

تصميم مبادرة نوعية

الوعي المالي

اسم المشاركة:
شهد نايف العنزي

المشكلة المحددة

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

الفئة المستهدفة

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

الفكرة الأولية

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 ماليًا بأهمية التخطيط المالي الشخصي يعرف كيف يدير فلوسه، يدخر جزء منها، ويبدأ رحلته نحو الاستقلال المالي ويتخذ قرارات مالية أكثر وعيًا بما يتناسب مع مرحلة الطالب الجامعي.

الآثار

زيادة الوعي بالاستهلاك الذكي	تحسين المهارات المالية الشخصية	على الفرد
الوقاية من الوقوع في الديون	بناء عادات مالية صحية	
تقليل العبء المالي على الأسر	بناء جيل واعٍ ماليًا	على المجتمع
المساهمة في الاستقرار المالي الوطني	تشجيع السلوك الاستهلاكي المسؤول	

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

المشكلة

ارتفاع نسبة السلوك الاستهلاكي العشوائي	انخفاض الوعي المالي بين طلاب الجامعات	الأسباب
الضغوط المالية المتزايدة على الأسر	عدم إدراج الثقافة المالية ضمن المناهج الجامعية	
تشجيع ثقافة ريادة الأعمال والإنتاج بدلاً من الاستهلاك فقط	التوجه الوطني نحو رفع جودة الحياة وتمكين الأفراد	
وجود فجوة بين التعليم الأكاديمي والمهارات الحياتية	قلة المصادر المالية للطلاب	

التحليل عبر أداة SWOT

- ضعف الالتزام أو الحضور من قبل بعض الطلاب للمحتوى التوعوي.
- احتمال تشابه المبادرة لاحقًا مع مبادرات أخرى مما يقلل تميّزها إذا لم يتم تجديدها وتطويرها باستمرار.
- قلة الميزانية أو دعم الرعاة إن لم يتم تسويقها بشكل جيد.

- ضعف وعي بعض الجامعات بأهمية التثقيف المالي مما قد يؤخر التفاعل معها.
- الحاجة لفريق مؤهل لتنفيذ المبادرة بشكل متقن ومؤثر.
- عدم وجود مادة علمية موحّدة قد يؤدي لتفاوت مستوى المحتوى بين جامعة وأخرى.
- صعوبة قياس الأثر المالي بدقة على المدى القصير.

نقاط الضعف

التحديات



نقاط القوة

الفرص

- مبادرة نوعية وهادفة تلمس حاجة حقيقية عند طلاب الجامعات.
- لغة شبابية وأسلوب عصري يجذب الفئة المستهدفة بسهولة.
- سهولة التنفيذ داخل البيئة الجامعية بتكاليف منخفضة نسبيًا.
- إمكانية التعاون مع جهات كثيرة مثل البنوك، الجمعيات، وحتى المؤثرين.
- دعم أهداف رؤية السعودية 2030 في جانب التمكين المالي وجودة الحياة.

- رغبة المجتمع في رفع الوعي المالي خاصة بعد التحديات الاقتصادية الأخيرة.
- دعم من مؤسسات حكومية وخاصة لمبادرات التوعية المالية (مثل البنك المركزي، وزارة التعليم، الشركات المالية).
- إمكانية تطوير المنصة لتصبح مشروع وطني مستدام أو تطبيق ذكي مستقل.
- فتح باب الشراكات مع منصات تسوّق رقمية لتقديم خصومات أو مكافآت للطلاب المشاركين.

صياغة العناصر الأساسية

أسم المبادرة	(الوعي المالي)
فكرة المبادرة	هي مبادرة نوعية توعوية موجهة لطلاب الجامعات في المملكة العربية السعودية، تهدف إلى تعزيز الوعي المالي لديهم، وتمكينهم من مهارات الإدارة المالية الشخصية، والادخار، والتخطيط المالي السليم، بما يتناسب مع احتياجاتهم وظروفهم الدراسية. المبادرة تسعى لبناء جيل جامعي واع ماليًا، قادر على اتخاذ قرارات مالية ذكية، ومستعد للحياة العملية والاستقلال المادي.
الأهداف 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 وعيًا 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

1. عدد الطلاب المشاركين في ورش العمل أو الفعاليات التوعوية:
الهدف: الوصول إلى 1000 طالب على الأقل
2. 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

أنشطة المبادرة

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

مراحل المبادرة

- المرحلة الأولى: التحضير والإعداد (شهر)
- تصميم الهوية البصرية والشعار.
 - إعداد المواد التعليمية والمحتوى الرقمي.
 - تجهيز الشراكات (مع خبراء ماليين، تطبيقات، مؤثرين شبان).
- المرحلة الثانية: الإطلاق التجريبي (شهرين)
- البدء في كلية واحدة كمشروع تجريبي.
 - تنفيذ الأنشطة واختبار المحتوى.
 - جمع التغذية الراجعة من الطلاب.

مراحل المبادرة

المرحلة الثالثة: التوسع والترويج (3 أشهر)

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

المرحلة الرابعة: التقييم والتحسين

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

مدة المبادرة

من 8 أشهر إلى سنة

القيمة المضافة

1. موجهة خصيصًا 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

متطلبات التنفيذ

1. فريق العمل
2. شركاء داعمين:
 - الجامعة (لتنفيذ الأنشطة)
 - البنوك أو الشركات المالية (لتقديم محتوى موثوق)
3. أدوات تنفيذية:
 - نماذج جاهزة للطباعة أو التوزيع (خطة مالية، ميزانية، نصائح...)
 - تجهيز عروض بوربوينت للورش
 - فيديوهات قصيرة أو إنفوجرافيكس تعليمية
4. ميزانية تقديرية:
 - تصميم وطباعة المواد
 - تسويق رقمي
 - مكافآت للمشاركين وأجور المدربين أو المتعاونين

فريق المبادرة

1. قائد المبادرة / مدير المشروع
2. مختص في التدقيق المالي أو شريك مالي (بنك - مدرب معتمد)
3. مسؤول محتوى رقمي
4. مصمم جرافيك
5. مسؤول علاقات جامعية وتواصل خارجي

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 أونلاين (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

مصادر التمويل

1. شراكات مع بنوك أو جهات مالية: مثل بنك التنمية الاجتماعية أو البنوك التجارية (الراجحي - الإنماء - الأهلي).
2. رعاية من القطاع الخاص: شركات تقنية - تطبيقات مالية - متاجر إلكترونية.
3. 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".

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 خالص مصروفك؟"
4. مسابقات أسبوعية: سؤال مالي بسيط في الإنستغرام أو تويتر اللي يجاوب يدخل سحب على بطاقات شراء



المخرج النهائي

- 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