

出國報告（出國類別：其他）

出席亞太經濟合作組織(APEC)金融監
理人員訓練倡議-投資者與市場中介者
教育研討會出國報告

APEC Financial Regulators Training
Initiative Regional Seminar on Investor and
Market Intermediary Education

服務機關：金融監督管理委員會證券期貨局

姓名職稱：陳專員韻如

派赴國家：斯里蘭卡

出國期間：104年12月7日至104年12月11日

報告日期：105年2月23日

摘 要

會議名稱	投資者與市場中介者教育研討會 (Investor and Market Intermediary Education)
會議時間	104 年 12 月 7 日至 104 年 12 月 11 日
主辦單位	亞太經濟合作組織
出席會議者 姓名、單位	陳韻如 金融監督管理委員會證券期貨局 專員
連絡方式	(02)5773-5100、cyn@sfb.gov.tw
研習會內容	本次會議內容重點： 一、 設計有效的金融教育宣導方案：包括教育宣導機構之事前研究、行為經濟學、選定金融教育之目標族群、設計教育方案及評估課程有效性，並選擇適當傳播管道及合作夥伴，使投資人可以透過適當途徑取得符合其需求之金融知識，以避免遭受金融詐騙。 二、 投資者保護與預防金融詐騙：由美國金融業監理機關介紹該國有關投資人保護與預防金融詐騙，說明其面臨金融詐騙之挑戰、投資人保護策略與詐騙勸說技巧，以預防金融詐騙事件之發生。 三、 馬來西亞證券產業發展機構之經驗分享：說明該機關介紹、業務發展及對外合作夥伴，分享其金融教育相關課程設計方法、發展過程及建立資本市場課程等經驗。
後續辦理事項	無
心得與建議	未來我國持續推動投資人金融教育之參考： 一、 深入了解投資人特性及利用網路平台進行金融教育：未來在推動投資人金融教育，可深入研究投資人的特性，針對其需求，設計有效金融教育課程，並蒐集及宣導金融詐騙案例，以保障投資人權益。亦可利用近年新興之網路平台及社群媒體，增加與投資人互動之機會，並提供多元化之教育宣導管道。 二、 持續與各國進行投資人教育與金融知識經驗交流及尋找合作夥伴：目前世界各國均積極發展其證券金融市場，並持續推出新金融商品，金融商品聯結也越來越緊密，建議持續與各國進行投資人教育與金融知識經驗交流及尋找合作夥伴，以使投資人教育發揮最大效果。

目 次

壹、前言、研討會主題與目的.....	3
貳、研討會重點摘要.....	6
一、設計有效的金融教育宣導方案.....	6
(一)事前研究.....	6
(二)行為金融學.....	7
(三)設計、發展教育方案.....	10
(四)評估教育宣導課程之有效性.....	14
二、投資者保護與預防金融詐騙.....	16
(一)有關美國金融業監理機構(FINRA).....	16
(二)FINRA 的投資者保護.....	17
(三)預防金融詐騙的挑戰.....	17
(四)投資者保護策略與詐騙勸說技巧.....	18
(五)投資詐騙之風險因子.....	18
(六)如何避免投資詐騙.....	19
(七)個案研究.....	19
三、馬來西亞證券產業發展機構(SIDC)之經驗分享.....	20
(一)SIDC 介紹及合作夥伴.....	20
(二)介紹 SIDC 經驗與課程設計方法.....	21
(三)課程設計與發展過程.....	21
(四)SIDC 建立市場中介者資本市場課程.....	21
(五)課程執行與評估-以法令遵循人員為例.....	22
參、心得及建議.....	24
附錄：研討會議程.....	26

壹、前言、研討會主題與目的

一、前言

APEC 於 1998 年成立金融監理人員訓練(the Asia-Pacific Economic Cooperation Financial Regulators Training Initiative, APEC FRTI), 為銀行及證券監理者加強其金融監理之品質及其效率, APEC FRTI 同時為 APEC 財長會議項下歷時最悠久之訓練課程, 其作業由亞洲開發銀行擔任。其成立之目的係為強化亞太地區金融監理人員的訓練計畫, 並改善與協調區域性及國際性的訓練計畫, 並為初級與中級之金融監理人員提供了一個支援性、有效的及具成本效益的訓練架構。

本次投資者及市場中介機構教育研討會 (Regional Seminar on Investor and Market Intermediary Education) 於 104 年 12 月 7 日至 11 日在斯里蘭卡可倫坡舉辦, 為期 5 天, 由亞洲開發銀行 (The Asian Development, 下稱 ADB) 與斯里蘭卡證券管理委員會 (Securities and Exchange Commission of Sri Lanka, 下稱斯里蘭卡證管會) 共同舉辦, 參與研討會之人員總計來自 14 個經濟體, 包含孟加拉銀行、柬埔寨證券交易委員會、中國(銀行間市場交易商協會、上海證交所)、迦納證券交易委員會、印度證監會、印尼金融服務管理局、肯亞資本市場管理局、南韓金融監督院、馬爾地夫資本市場發展管理局、尼泊爾(國家銀行、證交所、證管會)、菲律賓證券交易委員會、斯里蘭卡(中央銀行、證交所、證交會)及泰國證券交易委員會等單位, 總計 73 名證券市場主管機關或市場中介機構人員參與。

本次研討會邀請了美國金融業監理機構(Financial Industry Regulatory Authority, 下稱 FINRA) 之投資者教育執行長 Mr. PETER S. CHANDLER、澳洲證券投資委員會(Australian Securities and Investment Commission)之金融知識小

組負責人 Mr. ROBERT DRAKE、馬來西亞證券業發展公司(the Securities Industry Development Corporation, Malaysia，下稱 SIDC)之首席執行長 Mr. AZMAN HISHAM CHE DOI，總計三位講師主講，與參與學員進行經驗分享及實務探討。

二、研討會主題與目的

(一)研討會對象及內容

本次研討會主要對象是對於從事或發展金融知識及對投資人、市場中介機構、財務顧問和公司董事之教育課程有興趣之人員。內容包括金融市場教育之 4 個領域，有金融知識、投資者教育、透過金融市場中介機構教育培養能力，及提供教育之媒介與其結構。此次課程為教育課程，如辨識教育需求、預算課程設計提供基本需求；為不同目的的發展不同類型的教育課程；教導或衡量教育課程的工具；及發展訓練組織的市場案例，或是為提供投資者或市場中介教育發展合作夥伴。

(二)課程學習目的

- 1、對有資本投資需求之投資人建立一個金融市場教育訓練課程。
- 2、設計一套金融知識架構。
- 3、為新產品設計一套教育課程。
- 4、透過教育及訓練，以提升市場中介機構、財務顧問及公司董事之能力。
- 5、使用最新 IT 應用技術為教育工具。
- 6、開發投資人教育課程和成果評估。

7、檢視訓練和教育不同原則模型。

(三)實例研討

1、金融知識建構。

2、新產品教育課程。

3、金融中介公司管理與合作。

4、使用社會媒介。

5、金融消費者保護。

6、組織訓練模型。

貳、研討會重點摘要

本次研討會包含了金融市場教育的四個領域，金融知識、投資者教育、透過金融市場中介機構教育進行能力培養及有關提供教育之媒介與其結構等，課程重點主要係針對投資人及市場中介機構之教育，包含對投資人之金融知識程度進行研究分析、設計教育課程及評估課程有效性等議題進行探討，謹將本次課程重點摘陳如下：

一、設計有效的金融教育宣導方案

(一)事前研究重要性

所謂金融能力係指在既定的社會經濟環境條件下，人們如何依其能力與知識為其最佳利益作成決策，其金融能力包括知識和技術、態度和動機。而金融教育是一個增加人們金融能力的過程，以強化其每日對金錢的管理、處理金融問題、處理生活上發生的事情，並為事先規劃。

事前研究可幫助主管機關或中介機構了解各地區投資人之特性，並針對其特性劃分目標族群，了解不同目標族群之金融需求及問題，並對各類投資人進行適切之金融教育宣導，使教育宣導方案更有效率的達成其目的。因此在規劃投資人的金融教育之前，應對投資人充分做好事前研究，事前研究目標族群並可使進行教育宣導之單位發現以下重要事項：

- (1) 人口特徵：年齡、收入、職業等。
- (2) 民眾金融之認知、知識及其技能。
- (3) 目前投資哪些金融產品。
- (4) 對金錢或對生活之態度，及如何影響其投資或使用金錢之習性。

(5) 偏好的資訊傳達管道。

(6) 如何習得金融相關知識，及其金融行為受哪些因素影響。

(二)行為金融學

行為金融學（behavioral finance）是金融學、心理學、行為學和社會學等相交叉的學科，力圖揭示金融市場的非理性行為和決策規律。行為金融理論認為，證券的市場價格並不只由證券內在價值所決定，很大程度上是受到投資者主體行為的影響，即投資者心理與行為對證券市場的價格決定及其變動具有重大影響。

以下幾項係於行為金融學研究中常見的投資偏差行為：

1、盲目樂觀及過度自信(Optimistic Overconfidence)

「過度自信」與「盲目樂觀」是經濟行為中經常出現的一種心理現象。過度自信是指人們經常過度相信自己判斷的正確性，而當人們覺得自己對於事情的結果有控制力時，其過度自信的傾向會更明顯；另外盲目樂觀或樂觀主義者是指人們有誇大自己對命運控制能力的傾向，從而低估可能產生的風險之現象。在人類的經濟行為中，過度自信常會使人高估自己的知識，誇大自己控制事件的能力，從而低估可能存在的風險，而盲目樂觀則會使人們低估外在環境會出現狀況之可能性，從而造成更大的風險。

對過度自信與盲目樂觀提出看法的學者很多，其中 Daniel, Hirshleifer and Subrahmanyam（1998）提出「過度自信」對投資人在資訊處理的過程中，有直接和間接兩方面的影響。直接的影響是投資人會過於重視自己所蒐集到的資訊，並高估這些私人資訊的正確

性。間接的影響是投資人會過濾掉一些不支持自己之前投資決策的資訊，而相信那些支持自己之前投資決策的資訊，以維持自己的信心和自尊。因此，在評估股票是否可作為投資的標的時，就出現了過度自信的情況。

2、確認偏誤(Confirmation Bias)

確認偏誤或稱驗證性偏見，是個人無論事實為何，偏好支持自己的成見、猜想的傾向。發生確認偏誤時，人們在腦中選擇性地回憶、搜集有利細節，忽略矛盾的資訊，並加以片面詮釋，並傾向於按照自己的偏好來錯誤地解釋與自己觀念相左的證據。比如說，如果人們一開始就相信有效市場假說，那麼即使有市場無效的證據出現，他們仍然會堅持有效市場假說。

3、錨定效應(Anchoring)

錨定效應一般又叫沉錨效應，是指當人們需要對某個事件做定量估測時，會將某些特定數值作為起始值，起始值像錨一樣制約著估測值，因此在做決策的時候，會不自覺地給予最初獲得的信息過多的重視。

錨定是指人們傾向於把對將來的估計和已採用過的估計聯繫起來，同時易受他人建議的影響。許多金融和經濟現象都受錨定效應的影響，例如股票當前價格的確定就會受到過去價格影響，呈現錨定效應，因證券市場股票的價值是不明確的，人們很難知道其真實價值，在沒有更多的資訊時，過去的價格(或其他可比價格)就可能是

現在價格的重要決定因素，並通過錨定過去的價格來確定當前的價格。

4、光環效應(The Halo Effect)

光環效應又稱「光圈效應」、「日暈效應」或「月暈效應」等，它是一種影響人際知覺的因素，係指在人際知覺中所形成的以點概面或以偏概全的主觀印象，就像月暈的光環一樣，向周圍瀰漫、擴散，例如一個物品的某種特性於最初使人印象良好，在這種印象的影響下，人們對這個物品的其他特性也會給予較好的評價。和光環效應相反的是惡魔效應。即對物品的某一特性有壞的印象，會使人對這一物品的其他特性的評價偏低。

以金融市場投資來說，如公司之營運階層形象優良，投資者對該家公司之產品品質或獲利將具有較高之信心，進而影響其投資決策；然而，光環也能讓投資者誤入歧途，管理學教授菲爾·羅森茨魏希(Phil Rosenzweig)在《The Halo Effect》一書中寫道，一家公司股價上漲會讓投資者認為該公司管理層工作專注、井然有序、富有熱情，而一旦股價下跌，同樣的領導團隊給人的印象則變為固執、缺乏想像力和拒絕改變。

在上述兩種情況下，投資者都認為自己對股票和公司管理者狀況做出了獨立判斷，但看法和看法之間不可避免會相互影響，結果通常是投資者在上漲行情中會過於樂觀，而在下跌行情中則過分悲觀。管理層實際上並沒有改變，改變的是投資者對他們的看法。

5、選擇超載(Choice Overload)

選擇超載是指選項過多，反而影響人們做決定，並負向影響決策信心的現象。學者 Sheena Iyengar 和 Mark Lepper 以販賣果醬的種類多寡，觀察是否會影響消費者購買特定商品的可能性，研究顯示，有 40% 的人去有 6 種果醬的桌子試吃，而有 60% 的人去有 24 種果醬的桌子試吃，不過在試吃 6 種果醬的人中有 30% 購買了果醬，另一邊卻只有 3%。研究人員表示，較多選擇雖可以吸引人們駐足，但是當要在眾多選擇裡面做出決策的時候，選擇實在太多，反而使其陷入選擇焦慮，最終人們便選擇不做選擇。

(三)設計、發展教育方案

1、選擇目標族群

選擇目標族群為規劃教育宣導方案的第一步，不同的族群需要不同的教育主題，選擇的宣導及溝通方式也會有所差異，劃分目標族群可考量以下因素：

- (1) 以年齡劃分，如：孩童與成人。
- (2) 男性及女性。
- (3) 城市或鄉村。
- (4) 高收入族群或低收入族群。
- (5) 高教育程度或低教育程度。

除了以目標族群規劃其教育宣導方案外，如係為了提高整體金融素養，或針對特定金融議題或商品進行教育宣導，應進一步了解該族群對金融知識的認知與涉獵程度，並進行調查與研究，以判斷教育宣導之方向。

以下為針對美國民眾所進行的各類金融知識調查：

問題	正確	不正確	不知道
利率	75%	13%	11%
通貨膨脹	61%	17%	20%
風險	48%	9%	42%
債券價格	28%	33%	37%
抵押	75%	9%	15%

此項調查係將金融議題區分為五大類，研究者設計相關題目並統計各類問題答覆之正確性，以獲取民眾對各類金融知識之瞭解程度，依據調查結果，美國民眾於利率、通貨膨脹及抵押等金融議題之普遍瞭解程度較高，而對於風險及債券價格之金融議題則相對較弱，而此類調查對於主管機關規劃金融教育宣導項目時將成為重要的參考依據。

2、依目的為族群設計主題及內容

(1)從使用者的角度設計規劃(User Centric)

User Centric 中心思想是「從使用者的角度出發」，相關權責單位於設計投資人金融教育課程時，應力求跳脫自身已有的知識和經驗，轉而由受教育者的角度出發，探討其問題及盲點，並思考達到目標應採用何種方式使其更易於理解及學習。

(2)考量聽眾程度

規劃金融教育課程內容時，應首先考量投資人現有的能力程度，循序漸進規劃課程內容，逐步建立其觀念及知識，否則將造成受訓者無法有效吸收的情況。

(3)建立認同感

課程內容之規劃應從故事與情感出發，只有事實描述無法改變聽眾態度，因此應藉由故事情節使聽眾代入自身或周遭真實狀況，引發聽眾對課程內容之認同感，進而增進學習之效率及效果。

(4)內容必須符合目的

教育宣導的方法及內容必須符合其主要目的，例如：教育宣導的目的在「知識建立」、「預防金融詐騙」、「介紹金融工具」或「宣導金融常識」，在內容架構及教育方式是不同的。

3、合作夥伴

幾乎所有成功的教育宣導課程都是建立在與夥伴合作的基礎上。良好的合作者可與組織相互配合並強化組織之弱點，並可提供不同意見及技術以改善教育宣導課程之品質。另外，夥伴關係可使教育宣導課程經由更多傳遞管道傳播出去，使該課程之影響加深，遍及更多群眾。

(1)挑選夥伴：應視課程內容及性質挑選合適之合作夥伴：

- 1、其他監管機構或政府機關。
- 2、非營利組織或社區。
- 3、業界團體或私人機構。
- 4、專科院校或研究機構。

5、媒體及其他。

(2)成功的教育宣導夥伴關係：建立良好的夥伴關係時，應注意具備下列條件：

- 1、清楚的角色定位及責任分工。
- 2、有組織及詳細規劃的計畫。
- 3、順暢及有效的溝通管道。
- 4、定期的監視與覆核。
- 5、參與共享的決策。
- 6、明確的領導者及執行團隊。

4、教育宣導的傳達方式及管道

目標族群的選擇將會影響教育宣導課程的進行方式或傳達管道，且隨著網路世代來臨及網路線上平台越來越普及，教育管道變得更多元、方便，規劃課程應充分考量目標族群特性後選擇最適切的傳播管道及內容類型。

(1)網路線上平台

- 1、網站。
- 2、播客(Podcasts)：播客是一個類似電台廣播的聲音檔，可以透過網路下載，並且在電腦、mp3 播放器、手機上收聽。播客也能讓使用者訂閱，使他們可以自動接收新的檔案。
- 3、手機 App。
- 4、線上研討會。

5、社群媒體：如 Facebook、Twitter。

(2)網路線上平台內容類型

1、文章。

2、影像。

3、視覺資訊圖表(Infographics)。

4、發布投資人警告(Investor Alerts)。

(四)評估教育宣導課程之有效性

1、成功的金融教育計畫應包括以下元素：

(1)清楚的任務及目標。

(2)目標對象明確。

(3)課程內容符合教育目的。

(4)適合的合作夥伴。

(5)計畫完成後的評估：針對受調查對象教育需求，提供可量化的評估。

2、計畫完成後的評估

(1)教育計畫評量

A.成果評量：參與者是否滿意課程？應於課後針對以下項目作調查

a.主題及內容涵蓋程度。

b.授課或教育品質。

c.學習活動安排。

d.課程時間安排及便利性。

- e.教授時間長度。
- f.相關設施及硬體設備。
- B. 效率評量：教育訓練是否使參與者感覺有所改變？包括瞭解程度、是否獲知新知識、改變態度及修正其行為，前述評估面向可透過課前及課後調查獲知。
- C. 組織評量：計畫贊助者、募款機構或合作夥伴是否已達到自身目標？
- D. 政策評量：教育計畫是否符合設定之目標？有多少人從此教育計畫中受惠？

(2)衡量與評估的方法

- A.抽樣調查(Sample survey or test group)。
- B.訪談。
- C.測驗。
- D.問卷。

教育宣導課程的事後評估可作為判斷課程之價值，衡量教育目標之達成情形，並可瞭解該次教育課程之執行成效，以改進課程的設計、內容及訓練的方式，使主管機關及投資人均能了解是否已學到所需的知識及技能，進而影響投資人態度、改變投資人行為，最後藉由每次衡量及評估之結果，確保未來金融教育方案的成功。

二、投資者保護與預防金融詐騙

(一)有關美國金融業監理機構(FINRA)

美國金融業監理機構（The Financial Industry Regulatory Authority，簡稱FINRA）是美國最大的非政府證券業自律監管機構，於2007年7月30日由美國證券商協會（NASD）與紐約證券交易所中有關會員監管、執行和仲裁的部門合併而成，它主要負責證券交易商於櫃檯交易市場的行為，以及投資銀行的運作，監管對象主要包括4,015家會員公司、16萬家分公司和64.2萬名註冊證券代表。FINRA目前共有約3,500名員工及17個辦公室，其核心目標是加強投資者保護和市場誠信建設，通過高效監管，輔以技術服務，實現此目標。

FINRA主要工作有證券業註冊與發照、訂定市場規則、對證券業遵循法規情形進行業務檢查、執行所訂市場規則之及證券法規、教育投資大眾、提供交易相關報告資訊、為投資人解決與證券公司紛爭及執行與交易所簽訂之市場規則等。

FINRA將投資者教育作為投資者保護的最佳形式。FINRA採取媒體宣傳和召開研討會等多種形式，幫助投資者瞭解金融知識，熟悉基礎的投資工具，每年並開設455個教育課程。此外，FINRA接手原「NASD投資者教育基金」，更名為「FINRA投資者教育基金」，資助投資者教育研發及培訓項目。

(二)FINRA的投資人保護

FINRA充分利用網路平臺開展投資者教育，於FINRA網站中關於投資者教育資訊有「投資前準備」(Prepare to Invest)、「商品及投資專業人員」(Products & Professionals)、「投資者保護」(Protect Your Money)、「投資者警

示」(Investor Alerts)及「工具與計算」(Tools & Calculators)等資訊，因此 FINRA 對投資者教育的重點是向投資者提供豐富的信息，協助投資者做到明白投資、規避風險。

FINRA 網站設置的「投資者警示」項目為其重點公告資訊，主要係 FINRA 密切跟蹤市場情況，並就市場中出現的各種涉嫌違規、違法行為發佈公告，提醒投資者不要上當受騙，並指導投資者識別此類風險。目前，FINRA 網站「投資者警示」中公佈了 NASD 自 2001 年 11 月 1 日以來發佈的投資者警示函，以及其它相關機構發佈的投資者警示函。另外，FINRA 亦於網站中介紹各種金融產品特性、提醒投資者決策時應考慮的因素和注意事項等，協助投資者做出符合自身資產狀況、投資理念、理財需求的投資決策，並提供中介機構查詢、投訴管道和獲取投訴之援助資金方面等資訊，另於「工具與計算」項下則提供了金融分析工具和虛擬投資遊戲，幫助投資者掌握基本投資技能。

(三)預防金融詐騙的挑戰

1、體制內障礙

- (1)詐騙局無所不在(金融詐騙種類繁多，如何對付?)
- (2)防範規模(如何遍及大部分的投資人?)
- (3)舉出反證(如何證明未發生的事?)
- (4)持續性(如何使投資者持續維持預防金融詐騙之意識?)

2、投資者心理障礙

- (1)不會受騙的錯誤觀念(我不可能被騙)

(2)對抗心理(我不需要你教我怎麼做)

(3)太過自信(我不笨)

(4)害怕損失(期望付出更多的錢後可以取回原本的損失)

(四)投資者保護策略與詐騙勸說技巧

1、投資者保護策略

讓投資者知道人是有弱點的，任何人都能受到傷害；教導投資人了解詐騙之勸說術語；使投資人採用詢問問題及確認答案等簡單、高度防衛的步驟避免被詐騙。

2、詐騙勸說術語

(1)財富錯覺：用財富來誘惑你，如銷售員以可觀的報酬來誘惑你。

(2)可靠來源：試著透過有名望公司或特殊經驗，來建立信賴關係(如何求證真假)。

(3)社會共識：每個人都想要擁有，這一定是好的投資，進一步引導你去相信很多人都已經投資了。

(4)互惠：施以小惠以獲得更大利益。

(5)稀少性：東西越稀有價值越高，商品銷售時間也限制或數量有限。

(五)投資詐騙之風險因子(Investment Fraud Risk Factors)

下列為易受投資詐騙之主要風險因子：

1、擁有高風險投資。

2、其投資建議多來自於朋友、家人或同事。

- 3、對新的投資資訊採開放態度。
- 4、未確認投資或經紀人之背景資料。
- 5、無法辨認詐騙者的勸說術語。

(六)如何避免投資詐騙

- 1、減少自己暴露詐騙環境：注意免費午、晚餐的研討會、避免高風險的投資行為、建立一套自身拒絕模式、到政府機關反詐騙網站註冊或撥打反詐騙電話確認。
- 2、注意詐騙勸說術語：財富錯覺、來源可靠、社會共識、互惠及稀少性。
- 3、銷售員及商品是否合法註冊：詢問及檢視銷售員是否有合法證券商執照去銷售金融商品及其銷售商品是否為合格金融商品。

(七)個案研究 -誰會是受害者?

下列係經研究統計後發現較常成為投資詐騙受害者之人口特徵：

- 1、男性。
- 2、已婚。
- 3、55-65 歲。
- 4、具有較高金融素養。
- 5、大學畢業。
- 6、獨斷獨行(Self-reliant)。
- 7、最近在財務或健康狀態上有變化。
- 8、風險愛好者 (Risk-takers)。

任何人都有可能成為受金融詐騙之對象，而現今金融商品多元化，金融詐騙手法也不斷翻新，主管機關於教育投資者預防金融詐騙時，除了介紹各式詐騙手法外，亦應加強投資人反詐騙之意識，從根本預防金融詐騙事件之發生。

三、馬來西亞證券產業發展機構(SIDC)之經驗分享

(一)SIDC 介紹及合作夥伴

本次係由馬來西亞證券產業發展機構(Securities Industry Education Institutes, SIDC)首席執行長 Mr. AZMAN HISHAM CHE DOI 擔任講師，該單位係馬來西亞證券委員會(Securities Commission Malaysia)的培訓發展機構，於1994年成立，該機構的目的係為提升資本市場參與者之能力，為馬來西亞及新興市場之專業人士、監管機構和投資人提供教育培訓方案，以因應資本市場快速發展。

該機構已與印度 National Institute of Securities Market(2013年簽訂合作備忘錄)、澳洲財政部、亞洲發展銀行、瑞士 International Institute for Management Development 等建立合作伙伴關係。2014年10月與阿拉伯聯合大公國 the United Arab Emirates' Securities and Commodities Authority(ESCA)簽訂合作備忘錄，建立策略性夥伴，希望透過該備忘錄將業務推廣到中東及北非地區。

(二)介紹 SIDC 經驗與課程設計方法

SIDC 課程設計方法主要是採用 ADDIE 模型，內容包括：

- 1、Analysis 分析：針對商業、工作環境及利益相關方諮詢進行分析，尋找受訓人員之需求，並達成其課程目標。
- 2、Design 設計：分析上述情形設計一套符合該產業之課程目標。
- 3、Development 發展：根據課程目標發展一套之教育訓練課程。
- 4、Implement 實施：依據學員教育水準設計學習架構。
- 5、Evaluation 評估：評估課程和辨識評估方法，以達到課程目標。

(三)課程設計與發展過程

- 1、辨識所需結果、目標及標準：應包括 3 個項目，有說明課程參加者要做什麼、參與課程者之條件及執行目標。
- 2、學習經驗及計畫指引：包含課程內容及學習指引。
- 3、決定可接受之教材：辨識達成課程目標之評估方法，並透過參加者學習的結果評估達成目標之程度。

(四)SIDC 建立市場中介者資本市場課程

為建立資本市場之教育課程，首先對全球商業環境進行分析，包括市場國際化及整合程度、收集市場相關規定、金融市場技術、國內全球商業策略及金融危機分析及系統性影像，如此可以幫助 SIDC 有效評估未來資本市場產業面向，參與該市場人員之能力及條件。課程設計採用 5K 訓練邏輯，包括了解產品、了解客戶、了解市場、了解規則及了解自己。並為資本市場發展出 3 個學習階段，最後成為這產業之專家。以下以 ADDIE 模型中發展 (Development)例子，說明各個階段發展活動規則，如下表：

活動規則	階段一	階段二	階段三	專家
	0-2 年課程	3-5 年課程	6-10 年課程	超過 10 年課程
1.證券交易	V	V	V	V
2.衍生性商品交易	V	V	V	V
3.基金管理	V	V	V	V
4.投資人建議	V	V	V	V
5.公司融資建議	V	V	V	V
6.交易代表	V			
7.轉介業務代表	V			
8.法規遵循	V	V	V	V

(五)執行課程與評估-以法令遵循人員為例

有關以法令遵循人員課程執行與評估三個階段內容說明如下：

階段一：為法令遵循人員基本知識運作能力，包括對相關技術性知識之解釋與應用、辨識國內外相關市場消息對市場之衝擊、資本市場工作知識、客戶關係管理、針對一般事件能自主作決定。

階段二：主要係針對法令遵循管理者相關技巧的練習，內容包括跨不同市場變化訊息說明、探討全球相關金融新聞之衝擊、資本市場規則和特有價值之完整知識、客戶關係管理的完整知識、對一般事件可自主做決策。

階段三：主要針對機關的首長，應用複雜技巧訊息對廣泛不可預測之內容進行評估和使用、對於突發、即時之市場訊息

評估可能衝擊、對於跨國金融市場活動分析、管理階層
專業知識及自主作完整決定等。

參、心得及建議

本次係由斯里蘭卡證管會與亞洲開發銀行主辦此次訓練課程，課程內容安排美國金融業監理機構、澳洲證券投資委員會及馬來西亞證券業相關主管擔任講師，除於課程中說明該國之經驗，闡述投資人教育之重要性，設立投資人教育專門機構及相關網站，針對不同投資人族群選擇適當教育課程，透過適當的管道如電視及網路等方式，去推廣金融教育，以加強投資人金融知識，並防止不法層出不窮的金融詐騙。

此外，講師講課方式，係透過立即網路上投票或分組提問討論之雙向互動方式，由各國代表去說明自己國家目前發展金融教育的階段與宣導金融教育的途徑及成果等，分享彼此經驗。有關實作訓練方面，採分組演練方式進行，包括教育宣導短片的製作及虛擬股票投資競賽方式進行實際演練。金融知識教育宣導短片的製作，包括主題選定(例如儲蓄及投資等)、挑選對象及設定達成目標等(劇本草擬)，然後對挑選對象進行訪問、錄製及剪輯等，最後由各組進行成果發表，讓學員於過程中學習如何針對不同主題及投資人，尋求有效溝通宣導方式。透過講授與演練的過程，更進一步了解如何設計有效之金融教育課程及獲取金融知識等，受益良多。

參加本次教育課程，除瞭解其他國家證券監管機構之實務作法外，下列幾點值得我國未來持續推動投資人金融教育之參考：

(一) 深入了解投資人特性及利用網路平台進行金融教育

現行金融商品越來越多元化，投資人可以從不同管道取得金融投資工具進行理財規劃，目前本會於網站上已建有「金融智慧網」，針對不同投資族群提供有不同教材課程、金融商品介紹、宣導短片(包括金融知識、防範金融詐騙及消費者權益相關保護等)。另臺灣證券交易所設有投資人知識網，

並協助辦理辦理金融證券常識網路闖關有獎徵答遊戲、大專院校校園證券投資智慧王知識競賽活動、證券周邊單位及業務宣導會外，並以報章平面媒體新聞、廣告及宣導手冊等方式進行投資人宣導與教育。除了宣導投資人如何正確取得金融知識之管道，取得基本的金融教育知識外，建議可以針對我國投資人進行更深入之研究，瞭解各類投資人之特性，針對其需求設計有效之金融教育課程，蒐集及宣導金融詐騙類型，以保障投資人權益。

且近年度網路平台盛行，我國亦開始使用 Facebook 與投資人進行交流及教育宣導，惟網路平台及社群媒體種類不斷推陳出新，其影響力亦日漸擴大，國外之金融教育宣導方式除於網路發布文章，亦經常性更新即時資訊，或以影音短片、名人宣傳影片或是訪談民眾對於金融投資的看法及規劃等不同方式，使投資人可從各式管道接收金融教育之資訊，並喚起投資人對投資及理財規劃之重視，建議可增加教育宣導之管道，並以多元化之方式呈現。

(二) 持續與各國進行投資人教育與金融知識經驗交流及尋找合作夥伴

目前世界各國均積極發展其證券金融市場，並持續推出新金融商品，各國金融商品之聯結也越來越緊密，為避免再次發生金融海嘯時因投資人金融知識不足導致投資損失之情形，各國亦紛紛加強金融教育，並強化相關規範，監理人員除可參加類似 APEC 組織之相關研討會，直接與會人員進行經驗交流與分享外，亦可進一步尋找跨國與跨區域之合作夥伴，共同推廣金融教育，以使投資人教育發揮最大的效果。

附錄：研討會議程

2014年12月7日(一)	
09:00-10:30	報到 歡迎與開幕致詞 團體照及與會人員自我介紹
11:00-12:30	FINRA 在投資人教育之活動及角色
13:45-15:15	如何設計一套有效金融教育課程
15:30-17:00	打擊金融詐騙與實例研討
2014年12月8日(二)	
09:00-10:30	虛擬股市介紹與投資人股票選擇
11:00-12:30	實例研討-訓練機構與合作夥伴發展
13:45-15:15	投資者教育研究與金融行為學的重要性
15:30-17:00	金融教育課程設計與開發
2014年12月9日(三)	
09:00-10:30	虛擬股市遊戲回顧 開發市場中介者資格條件
11:00-12:30	實例研討-設計宣導內容
13:45-15:15	評估金融教育課程是否有效
15:30-17:00	利用市場參與者去擴大金融教育
2014年12月10日(四)	
09:00-10:30	虛擬股市遊戲回顧 如何發展線上金融教育課程
11:00-12:30	如何開發金融知識課程-案例研討
13:45-15:15	利用社會媒體去擴大市場推廣金融知識-實際演練

15:30-17:00	案例討論-為新產品設計投資者教育課程
2014年12月11日(五)	
09:00-10:30	虛擬股市遊戲回顧 如何評估投資者教育訓練課程預算
11:00-12:30	與會者製作投資者教育影片之成果發表