



إنجاح
التمويل
بالغ الصغر



إنجاح التمويل بالغ الصغر للشباب: إدارة تنوع المنتجات

15-11 ديسمبر / كانون الأول 2016

القاهرة، مصر

م د ت
المركز الدولي للتدريب

بدعم من:

Canada



منظمة
العمل
الدولية

إنجاح التمويل بالغ الصغر للشباب: إدارة تنوع المنتجات

لطالما قام مركز التدريب الدولي لمنظمة العمل الدولية في تورينو، بإيطاليا، بتطوير وتقديم مناهج تدريب على الإدارة لما يزيد عن أربعة عقود. بذل مركز التدريب الدولي لمنظمة العمل الدولية جهوداً جهيدة في هذا الشأن عند انضمامه لبرنامج التمويل الإجتماعي وذلك تطوير البرنامج التدريبي لإدارة إنجاح التمويل بالغ الصغر.

«في الوقت الحالي، يتنامى الإعتراف بأنه ليس بالضرورة أن يكون كافة الفقراء من رواد المشاريع ولكن يتطلب بل ويستخدم كافة الفقراء مجموعة متنوعة من الخدمات المالية. يكمن التحدي في فهم هذا المطلب وتلبيته فيما بين نسبة السكان الفقيرة والنائية المتزايدة».

الوصول إلى الجميع (2008)

معلومات حول هذا البرنامج التدريبي



من الممكن للوصول إلى الخدمات المالية أن يساعد الشباب في أن يصيروا نشطاء اقتصاديًا، ويبدأوا في مشاريعهم الخاصة، ويقوموا بتمويل التعليم وإدارة المخاطر. غير أن القليل من برامج التمويل بالغ الصغر تستهدف الشباب على نحو فعال. وغالبًا ما تجنّب فعليًا وجود الشباب ضمن محافظ القروض الخاصة بها.

«تحيط الشكوك بمسألة استمرارية برامج التمويل بالغ الصغر للشباب. بيد أنه يظهر بالدليل أن العملاء من الشباب أصبحوا مقبولين لدى البنوك كما يظهر بالدليل أن اتباع منهج مبتكر يحيد قليلا عن التمويل بالغ الصغر للكبار بات أمرًا ضروريًا».

ناجاراجان (2005)

تم تصميم الدورة التدريبية المعنية «إنجاح التمويل بالغ الصغر للشباب: إدارة تنوع المنتجات» وذلك بغرض تحقيق الأهداف الخمسة الآتية:

- رفع الوعي بشأن الفرص والمخاطر التي توفرها تنوع المنتجات
- استكشاف الخيارات المتاحة للتحسين من وصول مؤسسات التمويل بالغ الصغر للشباب من خلال تنوع المنتجات
- توجيه عملية تطوير استراتيجيات الوصول المستهدف لشرائح السوق ذات الأولوية من الشباب
- توفير أدوات لإدارة تنوع المنتجات بنجاح
- تشجيع المزيد من الإدارة الفعالة لمحافظ منتجات مؤسسات التمويل بالغ الصغر مع مرور الوقت

هذه النسخة من الدورة التدريبية العامة التي تركز على الشباب «إنجاح التمويل بالغ الصغر: إدارة تنوع المنتجات» قد تم تصميمها من أجل المدراء متوسطي وكبار المستوى بمؤسسات التمويل بالغ الصغر. تعتبر هذه الدورة ذات صلة بالمؤسسات التي قامت بالفعل بعملية التنوع وتبحث عن طرق لإدارة تنوعها بشكل أكثر فاعلية، بالإضافة إلى المؤسسات التي لم تقم بالتنوع بعد وتبحث عن التوجيه بشأن موقع وكيفية البدء. كما تعتبر هذه الدورة ذات منفعة لوكالات

مركز التدريب الدولي لمنظمة العمل الدولية والبرنامج التدريبي للتمويل بالغ الصغر الخاص به

تستثمر منظمة العمل الدولية في التمويل بالغ الصغر ولا سيما في بناء قدرات مدراء مؤسسات التمويل بالغ الصغر، وذلك لأنها ترى أن التمويل بالغ الصغر يستطيع مساعدة المنظمة في تحقيق رؤيتها الخاصة بالعمل اللائق للجميع. توفر منتجات الإئتمان والإيجار بالغ الصغر فرصًا للإستثمارات الصغيرة والمتمثلة في التوظيف الذاتي وخلق فرص عمل. كذلك تعتبر قروض الطوارئ، والمدخرات والتأمين بالغ الصغر بمثابة الوسائل المتوفرة للفقراء والشباب من أجل التكيف بشكل أفضل مع المخاطر. عند تقديم التمويل بالغ الصغر من خلال النماذج القائمة على المجموعات فإنه يستطيع أن يوفر الفرص للفقراء حتى يقوموا بالتنظيم والتعبير عن آرائهم. وإن بعض مؤسسات التمويل بالغ الصغر، لا سيما تلك التي تتشارك مع فاعلين آخرين من القطاعين العام والخاص سعيًا لتحقيق رسالة اجتماعية، تثبت بشكل فعال من عمل الأطفال والعمل بالسخرة، وتساعد رواد المشاريع على النمو وإتخاذ طابعًا رسميًا.

التمويل ولمقدمي المساعدات الفنية الذين يحاولون دعم مجهودات التنوع الخاصة بمؤسسات التمويل بالغ الصغر.

نظرة عامة على المنهج الدراسي للدورة التدريبية



1. **الإعداد للتنوع.** يساعد هذا الجزء التقديمي المدراء في فهم التنوع، والفرص والمخاطر التي يعرضها، وكيف تستطيع مؤسسات التمويل بالغ الصغر الإعداد للتنوع بنجاح. تقوم الوحدة الدراسية الأولى بتعريف تنوع المنتجات ومفهوم مزج المنتجات الإستراتيجي. كما أنه يستكشف الأسباب العديدة التي تريد مؤسسات التمويل بالغ الصغر بمقتضاها تطوير منتجات واسواق جديدة، غير أنها أيضًا ترفع الوعي بشأن الضرر الذي من الممكن للتنوع أن يتسبب فيه. ثم تقوم الوحدة الدراسية الثانية باستكشاف كيفية إدارة تطوير المنتجات وخصوصًا كيفية إدارة المخاطر التي تنطوي عليها العملية. تُقدم الوحدة الدراسية الثالثة من هذه الدورة على مدار يوم وتركز على تطوير الأسواق الجديدة ولا سيما على الإستهداف الناجح لشريحة السوق من الشباب. وتوضح كيف يستطيع المدراء استخدام تجزئة السوق حتى يقوموا بفهم الأنواع الجديدة من العملاء وتقديم الخدمة لهم على النحو الأفضل. يتدرب المشاركون على توصيف شريحة السوق ذات الأولوية من الشباب، واستكشاف أدوات بحوث الأسواق والتي تثبت فاعليتها لجمع المعلومات من الشباب وكذلك تحليل استراتيجيات الإتصال والتي من خلالها تستطيع مؤسسات التمويل بالغ الصغر خدمة الشباب بشكل مستدام.

2. **خيارات المنتجات.** إن مؤسسات التمويل بالغ الصغر التي ترغب في التنوع سوف تجد أن لديها الكثير من الخيارات حتى تنتقي منها. تناقش العديد من الوحدات الدراسية أنواع مختلفة من المنتجات التي تستطيع مؤسسات التمويل بالغ الصغر تقديمها للإتساع بنطاق وصولها إلى الشباب. تقوم ثلاث وحدات دراسية بالتناول التفصيلي لخصائص ومتطلبات الإدخارات، والقروض والخدمات غير المالية باستخدام أمثلة من مؤسسات التمويل بالغ الصغر من حول العالم وذلك لتوضيح التفاوتات في الطريقة التي من الممكن بها تقديم المنتجات إلى الشباب. إن التحديات والمخاطر

الرئيسية المرتبطة بكل من تلك الأنواع الثلاثة للمنتجات قد تم تناولها بالنقاش بالإضافة إلى أمثلة للإستراتيجيات التي استخدمتها مؤسسات التمويل بالغ الصغر لإدارة مثل هذه التحديات والمخاطر. وتساعد وحدة دراسية محددة للخدمات المالية الأخرى في الإتساع بشكل أكبر بالخيار الذي قد يتوفر للمدراء لإتخاذ القرار بشأن المنتجات التي سيقوموا بتقديمها. يساعد ذلك في توضيح مدى توظيف الإيجاب، والتأمين بالغ الصغر والتحويلات المالية فضلا عن مناقشة مدى مغزى تقديم الخدمة وتطبيقها باستخدام التكنولوجيات المتنقلة.

3. **التنوع بنجاح.** بعد استكشاف العديد من تركيبات المنتجات والخدمات التي تستطيع مؤسسات التمويل بالغ الصغر تقديمها حتى تفي باحتياجات شرائح السوق من الشباب على نحو أفضل، يعود هذا الجزء إلى تناول موضوع الإدارة. فتنظر واحدة من الوحدات الدراسية في الدور الهام الذي تلعبه الشراكات في مساعدة مؤسسات التمويل بالغ الصغر ذات الأشكال المتباينة حتى تتنوع بفاعلية وكفاءة. تقوم الوحدة الثانية في هذا الجزء بفحص مهمة إدارة حافظة المنتجات وتساعد المشاركين في فهم أن القرارات التي يتخذونها لزيادة الوصول إلى الشباب لمن شأنها أن تؤثر على منتجاتهم واسواقهم القائمة بالفعل. وتحفزهم الوحدة الدراسية على السعي إلى سوق الشباب بالشكل الذي يزيد من النجاح الكلي لمؤسسة التمويل بالغ الصغر.

4. **تصميم استراتيجية اتصال للشباب.** هذا الجزء الرابع والأخير من الدورة التدريبية يقوم بتجميع كل ما تعلمه المشاركون خلال الجلسات السابقة وذلك من أجل تصميم استراتيجية اتصال لشريحة السوق من الشباب مصدر الإهتمام. ويتناقشوا في كيفية تحديد الإحتياجات ذات الأولوية للشباب، وذلك لفحص الإحتياجات التي من الممكن تلبيتها من خلال منتجات مؤسسات التمويل بالغ الصغر القائمة بالفعل، وتوصيل قيمة ذلك للشباب بالأسلوب الذي يرتبط بهم وكذلك توفير المنتجات بالشكل الذي يستطيع الشباب الوصول إليه ويجدوه مريحًا. إن الوحدات الدراسية بهذا الجزء ترفع الوعي بشأن القضايا التي تحتاج إلى التناول وتقدم مقترحات محددة لموامة الثقافة المؤسسية، وإعادة توزيع المسؤوليات، وتمكين الموظفين، والتواصل مع العملاء، وكذلك

التاريخ: 11-15 ديسمبر / كانون الأول 2016

المكان: القاهرة، مصر

PLEASE REGISTER ONLINE HERE:

<http://intranetp.itcilo.org/SHF/A159424/en>

Deadline for applications:

10 November 2016

المساعدة في تحديد استراتيجيات للتغلب على التحديات الرئيسية الكامنة في عملية خدمة الشباب.

باستخدام مبادئ تعلم الكبار، تعتمد الدورة التدريبية على الأنشطة، والتمرينات ودراسات الحالة لمساعدة المشاركين في تطبيق المفاهيم التي يتعلموها. وعلى مدار الدورة التدريبية يحصل المشاركون على العديد من الفرص لتطوير خطة عملهم، وهذا النهج المتعلق بخطة العمل يركز على تحديد الخطوات العملية التي يتسنى للمشاركين إتخاذها في منظماتهم فيما يتعلق بتصميم استراتيجية الإتصال بالشباب وإدارة تنوع المنتجات.

جدول الدورة التدريبية. يحتوي البرنامج على 40 ساعة تدريبية، موزعة على النحو التالي

اليوم 5	اليوم 4	اليوم 3	اليوم 2	اليوم 1	
استراتيجية التقديم استراتيجية التواصل	3. التنوع بنجاح بناء وإدارة الشركات إدارة حافظة المنتجات	2. خيارات المنتجات المدخرات القروض	استهداف شريحة السوق من الشباب	1. الجلسة الافتتاحية الإعداد للتنوع فهم التنوع	الصباح
استراتيجية العلاقات الجلسة الختامية	4. تصميم استراتيجية اتصال بالشباب استراتيجية المنتج	خدمات مالية أخرى	استهداف شريحة السوق من الشباب	فهم التنوع إدارة تطوير المنتجات	بعد الظهر

للمزيد من المعلومات حول اللوجيستيات:

للمزيد من المعلومات حول المحتوى:

بريهان توفيق

tawfik@ilo.org

ستيفانيا بيرنيولا

+390116936318
s.perniola@itcilo.org

مجدي وهبة

wahba@ilo.org

مرجارتا لالايان

+390116936530
m.lalayan@itcilo.org

www.itcilo.org

حقوق الطبع محفوظة للمركز الدولي للتدريب لمنظمة العمل الدولية، 2016. كل الحقوق محفوظة.
قام بالطبع المركز الدولي للتدريب لمنظمة العمل الدولية، تورينو، إيطاليا.

باستعمال ورق حاصل على العلامة البيئية الأوروبية، رقم التسجيل: FR/011/002، قدمته شركة إنترناشيونال بيير.