



Digital Financial Inclusion: An Imperative in Islamic Finance

 Seyed Fakhreddin Fakhrrhosseini ¹, Meysam Kaviani ² 

1. Associate Professor, Department of Market and Business, Ka.C, Islamic Azad University, Karaj, Iran. Email: f.hossini@toniau.ac.ir

2. Corresponding Author, Assistant Professor, Department of Market and Business, Ka.C, Islamic Azad University, Karaj, Iran. Email: meysamkaviani@gmail.com

Article Info

Article type:

Research Article

Received: 17 August 2022

Received in revised form: 19 April 2024

Accepted: 12 July 2025

Available online: 12 July 2025

Keywords

Islamic finance; digital services; financial inclusion

Abstract

One of the foremost challenges in global policy is the lack of financial-service access for vulnerable and needy groups, which has elevated financial inclusion to a worldwide concern. Designing innovative financial-service models for the poor remains a pressing challenge, and financial inclusion is now recognized as a key driver of poverty alleviation, enabling low-income individuals to participate and benefit from economic growth. Several countries have achieved notable progress in their financial systems, including banking and insurance, and by rolling out digital financial services they have assumed central roles in financial-inclusion initiatives. Models of financial inclusion such as mobile money and other digital financial services can underpin economic growth and support developmental goals. In developing countries these models act as primary engines of growth by creating employment, boosting business productivity, and fostering entrepreneurship. Digital technologies can markedly reduce financial exclusion and, especially through financial technology (fintech), make inclusion more accessible, helping millions to lift themselves out of poverty. Despite these advances, many Islamic nations, including Iran, still confront challenges in extending banking services to large unbanked populations and in deploying digital insurance technologies, even though Iran ranks favorably among Asian and many European countries in this regard.

Cite this article: Fakhrrhosseini, S., F.; Kaviani, M. (2025). Digital Financial Inclusion: An Imperative in Islamic Finance, *Islamic Economics Doctrines*, 1(2), 233-266.
<https://doi.org/10.30513/ied.2025.4719.1195>





شمولیت مالی دیجیتالی؛ ضرورتی اجتناب ناپذیر در مالی اسلامی

سید فخرالدین فخرحسینی^۱، میثم کاویانی^۲

۱. دانشیار، گروه مالی، دانشکده بازار و کسب و کار، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران. رایانامه: f.hossini@toniau.ac.ir

۲. نویسنده مسئول، استادیار گروه مالی، دانشکده بازار و کسب و کار، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران. رایانامه: meysamkaviani@gmail.com

چکیده

یک مسئله در سیاست جهانی، فقدان فرصت برای دسترسی به خدمات مالی توسط گروه‌های آسیب‌پذیر و نیازمند است که منجر به تبدیل شدن موضوع شمولیت مالی (فراگیری مالی) به یک نگرانی جهانی شده. یافتن یک مدل خدمات مالی نوآورانه برای فقرا، یک چالش فوری است. شمولیت مالی عامل مهمی برای فقر محسوب می‌شود، زیرا افراد کم‌درآمد اکنون می‌توانند با افزایش رشد اقتصادی از خدمات مالی برخوردار شوند. برخی از کشورها پیشرفت چشمگیری در سیستم مالی، از جمله امور بانکی و صنعت بیمه داشتند و با دستیابی به خدمات مالی دیجیتال توانستند در مرکز طرح‌های مشارکت مالی قرار بگیرند. مدل‌های شمولیت مالی شامل خدمات سیار و سایر خدمات مالی دیجیتال می‌توانند از رشد اقتصادی و دستیابی به اهداف توسعه‌ای حمایت کنند و به‌ویژه در کشورهای درحال توسعه، با ایجاد اشتغال، افزایش بهره‌وری کسب‌وکار و کارآفرینی و کمک به اقتصاد، یکی از محرک‌های اصلی رشد اقتصادی معرفی شده است. فناوری‌های دیجیتال می‌توانند به طور قابل توجهی محرومیت مالی را کاهش و به طور خاص از طریق فین‌تک (فناوری مالی)، شمولیت مالی را آسان‌تر نمایند تا به میلیون‌ها نفر کمک کنند از فقر خارج شوند. با توجه به موارد فوق، کماکان بسیاری از کشورهای اسلامی از جمله کشور ایران برای دستیابی به بخش‌های بزرگی از جمعیت بدون بانک و همچنین خدمات فناوری بیمه خود با چالش‌هایی مواجه هستند، در حالی که کشور ایران در بین کشورهای آسیایی و حتی بیشتر کشورهای اروپایی وضعیت مناسبی دارد.

اطلاعات مقاله

نوع مقاله: پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۵/۲۶

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۱/۳۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۴/۲۱

تاریخ انتشار برخط: ۱۴۰۴/۰۴/۲۱

کلیدواژه‌ها

مالی اسلامی، خدمات دیجیتالی، شمولیت مالی.

استناد: فخرحسینی، سید فخرالدین؛ کاویانی، میثم. (۱۴۰۴). شمولیت مالی دیجیتالی؛ ضرورتی اجتناب ناپذیر در مالی اسلامی، آموزه‌های اقتصاد اسلامی، ۲۱(۲)، ۲۶۶-۲۳۳.

<https://doi.org/10.30513/ied.2025.4719.1195>

© نویسندگان.

ناشر: دانشگاه علوم اسلامی رضوی.



مقدمه

امروزه یافتن یک مدل خدمات مالی نوآورانه برای فقرا ضمن این‌که یک چالش سریع محسوب می‌شود، بر این اصل نیز استوار است که فقر شکاف پولی و شکاف دسترسی به ابزارهای مالی است که می‌تواند زندگی را بهبود بخشد. محدودیت مالی می‌تواند رشد اقتصادی را کاهش و حتی نابرابری اقتصادی را تشدید نماید (ویدارواتی^۱ و همکاران، ۲۰۲۲). گروه ۲۰ اقتصاد بزرگ که متشکل از وزرای اقتصاد (دارایی) و مسئولان بانک‌های مرکزی بیست اقتصاد برتر دنیا و همچنین بانک جهانی در تلاش برای کاهش سطح فقر در کشورهای در حال توسعه از طریق افزایش شمولیت مالی هستند (اوزیلی، ۲۰۱۸)^۲. شمولیت مالی به عنوان سیاست مرکزی دولت در بسیاری از کشورهای در حال توسعه و نوظهور محسوب می‌شود. ساهای و همکاران^۳ (۲۰۱۵) بیان می‌کنند که شمولیت مالی استفاده و دسترسی به خدمات مالی قانونی است و منجر به دسترسی جمعیت محروم به محصولات و خدمات مالی می‌شود. انتظار می‌رود شمولیت مالی فقر را کاهش و شکاف اقتصادی یک کشور را به حداقل برساند. شمولیت مالی باعث ایجاد تولید ناخالص داخلی می‌شود. سیستم مالی با مدیریت کارا، شمولیت مالی افراد را بهبود، منجر به فراهم نمودن تسهیلاتی را برای مبادله کالا و خدمات، یکپارچگی بین جامعه و اقتصاد می‌شود و از شوک‌های اقتصادی محافظت می‌کند. شمولیت مالی کماکان برای بسیاری از کشورهایی که نوآوری مؤسسات مالی را هدایت می‌کنند، موضوعی مرتبط است و توسعه فناورانه منجر به تجدید اساسی فرایند و سرمایه تجاری در صنعت خدمات مالی می‌شود (گروه بانک جهانی، ۲۰۱۶)^۴.

از طرفی دیگر طی دو دهه گذشته، صنعت مالی اسلامی در سرتاسر جهان رشد بی‌سابقه‌ای را نشان داده است. دارایی‌های مالی اسلامی در سراسر جهان از ۲/۴ تریلیون دلار در سال ۲۰۱۷ به ۲/۵ تریلیون دلار در سال ۲۰۱۸ افزایش یافته است. انتظار می‌رود این دارایی‌ها تا سال ۲۰۲۴ به ۳/۴ تریلیون دلار برسد (گزارش توسعه مالی اسلامی ICD-Refinitiv، ۲۰۱۹). با این حال، علی‌رغم رشد مالی اسلامی در کشورهای مسلمان و غیراسلامی در سرتاسر جهان، بخش قابل توجهی از جمعیت جهان از خدمات مالی اصلی مستثنا هستند. هدف شمولیت مالی در صنعت مالی

1. Widarwati et al

2. Ozili

3. Sahay et al

4. World Bank Group

اسلامی نیز دستیابی به جمعیت «بدون بانک»^۵ است تا بتوانند به خدمات مالی ازجمله افتتاح حساب‌های پس‌انداز، پرداخت‌های آنلاین، انتقال وجوه و خدمات بیمه دسترسی داشته باشند (هانینگ و جانسن، ۲۰۱۰). بر اساس آمار سازمان خدمات مالی^۶ (OJK، ۲۰۲۰)، شاخص شمولیت مالی اسلامی در سال ۲۰۱۹ نسبت به سال ۲۰۱۶ کاهش یافته و از ۱۱/۱ به ۹/۱۰ کاهش یافته است. همچنین بر اساس آمار این سازمان در مقایسه با سایر بخش‌های مالی، مانند بازار سرمایه (۰/۰۱ درصد)، بیمه (۱/۹ درصد)، صندوق‌های بازنشستگی (۰ درصد)، و رهن فروشی (۰ درصد)، فراگیر در سیستم بانکی همچنان بیشترین درصد (۹/۶ درصد) را دارد (سوفیلدا و همکاران، ۲۰۲۲). اما اخیراً فشارهای زیادی بر بخش‌های مالی صورت گرفته که به منظور اشتغال و افشای برخی از اطلاعاتی است که به عنوان شمولیت مالی شناخته می‌شود. در حال حاضر تقریباً ۲/۵ میلیارد نفر از خدمات مالی استفاده نمی‌کنند و بیش از ۵۰ درصد افراد بالغ موجود در فقیرترین خانواده‌ها نیز بدون بانک می‌باشند (بانک جهانی، ۲۰۱۴). این بدان معناست که بیش از ۱۰۰ میلیون نفر به دلایل مذهبی از داشتن حساب بانکی رسمی محروم هستند (الن^۷ و همکاران، ۲۰۱۶).

با توجه موارد فوق مقاله حاضر قصد دارد به عنوان نقطه شروعی هم از جهت مبانی تئوریک و هم از جهت اهمیت موضوعی شمولیت مالی در تمامی کشورها و خصوصاً کشورهای اسلامی که با چالش بالاتری در این مورد مواجه هستند، عمل نماید و این سؤال مطرح می‌شود که با توجه مطالعات موجود در جهان چرا شمولیت مالی بایستی به عنوان یکی از مباحث مهم در کشور مورد توجه قرار گیرد؟ برای پاسخ به این سؤال این مقاله به صورت تئوریک به تعاریف، مؤلفه‌ها و مطالعات مرتبط با شمولیت مالی و شمولیت مالی دیجیتالی، اصول شمولیت مالی و

5. Unbanked

کسانی هستند که به بانک‌ها یا خدمات مالی اصلی دسترسی ندارند و یک اصطلاح غیررسمی برای بزرگسالانی است که به هیچ عنوان از بانک‌ها یا مؤسسات بانکی استفاده نمی‌کنند. در حالی که اغلب در کشورهای در حال توسعه یک مشکل است، اما در کشورهای توسعه یافته، ازجمله ایالات متحده، تعداد زیادی از بزرگسالان بدون بانک نیز وجود دارد.

6. Financial Services Authority

7. Sofilda et al

8. World Bank

9. Allen et al

چشم‌اندازها، نقش سواد مالی در آن و نهایتاً با مروری بر شمولیت مالی در صنعت بانکداری و بیمه به کارکرد آن در مالی اسلامی و وضعیت آن در کشور ایران پرداخته است.

۱. شمولیت مالی^{۱۰} (FI)

به گفته انگو^{۱۱} (۲۰۱۹) مفهوم شمولیت مالی برای اولین بار توسط لیسون و دریفت^{۱۲} (۱۹۹۶) ظاهر شد، اما به خوبی تعریف نشده بود. بنابراین به جای آن از اصطلاح محرومیت مالی استفاده شد، در حالی که محرومیت مالی فرآیندی است که گروهی از افراد قادر به ورود به سیستم مالی نیستند، تعریف می‌شود. با این حال، درمورد معنای شمولیت مالی نیز بحث‌های زیادی وجود دارد. ساراسواتی و همکاران^{۱۳} (۲۰۲۰) شمولیت مالی را به عنوان تمامی تلاش‌ها برای ارتقای دسترسی عمومی به خدمات مالی با حذف موانع قیمتی و غیرقیمتی تعریف می‌شود. اتحادیه شمولیت مالی^{۱۴} اظهار داشته که شمولیت مالی باید در چهار شاخص، یعنی دسترسی، استفاده، کیفیت و رفاه متمرکز شود. مطابق تعریف ارائه شده توسط این مؤسسه، دسترسی به این موارد، نشانگر امکان دستیابی به خدمات مالی و محصولات از مؤسسات رسمی را نشان می‌دهد (سموعی و همکاران، ۱۳۹۹). به گفته بار و همکاران^{۱۵} (۲۰۰۷)، سیستم شمولیت مالی با توسعه دسترسی به تسهیلات مالی برای افراد یا کسب‌وکار، پس‌انداز، تخصیص اعتبار، و مدیریت ریسک در ارتباط است، که همگی ممکن است سیستم مالی را تعمیق و گسترش دهند. همچنین طبق پژوهش‌های کومار و میشر^{۱۶} (۲۰۱۱) و بونگومین و همکاران^{۱۷} (۲۰۱۷)، ساختارهای مؤسسه مالی مانند دفاتر مرکزی و دفاتر شعب می‌توانند خدمات مالی را به‌ویژه برای گروه‌های روستایی افزایش دهند. مؤسسات مالی می‌توانند توزیع ابزار مالی را با کارایی بیشتری با دفاتر متعدد تسهیل کنند که این امر بر کارایی

10. Financial Inclusion

11. Ngo

12. Leyshon and Thrift

13. Saraswati et al

14. Alliance for Financial Inclusion

15. Barr et al

16. Kumar and Mishra

17. Bongomin et al

سیاست پولی تأثیر می‌گذارد و در نتیجه گفته می‌شود دسترسی سریع باعث افزایش شمولیت مالی می‌شود.

۲. شمولیت مالی دیجیتال^{۱۸} (DFI)

افزایش اقتصاد مبتنی بر اینترنت با استفاده از رسانه‌های دیجیتال، به‌ویژه تلفن همراه منجر به تغییر ساختار توسعه معاملات مالی شده است. خدمات مالی دیجیتال^{۱۹} (DFS) به بخشی اساسی از زندگی روزمره هر فردی تبدیل شده است (ویدارواتی و همکاران، ۲۰۲۲) و نوآوری‌ها در بانکداری (انکونا و همکاران، ۲۰۱۸) و تکثیر پول همراه (GSMA, 2016) فرصت‌هایی را برای رشد خدمات مالی دیجیتال و شمولیت مالی از طریق کانال‌های جایگزین ایجاد کرده است در حالی که بانک‌های تجاری نشان‌دهنده روش سنتی و قابل اعتماد برای یکپارچگی جمعیت بدون بانک در سیستم مالی رسمی در اکثر اقتصادهای نوظهور هستند (ایبونگ و جورج، ۲۰۲۱). در حال حاضر، هیچ توافقی در مورد تعریف شمولیت مالی دیجیتال حاصل نشده است. تعاریف شمولیت مالی دیجیتال توسط پژوهشگران جهانی بسیار کلی بیان شده است و به این نتیجه می‌رسد که از اینترنت و فناوری داده‌های بزرگ برای ارائه خدمات مالی برای گروه‌های محروم و حمایت مالی افراد، شرکت‌ها و دولت‌ها استفاده می‌کند که اثربخش‌تر از شمولیت مالی سنتی است (اوزیلی، ۲۰۱۸)، با این حال، بانکداری در حال تغییر با تغییر ترجیحات و فناوری مصرف‌کنندگان هدایت می‌شود. بانک‌ها از فناوری و نوآوری استفاده می‌کنند تا از طریق مدل‌های نوآورانه و کانال‌های جایگزین، خدمات بانکی نوین را به طور کارا ارائه دهند (ایبونگ و جورج، ۲۰۲۱). جدول (۱) مالکیت حساب در یک مؤسسه مالی یا با ارائه‌دهنده خدمات پول همراه را در برخی از کشورها نشان می‌دهد که کشور ایران با توجه میانگین ۱۱ ساله این بخش در رتبه دهم قرار دارد و از بیشتر کشورهای آسیایی و حتی اروپایی بالاتر بوده است.

18. Digital Financial Inclusion

19. Digital Financial Services

20. Nkuna et al

21. Ebong & George

مالکیت حساب در یک مؤسسه مالی یا با ارائه دهنده خدمات پول همراه (درصد جمعیت بالای ۱۵ سال)						
مقادیر بر حسب درصد است - برخی از کشورهای منتخب و قاره‌ها						
رتبه	میانگین	۲۰۲۱	۲۰۱۷	۲۰۱۴	۲۰۱۱	کشور / سال
۱	۹۹٫۲	۹۹٫۳۲	۹۹٫۵۲	۹۸٫۸۶	۹۹٫۰۶	استرالیا
۲	۹۹	۹۹٫۹۸	۹۹٫۱۴	۹۸٫۷۶	۹۸٫۱۳	آلمان
۳	۹۸٫۵۷	۹۹٫۶۳	۹۹٫۷۳	۹۹٫۱	۹۵٫۸	کانادا
۴	۹۸٫۰۷	۹۹٫۷۶	۹۶٫۳۷	۹۸٫۹۳	۹۷٫۲	انگلستان
۵	۹۷٫۴۵	۹۸٫۴۹	۹۸٫۲۴	۹۶٫۶۵	۹۶٫۴۲	ژاپن
۶	۹۶٫۷	۹۹٫۲۴	۹۴	۹۶٫۵۸	۹۶٫۹۸	فرانسه
۷	۹۵٫۷۳	۹۸٫۳	۹۳٫۷۶	۹۷٫۵۸	۹۳٫۲۸	اسپانیا
۸	۹۵٫۲۳	۹۸٫۶۷	۹۴٫۸۵	۹۴٫۳۶	۹۳٫۰۵	کره
۹	۹۲٫۴	۹۴٫۹۵	۹۳٫۱۲	۹۳٫۵۸	۸۷٫۹۶	ایالات متحده
۱۰	۸۷٫۴۸	۸۹٫۹۸	۹۳٫۹۸	۹۲٫۲۸	۷۳٫۶۸	ایران
۱۱	۸۷٫۳۶	۹۷٫۲۹	۹۳٫۷۹	۸۷٫۳۳	۷۱٫۰۱	ایتالیا
۱۲	۸۰٫۱۴	۸۸٫۳۷	۸۵٫۳۴	۸۰٫۶۷	۶۶٫۱۷	مالزی
۱۳	۷۹٫۳۶	۸۵٫۷۴	۸۸٫۲۱	۸۳٫۷۴	۵۹٫۷۳	امارات متحده عربی
۱۴	۷۷٫۷۵	۸۸٫۷۱	۷۹٫۵۳	۷۸٫۹۳	۶۳٫۸۲	چین
۱۵	۶۹٫۵۲	۸۴٫۰۴	۷۰٫۰۴	۶۸٫۱۲	۵۵٫۸۶	برزیل
۱۶	۶۴٫۲۴	۷۴٫۰۹	۶۸٫۵۹	۵۶٫۶۸	۵۷٫۶	ترکیه
۱۷	۳۹٫۰۷	۵۱٫۷۶	۴۸٫۸۶	۳۶٫۰۶	۱۹٫۵۸	اندونزی
۱۸	۱۵٫۶۹	۱۸٫۵۷	۲۲٫۶۷	۱۰٫۹۷	۱۰٫۵۵	عراق
۱۹	۱۰٫۸۸	۹٫۶۵	۱۴٫۸۹	۹٫۹۶	۹٫۰۱	افغانستان
۱	۹۴٫۷۳	۹۸٫۵۱	۹۵٫۳	۹۴٫۶۸	۹۰٫۴۲	منطقه اروپا
۲	۷۱٫۹۷	۸۲٫۸۵	۷۳٫۳۹	۷۱٫۸۶	۵۹٫۸۱	شرق آسیا و اقیانوسیه
۳	۶۸٫۷۶	۸۰٫۷۸	۷۰٫۳۷	۶۸٫۹۲	۵۴٫۹۹	آسیای شرقی و اقیانوسیه (به استثنای درآمد بالا)
۴	۵۵٫۰۷	۷۳٫۵۵	۵۵٫۲۴	۵۲٫۰۲	۳۹٫۴۷	آمریکای لاتین و کارائیب
۵	۵۴٫۵۹	۷۲٫۹۵	۵۴٫۴۹	۵۱٫۵۶	۳۹٫۳۹	آمریکای لاتین و کارائیب (به استثنای درآمد بالا)
۶	۴۶٫۰۳	۵۲٫۸۴	۴۷٫۵۱	-	۳۷٫۷۶	خاورمیانه و شمال آفریقا
۷	۴۱٫۴۹	۴۸٫۰۹	۴۳٫۴۲	-	۳۲٫۹۶	خاورمیانه و شمال آفریقا (به استثنای درآمد بالا)
۸	۳۸٫۸۲	۵۵٫۰۷	۴۲٫۶۳	۳۴٫۲۷	۲۳٫۳۳	کشورهای جنوب صحرای آفریقا (به استثنای درآمد بالا)
۹	۳۸٫۸۲۵	۵۵٫۰۷	۴۲٫۶۳	۳۴٫۲۷	۲۳٫۳۳	جنوب صحرای آفریقا

جدول (۱) مالکیت حساب در یک مؤسسه مالی یا با ارائه دهنده خدمات پول همراه

منبع: <https://data.worldbank.org/indicator/FX.OWN.TOTL.ZS>

خدمات مالی دیجیتال ابزاری را برای برآورده کردن این نیازها فراهم می‌کند و می‌تواند سهم بسیار خوبی در رشد اقتصادهای ملی داشته باشد. امور مالی دیجیتال منجر به دیجیتالی شدن محصولات الکترونیکی و خدمات بخش مالی مانند اعتبار، سیستم‌های مبادله الکترونیکی و بانکداری خانگی می‌شود. علاوه بر این، امور مالی دیجیتال دسترسی به بانک‌ها و خدمات آن‌ها مانند سیستم‌های پرداخت و اعتباری که در غیر این صورت به سختی می‌توان به آن دست یافت را فراهم می‌کند (گومبر و همکاران، ۲۰۱۷).^{۲۲} لازم به ذکر است که شمولیت مالی دیجیتالی (DFI) تفاوت چندانی با مفهوم شمولیت مالی (FI) سنتی ندارد و این یک مرحله از توسعه شمولیت مالی است (ویدارواتی و همکاران، ۲۰۲۲) که در آن مفهوم فناوری پیشرفته وارد می‌شود (اوزیلی، ۲۰۱۸). به جهت اهمیت فناوری‌ها و مدل‌های تجاری جدید برای توسعه شمولیت مالی، گروه ۲۰ اصول ۲۰۱۰ را برای شمولیت مالی نوآورانه توسعه داد که اقدامات سیاستی و تلاش‌های ملی را برای تسهیل نوآوری در خدمات مالی تحریک کرد. با تکیه بر اصول ۲۰۱۰، اصول سطح بالای گروه ۲۰ شمولیت مالی دیجیتالی^{۲۳} (HLPs) در سال ۲۰۱۶ که توسط مشارکت جهانی گروه ۲۰ برای شمولیت مالی^{۲۴} (GPFI) ایجاد شده است که با هدف تسریع اقدامات دولت برای هدایت شمولیت مالی از طریق تمرکز بر فناوری‌های دیجیتال، طراحی شده است (مشارکت جهانی گروه ۲۰ شمولیت مالی، ۲۰۱۷).^{۲۵} در سطح بین‌الملل شمولیت مالی دیجیتالی ابزاری مناسب برای فراهم کردن فرصت‌های ارتقای شمولیت مالی با کاهش هزینه‌های خدمات مالی در نظر گرفته شده است (بانک توسعه آسیایی، ۲۰۱۶).^{۲۶} و در سال‌های اخیر به طور گسترده‌ای به عنوان یک موضوع جهانی مورد بحث قرار گرفته است (اوزیلی، ۲۰۱۸)، زیرا به عنوان عامل تغییر در نظر گرفته می‌شود و می‌تواند تحولی انقلابی در کل بخش مالی جهانی ایجاد کند. در همین راستا، جیمی کاروانا،^{۲۷} مدیرکل بانک تسویه بین‌المللی به تحلیلگران مالی جهان گفت:

” (آن‌ها) این فرصت را دارند و در واقع این مسئولیت را دارند تا جهان

22. Gomber et al

23. High Level Principles For Digital Financial Inclusion

24. Global Partnership For Financial Inclusion

25. G20 Global Partnership for Financial Inclusion

26. Asian Development Bank

27. Jamie Caruana

استانداردی را برای ریسک و مزایای ناشی از دیجیتالی شدن خدمات مالی آماده کنند. اساساً، شمولیت مالی دیجیتالی خدمات مالی را نشان می‌دهد که از راه دور و به صورت غیرنقد و با استفاده از دستگاه‌های الکترونیکی مختلف انجام می‌شوند (کلپر، ۲۰۱۷).

با توجه به اهمیت غیر قابل انکار و چشم‌انداز شمولیت مالی دیجیتالی، بانک‌های کشورهای نوظهور آسیایی در مسیر پیاده‌سازی خدمات مالی دیجیتال (مانند فین‌تک، کیف پول الکترونیکی و سایر معاملات‌های غیرنقد) به صورت کامل هستند، اگرچه پیش از این بسیاری از بانک‌های کشورهای مختلف خدمات مالی دیجیتال را به صورت حداقلی راه‌اندازی کرده‌اند و دیگران راه را برای انجام این کار هموار می‌کنند. این به این دلیل است که شمولیت گسترده‌تر در خدمات مالی با دسترسی آسان به بانک‌ها کمک می‌کند تا به ثبات (احمد و مالیک، ۲۰۱۹)، پیشرفت مالی (دمیرگوج کونت و همکاران، ۲۰۱۵)، و شکوفایی بخش مالی جهانی (اقبال و لیولین، ۲۰۰۲) دست یابند. برای دستیابی به خدمات مالی دیجیتال نیاز است تا مؤلفه‌های شمولیت مالی دیجیتالی به شرح موارد زیر مورد بررسی قرار گیرد (ایبونگ و جورج، ۲۰۲۱):

- **دستگاه‌های دیجیتال:** مشتریان یا استفاده‌کنندگان خدمات مالی دیجیتالی باید یک دستگاه دیجیتال مانند تلفن همراه، تلفن هوشمند، لپ‌تاپ یا کامپیوتری که امکان انتقال اطلاعات یا ابزار الکترونیکی را فراهم می‌کند را داشته باشند.
- **نماینده‌های خرده‌فروشی:** نمایندگی‌های خرده‌فروشی، فروشندگان یا نمایندگانی هستند که دستگاه دیجیتالی دارند که به زیرساخت‌های ارتباطی متصل است.
- **خدمات مالی اضافی:** به خدمات مالی اضافی ارائه شده توسط بانک‌ها، غیربانک‌ها یا شرکت‌های فناوری مالی به مشتریان اشاره دارد. آن‌ها شامل محصولات اعتباری،

28. Klapper

29. Ahamed And Mallick

30. Demirgüç-Kunt et al

31. Iqbal And Llewellyn

محصولات پس‌انداز، محصولات بیمه، محصولات سرمایه‌گذاری، محصولات وام مسکن و خدمات مدیریت ریسک می‌باشند.

- **پلتفرم معاملات دیجیتال:** این به رابطه‌ای اشاره دارد که مشتری را به مؤسسه مالی ارائه‌دهنده خدمات مالی خاص مرتبط می‌کند. پلت فرم معاملات دیجیتال ممکن است یک برنامه بانکی، یک نرم‌افزار دیجیتال، یک وب‌سایت اینترنتی یا یک نماینده خرده‌فروشی باشد.
- **سرور پشتیبان:** به زیرساخت مخابرات دیجیتال اشاره دارد که داده‌ها را ذخیره و به صورت الکترونیکی اطلاعات مشتریان را که در مؤسسات مالی نگهداری می‌شوند را قبل از انجام معاملات‌های مالی دیجیتال تأیید می‌کند.

۳. شمولیت مالی دیجیتال و توسعه پایدار

برای دستیابی به اهداف توسعه پایدار، پایداری اقتصادی امری ضروری است که می‌توان از طریق بخش بانکی و سایر بخش‌های مالی تضمین کرد. دستیابی به اهداف توسعه پایدار بدون پُر کردن شکاف سرمایه‌گذاری بزرگ غیرممکن می‌شود. شکاف سرمایه‌گذاری ۲/۵ تریلیون دلاری برای دستیابی به اهداف توسعه پایدار تا سال ۲۰۳۰ وجود دارد (ویلسون، ۲۰۱۶^{۳۲}، ژوئیه)، که می‌تواند توسط بخش بانکی همراه با سایر مؤسسات مالی کاهش یابد (نیکولسکو، ۲۰۱۷^{۳۳}).

سازمان ملل متحد، اهداف توسعه هزاره^{۳۴} (MDGs) و اهداف توسعه پایدار (SDGs) را برای تشویق توسعه پایدار در سرتاسر جهان منتشر کرده که ترکیبی از موضوعات مختلف مانند محیط زیست، معیشت مردم و اقتصاد است. اشتغال پایدار به عنوان بخش کلیدی توسعه پایدار شایسته توجه است، اما مشخص نیست که چگونه می‌توان آن را ایجاد کرد. علاوه بر ارزیابی سیاست‌های خاص، برخی از پژوهشگران به توسعه مالی نیز توجه دارند (گنگ و هی، ۲۰۲۱^{۳۵}). در ۲۷ سپتامبر ۲۰۱۵، سازمان ملل متحد (سازمان ملل متحد) به اتفاق آرا دستور کار ۲۰۳۰ که

32. Wilson

33. Niculescu

34. Millennium Development Goals

35. Geng & He

شامل ۱۷ اهداف توسعه پایدار^{۳۶} (SDGs) با ۱۶۹ هدف است را نوعی نقشه راه و برنامه عملیاتی اجرای دستور کار که دارای بیش از ۲۴۰ شاخص را تشکیل می‌دهد، تصویب کرد. هیچ یک از اهداف توسعه پایدار به صراحت به نقش مالی و شمولیت مالی، به معنای دسترسی و استفاده از خدمات مالی اختصاص ندارد. با این حال، هنگام ورود به جزئیات اهداف واحد، مشخص می‌شود که تأمین مالی و شمولیت مالی نقش مهمی در دستیابی به اهداف توسعه پایدار دارد. در واقع، می‌توان گفت که ابزارها و خدمات مالی از جمله مواردی مانند استقراض، وام، سپرده، مطالبات پرداختنی؛ یارانه و حقوق بازنشستگی؛ و سیستم‌های پرداخت خودکار از جمله عوامل کلیدی اجرای دستور کار هستند (فراتا، ۲۰۱۹).

۴. سواد مالی و شمولیت مالی دیجیتال^{۳۸}

فقدان سواد مالی به عنوان مانع اصلی شمولیت مالی برجسته شده که موانع بیشتر آن در مرکز تورتو (۲۰۱۹) مورد بحث قرار گرفته‌اند و در واقع اشاره شده است که شمولیت مالی کامل فقط زمانی حاصل می‌شود که استفاده‌کنندگان خدمات مالی به طیف وسیعی از خدمات مالی دسترسی داشته باشند. سواد مالی به عنوان محرک کلیدی شمولیت مالی شناخته می‌شود و به عنوان بخش جدایی‌ناپذیر از برنامه سیاست شمولیت مالی بسیاری از کشورها است. حمایت از مصرف‌کننده و سواد مالی می‌تواند با کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و عدم تعادل قدرت بین ارائه‌دهندگان و استفاده‌کنندگان خدمات مالی به بهبود کارایی، شفافیت، رقابت و دسترسی به بازارهای مالی خرده‌فروشی کمک کند.

مزایای سواد مالی دیجیتال به عنوان «ترکیبی از آگاهی مالی، دانش، مهارت‌ها، نگرش و رفتارهای ضروری برای تصمیم‌گیری مالی صحیح و در نهایت دستیابی به رفاه مالی فردی» تعریف شده است که توانایی مصرف‌کنندگان برای استفاده از سواد مالی کسب شده برای تصمیم‌گیری آگاهانه‌تر در مورد مدیریت مالی است. سواد مالی دیجیتال به عنوان «کاربرد سواد دیجیتال و سواد مالی برای امکان استفاده خدمات مالی دیجیتال» تعریف می‌شود. سواد مالی دیجیتال به طور فزاینده‌ای به عنوان یک مؤلفه کلیدی برای رسیدگی به استفاده محدود

36. Sustainable Development Goals

37. Ferrata

۳۸. برگرفته از سواد مالی و شمول مالی دیجیتال: سیاست و عملکرد نظارتی، نوامبر ۲۰۲۲.

زنان از خدمات مالی دیجیتال نیز در نظر گرفته شده است. این تحولات به نیاز و توسعه برنامه‌های آموزش مالی دیجیتال برای بهبود سواد مالی دیجیتال با تمرکز بر مهارت‌های حیاتی لازم برای مشارکت در اقتصاد دیجیتالی اشاره دارد. سواد مالی دیجیتال یک مفهوم چندبعدی است که هم سواد دیجیتال و هم سواد مالی را دربر می‌گیرد و اهداف کلیدی آن ارتقای آگاهی و دانش مصرف‌کننده است:

۱. محصولات و خدمات مالی دیجیتال - درک اولیه از محصولات و خدمات مالی دیجیتال باید مصرف‌کننده را قادر سازد تا عملکردهای اساسی هر محصول و خدمات را درک و درمورد مناسب‌ترین محصول یا خدمات تصمیم‌گیری کند.

۲. ریسک مالی دیجیتال - برای مصرف‌کنندگان مهم است که نسبت به خطرات اضافی که ممکن است هنگام استفاده از خدمات مالی دیجیتال مانند تقلب آنلاین و خطرات امنیت سایبری ایجاد شود حساس باشند. این موضوع در طول همه‌گیری کووید ۱۹ اهمیت ویژه‌ای پیدا کرده، که به دلیل افزایش اتکا به پرداخت‌های غیرنقد یا دیجیتال، شاهد افزایش شدید کلاهبرداری در خدمات مالی دیجیتال بوده است.

۳. کنترل ریسک مالی دیجیتال - مصرف‌کنندگان باید بدانند که چگونه از خود در برابر ریسک ناشی از استفاده از خدمات مالی دیجیتال که شامل آگاهی از ارسال هرزنامه، فیشینگ، و محافظت از شماره شناسایی شخصی (PIN) و سایر اطلاعات شخصی آن‌ها هنگام استفاده از خدمات مالی دیجیتال است، محافظت کنند.

۴. حقوق مصرف‌کننده و رویه‌های جبران خسارت - مصرف‌کنندگان باید بدانند وقتی قربانی کلاهبرداری یا خسارت دیگر می‌شوند چگونه و کجا به دنبال جبران خسارت باشند و حقوق خود را در رابطه با افشای داده‌های شخصی خود و این‌که چگونه و از کجا می‌توانند جبران خسارت کنند را درک کنند.

با توجه به موارد فوق، سواد مالی دیجیتال می‌تواند مصرف‌کننده را قادر سازد تا هم آگاهی و دانشی درمورد انواع مختلف محصولات و خدمات مالی در دسترس (از جمله آن‌هایی که از طریق ابزارهای دیجیتال ارائه می‌شوند) و هم دانش و درک لازم از این‌که کدام ویژگی‌ها مهم‌ترین ویژگی‌هایی است که در هنگام انتخاب مالی باید در نظر گرفته شوند، کسب کند. سطوح بالاتر سواد مالی می‌تواند بسیاری از اهداف مقامات نظارتی ذیل را پشتیبانی کند:

حمایت از مصرف‌کننده - مصرف‌کنندگانی که سواد مالی دارند، توانایی انتخاب بهتر، درک ریسک‌های ناشی از استفاده از محصولات مالی و حقوق آن‌ها در رابطه با این ریسک‌ها را به دست می‌آورند و درک می‌کنند که کجا باید از کانال‌های مناسب به دنبال جبران خسارت باشند.

ایمنی و سلامت مؤسسات مالی - زمانی که مصرف‌کنندگان سواد مالی و دسترسی به اطلاعات مربوطه داشته باشند، اهمیت معامله با مؤسسات مالی سالم را بهتر درک خواهند کرد. اعتماد عمومی - سواد مالی - می‌تواند از اعتماد عمومی و اعتماد به سیستم مالی حمایت کند و زمانی که مصرف‌کنندگان سیستم مالی را درک کنند، می‌توانند به طور فعال در تصمیم‌گیری‌های مالی که بر آن‌ها تأثیر می‌گذارد با اطمینان بیشتری شرکت کنند. بازارهای منصفانه، کارا و شفاف - سواد مالی می‌تواند مصرف‌کنندگان را قادر سازد تا درک، مهارت‌ها و اعتماد به نفس را برای ارزیابی ریسک‌ها، هزینه‌ها و مزایای محصولاتی که برای آن‌ها به بازار عرضه می‌شود، به دست آورند.

تضمین دسترسی ایمن و توسعه بازار - مصرف‌کنندگان بهتر می‌توانند ریسک‌ها را درک و این‌که چگونه محصولات مالی می‌توانند به مدیریت ریسک کمک کنند، به عنوان مثال استفاده مؤثرتر از محصولات پس‌انداز، اعتبار و بیمه.

۵. کووید ۱۹ و شمولیت مالی دیجیتال

در طی همه‌گیری کووید ۱۹، دولت‌ها برای ارائه کمک‌های مالی به شهروندان عجله کرده‌اند و فرصت‌ها و چالش‌هایی را برای توسعه شمولیت مالی ایجاد شده است. به طور فزاینده‌ای، شمولیت مالی دیجیتالی فرصت‌هایی برای توسعه دسترسی با کاهش هزینه‌ها، افزایش سهولت و اجازه به مصرف‌کنندگان برای معاملات از راه دور با استفاده از دستگاه‌های تلفن همراه را ایجاد کرده که در طول همه‌گیری کووید ۱۹ بسیار مهم بوده است. به طور گسترده‌ای درک شده است که تأثیرات این بیماری همه‌گیر بین جمعیت‌ها نابرابر بوده و همچنین نابرابری در دسترسی مالی، بهبودی گروه‌های آسیب‌پذیر و محروم از بحران را دشوارتر می‌کند. در حالی که کووید ۱۹ منجر به پذیرش و استفاده بیشتر از امور مالی دیجیتال شده است، تمامی جوامع یا مصرف‌کنندگان در موقعیتی نبودند که به سرعت به سمت محصولات و خدمات مالی دیجیتال حرکت کنند. مصرف‌کنندگان

به وسایل ارتباطی از جمله تلفن همراه، دسترسی به اینترنت و مهارت‌های دیجیتال برای مدیریت برنامه‌های تلفن همراه و برنامه‌های کاربردی آنلاین برای استفاده از خدمات مالی دیجیتال نیاز داشتند. این ابزارها و مهارت‌ها به طور مساوی در بین جوامع به‌ویژه در بین زنان، جمعیت روستایی و بزرگسالان فقیر، که تمایل دارند شکاف‌هایی را در دسترسی به فناوری‌ها و مهارت‌های دیجیتال نشان دهند توسعه نیافته بود. بر اساس گزارش انجمن GSM، که نماینده صنعت ارتباطات سیار جهانی است، زنان در کشورهای کم‌درآمد به طور متوسط ۲۰ درصد کمتر از مردان دارای تلفن هوشمند یا استفاده از اینترنت تلفن همراه هستند. تحقیقات انجام شده توسط سازمان همکاری و توسعه اقتصادی نشان می‌دهد که در مکزیک و چین تقریباً یک سوم زنانی که دارای تلفن همراه هستند به دلیل نداشتن مهارت‌های دیجیتال از اینترنت تلفن همراه استفاده نمی‌کنند، در حالی که این رقم برای مردان فقط ۱۵ درصد است. سایر عوامل محدودکننده توانایی زنان برای استفاده خدمات مالی دیجیتال بالا شامل شکاف جنسیتی در مالکیت شناسه و طراحی ضعیف محصول است. داده‌های انجمن GSM همچنین نشان می‌دهد که ۶۰۰ میلیون مصرف‌کننده روستایی در مناطق بدون پوشش تلفن همراه زندگی می‌کنند. درآمد همچنین باعث توسعه مهارت‌های دیجیتال می‌شود. به دلیل مشکل در دسترسی (خرید تلفن همراه، داده یا دسترسی به اینترنت) و همچنین از نظر تقاضای محدود و سرمایه‌گذاری در ایجاد مهارت‌های دیجیتال، نوسانات درآمد، شرایط شغلی نامطمئن و هزینه‌های فرصت بالا می‌تواند تمایل مصرف‌کنندگان کم‌درآمد را برای ارتقای مهارت‌های دیجیتالی خود کاهش دهد (بانا و آلم، ۲۰۲۱).

گزارش بانک جهانی از پاسخ‌های سیاست‌گذاری به بیماری همه‌گیر نشان می‌دهد که حداقل ۵۸ دولت در کشورهای در حال توسعه از پرداخت‌های دیجیتالی برای ارائه کمک‌های کووید ۱۹ استفاده کرده‌اند. حداقل ۳۶ کشور این پرداخت‌ها را به حساب‌های کاملاً کاربردی پرداختند که می‌توان از آن‌ها برای پس‌انداز یا معاملات‌ها و صرفاً برداشت مبلغ نقدی استفاده کرد. چنین عملکرد پیشرفته‌ای برای شمولیت مالی حیاتی است.

بخش خصوصی نیز در طی کووید ۱۹ به پرداخت‌های دیجیتال و مالی دیجیتال روی آورد. علی‌رغم انقباض در فعالیت‌های اقتصادی، پول همراه دو برابر سریع‌تر از پیش‌بینی‌ها در سال ۲۰۲۰ رشد کرد و با ۱۲/۷ درصد به ۱/۲ میلیارد حساب رسید. غول جهانی کارت‌های اعتباری

مانند ویزاکارت^{۴۹} (Visa) گزارش داد که بیش از ۱۳ میلیون کاربر برای اولین بار آنلاین شده‌اند. در اوایل سال ۲۰۲۰ (بری، ۲۰۲۰). در آغاز همه‌گیری کرونا، پاگا^{۴۱} (Paga) که ارائه‌دهنده پول همراه است گزارش داد که نیجریه تعداد تجار در شبکه خود را دو برابر کرده و شاهد افزایش ۲۰۰ درصدی در استفاده‌کنندگان فصلی بوده است، در حالی که اورانژ^{۴۲} (Orange) به عنوان یک خدمات پول همراه، شاهد افزایش پرداخت‌های تجاری در سراسر جهان به میزان یک پنجم پی‌پال^{۴۳} (PayPal) بوده است (برگر، ۲۰۲۰). تجارت الکترونیک نیز به سرعت در سطح جهان با ۲۷/۶ درصد رشد کرد، به ویژه در بازارهای نوظهور با منطقه آمریکای لاتین با رشد بیش از ۳۷ درصد پیش‌تاز است (بانک جهانی، ۲۰۲۱).

داده‌هایی که در سال ۲۰۲۱ برای به‌روزرسانی بعدی جهانی فیندکس^{۴۶} جمع‌آوری می‌شود در اوایل سال ۲۰۲۲ منتشر می‌شود که افزایش استفاده از حساب‌های دیجیتال و پرداخت‌ها را بیشتر مستند می‌کند.

۶. شمولیت مالی در صنعت بیمه^{۴۷}

در مورد فعالیت بیمه، شمولیت مالی بر اجازه دادن به گروه‌های کم‌درآمد جامعه برای دسترسی به محصولاتتی که آن‌ها را قادر می‌سازد از جان، سلامت و دارایی‌های خود محافظت

۳۹. شرکت خدمات مالی آمریکایی چندملیتی است، که دفتر مرکزی آن در فوستر سیتی، کالیفرنیا، ایالات متحده آمریکا قرار دارد. این شرکت وظیفه ارائه تسهیلات برای مبادلات مالی الکترونیکی در سراسر جهان را بر عهده دارد، که بیشتر توسط کارت‌های اعتباری و کارت‌های نقدی و با نشان تجاری ویزا انجام می‌شود.

40. Bary

۴۱. Paga یک شرکت پیشرو پول تلفن همراه است که در حال ساخت اکوسیستمی است تا مردم را قادر سازد به صورت دیجیتالی پول ارسال و دریافت کنند و مالی ساده ایجاد کنند.

۴۲. اورانژ اس.ای. شرکت مخابراتی فرانسوی چندملیتی است، که معروف‌ترین نام تجاری شرکت فرانس تلکوم به شمار می‌آید. این شرکت در سطح بین‌المللی، خدمات تلفن همراه، خطوط تلفن ثابت، اینترنت، اینترنت تلفن همراه و همچنین خدمات تلویزیون اینترنتی را، ارائه می‌نماید. این شرکت، دارای بیش از ۲۲۶ میلیون مشترک در سراسر جهان می‌باشد.

۴۳. پی‌پال یک شرکت آمریکایی است که در زمینه تجارت الکترونیکی و سامانه انتقال وجه الکترونیکی آن فعالیت می‌کند. سامانه پی‌پال پرداخت و انتقال وجه را از طریق اینترنت و به صورت آنی ممکن می‌سازد و جایگزین مناسبی برای شیوه‌های سنتی نقل و انتقال وجه نقد همانند چک و حواله پولی است.

44. Berger

45. World Bank

46. Findex

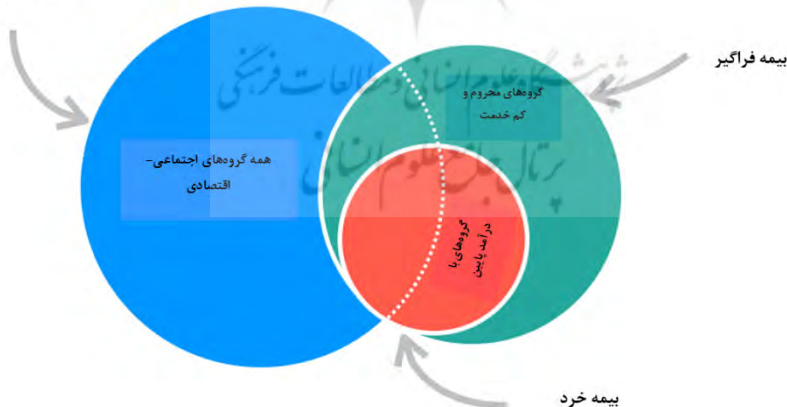
۴۷. مطالب این بخش برگرفته از MAPFRE Economics – 2020 است.

کنند، از طریق فرآیندهای پس‌انداز و جبران خسارت که بخشی ذاتی بیمه است، تمرکز دارد. محصولات در سفر افراد و خانواده‌های کم‌درآمد، که به دنبال خروج از فقر هستند و از شبکه‌های ایمنی ارائه‌شده توسط سیاست‌های اجتماعی دولت فراتر می‌روند، ممکن است با شوک‌هایی مواجه شوند که بر ثروت و ظرفیت‌های درآمدزایی آن‌ها تأثیر بگذارد. در غیاب سازوکارهایی مانند بیمه که امکان انتقال این خطرات و جبران خسارات مربوطه را فراهم می‌کند، پیشرفت‌های این افراد یا خانواده‌ها می‌تواند به طور ناگهانی از بین برود. بنابراین، در بلندمدت، امکان دسترسی به محصولات و خدمات بیمه‌ای ممکن است تفاوت بین خانواده‌هایی باشد که به هدف تحرک اجتماعی دست می‌یابند یا در وضعیت آسیب‌پذیری اقتصادی و اجتماعی باقی می‌مانند.

۷. بیمه بازار انبوه، بیمه فراگیر، و بیمه خرد

در سال‌های اخیر یکی از ابزارهایی که با فرایند شمولیت مالی در بیمه همراه بوده است، بیمه خرد است. اصطلاح «بیمه خرد» برای اشاره به بیمه برای جمعیت‌های کم‌درآمد استفاده می‌شود، که ممکن است در دسته‌بندی گسترده‌تری به نام «بیمه فراگیر» قرار گیرد - بیمه‌ای که برای گروه‌هایی که عموماً توسط بازار بیمه مستثنا شده‌اند یا کمتر از آن‌ها خدمات ارائه می‌کنند (شکل ۱).

بازار انبوه بیمه



شکل ۱: طبقه‌بندی بیمه بازار انبوه و فراگیر

منبع: MAPFRE Economics (with data from IAIS and ASSAL)

در مقابل، «بیمه بازار انبوه» محصولاتی را در بر می‌گیرد که برای فروش از طریق کانال‌های

توزیع گسترده، از نظر جمعیت هدف، و محصولات استاندارد شده‌ای طراحی شده‌اند که به راحتی برای مخاطبان هدف آن‌ها قابل درک است. به عنوان مثال، بیمه درمانی طراحی شده برای توزیع از طریق بازارهای الکترونیکی در ایالات متحده را می‌توان «بیمه بازار انبوه» در نظر گرفت.

بنابراین، جهان بسیار گسترده‌تر از «بیمه فراگیر» و «بیمه خرد» است. با این حال، ذکر این نکته ضروری است که برخی از ویژگی‌های «بیمه بازار انبوه» مانند سادگی و توزیع آسان، کاملاً توسط «بیمه خرد» قابل استفاده است. تا پیش از این، «بیمه خرد» به طور معمول بخشی از مدل‌های کسب و کار اکثر شرکت‌های بیمه سنتی نبود. به نظر می‌رسد دلیل اصلی این واقعیت است که با توجه به سودآوری ضعیف، سازوکارهای توزیع غیرسنتی و مشکلات در برآورد تقاضا، به عنوان یک بازار بالقوه جذاب نیست. با این حال، به نظر می‌رسد دو عامل بر توسعه بیمه خرد در سال‌های اخیر تأثیرگذار بوده است. اولین مورد، تمایل مقامات دولتی برای تحریک رشد آن به عنوان بخشی از طراحی سیاست‌های عمومی ایجاد شده خاص است؛ و دوم فناوری است که می‌تواند دسترسی به گروه وسیعی از بیمه‌شدگان بالقوه (حتی در مناطق روستایی) را با هزینه مناسب تسهیل کند. در آغاز دهه ۱۹۹۰، «بیمه خرد» به عنوان یک ابزار بالقوه در چارچوب برنامه‌های مختلف عمومی و نهادهای بین‌المللی مورد توجه قرار گرفت، زیرا تلاش می‌کند به بهبود شرایط زندگی گروه‌های کم‌درآمدی که به آن اختصاص دارد کمک کند.

بدون شک «بیمه خرد» ابزاری است که می‌توان از آن برای محافظت از آسیب‌پذیرترین جمعیت‌ها، بنگاه‌های کوچک، کشاورزان، دامداران و شرکت‌ها در برابر هزینه‌های غیرمنتظره ناشی از وقوع رویدادی استفاده کرد که با استفاده از تکنیک‌های بیمه‌ای قابل تبدیل شدن به یکدیگر است. در این راستا، این که این مؤسسات آن را در دستور کار خود قرار داده‌اند، فشار بر شرکت‌های بیمه برای گنجاندن آن در عرضه محصولات خود را افزایش می‌دهد. از طریق «بیمه خرد»، تکنیک‌های بیمه به گروه‌های آسیب‌پذیر در برابر خطرات مرگ، تصادف، بیماری، آسیب به دارایی‌ها یا حتی خطرات فاجعه‌بار، با پوشش و هزینه‌های متناسب با شرایط اقتصادی آن‌ها، محافظت می‌شود. پوشش معمولی ارائه شده توسط «بیمه خرد» معمولاً با خطرات با تأثیر بالا و فرکانس پایین همراه است. به این ترتیب، «بیمه خرد» همراه با سایر سیاست‌های اجتماعی و مالی دولت، می‌تواند از این اقشار جمعیتی در مواجهه با وقوع

این نوع حوادث حمایت کند و از ایجاد عقب‌نشینی در مسیر این خانواده‌ها برای افزایش سطح درآمد جلوگیری کند. در بین جمعیت کم‌درآمد، بخشی وجود دارد که خدمات خود را از طریق قراردادهای رسمی کار و ام می‌دهد. بنابراین، معمولاً یک سیستم تأمین اجتماعی اجباری وجود دارد که حوادث، ناتوانی و مرگ را پوشش می‌دهد. به همین دلیل، بیمه‌های خرد بیشترین پتانسیل را دارد که به سمت جمعیت‌های کم‌درآمد متعلق به اقتصاد غیررسمی که در کشورهای نوظهور به‌عنوان گروه هدف برنامه‌های «بیمه خرد» در نظر گرفته می‌شوند. بیشتر اوقات آسیب‌پذیرترین گروه‌ها هستند. در مناطق روستایی یافت می‌شود، که دسترسی به کانال‌های توزیع بیمه سنتی را دشوار می‌کند، زیرا آن‌ها تمایل دارند بر مناطق شهری به دلیل کارایی هزینه تمرکز کنند. با این حال، کانال‌های توزیع دیجیتال جدید به از بین بردن این مانع کمک می‌کنند.

۸. بیمه خرد و موانع شمولیت مالی

شمولیت مالی در بیمه بر ایجاد سیاست‌ها و سازوکارهایی متمرکز است که دسترسی به بیمه را گسترش می‌دهد و حفاظت و جبران در برابر خطرات اساسی (جان، سلامت، حوادث، اموال و مسئولیت) را به گروه‌هایی که از جامعه طرد می‌شوند یا کمتر از آن‌ها خدمت می‌کنند، ارائه می‌کند. بیمه فراگیر با تطبیق سیاست‌های خود به سمت جمعیت محروم و محروم، نه تنها بیمه‌های خرد (که به طور سنتی برای گروه‌های کم‌درآمد در نظر گرفته می‌شود) را در بر می‌گیرد، بلکه همچنین بخشی از بیمه که از طریق سازوکارهای فروش انبوه («بیمه بازار انبوه») ارائه می‌شود، که برای بخش‌های مختلف جمعیت طراحی شده است. «بیمه فراگیر» به دلیل ویژگی‌هایی که دارد، یکی از ابزارهای اصلی برای پر کردن شکاف حفاظتی بیمه^{۴۸} (IPG) در اقتصادهای نوظهور است، زیرا به دو شکل عمل می‌کند. در کوتاه‌مدت، با وارد کردن بخش‌های جدیدی از جمعیت (اعم از محروم یا کم‌خدمت) در سیستم حمایت و جبران خسارت ارائه شده توسط بیمه، تقاضا برای بیمه را افزایش می‌دهد. در همین حال، در افق میان‌مدت‌تر تا بلندمدت‌تر، بیمه فراگیر ابزاری برای آموزش مالی است که توسعه اجتماعی و اقتصادی جمعیت را پیش می‌برد و در نهایت تقاضا برای بیمه را افزایش می‌دهد. با این حال، شمولیت مالی در بیمه با موانع متعددی مواجه است. این موانع را می‌توان برای اهداف تحلیلی به دو دسته طبقه‌بندی کرد: موانعی که

با محدودیت‌های مؤثر بر تقاضای بیمه مرتبط هستند، و موانعی که به جنبه‌های مربوط به عرضه خدمات بیمه مربوط می‌شوند (شکل ۲):



شکل ۲: موانع شمولیت مالی در بیمه

۸-۱. موانع مربوط به تقاضا

در سمت تقاضا، سه مانع اصلی وجود دارد که باید برای دستیابی به شمولیت مالی بیشتر در بیمه برطرف شود: (۱) سطح درآمد پایین جمعیت هدف، (۲) فصلی بودن درآمد موجود، و (۳) سطح پایین آموزش مالی.

اولین مورد از این موانع مربوط به سطح درآمد پایین جامعه هدف، به ویژه در مورد قشر محروم، است که یکی از بزرگ‌ترین چالش‌ها در پر کردن شکاف بیمه است. تا زمانی که درآمد در دسترس خانواده‌ها برای پوشش کافی نیازهای اساسی ناکافی باشد، تأمین محصولات حمایت مالی برای آن‌ها دشوار خواهد بود.

۸-۲. موانع مربوط به عرضه

جنبه دوم مربوط به ماهیت فصلی درآمد موجود است. گروه‌هایی که از حمایت بیمه‌ای در بازارهای نوظهور مستثنا شده‌اند، به دلیل ارتباطشان با بازارهای کار و نوع فعالیت اقتصادی که انجام می‌دهند، معمولاً بر اساس فصلی بسیار درآمد دریافت می‌کنند، که پیامدهایی برای

ویژگی‌های بیمه فراگیر دارد. چرخه محصول، که با محصولات سنتی متفاوت است، و (۴) نیاز به استفاده فشرده از فناوری و دیجیتالی‌سازی به عنوان راه‌هایی برای کاهش هزینه‌های عملیاتی و معاملاتی. دومین مانع مرتبط با عرضه به ویژگی‌های غالب فرایند طراحی محصول بیمه‌ای مربوط می‌شود. مانند مورد قبلی، طراحی محصول «بیمه فراگیر» باید ویژگی‌های خاصی را در نظر بگیرد که لزوماً در فرایند طراحی گزاره‌های ارزش سنتی وجود ندارند. در این راستا، محصولات «بیمه فراگیر» نیاز به برخورد خاصی دارند که از جمله موارد زیر است:

۱. فرایند پیچیده تعیین نرخ (به دلیل فقدان اطلاعات کافی برای اندازه‌گیری خطرات جمعیت هدف).

۲. تعیین پوشش کاملاً تعریف شده و محدود، و همچنین کاهش تعداد و نوع حذف محصول (این امر به ساده‌سازی اجازه می‌دهد و با موضوع آموزش مالی پایین سروکار دارد).

۳. سازوکارهای انعطاف‌پذیر پرداخت حق بیمه (برای مقابله با موضوع درآمد فصلی در دسترس)، و (۴) ایجاد فرایندهای ساده و سریع برای پرداخت جبران ناشی از محصول.

نوآوری نقش مهمی در طراحی محصولات بیمه‌ای فراگیر دارد، زیرا این‌ها محصولاتی هستند که لزوماً نمی‌توانند از محصولات سنتی اقتباس شوند، بلکه به فرمول‌های جدید مناسب برای جمعیت هدف با ویژگی‌های مختلف نیاز دارند. ثالثاً، شمولیت مالی بیشتر نیازمند سازوکارهای توزیع جدید است. تا همین اواخر، کانال‌های توزیع مورد استفاده صنعت بیمه نسبتاً سنتی بودند (نمایندگان و کارگزاران). با این حال، اخیراً ادغام سایر کانال‌ها (بانکداری، توافق نامه با نهادهای تجاری و ارائه‌دهندگان خدمات غیرمالی و همچنین معرفی کانال‌های دیجیتال) تأثیری بر تقویت مفهوم چند کانالی داشته است.

در زمینه «بیمه فراگیر»، فراتر از این هم لازم به نظر می‌رسد. مفهوم چند کانالی باید با سایر روش‌های توزیع (استفاده از مؤسسات مالی خرد، تعاونی‌ها، بانک‌های پس‌انداز روستایی، رهن‌فروشی یا رهن‌فروشی، خبرنگاران بانکی و غیربانکی، قرارداد با ارائه‌دهندگان خدمات مشتری، سازمان‌های غیردولتی، شرکت‌های خدمات عمومی مانند گاز و الکتریسیته) که با شرایط جمعیت هدف سازگاری بیشتری دارد. همه این‌ها به دنبال کاهش هزینه‌های مبادلاتی است و اجازه می‌دهد تا محصولات «بیمه فراگیر» برای جامعه هدف مقرون به صرفه باشد. در نهایت، در چارچوب طراحی

و اجرای سیاست‌های عمومی، جنبه‌های نظارتی به‌ویژه در هنگام تشویق به شمولیت مالی در بیمه مهم است.

۹. نقش فناوری‌های جدید در صنعت بیمه

طبق تعریف، بیمه خرد محصولاتی را در بر می‌گیرد که برای افراد، خانوارها و کسب‌وکار در نظر گرفته شده است که در بخش کم‌درآمد جامعه قرار می‌گیرند. بنابراین، این نوع محصولات با هدف دستیابی به کاهش قابل توجه در هزینه‌های مدیریتی و مبادلاتی و در نتیجه قابل اجرا کردن آن‌ها برای جمعیتی که برای آن در نظر گرفته شده‌اند، باید توسط پایگاه‌های فناوری نوین حمایت شوند. در غیر این صورت، بیشتر حق بیمه باید به پوشش هزینه‌های اداری، هزینه‌های توزیع و حاشیه‌های احتیاطی اختصاص یابد که تنها درصد بسیار کمی را تخصیص می‌دهد. حق بیمه پرداخت مطالبات بدان معناست که بیمه عملکرد متقابل ریسک یا ایجاد پس‌انداز خود را انجام نمی‌دهد و بنابراین ارزشی برای بیمه‌گذاران ایجاد نمی‌کند. در این راستا، پلتفرم‌های فناورانه‌ای که برای تولید و توزیع محصولات استاندارد شده در بازار انبوه ایجاد شده‌اند، می‌توانند از ماندگاری بیمه خرد حمایت کنند. هدف استفاده از این پلتفرم‌های فناورانه تا حد امکان به منظور گنجاندن محصولات در عرضه با پوشش مناسب‌تر جمعیت کم‌درآمد، به دنبال صرفه‌جویی در مقیاس است که اجازه می‌دهد این سیاست‌ها با هزینه معقول صادر شود. توسعه قابل توجه این پلتفرم‌های وب یا برنامه‌های کاربردی تلفن همراه برای خدمات مالی می‌تواند به طور قابل توجهی توزیع بیمه خرد را تسهیل کند. علاوه بر این، همراه با سیستم عامل‌های شرکت‌های بزرگ بیمه و فناوری، دیگر پلتفرم‌های دیجیتال توسعه یافته توسط استارت‌آپ‌ها (مستقل یا با حمایت شرکت‌های فناوری و/یا بیمه بزرگ)، متخصص در این نوع محصولات گروهی و فراگیر در حال ظهور هستند. در واقع، ائتلاف استراتژیک با شرکت‌های مخابراتی (اپراتورهای شبکه تلفن همراه یا MNOs) معمولاً برای توزیع بیمه خرد در بازارهای نوظهور استفاده می‌شود.

برخی از پلتفرم‌های بیمه خرد «همتا به همتا»^{۴۹} (P2P) دارند نیز پدیدار شد. این‌ها به هیچ شرکت

49. peer to peer

شبکه‌ای متشکل از تعدادی کامپیوتر است که در یک شبکه توزیع شده به وسیله اینترنت به یکدیگر متصل شده‌اند. هر کدام از کامپیوترها در این شبکه Node نامیده می‌شوند. معمولاً نودها در شبکه‌های P2P دارای قدرت و وظایف یکسانی هستند.

بیمه‌ای از قبل موجود مرتبط نیستند و برای گروه‌هایی با تقاضاهای بیمه مشابه طراحی شده‌اند و صندوق‌های گروهی را برای خدمت به این بیمه‌گذاران ایجاد می‌کنند. در نظر گرفتن این نوع انجمن‌ها به عنوان شرکت‌های بیمه به چارچوب نظارتی حاکم در هر بازار بستگی دارد. از این منظر فناوری، چندین عنصر وجود دارد که می‌تواند بر توسعه آینده بیمه خرد تأثیر بگذارد که از جمله موارد زیر است:

- پول الکترونیکی (به‌ویژه برای جمعیت‌های بدون بانک).
- اطلاعات به دست آمده از طریق ماهواره‌های مصنوعی و شبکه‌های اجتماعی.
- حسگرها (پوشیدنی، تله متری)، اینترنت اشیا (IoT)
- تماس‌های تصویری (مخصوصاً برای بیمه درمانی).
- خدمات ابری (ذخیره‌سازی داده‌ها و محاسبات).
- تجزیه و تحلیل داده‌های کلان، هوش مصنوعی
- و یادگیری ماشین (چَت ربات‌ها، مدیریت مرکز تماس، قیمت‌گذاری، در میان برنامه‌های کاربردی دیگر).
- پلتفرم‌های دیجیتال (دروب یا از طریق برنامه‌های کاربردی تلفن همراه).
- بلاک چین (هنوز در مرحله اولیه).

فقدان اطلاعات بیمه‌شدگان به عنوان یکی از مسائل مهم در صدور بیمه‌نامه‌های خرد شناخته شده است. بنابراین، این عناصر فناوری ممکن است هنگام تقسیم‌بندی مشتریان از طریق داده‌هایی که ارائه می‌کنند بسیار مفید باشند، زیرا از عدم وجود چنین داده‌هایی که منجر به هزینه‌های اضافی می‌شود، که می‌تواند قیمت محصولات را به طور قابل توجهی افزایش دهد، جلوگیری می‌کند. علاوه بر این، آن‌ها شناسایی دیجیتال بیمه‌گذاران را تسهیل می‌کنند. دریافت، مدیریت و پرداخت مطالبات (از جمله جبران خسارت خودکار بر اساس شاخص‌ها)؛ تجزیه و تحلیل تماس‌های مرکز تماس، چَت بات‌ها، اطلاعات از شبکه‌های اجتماعی؛ کشف تقلب؛ و همچنین پیشگیری و کاهش خطرات و غیره.

۱۰. بانکداری اسلامی و شمولیت مالی

در این بخش برای تحلیل تأثیر بانکداری اسلامی بر شمولیت مالی به چند مطالعه در این زمینه بسنده می‌کنیم. به طور کلی مطالعات نسبتاً کمی وجود دارد که تحلیل کمی تأثیر بانکداری

اسلامی را بر شمولیت مالی برجسته کند. ناسور و همکاران^{۵۰} (۲۰۱۵) شواهد ضعیف و آزمایشی دال بر تأثیر مثبت بانکداری اسلامی بر شمولیت مالی یافتند. مطالعه آن‌ها کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی را به دو دسته تقسیم کرد: کشورهای دارای بانکداری اسلامی و کشورهای بدون بانکداری اسلامی. نتایج نشان داد که کشورهای سازمان کنفرانس اسلامی دارای بانکداری اسلامی دارای سطوح کمی بالاتر از شمولیت مالی هستند. با این حال، هنگامی که عوامل تعیین‌کننده ساختاری شمولیت مالی، مانند درآمد سرانه، اندازه جمعیت، و درجه ثبات اقتصاد کلان به طور کامل در نظر گرفته شد، تفاوت معنی‌داری بین دو گروه مشاهده نشد. مطالعه دیگری (مصطفی و همکاران،^{۵۱} ۲۰۱۸) تأثیر بانکداری اسلامی را بر شمولیت مالی و رشد اقتصادی در هشت بازار اصلی تأمین مالی اسلامی تحلیل کرد. بر اساس تجربه کشورهای نمونه، این مطالعه تلاش کرد تا برای نیجریه به عنوان بزرگ‌ترین اقتصاد آفریقا، درس‌هایی به دست آورد.

مطالعه‌ای توسط نواز^{۵۲} (۲۰۱۷) داده‌های ۲۳ مؤسسه بانکداری اسلامی در جنوب آسیا را برای سال‌های ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۵ تجزیه و تحلیل کرد. تحقیق آن بر اساس روش ضریب فکری برای به دست آوردن ارزش سرمایه فکری در بانک‌های اسلامی نمونه بود. کارایی سرمایه انسانی، که به عنوان نسبت ارزش افزوده به کل مخارج سرمایه انسانی تعریف می‌شود، به عنوان محرک ارزش اصلی شمولیت مالی شناخته شد. در حالی که شمولیت مالی نیز به طور معنادار و مثبت تحت تأثیر کارایی سرمایه به کار رفته (نسبت ارزش افزوده به ارزش دفتری دارایی‌ها) بود و با کارایی سرمایه ساختاری (نسبت مخارج سرمایه ساختاری به ارزش افزوده) رابطه معناداری نداشته است.

۱۱. شمولیت مالی در سیستم مالی ایران

معمارنژاد، معاون وقت امور بانکی، بیمه و شرکت‌های دولتی وزارت امور اقتصادی و دارایی، به پیروی از کشورهای گروه ۲۰، پیاده‌سازی برنامه‌های شمولیت مالی را در دستور کار وزارت اقتصاد دانسته و اشاره نمود که بانکداری عاملی، اقدامی مهم در ارتباط با فراگیری خدمات و شمولیت مالی است که اولین بار توسط پست بانک و بانک دی ارائه شده است. از آنجایی که سیستم بانکداری کشورمان بر پایه مالی اسلامی بنا شده است، وزیر امور اقتصادی و دارایی دولت

50. Naceur et al

51. Mustafa et al

52. Nawaz

سیزدهم در «سی و یکمین همایش سالانه بانکداری اسلامی» به آماده شدن سند ملی «شمولیت مالی» در وزارت اقتصاد اشاره داشتند و معتقد بودند که تصویب و اجرای این سند، دسترسی به منابع مالی و بانکی برای عموم مردم تسهیل و توزیع منابع در نظام بانکی عادلانه‌تر خواهد شد.^{۵۳} با نگاهی به اجرای این مهم می‌توان به نقل و قول مدیر کل مقررات بانک مرکزی در بهمن ماه ۱۴۰۰ اشاره داشت که بر عملیاتی شدن طرح شمولیت مالی بانک مرکزی از ابتدای سال آینده خبر داد.^{۵۴} همچنین طبق گزارش‌های به دست آمده در بخش بانکداری کشورمان، شمولیت مالی پست بانک به ۵۴ درصد افزایش پیدا کرده است. رحیم زاده و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی نشان دادند که شمولیت مالی تأثیر مثبت و معناداری بر ثبات مالی دارد. به عبارت دیگر، هر اندازه تعداد دستگاه‌های خودپرداز، تعداد شعب بانکی و تعداد حساب‌های بانکی بیشتر باشد، دسترسی و تمایل افراد به استفاده از خدمات مالی تسهیل و بیشتر می‌شود. در پژوهش دیگری، رحیم زاده و همکاران (۱۴۰۱) بدین نتیجه رسیدند که سطح تولید ناخالص داخلی سرانه و آموزش بر شمولیت مالی تأثیرگذار است و همچنین، فساد بر شمولیت مالی اثر منفی داشته است. کاویانی و فخرحسینی (۱۴۰۲) در پژوهشی نشان دادند که افشای شمولیت مالی بر عملکرد بانک‌های موجود در بازار سرمایه تهران تأثیرگذار است و رقابت بازار بانکی می‌تواند نقش مهمی در تأثیرگذاری افشای شمولیت مالی بر عملکرد داشته باشد. در این پژوهش میانگین نمره افشای شمولیت مالی در سیستم بانکی ایران ۳۶ درصد بوده است. همچنین مهدوی پناه و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهشی نشان دادند که فناوری مالی تأثیر مثبتی بر شمولیت مالی در ایران دارد و توسعه فناوری مالی در صنعت بانکداری به خصوص طی سال‌های اخیر، باعث توسعه شمولیت مالی در ایران شده و ضمن دسترسی عادلانه و برابر به محصولات و خدمات مالی برای افراد جامعه (که هدف اصلی شمولیت مالی است)، با گسترش شمولیت مالی، محرومیت مالی در جامعه کاهش پیدا کرده است. رضازاده و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهشی بدین نتیجه رسیدند که شمولیت مالی تأثیر مثبت و معنی‌دار بر رشد اقتصادی دارد. به این معنی که شمولیت مالی ابزاری مؤثر در تقویت رشد سریع اقتصادی است. رابطه مثبت بین شمولیت مالی و رشد اقتصادی نشان می‌دهد که افزایش نفوذ بانکی، در دسترس بودن مراکز بانکی و نفوذ جغرافیایی می‌تواند رشد اقتصادی را در بلندمدت

53. <http://iraninsurance.ir>54. <https://ahamiran.com>

تقویت کند. همچنین در اقتصادهای مورد مطالعه، اندازه اقتصاد سایه تأثیر منفی بر رشد اقتصادی دارد و این امر نشان می‌دهد که اقتصاد سایه مانعی برای توسعه اقتصادی است. نهایتاً این‌که پرنسپلین و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهشی نشان دادند که مسئولیت اجتماعی بر شمولیت مالی تأثیر معناداری دارد.

همچنین طبق نتایج پژوهش وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، معاونت رفاه اجتماعی تحت عنوان «فقر استفاده از خدمات مالی در ایران (با تأکید بر شمولیت مالی)» در تابستان ۱۴۰۰، شبکه بانکی کشورمان به عنوان محور اصلی خدمات مالی نتوانسته نیاز خانوارها به اعتبار به جهت هموارسازی مصرف در طول زمان را فراهم نماید. شواهد نشان می‌دهد که عدم توسعه کارت‌های اعتباری در ایران (رتبه هفتاد و پنجم در دنیا) باعث شده است تا خانوارها برای تأمین اعتبار، نیازمند دریافت تسهیلات از بانک باشند (رتبه نهم دریافت تسهیلات در دنیا). علاوه بر این، نسبت پایین وام مسکن به ارزش مسکن (۱۸ درصد در سال ۱۳۹۸) و سهم پایین وام مسکن در سبد بدهی خانوار (۲۰ درصد در سال ۱۳۹۸) نشان می‌دهد که نیاز به تأمین مالی کلان نیز توسط شبکه بانکی فراهم نشده است.

به طور کلی، کشورمان در شاخص‌های سطح پایه که در این سطح داشتن حساب به منظور ذخیره یا پس‌انداز پول و نیز خدمات مالی مرتبط به دریافت و پرداخت‌های مالی رصد می‌شود، وضعیت مطلوبی در بین کشورهای جهان دارد. در شاخص مهم نفوذ بانکی که بر اساس درصد افراد بالای ۱۵ سال دارای حساب بانکی سنجیده می‌شود، ایران با ۹۴ درصد در سال ۲۰۱۷ رتبه بیست و پنجم دنیا را به خود اختصاص داد. طرح یارانه نقدی در کشور ما نقش گسترده‌ای در برخورداری از حساب بانکی برای گروه‌های مختلف جامعه داشته است. در شاخص تعداد حساب به ازای هر ۱۰۰۰ نفر بزرگسال نیز کشور ما رتبه نخست (تعداد ۷۶۳۷ حساب به ازای هر ۱۰۰۰ نفر بزرگسال) را در دنیا دارد؛ البته مقدار بسیار بالای شاخص تعداد حساب‌های افراد می‌تواند مبین نوعی آشفتگی در بازار پولی و بانکی کشور نیز باشد که در ردیابی حساب‌ها و پول‌شویی موضوع مهم و چالش‌برانگیزی است.

در سطح ثانویه که در این سطح دسترسی به اعتبارات نهادهای مالی رسمی و همچنین استفاده از محصولات بیمه رسمی بررسی می‌شود، کشورمان دارای مشکل اصلی در شمولیت مالی بوده است. صندوق بین‌المللی پول (۲۰۱۸) مجموع بیمه‌نامه‌های (عمر و غیرعمر) به ازای

هر هزار نفر بزرگسال در کشور را گزارش کرده که در بین کشورهایی که این شاخص را گزارش کرده بودند، وضعیت مطلوبی را نشان نمی‌دهد. در برخی شاخص‌های سطح ثانویه، همانند دسترسی افراد بالای ۱۵ سال به تسهیلات مؤسسات مالی رسمی (مؤسسات مالی رسمی مترادف با مؤسسات مالی قانونی و تحت نظر بانک مرکزی است)، وضعیت مطلوبی است. در این شاخص کشور ما دارای رتبه نهم بوده و از متوسط کشورهای سازمان همکاری و توسعه اقتصادی هم بالاتر است، اما این تصویر دقیقی از وضعیت تسهیلات در کشور ما نیست. پایین بودن شاخص نسبت بدهی (از بخش رسمی) به درآمد خانوار از عدم کفایت مقدار این تسهیلات حکایت دارد. این شاخص در سال ۱۳۹۸ برای کشور ما حدود ۱۳ درصد محاسبه شده، در حالی که مقدار این شاخص در کشورهای با درآمد بالا به صورت متوسط بالای صد درصد است (برای نمونه بیش‌ترین مقدار برای کشور دانمارک با عدد ۲۴۰ درصد است).

افراد برای هموارسازی هزینه‌ها در طول زمان نیاز دارند تا هم‌زمان از طریق تسهیلات و اعتبارات، هزینه امروز را با درآمد فردا مطابقت دهند. وضعیت کشور ما در شاخص‌های شمولیت مالی مرتبط با استفاده از کارت‌های اعتباری وضعیت مطلوبی نیست، فقط ۹ درصد افراد در کشور ما موفق به استفاده از کارت اعتباری شده‌اند. کشورمان رتبه ۷۵ را در این شاخص داشته و حتی مقدار آن پایین‌تر از متوسط جهانی است؛ از طرفی، به دلیل نبود داده کافی، وضعیت کشور ما در موضوع اعتبارات قابل رصد نیست. عدم کفایت میزان تسهیلات و اعتبارات از بخش رسمی باعث شده است که سهم بخش غیررسمی در سبد بدهی خانوار ایرانی بالا باشد. در کشور ما ۵۱ درصد افراد بالای ۱۵ سال از خانواده و دوستان وام دریافت کرده‌اند که در این شاخص کشور ما بعد از کشور نپال و عراق رتبه سوم دنیا را دارد (بالا بودن سهم بخش غیررسمی در سبد بدهی خانوار از ضعف بخش رسمی در تأمین اعتبار و تسهیلات حکایت دارد و معمولاً میزان این شاخص در کشورهای کم‌توسعه یافته بالاست). در بسیاری از کشورهای دنیا، وام مسکن اصلی‌ترین وامی است که شبکه بانکی به خانوار پرداخت می‌کند. سهم وام مسکن از کل بدهی افراد در کشور آمریکا ۶۹ درصد و در کانادا حدود ۵۰ درصد است؛ در کشور ما مقدار این شاخص در سال ۱۳۹۸ در حدود ۲۰ درصد محاسبه شده است. نسبت وام مسکن به ارزش مسکن به طور متوسط در کشورهای سازمان همکاری و توسعه اقتصادی ۷۰ درصد گزارش شده و در کشور ما این شاخص در سال ۱۳۹۸ در حدود ۱۸ درصد محاسبه شده است.

نکته دیگری که در سطح ثانویه وجود دارد، عدم توزیع مناسب میزان دسترسی به خدمات و منابع بانکی به لحاظ جغرافیایی و دهک‌های درآمدی است. بر اساس داده‌های تسهیلات فرد به فرد پایگاه اطلاعات رفاه ایرانیان، در هر دو تفکیک (دهکی و جغرافیایی) نابرابری مشهود است. شاخص مانده تسهیلات از تمرکز بسیار بالای دسترسی به منابع مالی در استان تهران حکایت می‌کند، به نحوی که ۶۳ درصد از کل تسهیلات مربوط به استان تهران است و استان رتبه دوم یعنی اصفهان فقط ۸.۳ درصد از کل تسهیلات را به خود اختصاص داده است. در استان تهران میزان دسترسی افراد در ۴ دهک پایین درآمدی بسیار پایین (حدود ۱ درصد) گزارش شده است.

۱۲. چشم‌انداز شمولیت مالی دیجیتالی

تأثیرات و چشم‌اندازهای شمولیت مالی دیجیتالی مفاهیم انتزاعی نیستند، بلکه زمان اجرای صحیح آن‌ها را می‌طلبد. هانینگ^{۵۵} (۲۰۱۷) مدیر اجرایی اتحادیه شمولیت مالی می‌گوید: «پذیرش تأمین مالی دیجیتال نه تنها بر شمولیت مالی، بلکه بر رشد اقتصادی فراگیر تأثیر بسزایی خواهد داشت». مانیکا و همکاران^{۵۶} (۲۰۱۶) با تأکید بر اهمیت شمولیت مالی دیجیتالی، در گزارش خود برخی یادداشت‌های مهم را بر اساس یافته‌های بازدیدهای میدانی از هفت کشور - برزیل، جمهوری خلق چین، اتیوپی، هند، مکزیک، نیجریه و پاکستان - و بیش از ۱۵۰ مصاحبه تخصصی ارائه می‌دهد. آن‌ها گزارش می‌دهند (همان‌طور که در شکل ۳ نشان داده شده است): «امور مالی دیجیتال پتانسیل دسترسی به خدمات مالی را برای ۱.۶ میلیارد نفر در اقتصادهای نوظهور دارد که بیش از نیمی از آن‌ها زن هستند. پذیرش و استفاده گسترده از تأمین مالی دیجیتال می‌تواند تولید ناخالص داخلی همه اقتصادهای نوظهور را تا سال ۲۰۲۵ به میزان ۶ درصد یا ۳.۷ تریلیون دلار افزایش دهد که معادل اندازه اقتصاد آلمان است. علاوه بر این، ۹۵ میلیون شغل جدید در تمام بخش‌ها در سراسر جهان از طریق تولید ناخالص داخلی اضافی ایجاد خواهد شد. از آنجایی که تولید ناخالص داخلی به عنوان شاخص کلیدی توسعه یک اقتصاد تلقی می‌شود، اجرای شمولیت مالی دیجیتالی در بخش بانکداری اسلامی به افزایش تولید ناخالص داخلی کمک

55. Hannig

56. Manyika et al

می‌کند که به کاهش فقر کمک می‌کند و در نهایت منجر به رشد اقتصادی فراگیر برای دستیابی به اهداف توسعه پایدار می‌شود. (بانا و آلم، ۲۰۲۱^{۵۷}).



شکل ۳- اثرات و چشم‌انداز شمولیت مالی دیجیتالی

۱۳. شمولیت مالی در کشورهای اسلامی

فراگیر بودن یکی از اصول اصلی مالی اسلامی است. دوروش گسترده وجود دارد که در آن مالی اسلامی، شمولیت مالی را ترویج می‌کند (موهیلدین و همکاران، ۲۰۱۱^{۵۸}). اولاً، به تسهیم ریسک در مقابل انتقال ریسک از طریق ابزارهایی مانند تأمین مالی خرد منطبق با شریعت، تأمین مالی SME و بیمه خرد که جایگزینی برای تأمین مالی مبتنی بر بدهی مرسوم است را ترویج می‌کند. دوم این‌که، مالی اسلامی ابزارهایی را برای توزیع مجدد ثروت، از جمله زکات، وقف، صدقه، و قرض الحسنه معرفی می‌کند تا به ریشه‌کنی فقر و ایجاد اقتصاد سالم کمک کند. علاوه بر این، ابزارهای بازتوزیعی که در طول تاریخ توسط جوامع مختلف مسلمان به کار گرفته شده‌اند امروزه می‌توانند به عنوان نهادهای مناسب برای بهینه‌سازی عملکردشان توسعه یابند (میراکور و اقبال، ۲۰۱۲^{۵۹}).

علی‌رغم ماهیت شمولیت مالی اسلامی، بسیاری از کشورهای مسلمان امروزی از سطوح بسیار

57. Banna & Alam

58. Mohieldin et al

59. Mirakhor & Iqbal

پایینی از شمولیت مالی رنج می‌برند. طبق تحقیقات دمیروگچ کونت و همکاران (۲۰۱۳)، مسلمانان به طور قابل توجهی کمتر از غیرمسلمان دارای یک حساب رسمی در یک مؤسسه مالی هستند. بر اساس نمونه‌ای از ۶۵,۰۰۰ افراد بزرگسال از ۶۴ اقتصاد، مطالعه آن‌ها نشان داد که فقط حدود یک چهارم از کل کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی^{۶۰} (OIC) در هر مؤسسه مالی رسمی حساب دارند که بسیار کمتر از میانگین جهانی که حدود نیمی از آن است. مطالعه دمیروگچ کونت و همکاران همچنین نشان داد که ۱۸ درصد بزرگسالان غیرمسلمان در جهان دارای حساب پس‌انداز رسمی هستند، در حالی که فقط ۹ درصد مسلمانان دارای حساب پس‌انداز هستند.

با توجه به موارد فوق به طور کلی سطوح پایین شمولیت مالی در کشورهای مسلمان تا حدی به توسعه نیافتگی بخش مالی اسلامی نسبت داده می‌شود. به طور خاص، تأمین مالی خرد اسلامی به عنوان حوزه‌ای با پتانسیل بالا، اما با نفوذ بسیار کمی تاکنون شناخته شده است. علی‌رغم رشد کمی در سال‌های اخیر، تأمین مالی خرد اسلامی تحت سلطه چند ارائه‌دهنده خدمات که عمدتاً شامل کشورهایی مانند بنگلادش و سودان هستند. یک نمونه قابل توجه از یک طرح موفق مالی خرد غیرانتفاعی، اخوات^{۶۱} در پاکستان است. اخوات از طریق یک مدل قوی که شامل تأکید بر پایداری، ارزش‌های مذهبی و آگاهی اجتماعی است، وام‌های بدون بهره به خانواده‌های فقیر ارائه می‌کند. تأمین مالی خرد اسلامی تا حد زیادی محدود به دو محصول مابحه و قرض الحسنه است. اطلاعات بیشتر طرف تقاضا، ازجمله میزان ترجیح مشتریان برای محصولات خاص، برای تسهیل توسعه محصولات متنوع‌تر و افزایش دسترسی آن‌ها مورد نیاز است (الزغبی و تارازی، ۲۰۱۳).^{۶۲} لازم به ذکر است که در کنار ارتقای مالی اسلامی از طریق فراهم کردن زیرساخت‌های لازم، نیاز است که دولت‌ها و نهادهای نظارتی، شمولیت مالی را به عنوان یک محور سیاست‌گذاری قرار دهند. پیرس^{۶۳} (۲۰۱۱) در بررسی و تحلیل شمولیت مالی در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (MENA) استدلال می‌کند که کماکان تعهدی در

60. Organisation of Islamic Conference

61. Akhwat

اخوات یک سازمان غیرانتفاعی است که در سال ۲۰۰۱ بر اساس اصل اسلامی مواخات یا همبستگی تأسیس شد. مفهوم مواخات مربوط به سال ۶۲۲ میلادی است، زمانی که حضرت محمد(ص) از ساکنان مدینه (انصار) خواست تا نیمی از دارایی خود را با مهاجرانی که مجبور به فرار از آزار و اذیت و مهاجرت از مکه به مدینه بودند، تقسیم کنند.

62. El-Zoghbi & Tarazi,

63. Pearce

سطح بالایی برای شمولیت مالی در بیشتر منطقه وجود نداشته است. اگرچه محیط مناسب برای شمولیت مالی اخیراً در MENA بهبود یافته است، اما همچنان با نقص در چارچوب‌های نظارتی و مالی مشخص می‌شود. در نتیجه، علی‌رغم دستیابی به عمق مالی - که با اعتبار خصوصی به عنوان نسبتی از تولید ناخالص داخلی اندازه‌گیری می‌شود، سطح دسترسی مالی در منطقه بسیار پایین باقی مانده است.

همچنین بر اساس آخرین گزارش مستخرجه از بانک‌های جهانی در خصوص مالکیت حساب در یک مؤسسه مالی یا با ارائه‌دهنده خدمات پول همراه در کشورهای اسلامی که به عنوان بخش مهمی از شمولیت مالی محسوب می‌شود، کشور ایران در قیاس با کشورهای اسلامی دیگر رتبه اول را به خود اختصاص داده است و این بیانگر توسعه خدمات دیجیتالی مالی در کشور ایران است.

مالکیت حساب در یک مؤسسه مالی یا با ارائه‌دهنده خدمات پول همراه (درصد جمعیت بالای ۱۵ سال)						
مقادیر بر حسب % است - برخی از کشورهای اسلامی منتخب						
رتبه	میانگین	۲۰۲۱	۲۰۱۷	۲۰۱۴	۲۰۱۱	کشور / سال
۱	۸۷٫۴۸	۸۹٫۹۸	۹۳٫۹۸	۹۲٫۲۸	۷۳٫۶۸	ایران
۲	۸۰٫۱۴	۸۸٫۳۷	۸۵٫۳۴	۸۰٫۶۷	۶۶٫۱۷	مالزی
۳	۷۹٫۳۶	۸۵٫۷۴	۸۸٫۲۱	۸۳٫۷۴	۵۹٫۷۳	امارات متحده عربی
۴	۷۶٫۳۵		۸۲٫۶۱	۸۱٫۹۴	۶۴٫۵۱	بحرین
۵	۶۵٫۴۶	۷۴٫۳۲	۷۱٫۷	۶۹٫۴۱	۴۶٫۴۲	عربستان
۶	۶۴٫۲۴	۷۴٫۰۹	۶۸٫۵۹	۵۶٫۶۸	۵۷٫۶	ترکیه
۷	۳۹٫۰۷	۵۱٫۷۶	۴۸٫۸۶	۳۶٫۰۶	۱۹٫۵۸	اندونزی
۸	۳۷٫۳۵	۲۰٫۷	۴۴٫۷۵	۴۶٫۹۳	۳۷٫۰۳	لبنان
۹	۳۴٫۹۳	۴۷٫۱۲	۴۲٫۴۹	۲۴٫۶۲	۲۵٫۴۷	اردن
۱۰	۳۳٫۷۳	۳۶٫۸۵	۳۶٫۹۱	۲۷٫۴۳	-	تونس
۱۱	۲۱٫۰۲	۲۷٫۴۴	۳۲٫۷۸	۱۴٫۱۳	۹٫۷۲	مصر
۱۲	۱۵٫۶۹	۱۸٫۵۷	۲۲٫۶۷	۱۰٫۹۷	۱۰٫۵۵	عراق
۱۳	۱۰٫۸۸	۹٫۶۵	۱۴٫۸۹	۹٫۹۶	۹٫۰۱	افغانستان

جدول (۲) مالکیت حساب در یک مؤسسه مالی یا با ارائه‌دهنده خدمات پول همراه

منبع: <https://data.worldbank.org/indicator/FX.OWN.TOTL.ZS>

بحث و نتیجه‌گیری

امروزه طرح شمولیت مالی در بیش از قبل مورد توجه مدیران بانکی و بیمه قرار گرفته است چنانچه در سیستم مالی کشورمان بسیاری از شاخص‌های مهم اقتصادی وضع مناسبی ندارد و این موضوع ضرورت بالایی توسعه شمولیت مالی را نشان می‌دهد. شمولیت مالی تغییرات مثبت و مزایای بی‌شماری را برای افراد محروم و کمتر توسعه یافته به ارمغان آورده است، اما گاهی اوقات اجرا و بهره‌برداری صحیح از آن برای کسانی که توانایی پرداخت آن را ندارند، بار سنگینی می‌شود. بنابراین، علاوه بر تأثیرات مثبت، تأثیرات منفی بر سیستم مالی نیز دارد که می‌تواند تحت تأثیر نوآوری‌های مالی بیش از حد قرار گیرد. علی‌رغم آگاهی عمومی از اهمیت اجتناب‌ناپذیر اجرای شمولیت مالی دیجیتال، مطالعات بسیار کمی در مورد این موضوع یافت می‌شود، که چارچوبی را برای تحول مالی دیجیتال ترسیم کرده‌اند. بنابراین، این مقاله با بررسی نقش شمولیت مالی دیجیتال به صورت تئوریک در بخش صنعت بانکداری و بیمه می‌تواند زمینه‌ساز مطالعات زیادی باشد تا ضمن پُر کردن خلع پژوهشی، بتواند در نهایت به عنوان ضرورتی اجتناب‌ناپذیر شاخص‌های فقر استفاده از خدمات مالی در قالب سند شمولیت مالی تدوین و رصد کند. این مهم نیازمند برخی مصوبات در شورای عالی رفاه است. از طرفی دیگر همان‌طوری که برخورداری از فناوری‌های دیجیتال لازمه شمولیت مالی دیجیتال است، در ارتقای شمولیت مالی با از طریق خدمات مالی دیجیتال محدودیت‌های نیز وجود دارد. یکی از محدودیت‌ها این است که فناوری دیجیتال ناملموس توسط انسان است و از این رو شمولیت مالی دیجیتال واسطه انسانی یا تماس انسانی بین مشتری و ارائه‌دهنده خدمات مالی را حذف می‌کند. به جای صحبت با یک شخص واقعی هنگام انجام معاملات مالی، افراد با برنامه‌ای تعامل خواهند داشت که گزینه‌های بسیار محدودی را ارائه می‌دهد و ممکن است گزینه‌های مورد نظر مشتریان را نداشته باشد. اما یک سیستم مالی کاملاً دیجیتال شده با استفاده از هوش مصنوعی به طور کامل ارتباط انسان را از بین می‌برد، و پیامد شمولیت مالی دیجیتال این است که استفاده‌کنندگان ساده و پیچیده خدمات مالی دیجیتال ممکن است کمک انسانی مورد نیاز خود را دریافت نکنند. محدودیت دیگر رویکرد ورودی زبانه، خروجی زبانه^{۶۴} (GIGO) شمولیت مالی است که بسیاری از برنامه‌های مالی دیجیتال از این رویکرد برای ترویج شمولیت مالی استفاده می‌کنند.

64. A Garbage-In-Garbage-Out

عنوان مثال خانواده‌هایی که از خدمات مالی دیجیتال استفاده می‌کنند، می‌توانند با اضافه کردن صفرهای اضافی در داده‌های ورودی اشتباه کنند. با توجه به ماهیت ورودی زباله، خروجی زباله پلتفرم‌های معاملات دیجیتال، چنین خطاهایی می‌تواند بسیار پرهزینه باشد، زیرا ممکن است افراد یا کسب‌وکارها ملزم به پرداخت هزینه‌ای برای معکوس کردن معاملات‌های انجام‌شده به اشتباه شوند، در نتیجه هزینه‌های اضافی را به افراد تحمیل می‌کنند.



فهرست منابع

۱. رحیم‌زاده، فرزاد؛ شکوهی‌فرد، سیامک؛ هاتف‌حاضری، نیری. (۱۴۰۱). اثر فساد بر شمولیت مالی (کاربرد رهیافت گشتاورهای تعمیم‌یافته سیستمی). **مدل‌سازی اقتصادی**، ۱۶ (۵۷)، ۳۳-۴۸.
۲. رحیم‌زاده، فرزاد؛ جمالی، جلال؛ افتخاری‌پور، سارا. (۱۴۰۱). سنجش اثرات شمولیت مالی بر ثبات مالی در ایران و کشورهای منتخب اسلامی. **فصلنامه برنامه‌ریزی و بودجه**، ۲۷ (۴)، ۱۳۳-۱۵۲.
۳. سموعی، عباس؛ حسنوند، داریوش؛ خوجانی، رامین؛ زاهد‌غروی، مهدی. (۱۳۹۹). مدل‌سازی فراگیری مالی و اثرات آستانه‌ای آن بر رشد اقتصادی کشورهای عضو اوپک (رگرسیون پانل آستانه‌ای). **اقتصاد کاربردی**، ۱۰، ۶۵-۷۸.
۴. کاویانی، میثم؛ فخرحسینی، سید فخرالدین. (۱۴۰۲). تأثیر افشای فراگیر مالی بر عملکرد بانک‌ها: نقش تعدیلی رقابت بازار و ساختار مالکیت. **پژوهش‌های راهبردی بودجه و مالیه**، ۴ (۳)، ۱۰۷-۱۳۱.
۵. مجموعه گزارش‌های چندبُعدی فقر استفاده از خدمات مالی در ایران (با تأکید بر شمولیت مالی). وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، معاونت رفاه اجتماعی، دفتر مطالعات رفاه اجتماعی، تابستان ۱۴۰۰.
۶. مهدوی‌پناه، حسن؛ خلیلی‌عراقی، مریم؛ منتظر، مهدی؛ وکیلی‌فرد، حمیدرضا. (۱۴۰۲). تحلیل تأثیر فین‌تک بر شمول مالی در ایران. **فصلنامه علمی پژوهشی دانش سرمایه‌گذاری**، ۱۳ (۳)، ۵۶۷-۵۸۷.
۷. رضازاده، علی؛ مریدیان، علی؛ هواس بیگی، فاطمه. (۱۴۰۲). تأثیر شمول مالی بر رشد اقتصادی در کشورهای منطقه با تأکید بر نقش اقتصاد سایه. **پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی**، ۱۳ (۵۳)، ۵۳-۷۶.
۸. پرن‌دین، کاوه؛ رحمانیان کوشکی، عبدالرسول؛ بلوچ، محمد. (۱۴۰۲). نقش مسئولیت اجتماعی بر عملکرد، ثبات و شمول مالی در بخش بانکداری. **نشریه اقتصاد و بانکداری اسلامی**، ۱۲ (۴۵)، ۳۶۵-۳۹۵.
9. Ahamed, M. M., & Mallick, S. K. (2019). Is financial inclusion good for bank stability? International evidence. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 157, 403-427.
10. Allen, F., Demirgüç-Kunt, A., Klapper, L., & Peria, M. S. M. (2016). The foundations of financial and Financial Technology on Effectiveness of The Indonesian Monetary Policy. *Business: Theory and Practice*, 21(1), 230-243.
11. Bachas, P., Gertler, P., Higgins, S., & Seira, E. (2018). Digital financial services go a long way: Transaction costs and financial inclusion. *AEA Papers and Proceedings*, 108, 444-448.
12. Banna, H., & Alam, M. R. (2021). Is digital financial inclusion good for bank stability and sustainable economic development? Evidence from emerging Asia. *ADB Working Paper Series*, 1242.

13. Barr, M. S., Kumar, A., & Litan, R. E. (Eds.). (2007). ***Building inclusive financial systems: A framework for financial access***. Brookings Institution Press.
14. Bongomin, G. O. C., Munene, J. C., Ntayi, J. M., & Malinga, C. A. (2018). Financial intermediation and financial inclusion of the poor: Testing the moderating role of institutional pillars in rural Uganda. *International Journal of Ethics and Systems*, 34(2), 146-165.
15. Demirgüç-Kunt, A., Klapper, L., & Randall, D. (2013). ***Islamic finance and financial inclusion: Measuring use of and demand for formal financial services among Muslim adults***. The World Bank.
16. Demirgüç-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., & Van Oudheusden, P. (2015). ***The Global Findex Database 2014: Measuring Financial Inclusion Around the World***. The World Bank.
17. Manyika, J., Lund, S., Singer, M., White, O., & Berry, C. (2016). ***Digital finance for all: Powering inclusive growth in emerging economies***. McKinsey Global Institute.
18. Naceur, S. B., Barajas, A., & Massara, A. (2015). Can Islamic banking increase financial inclusion? *IMF Working Paper*, 15/31.
19. Sahay, R., Čihák, M., N'Diaye, P., Barajas, A., Mitra, S., Kyobe, A., Mooi, Y. N., & Yousefi, S. R. (2015). Financial Inclusion: Can it Meet Multiple Macroeconomic Goals? *IMF Working Paper*, 15/17.
20. World Bank. (2016). ***FinTech and Financial Inclusion***. The World Bank.
21. World Bank. (2021). ***Defying Predictions, Remittance Flows Remain Strong During COVID-19 Crisis***. Press Release, May 12, 2021. The World Bank.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی