



خیریه نورالزهرا (س)

بسمه تعالی

عنوان:

# تامین مالی خرد

با رویکرد بانکداری پیوندی

حامی: موسسه خیریه نورالزهرا (س)

جامعه هدف: زنان و مردان جویای کار

تدوین: سال ۱۴۰۲



# فهرست مطالب

۳	مقدمه	۱۰	دستورالعمل نظارتی
۱۳	دستورالعمل اجرائی	۱۷	دستورالعمل بیمه‌های خرد
۲۱	وظایف تسهیلگر	۲۵	دستورالعمل ایجاد فرصت‌های شغلی





## تعریف گروه:

مجموعه‌ای از دو یا چند نفر که به‌طور منظم و مرتب با هم برای کسب یک یا چند هدف مشترک و جمعی کار می‌کنند و به‌طور آزادانه با هم تعامل دارند.

- هنجارهای جمعی دارند.

- هویت مشترکی دارند.

مهم‌ترین ویژگی گروه‌ها در عملکرد کاری، خاصیت هم‌نیروزی - هم‌افزایی (سینرژی) آنهاست. هم‌نیروزی عبارت است از ایجاد کلی که بزرگ‌تر از جمع اجزای تشکیل‌دهنده آن است. هنگامی که هم‌نیروزی رخ می‌دهد گروه‌ها بیش از جمع توانایی‌های تک‌تک اعضای خود کار انجام می‌دهند. برخی از صاحب‌نظران هم‌نیروزی را با معادله  $(1+1=3)$  اثر یا نتیجه تشریح می‌کنند.

## معیارها و دلایل پیوستن به گروه‌ها:

(۱) نیازها و جاذبه‌های درون شخصی

(۲) هدف‌های شخصی و گروهی

(۳) جاذبه‌های گروهی

(۴) آموزش و بهره‌گیری از سازوکارهای دیگر اعضا در تامین بهتر هزینه‌های زندگی

(۵) استفاده از بهترین تجربه‌های دیگران

(۶) ارتقاء شخصی خود و خانواده

(۷) برقراری تعامل با اعضا در مسائل مختلف پیش‌آمده و گرفتن راهکارهای مناسب جهت حل مسئله

## توسعه گروه:

(۱) اعتماد و عضویت

(۲) آغاز ارتباطات و تصمیم‌گیری

(۳) پیشرفت عملیات

(۴) کنترل و اصلاح مستمر

## پویایی و اثربخشی گروه:

پویایی ناشی از تمایلات افراد است که تلاش می‌کنند منابع گروهی را به محصولات یا خدمات تبدیل کنند. در حین این فرآیند مباحثی همچون تضاد، ارتباطات و همکاری متقابل شکل می‌گیرد. به این فعل و انفعالات درون گروهی «پویایی گروه» گفته می‌شود.

۱- فعالیت‌ها: همان کارهایی هستند که افراد گروه انجام می‌دهند.

۲- تعاملات: عبارت است از کنش و واکنش‌هایی که بین افراد گروه در حین کار به صورت کلامی و غیر کلامی ایجاد می‌شود.

۳- عواطف و نگرش‌ها: حاصل قضاوت‌هایی است که میان افراد و در درون گروه شکل می‌گیرد.

**اثر بخشی گروه:**

**اثر بخشی گروه‌ها با دو معیار اندازه‌گیری می‌شود:**

۱- رسیدن به هدف‌های عملکردی خود در کوتاه‌ترین زمان ممکن

۲- رضایت اعضای گروه از کارهای خود و روابط میان فردی

**تعریف تیم:**

یک تیم به تعداد کمی از افراد گفته می‌شود که دارای مهارت‌های تکمیل‌کننده‌ی یکدیگر بوده و دارای مقاصد، اهداف و رویکردی مشترک‌اند که بر مبنای آن‌ها به هم پیوند می‌خورند و به یکدیگر تکیه می‌کنند. اعضای تیم به یکدیگر وابسته‌اند و این بدین معنی است که عدم فعالیت یک عضو از تیم باعث عدم انجام کار تیمی می‌شود.

**تفاوت گروه و تیم:**

- هدف: هدف از ایجاد گروه، سهم شدن در اطلاعات است. درحالی‌که هدف از تشکیل تیم عملکرد گروهی است.
- هم افزایی (سینرژی): در گروه هم‌افزایی مثبت مطرح نیست. درحالی‌که در یک تیم کاری، پدیده هم‌افزایی مشاهده می‌شود.
- حساب‌پس‌دهی: جواب‌گویی در گروه به صورت انفرادی است درحالی‌که در یک تیم کاری، هم انفرادی و هم گروهی است.
- مهارت‌ها: مهارت‌ها در گروه، تصادفی و گوناگون است درحالی‌که در یک تیم کاری، مهارت‌های افراد مکمل یکدیگرند.

## گروه‌های مشاغل خانگی:

متشکل از ۵ الی ۷ نفر که در یک شغل و یا فعالیت مشترک هستند و آن شغل را به صورت دسته‌جمعی در یک مکان خاص و یا جداگانه در منازل خود تحت نظارت مدیر گروه و تسهیلگر مربوطه انجام می‌دهند.

رده سنی: از ۱۸ الی ۶۵ سال، فعال و خلاق و دارای روحیه کار گروهی، جنسیت: زن

افراد با توجه به وجوهات مشترکی که دارند در گروه مورد نظر عضو می‌شوند و با توجه به فصل مشترک و پیوند عاطفی که در طول تشکیل گروه اتفاق می‌افتد از نظر روحی و روانی می‌توانند بسیار به هم کمک برسانند که علاوه بر ارتقاء شخصی، تاثیر به‌سزایی در خانواده تحت پوشش خود خواهند داشت.

ایده و خلاقیت‌های خود را بروز می‌دهند تا دیگر اعضاء هم جنب‌وجوشی بیشتر داشته باشند و خود را هم‌سو کنند با آن‌ها که از این طریق بتوانند فرآیند کاری زیبایی را جهت خروجی بهتر کار رقم بزنند.

چنانچه فردی از اعضاء گروه نتواند شغل خود را گسترش دهد یا عواملی سبب این شده که فرد توان انجام کار را در خود نمی‌بیند، با رهنمودهای تسهیلگر و همدلی دیگر اعضاء از جا برخاسته و خود، آغازکننده مسیری روشن‌ا برای خود و دیگران خواهد بود و این زنجیره مهربانی هم‌چنان در گروه‌ها ادامه خواهد یافت.

## تسهیلگر:

فردی است که تحت نظارت و مدیریت مجری در اجرای برنامه همکاری نموده و نظارت بر تسهیلگران محلی، گروه‌های خودیار و خدمات وام‌دهی را نیز به‌عهده دارد.

## امور مالی سنتی:

به‌سادگی می‌توان امور مالی سنتی را این‌گونه تعریف کرد: این امور به روش‌هایی اشاره دارد که در طول سال‌ها استفاده شده و می‌شود. این روش‌ها شامل روش‌های مالی مانند دریافت وام، اضافه برداشت و ایجاد حساب در موسسات بانکی است. نمونه‌ای از امور مالی سنتی ورود به بانک برای دریافت وام یا استفاده از چک برای برداشت پول نقد از بانک است.

## صندوق‌های پس‌انداز خانگی:

این صندوق‌ها مابین اعضاء هرگروه شکل می‌گیرد و با نظر تمام افراد بر سر مبلغ معینی به توافق می‌رسند و مبلغ را نزد فردی که امین همه اعضاء می‌باشد قرار می‌دهند و پس از گذشت ۳ الی ۶ ماه از افتتاح صندوق و جمع‌آوری مبلغ قابل توجهی، با توجه به نیازمندی اولویت‌دار هرکدام از اعضاء که در جلسه با حضور همگی مورد بررسی قرار می‌گیرد به فرد مورد نظر تعلق می‌گیرد و فرد متعهد می‌شود که مبلغ را طی اقساط در نظر گرفته به صندوق برگرداند تا نفرات دیگر هم بهره‌مند شوند. در این میان فرد مذکور می‌بایست مبلغی را که رضایت دارد و به توافق رسیدند بر روی مبلغ اصلی نهاده و به‌عنوان کمک و تشکر از این‌که در شرایط نامساعد توانسته با پول صندوق، مشکلش را حل کند به صندوق بازگرداند.

## تعریف کانون:

پس از تشکیل گروه‌ها و عملکرد موفق شش‌ماهه یا یک‌ساله اعضاء، کانون شکل می‌گیرد که به‌طور معمول هر ده گروه، یک کانون خواهند داشت.

تامین وام‌های خانگی بسته به نوع و اندازه جامعه هدف و سازمان‌های مجری از طریق روش‌های مختلفی اجرا می‌شود. توجه به این نکته ضروری است که اجرای تامین وام‌های خانگی می‌تواند بر اساس عوامل منطقه‌ای، فرهنگی و نهادی متفاوت باشد. سازمان‌های مختلف، رویکردها و متدولوژی‌های متفاوتی را متناسب با نیازهای خاص جمعیت هدف اتخاذ می‌کنند. با این حال، در نظارت و اجرای برنامه‌های فوق، موارد مشترکی وجود دارد. در این گزارش، دستورالعمل پیاده‌سازی از منظر پنج شاخص به شرح زیر بررسی می‌شود:



## دستورالعمل پیاده‌سازی وام خانگی

۱

دستورالعمل نظارتی

۲

دستورالعمل اجرایی

۳

دستورالعمل بیمه‌های  
خرد

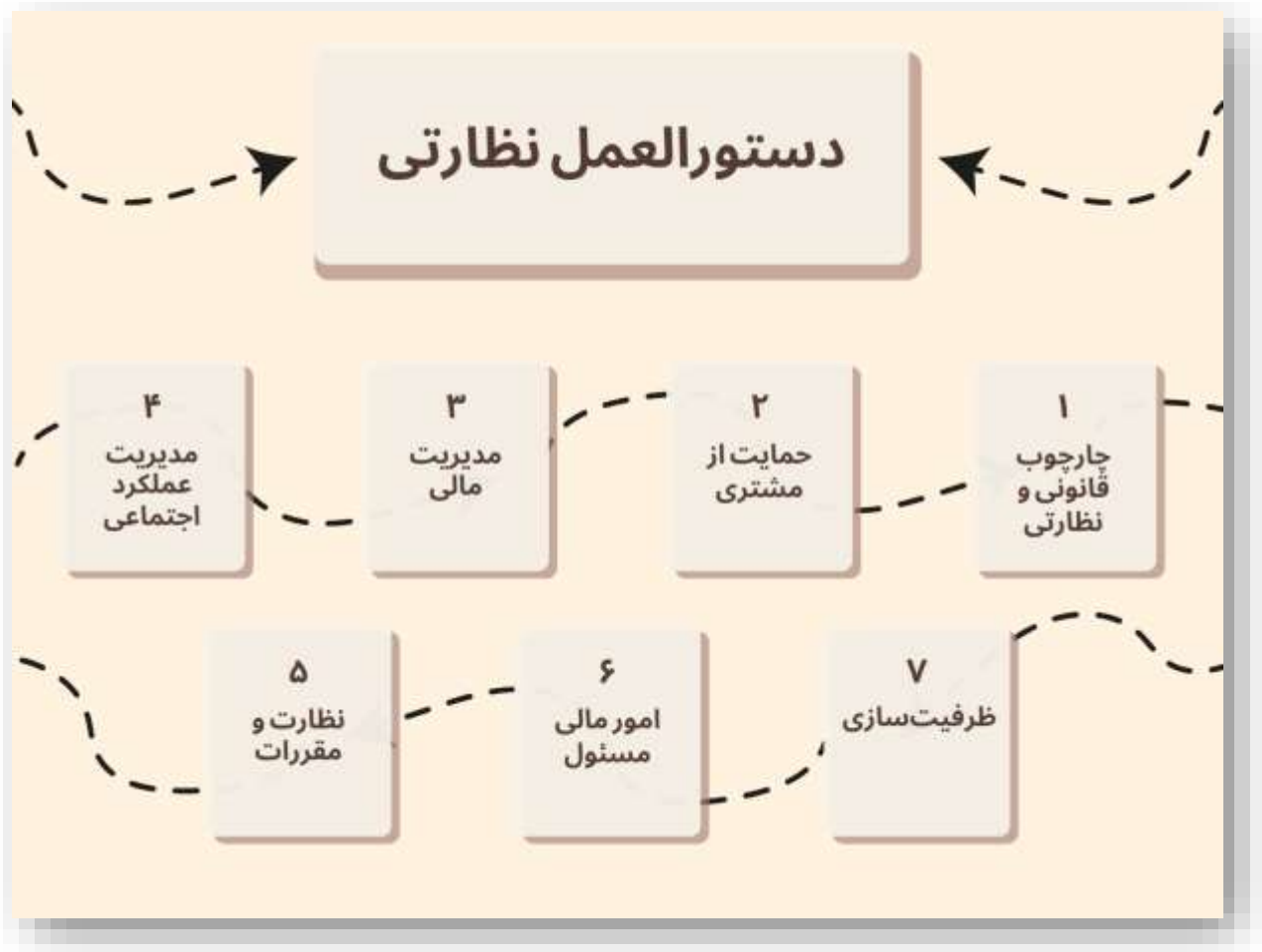
۴

وظایف تسهیلاتگر

۵

دستورالعمل ایجاد  
فرصت‌های شغلی





توجه به این نکته مهم است که دستورالعمل‌های نظارتی تامین وام خانگی ممکن است از منطقه‌ای به منطقه دیگر و از فردی به فرد دیگر با توجه به عملکرد مثبت‌شان متفاوت باشد. هدف از این دستورالعمل‌ها ترویج شیوه‌های مسئولانه و پایدار است و تضمین می‌کند که موسسه مجری می‌تواند به طور موثر، فرآیند اجرا را پیاده کرده و به مشتریان هدف خود خدمت کند و در کاهش فقر مشارکت نماید. دستورالعمل نظارتی برای رعایت قوانین و بهینه‌سازی استفاده از منابع در ۷ مرحله به شرح زیر تعریف می‌شود:

#### ۱- چارچوب قانونی و نظارتی:

در گام اول باید یک چارچوب قانونی و نظارتی روشن برای تأسیس و فعالیت، از جمله الزامات صدور مجوز، استانداردهای کفایت سرمایه و ساختارهای تشکیل گروه‌های پایدار ارائه شود.

#### ۲- حمایت از مشتری:

منظور از مشتری در تمامی دستورالعمل‌ها جامعه هدف (افراد وام‌گیرنده) می‌باشند. طبق دستورالعمل باید حفاظت از حقوق و منافع مشتریان، از جمله شفاف‌سازی نقشه راه بلند مدت، شیوه‌های وام‌دهی و مکانیسم‌های رسیدگی به شکایات مشتریان در اولویت قرار گیرند.

### ۳- مدیریت مالی:

باید استانداردهایی برای مدیریت مالی و گزارش‌دهی، از جمله الزامات مربوط به ذخایر سرمایه، مدیریت ریسک، صندوق‌های محلی، تشکیل گروه‌ها در سطح کلان و... مشخص شود.

### ۴- مدیریت عملکرد اجتماعی:

رهنمودهای موسسه مجری باید به گونه‌ای باشد که تا حد امکان تأثیر اجتماعی و مثبت خود را از زمان تشکیل گروه تا بلوغ گروه‌ها به خوبی نشان دهد، و عواملی از جمله فقرزدایی، عدالت بین گروه‌ها و عدم تبعیض را در حد توان در خانواده به تعادل برساند.

### ۵- نظارت و مقررات:

طبق دستورالعمل نظارتی باید چارچوبی برای نظارت و تنظیم گروه‌ها، از جمله الزامات گزارش‌دهی منظم و بازرسی‌ها ایجاد شود که توسط تسهیلمان انجام می‌شود و گزارش نهایی به دفتر موسسه جهت بررسی ارسال خواهد شد.

### ۶- امور مالی مسئول:

دستورالعمل باید شیوه‌های مالی مسئولانه، از جمله آموزش مشتریان، برنامه‌های سواد مالی به اعضای گروه و تسهیلمان و ترویج پس‌انداز و محصولات بیمه را در دستور کار قرار دهد.

### ۷- ظرفیت‌سازی:

دستورالعمل‌ها باید مجریان عامل را تشویق کنند تا در طرح‌های ظرفیت‌سازی برای گروه‌های خود سرمایه‌گذاری کنند، از جمله برنامه‌های آموزشی در مورد بهترین شیوه‌های پس‌انداز، مدیریت ریسک، بهینه‌سازی تخصص و مهارت کسب‌شده از گروه و ظرفیت‌سازی برای ادغام گروه‌ها تا زمان تشکیل کانون.





## ۱- شناسایی جامعه هدف:

اولین گام، شامل شناسایی مشتریان بالقوه است که معمولاً افراد یا گروه‌های کم‌درآمدی هستند و در مناطق مورد نظر موسسه مجری قرار گرفته‌اند که به خدمات مالی سنتی دسترسی ندارند. این را می‌توان از طریق ارتباط با جامعه و افراد بانفوذ، ارجاعات یا مشارکت با سازمان‌های محلی انجام داد. شناسایی با درک نیازها، چالش‌ها و فرصت‌های خاص در مناطق هدف شروع می‌شود. این ارزیابی باید شامل تجزیه و تحلیل اقتصاد محلی، سطوح درآمد، خدمات مالی موجود و تقاضا برای اعتبار یا خدمات مالی باشد.

## ۲- ارزیابی و اعتبارسنجی افراد:

پس از شناسایی جامعه هدف، ارزیابی کاملی برای تعیین صلاحیت و اعتبار آن‌ها انجام می‌شود. این ارزیابی معمولاً شامل بررسی درآمد، هزینه و ظرفیت بازپرداخت آن‌ها اغلب از طریق مصاحبه و تایید اسناد است.

### ۳- ایجاد مشارکت:

همکاری با سازمان‌های محلی، سازمان‌های غیردولتی، متصدیان امور و سازمان‌های دولتی الزامی است تا حمایت و مشارکت آن‌ها در فرآیند اجرا جلب شود. پیش از تشکیل گروه‌ها باید برای اطمینان از موفقیت برنامه، با بزرگان و ریش‌سفیدان محله و سهام‌داران محلی که درک عمیقی از جامعه هدف دارند، تعامل شود.

### ۴- ارائه سواد مالی و آموزش‌های تجاری:

سواد مالی و برنامه‌های آموزشی تجاری برای افزایش مهارت‌های مدیریت مالی باید به کلیه افراد ارائه شود. این امر می‌تواند به آن‌ها کمک کند تا تصمیمات آگاهانه‌ای در مورد استقراض، پس‌انداز و کارآفرینی بگیرند که منجر به بهبود ثبات مالی، پایداری و رسیدن به بلوغ گروه می‌شود.

### ۵- توسعه و سفارشی سازی خدمات:

منظور از خدمات همان وام‌های اعطایی به جامعه هدف است. موسسات مجری تامین وام معمولاً خدمات مالی متناسب با نیازهای منحصر به فرد را توسعه می‌دهند. این خدمات می‌تواند شامل وام‌ها، حساب‌های پس‌انداز خانگی، بیمه با هدف کاهش فقر و توسعه اجتماعی باشد. محصولات مالی باید متناسب با رعایت پروتکل‌ها و تلاش اعضای گروه‌ها سفارشی‌سازی شود. این می‌تواند مشوق بزرگی برای پیشبرد طرح و رسیدگی به چالش‌های خاصی که فقرا با آن مواجه هستند، باشد.

### ۶- پرداخت وجوه:

هنگامی که مشتریان برای دریافت وام تایید شدند، وجوه بر اساس نیازهای خاص به آن‌ها پرداخت می‌شود. و از طریق سپرده‌گذاری موسسه مجری نزد شعبه‌های بانک قرض‌الحسنه امداد ولایت تامین می‌گردد که سود و بهره به مبالغ وام تعلق نمی‌گیرد و با بازپرداخت بلند مدت هم می‌تواند همراه باشد.

دارا بودن چک ضمانت یا فیش کسری از حقوق جزو لاینفک مدارک درخواست وام می‌باشد.

شرایط وام‌گیرنده و ضامن توسط تسهیلگر در جلسه اول به صورت شفاف توضیح داده خواهد شد.

مبالغ وام معمولاً اندک است و فرآیند پرداخت ممکن است شامل ارائه آموزش یا مشاوره در مورد شیوه‌های مدیریت مالی نیز باشد.

## ۷- پشتیبانی:

علاوه بر دستورالعمل نظارتی که در بخش قبل عنوان شد و شامل نظارت بر کل مجموعه است، موسسه مجری معمولاً از طریق نظارت و ارزیابی منظم نیز از مشتریان حمایت می‌کند. این امر، تضمین می‌کند که مشتریان به درستی از وجوه استفاده می‌کنند و تعهدات بازپرداخت خود را انجام می‌دهند. همچنین ممکن است برای کمک به مشتریان در بهبود فعالیت‌های خود و کسب‌وکار، آموزش یا راهنمایی بیشتری ارائه شود. اجرای مکانیزم‌های نظارت و ارزیابی قوی برای اطمینان از شفافیت و پاسخ‌گویی در برنامه مالی ضروری است.

## ۸- بازپرداخت وام و پایداری:

از مشتریان انتظار می‌رود که وام‌ها را طبق شرایط و زمان‌بندی توافق‌شده بازپرداخت کنند. این بازپرداخت‌ها، همراه با کارمزد اندک، به پایداری و رشد برنامه تامین مالی کمک می‌کند و به موسسه امکان می‌دهد در آینده به مشتریان بیشتری خدمات ارائه کند. یک فرآیند ارزیابی اعتباری دقیق و منصفانه باید ایجاد شود که شرایط منحصر به فرد وام‌گیرندگان را در نظر بگیرد. این ممکن است شامل در نظر گرفتن وثیقه جایگزین، وام‌دادن گروهی یا سایر رویکردهای نوآورانه برای کاهش خطرات مرتبط با وام‌دادن به فقرا باشد.

پس از اتمام وام اول چنانچه عملکرد فرد صعودی بوده و نیازمند تجهیزات دیگر جهت پیشبرد کار خود باشد با توجه به نظر کارشناسی شده تسهیلگر و موسسه مجری، وام بعدی به فرد تعلق خواهد گرفت.

## ۹- تقویت یک اکوسیستم حمایتی:

باید یک محیط توانمند ایجاد شود که از ابتکارات مالی، مانند سیاست‌های نظارتی مطلوب، توسعه زیرساخت‌ها و دسترسی به فناوری، پشتیبانی می‌کند. این امر به حفظ و افزایش تاثیر اعتبارات در جوامع هدف کمک شایانی می‌کند.

## ۱۰- ظرفیت‌سازی:

پشتیبانی مستمر و ایجاد ظرفیت برای ذی‌نفعان، از جمله دسترسی به آموزش‌های اضافی، مربی‌گری و فرصت‌های شبکه‌ای باید ارائه شوند. این امر، هر دو طرف جریان را قادر می‌سازد تا از مزایای وام خانگی به حداکثر بهره برسند و افراد وام‌گیرنده، معیشت خود را در دراز مدت بهبود بخشند.





**دستورالعمل بیمه‌های  
خرد**



بیمه جزء اولویت‌های ضروری موسسه مجری می‌باشد که حفاظت و کاهش ریسک را برای افراد و مشاغل کوچک در جوامع کم‌درآمد ارائه می‌دهد. با پیروی از این دستورالعمل‌ها، می‌توان به اجرای موفقیت‌آمیز بیمه در تامین وام و حمایت مورد نیاز از افراد و جوامع کم‌درآمد کمک کرد. در اینجا چند دستورالعمل وجود دارد که باید هنگام اجرای بیمه مورد توجه قرار گیرد و به دلیل اهمیت بالایی که دارد، مجزا از فرآیند اجرا و عمیق‌تر به آن پرداخته شده است:

#### ۱- شناسایی دقیق بازار هدف:

قبل از ارائه بیمه، داشتن درک عمیق از نیازها، ترجیحات و توانایی‌های مالی بازار هدف بسیار مهم است. انجام تحقیقات بازار برای شناسایی خطرات خاص جامعه و طراحی محصولات بیمه بر اساس آن نیز ضروری است.

## ۲- هزینه‌های مقرون به صرفه:

بیمه باید برای بازار هدف مقرون به صرفه باشد. حق بیمه باید در سطحی تنظیم شود که مشتریان بتوانند به راحتی از عهده پرداخت آن برآیند بدون این که سایر تعهدات مالی خود را به خطر بیندازند. استفاده از مکانیسم‌های قیمت‌گذاری نوآورانه مانند گزینه‌های پرداخت حق بیمه انعطاف‌پذیر یا طرح‌های مبتنی بر گروه‌ها که خود اعضای گروه‌ها شرایط و ضوابط را به تسهیلگر پیشنهاد دهند، جوابگو است.

## ۳- ارائه پوشش‌های مرتبط:

محصولات بیمه‌ای باید ریسک‌های خاصی که بازار هدف با آن مواجه است را برطرف کنند. خطرات رایج ممکن است شامل موارد اضطراری بهداشتی، شکست محصول، بلایای طبیعی یا حوادث باشد. پوشش مناسب برای رفع نیازهای اقشار مختلف در جامعه، اطمینان حاصل می‌کند که محافظت کافی در برابر این خطرات، تدارک دیده شده است.

## ۴- تسهیل فرآیند ثبت نام:

فرآیند ثبت نام باید ساده باشد تا دسترسی به بیمه آسان شود. مدارک و الزامات اداری به حداقل برسد و از پلتفرم‌های تلفن همراه یا شبکه‌های عامل برای تسهیل فرآیند ثبت نام استفاده شود.

## ۵- ارائه آموزش و آگاهی:

آموزش بازار هدف در مورد مزایا و اهمیت بیمه ضروری است. کمپین‌های آگاهی برای کمک به افراد برای درک این که چگونه بیمه می‌تواند از آن‌ها در برابر حوادث غیرمنتظره محافظت کند و انعطاف‌پذیری مالی آن‌ها را بهبود بخشد، موثر است. این کمپین‌ها را می‌توان به موازات جلسات هم‌نشینی گروه‌ها در محله نیز انجام داد.

## ۶- اطمینان از شفافیت و اعتماد:

از آنجایی که مخاطبین بیمه، قشر ضعیف و کم‌درآمد هستند، ایجاد اعتماد در میان بازار هدف با اطمینان از شفافیت در فرآیند بیمه باید انجام شود. برای جلوگیری از هرگونه سردرگمی یا سوء تفاهم، شرایط و محدودیت‌های پوشش محصولات بیمه به وضوح اعلام شود.

## ۷- ایجاد مشارکتهای قوی:

با سایر موسسات مالی، بانکها، سازمانهای غیردولتی، سازمانهای مردم‌نهاد و محلی همکاری به عمل آید تا بازار هدف به طور موثر انتخاب شود. از شبکه‌ها و زیرساخت‌های موجود خود برای ترویج بیمه اعضای گروه و تسهیل ثبت‌نام می‌توان استفاده کرد.

## ۸- نظارت و ارزیابی:

نظارت و ارزیابی مستمر اثربخشی برنامه بیمه نیز ضروری است. به‌طور منظم تأثیر پوشش بیمه بر رفاه مالی بازار هدف باید ارزیابی و تجزیه و تحلیل شود و محصولات و فرآیندها بر اساس آن تنظیم شوند.

## ۹- تقویت چارچوب نظارتی:

همکاری با نهادهای نظارتی برای ایجاد یک محیط نظارتی حمایتی بیمه، موثر است. از سیاست‌هایی حمایت شود که رشد و پایداری طرح‌های بیمه خرد بین اعضای گروه‌ها را ارتقا می‌دهد و در عین حال، حمایت از مصرف‌کننده را تضمین می‌کند.

## ۱۰- ارائه پشتیبانی مداوم از مشتری:

ارائه پشتیبانی مداوم از نهاد بیمه‌گذار به اعضای گروه‌ها نقش مهمی در پایداری سیستم دارد. یک سیستم پشتیبانی اختصاصی برای کمک به رسیدگی به ادعاها، تمدید خط‌مشی‌ها و هرگونه سؤال یا نگرانی دیگر باید ایجاد شود تا چرخه بیمه‌ها متوقف نشود.





تسهیل کننده در تامین مالی وام‌های خانگی نقش مهمی در تضمین عملکرد روان و موفقیت طرح‌های تامین مالی ایفا می‌کند. به‌طور کلی، تسهیل کننده به‌عنوان پلی بین مؤسسه و جامعه هدف عمل می‌کند و ارتباطات مؤثر، فرآیندهای کارآمد و نتایج مثبت را برای هر دو طرف درگیر تضمین می‌کند. در دستورالعمل اجرایی، هر جا صحبت از ارتباط مستقیم وام‌گیرندگان با مجری تامین مالی وام به میان آمده است، شامل وظایف تسهیلگر می‌شود که به‌طور مشروح به آن می‌پردازیم. وظایف کلیدی تسهیلگر عبارت‌اند از:

#### ۱- شناسایی مشتری:

تسهیلگر مسئول شناسایی مشتریان بالقوه‌ای است که به خدمات مالی نیاز دارند. آن‌ها ممکن است با جامعه محلی، سازمان‌ها و برنامه‌های توسعه همکاری کنند تا افراد یا گروه‌هایی را با دسترسی محدود به خدمات مالی سنتی بیابند.

## ۲- نیازسنجی:

هنگامی که مشتریان بالقوه شناسایی شدند، تسهیلاتگر نیازسنجی کاملی را برای درک نیازها، اهداف و قابلیت‌های مالی آن‌ها انجام می‌دهد. این به ایجاد خدمات و محصولات تامین مالی برای رفع نیازهای خاص مشتریان کمک می‌کند.

## ۳- پردازش درخواست:

تسهیلگر به مشتریان در تکمیل اسناد و مدارک لازم برای دسترسی به خدمات مالی وام کمک می‌کند. آن‌ها مشتریان را از طریق فرآیند درخواست، راهنمایی می‌کنند و اطمینان حاصل می‌کنند که تمام اطلاعات مورد نیاز به طور دقیق و کارآمد ارائه می‌شود.

## ۴- آموزش مالی:

تسهیلگران مالی، آموزش سواد مالی را به مشتریان ارائه می‌دهند. آن‌ها به افراد کمک می‌کنند تا مفاهیم اساسی مالی را درک کنند، مهارت‌های بودجه‌بندی را توسعه دهند و توانایی‌های کلی مدیریت مالی خود را افزایش دهند. این به مشتریان امکان می‌دهد تا تصمیمات آگاهانه بگیرند و به‌طور موثر از خدمات مالی استفاده کنند.

## ۵- ارزیابی اعتبار:

تسهیلگران اعتبار مشتریان را با تجزیه و تحلیل تاریخچه مالی، منابع درآمد و ظرفیت بازپرداخت آن‌ها ارزیابی می‌کنند. آن‌ها خطرات مرتبط با وام‌دادن به مشتریان را ارزیابی می‌کنند و مقدار وام و نرخ بهره مناسب را تعیین می‌کنند.

## ۶- پرداخت وام:

پس از تکمیل ارزیابی اعتبار، تسهیلاتگر شرایط پرداخت وام به مشتریان واجد شرایط را تسهیل می‌کند. آن‌ها اطمینان می‌دهند که مبلغ وام به موقع و مطمئن به افراد ارائه می‌شود و خلف وعده انجام نمی‌پذیرد.

## ۷- نظارت و پشتیبانی:

تسهیلگر به طور منظم بر پیشرفت مشتریان و رفتار بازپرداخت وام آن‌ها نظارت می‌کند. پشتیبانی و راهنمایی مستمری را برای مشتریان ارائه می‌دهد و به آن‌ها در مدیریت امور مالی و غلبه بر چالش‌هایی که ممکن است در طول دوره بازپرداخت وام با آن‌ها مواجه شوند، از طریق مشاوره کمک می‌کند.

## ۸- ثبت سوابق و گزارش:

تسهیلگران سوابق دقیقی از اطلاعات مشتری، درخواست‌های وام، برنامه‌های بازپرداخت وام و سایر داده‌های مربوطه نگهداری می‌کنند تا در صورت نیاز به نهادهای بالاتر ارائه دهند. آن‌ها گزارش‌هایی درباره عملکرد و تاثیر طرح‌های تامین مالی تولید می‌کنند که به ارزیابی اثربخشی برنامه و تصمیم‌گیری آگاهانه برای بهبودهای آینده کمک می‌کند.





# دستورالعمل ایجاد فرصت‌های شغلی

۱- آموزش کسب و کار	۲- خوداشتغالی	۳- پشتیبانی بخش غیررسمی
۴- توانمندسازی زنان	۵- توسعه مهارت	۶- ارتقاء کارآفرینی
۷- توسعه زنجیره تامین	۸- حفظ مشاغل	۹- سرمایه‌گذاری تأثیرگذاران اجتماعی

تامین مالی تنها برای اعطای وام نیست و نقش مهمی در ایجاد یا توسعه فرصت‌های شغلی به ویژه در اقتصادهای در حال توسعه دارد. به طور کلی، تامین مالی به افراد، به ویژه آنهایی که در جوامع آسیب‌پذیر به حاشیه رانده شده‌اند، قدرت می‌دهد تا به خود متکی شوند و فرصت‌های شغلی ایجاد کنند یا کسب و کار خود را توسعه ببخشند. تامین مالی باید کارآفرینی، توسعه مهارت و رشد اقتصادی را ترویج کرده و به کاهش فقر و توسعه پایدار کمک کند. در این جا یک دستورالعمل اجرایی در فرآیند تامین مالی پیشنهاد می‌شود:

## ۱- آموزش کسب و کار:

مؤسسات مجری باید برنامه‌های آموزشی سواد مالی و کسب و کار را حین فرآیند اجرای طرح به مشتریان خود ارائه دهند. این برنامه‌ها به افراد کمک می‌کند تا مهارت‌های اساسی در حسابداری، بازاریابی و مدیریت را توسعه دهند و آن‌ها را قادر می‌سازد تا کسب و کار خود را به‌طور موثرتری اداره کنند و شانس موفقیت خود را افزایش دهند.

## ۲- خوداشتغالی:

تامین مالی، باید به‌گونه‌ای پیاده‌سازی شود که افراد قادر شوند تا با حمایت از فعالیت‌های مختلف درآمدزا به خوداشتغالی دست یابند. این امر کارآفرینی را ترویج می‌کند و اتکا به اشتغال سنتی را کاهش می‌دهد.

## ۳- پشتیبانی بخش غیررسمی:

بسیاری از مشتریان تامین مالی در بخش غیررسمی فعالیت می‌کنند که شامل فعالیت‌هایی مانند دستفروشی، کشاورزی در مقیاس کوچک، کارگاه‌های کوچک تولیدی و صنایع دستی است. با ارائه خدمات مالی متناسب با نیازهای آن‌ها، تامین مالی به تثبیت این مشاغل غیررسمی و رسمیت بخشیدن آن‌ها کمک می‌کند و فرصت‌های شغلی پایدارتری ایجاد می‌کند. از وام‌های اعطایی می‌توان برای خرید موجودی، تجهیزات یا مواد خام استفاده کرد که می‌تواند به ایجاد فرصت‌های شغلی و تحریک رشد اقتصادی کمک کند.

## ۴- توانمندسازی زنان:

تامین مالی تمرکز زیادی بر توانمندسازی زنان دارد که اغلب در دسترسی به منابع مالی با چالش‌های بیشتری روبرو هستند. مؤسسات مجری با ارائه آموزش مالی به زنان، باید آن‌ها را قادر سازند تا کسب و کار خود را راه‌اندازی کنند، استقلال اقتصادی آن‌ها را افزایش داده و به اشتغال‌زایی کمک کنند. تامین منابع مالی و استقلال اقتصادی زنان، نقش مهمی در توانمندسازی زنان ایفا می‌کند. زنان که اغلب با موانع بیشتری برای دسترسی به منابع مالی سنتی روبرو هستند، می‌توانند از وام‌های خرد برای راه‌اندازی کسب و کار و ایجاد درآمد استفاده کنند که منجر به بهبود معیشت خانوار و ایجاد و افزایش فرصت‌های شغلی برای خود و دیگران می‌شود.

## ۵- توسعه مهارت:

علاوه بر حمایت مالی، ضروری است تا برنامه‌های آموزشی و ابتکارات ظرفیت‌سازی به اعضای گروه‌ها ارائه شود. این برنامه‌ها وام‌گیرندگان را به مهارت‌های تجاری ضروری، سواد مالی و دانش مدیریت مجهز می‌کند و شانس موفقیت آن‌ها را افزایش می‌دهد و نیروی کار ماهر ایجاد می‌کند.

## ۶- ارتقاء کارآفرینی:

مؤسسات مجری، وام‌ها را به افرادی که دسترسی به سیستم‌های بانکداری سنتی ندارند ارائه می‌دهند. این وام‌ها باید کارآفرینان مشتاق را قادر سازد تا کسب و کار خود را راه‌اندازی یا گسترش دهند که منجر به ایجاد یا توسعه شغل می‌شود. فرآیند وام‌دهی باید به گونه‌ای باشد که افراد کارآفرین از امتیاز بیشتری برخوردار شوند.

## ۷- توسعه زنجیره تامین:

تامین مالی در فرآیند اجرا باید به گونه‌ای پیاده‌سازی شود که به طور غیرمستقیم از طریق توسعه زنجیره تامین به ایجاد اشتغال کمک کند. با حمایت از تولیدکنندگان و تامین‌کنندگان در مقیاس کوچک، آن‌ها را قادر سازد تا خواسته‌های کسب و کارهای بزرگ‌تر را برآورده کنند و نهایتاً در کل زنجیره، ارزش شغلی ایجاد شود.

## ۸- حفظ مشاغل:

تامین مالی هم‌چنین نقش مهمی در حفظ مشاغل موجود، به ویژه در زمان رکود اقتصادی یا در مناطقی که تحت تأثیر بلایای طبیعی قرار دارند، ایفا می‌کند. با فراهم کردن دسترسی سریع به سرمایه و کمک‌های مالی، تامین مالی سعی می‌کند به کسب و کارها کمک کند تا عملیات خود را حفظ کنند و منابع خود را در زمان‌های چالش‌برانگیز حفظ کنند.

## ۹- سرمایه‌گذاری تأثیرگذاران اجتماعی:

ضروری است تا نیکوکاران و سرمایه‌گذاران موثر اجتماعی که علاقه‌مند به حمایت از اشتغال و کارآفرینی در جوامع محروم هستند، در این طرح جذب شوند. این سرمایه‌گذاران با انتظار بازده اجتماعی و مالی در مؤسسات سرمایه‌گذاری می‌کنند و دسترسی به خدمات مالی را بیشتر می‌کنند که مدیریت صحیح آن نقش مهمی در تسهیل اشتغال و کارآفرینی اعضای گروه‌ها خواهد داشت.