوك التجارية (الراجحي - الإنماء - الأهلي).
- رعاة من القطاع الخاص: شركات تقنية - تطبيقات مالية - متاجر إلكترونية.

- دعم حكومي أو من جهات غير ربحية: مثل: وزارة التعليم - وزارة الموارد البشرية - هيئة تطوير المهارات - مؤسسة مسك، أو التقديم على حاضنات برامج شبابية أو منصات تمويل مبادرات مثل "مكان الابتكار".

مصادر التمويل

افكار تسويقية

1. هوية شبابية عصرية: تصميم شعار لافت بألوان طلابية
2. تحديات شهرية شبابية: تحدي "يوم بلا صرف" يشارك فيه الطلاب ويصورون تجربتهم.
3. حسابات نشطة على السوشيال ميديا: فيديوهات قصيرة (60 ثانية) بعنوان: "وش تسوي لو خلص مصروفك؟"
4. مسابقات أسبوعية: سؤال مالي بسيط في الإنستغرام أو تويتر اللي يجاوب يدخل سحب على بطاقات شراء



عدد الطلاب المشاركين في ورش العمل أو الفعاليات التوعوية: الهدف:
الوصول إلى 1000 طالب على الأقل

عدد الطلاب اللذين حملوا أو استخدموا أدوات التخطيط المالي: مثل:
جدول الميزانية، تطبيق خاص بالمصرف، أو كتيب نصائح مالية. الهدف:
500 تحميل واستخدام على الأقل

عدد المواد التوعوية المصممة : 30 إنفوجرافيك + 10 فيديوهات

المخرج النهائي