



New Educational Approaches

New Educational Approaches

E-ISSN: 2423-6780

Vol. 17, Issue 2, No.36, Autumn and Winter 2023, P:21-40

Received: 15/03/2022 Accepted: 04/03/2023

Research Article

The Manner of Financial literacy education and its Effect on the Decrease of Consumerism among Primary school Students in the City of Kashan

Narjes Ghanavizi: M.A. in Curriculum planning, Department of Educational Sciences, Faculty of Humanities, University of Kashan, Kashan, Iran
naghanavizi.kshn@gmail.com

Zeinab sadat Athari*: Assistant Professor of Curriculum planning, Department of Educational Sciences, Faculty of Humanities, University of Kashan, Kashan, Iran
zathari@kashanu.ac.ir

Abstract

The present study has been conducted to investigate the effect of education financial literacy on the reduction of consumerism in second-grade primary school female students in the city of Kashan. It is among applicative studies and has been conducted following the quasi-experimental method and using Solomon four-group design. According to the research method, 60 students were selected in four groups of fifteen. Financial literacy education course was administered for both experimental groups after administering the pretest on the first experimental group and the first control group, and finally the posttest was administered for all four groups. The data collection instrument in pretest and posttest included the behavior observation checklist which assessed the student's consumption behavior by the parents in six areas of stationary, toys, food, energy, hygienic-cosmetics and clothes and also a researcher-made test which assessed the students' financial literacy according to GISS method in four areas of spending, saving, investing and giving. The findings reveal that education financial literacy through GISS method has had significant effect on the reduction of consumerism in primary school students and the mean scores of consumptions have reduced in all areas. Furthermore, the consumption reduction was significant in the areas of food, energy, and hygienic-cosmetics. Moreover, the score of financial literacy shows a dramatic increase in the experimental group in the posttest and it shows that the financial literacy can be taught from the childhood. Therefore, education financial literacy can be an effective suggestion to solve the issue of the students' consumerism.

Key words: Financial literacy, Children financial education, GISS method, Consumerism, Primary school

* Corresponding Author

2423-6780© University of Isfahan

This is an open access article under the CC-BY-NC-ND 4.0 License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>)



10.22108/NEA.2023.133029.1755



20.1001.1.24763608.1401.17.2.2.4

رویکردهای نوین آموزشی

دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه اصفهان

سال هفدهم، شماره ۲، شماره پیاپی ۳۶، پاییز و زمستان ۱۴۰۱، ص: ۴۰-۲۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۲/۲۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۲/۱۳

مقاله پژوهشی

چگونگی آموزش سواد مالی و تأثیر آن بر کاهش مصرف‌گرایی دانش‌آموزان دوره ابتدایی شهرستان کاشان

نرجس قناویزی: کارشناس ارشد برنامه‌ریزی درسی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران

naghanavizi.kshn@gmail.com

زینب‌السادات اطهری*: استادیار برنامه‌ریزی درسی، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کاشان،

کاشان، ایران

zathari@kashanu.ac.ir

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر آموزش سواد مالی بر کاهش مصرف‌گرایی دانش‌آموزان پایه دوم ابتدایی به روش شبه آزمایشی و با استفاده از طرح چهارگروهی سولومون انجام شده است. جامعه آماری این پژوهش کلیه دانش‌آموزان دختر پایه دوم ابتدایی شهرستان کاشان بود که از این تعداد ۶۰ نفر به صورت چهار گروه ۱۵ نفره برای نمونه انتخاب شد. ابتدا پیش‌آزمون برای گروه آزمایش اول و گروه گواه اول اجرا شد. سپس دوره آموزش سواد مالی برای هر دو گروه آزمایش (۲۵ جلسه یک ساعته) برگزار و در نهایت، برای هر چهار گروه پس‌آزمون اجرا شد. ابزار گردآوری اطلاعات شامل چک‌لیست مشاهده رفتار محقق ساخته در شش مقوله لوازم‌التحریر، اسباب‌بازی، خوراکی، انرژی، لوازم بهداشتی-آرایشی و پوشاک رفتار مصرفی دانش‌آموزان را از سوی اولیا سنجش می‌کرد و آزمون محقق ساخته سطح سواد مالی دانش‌آموزان را براساس روش GISS در چهار حیطه خرج کردن، پس‌انداز، سرمایه‌گذاری و بخشش می‌سنجید. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS²² استفاده شد. یافته‌ها نشان‌دهنده آن بود که آموزش سواد مالی به روش GISS تأثیر معناداری بر کاهش مصرف‌گرایی داشته و میانگین نمره مصرف در همه حیطه‌ها کاهش یافته است؛ همچنین کاهش مصرف در حیطه‌های خوراکی، انرژی و لوازم بهداشتی-آرایشی معنادار بود و نمره سواد مالی در گروه آزمایش در پس‌آزمون افزایش چشمگیری نسبت به پیش‌آزمون و گروه گواه داشت که این امر نشان‌دهنده آن بود که سواد مالی را می‌توان از دوران کودکی آموزش داد؛ بنابراین با عنایت به نتایج پژوهش، آموزش سواد مالی برای حل معضل مصرف‌گرایی پیشنهادی مؤثر است.

واژگان کلیدی: سواد مالی، آموزش مالی کودکان، روش GISS، مصرف‌گرایی، دوره ابتدایی

* نویسنده مسئول:



مقدمه

در طول تاریخ، نیاز و مصرف یاران همیشگی نوع بشر بوده‌اند؛ چون انسان موجود نیازمندی است و برای تأمین نیازهای خود راهی جز مصرف کردن ندارد؛ ولی امروزه مصرف بیشتر از مقدار نیاز به پدیده‌ای تبدیل شده است که از آن با عنوان «مصرف‌گرایی نوین»^۱ تعبیر می‌شود. در گذشته انسان‌ها با توجه به نیازی که داشتند، اقدام به تولید می‌کردند و از تولیدات خود بهره‌مند می‌شدند و اگر مازادی داشتند، آن را با کالاهای دیگر به شکل پایاپای مبادله می‌کردند. با پیدایش پول شکل مبادلات تغییر کرد. با وجود این، اگرچه میزان مصرف کردن در بین افراد جامعه متفاوت بود و هر کس متناسب با شأن و امکانات خود مصرف می‌کرد، همیشه اصلی در مصرف رعایت می‌شد و آن «مصرف براساس نیاز» بود (انصاری، ۱۳۸۹).

با شکل‌گیری نظام سرمایه‌داری در غرب اشاعه مصرف و فرهنگ مصرف‌گرایی رواج یافت. از آنجا که سرمایه‌داران می‌دانستند، منفعت و سود بیشتر وابسته به فروش بیشتر است و فروش بیشتر جز با مصرف زیاد به دست نمی‌آید، اقتصاد مصرفی و مصرف‌گرایی را ترویج کردند (باکاک^۲، ۱۳۸۱).

امروزه پدیده مصرف‌گرایی همه‌گیر شده است و کودکان نیز از این امر مستثنا نیستند و مصرف‌گرایی در نوع پوشاک، خوراک، لوازم‌التحریر و اسباب‌بازی آنان مشاهده می‌شود. این سؤال که چگونه متریبان به سلاحی مجهز می‌شوند که خود به ارزش کالاها، خدمات و منابع پی ببرند تا در هنگام مصرف، حسابگرانه و با احتیاط اقدام به مصرف کنند و به اندازه نیاز از آنها بهره‌مند شوند، دغدغه پژوهشگران بوده است؛ به همین دلیل پژوهشگران مطالعاتی در زمینه مدیریت مصرف و مصرف‌گرایی انجام دادند و دریافتند که توجه به اهمیت مدیریت مصرف و سواد مالی موضوعی است که در طول سالیان گذشته مدنظر برنامه‌ریزان اجتماعی و اقتصادی کشورهای پیشرفته قرار داشته است و برای پیاده‌سازی آن سیاست‌گذاری‌های هدفمندی را در ساحت نظام آموزشی و فرهنگی مهیا کرده‌اند (پیغامی و تورانی، ۱۳۹۰). به‌عنوان نمونه سازمان اقتصادی و توسعه^۳ در گزارش سال ۲۰۱۸ خود بیان می‌کند: «در دهه‌های اخیر کشورها و اقتصادهای در حال ظهور و توسعه یافته نگران سطح سواد مالی شهروندان خود به‌خصوص جوانان هستند. عواملی همچون کاهش سیستم رفاهی عمومی و خصوصی، تغییر جمعیت و پیرشدن جمعیت در بسیاری از کشورها، افزایش پیچیدگی و گسترش خدمات مالی جوانان را با تصمیمات مالی متعددی روبه‌رو می‌کند؛ در نتیجه سواد مالی در عصر حاضر در سطح جهانی به‌عنوان یک مهارت ضروری زندگی به شمار می‌آید». همین سازمان سواد مالی را این‌گونه تعریف می‌کند: «سواد مالی دانش و فهم مفاهیم و ریسک‌های مالی، داشتن انگیزه و مهارت‌های مالی و اطمینان از اینکه از این مهارت‌ها و دانش‌ها به‌منظور تصمیم‌گیری مؤثر در گستره وسیعی از زمینه‌های مالی استفاده خواهد شد تا رفاه مالی افراد و جامعه افزایش یابد و امکان مشارکت در زمینه‌های اقتصادی زندگی فراهم گردد» (سازمان همکاری اقتصادی و توسعه، ۲۰۱۲). به بیان دیگر، سواد مالی همان دانش مالی و داشتن انگیزه کافی برای به‌کارگیری این دانش در زمینه‌های مالی است. در نهایت، فرد به کمک دانش و نگرش مهارت کافی را برای مشارکت در زمینه‌های اقتصادی کسب می‌کند و به رفاه مالی منجر خواهد شد؛ در نتیجه موضوعاتی از قبیل مصرف بهینه، تناسب دخل و خرج، پس‌انداز، سرمایه‌گذاری و کارآفرینی در حوزه سواد مالی قرار می‌گیرند.

1. New Consumerism

2. Bocoock

3. Organization for Economic Co-operation and Development -OECD

بعد از روشن شدن اهمیت سواد مالی، چگونگی آموزش دادن آن مطرح می‌شود. در برخی از کشورها محتوای سواد مالی در سایر دروس مانند ریاضی، علوم اجتماعی، اقتصاد، سیاست و اقتصادخانه گنجانده شده و سواد مالی به صورت تلفیقی با سایر دروس آموزش داده می‌شود. در برخی دیگر از کشورها، سواد مالی به عنوان یک واحد درسی مستقل و جدا از سایر دروس در نظر گرفته شده است. به هر حال، چه سواد مالی به عنوان درسی مستقل در نظر گرفته شده یا اینکه در قالب سایر دروس آموزش داده شود، نظام آموزشی نیازمند الگویی است که در هر پایه تحصیلی چارچوبی را برای محتوای سواد مالی آن پایه ترسیم کند تا با ایجاد رویکردی منسجم و برنامه‌ریزی شده عناصر برنامه درسی تعیین و محتوا مشخص شود (سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، ۱۳۹۸).

یکی از روش‌هایی که در حال حاضر در مدارس آمریکا و برخی کشورهای اروپایی به صورت کلاس‌های فوق برنامه به کودکان آموزش داده می‌شود، روشی است که از سوی فیلیپس^۱ (۲۰۱۰) با عنوان «بخشش^۲، سرمایه‌گذاری^۳، پس‌انداز^۴ و خرج کردن^۵» مطرح شده است و به اختصار به آن GISS می‌گویند (کیناس^۶، ۲۰۱۷). این الگو به نسبت الگوهای دیگر آموزش سواد مالی را به سادگی مهارت‌های سواد مالی که یک کودک قادر است، آن را درک کند و در زندگی روزمره به کار گیرد، آموزش می‌دهد و از ارائه مباحث پیچیده اقتصادی مانند ریسک، بیمه و سود مرکب برای کودکان اجتناب می‌کند. در این الگو به دانش‌آموزان یاد می‌دهند که پول توجیبی یا درآمد خود را به چهار بخش تقسیم کنند. سپس درصدی از آن را تحت عنوان «بخشش» برای کمک به دیگران یا خرید هدیه برای دوستان قرار دهند؛ زیرا انسان موجودی اجتماعی است و دوست دارد، در طول سال هدایایی به مناسبت‌های مختلف برای دیگران تدارک ببیند. علاوه بر این، بخش دیگری از پول را برای «سرمایه‌گذاری» اختصاص می‌دهند. سرمایه‌گذاری پول مشابه پس‌انداز پول است و تنها تفاوت این است که از سرمایه‌گذاری کسب درآمد می‌کنند. برای سرمایه‌گذاری دانش‌آموزان باید اهداف مالی (خاص، قابل اندازه‌گیری، قابل دستیابی، واقع‌گرایانه و با زمان محدود) داشته باشند؛ همچنین بخشی از پول را برای «پس‌انداز» قرار می‌دهند. درحقیقت پس‌انداز، کنار گذاشتن مقداری پول برای رسیدن به اهداف مهم در آینده است. بهتر است، هدف از پس‌انداز روشن باشد تا دانش‌آموزان درک کنند که اگرچه خرج نکردن پول لذتی به همراه ندارد، رسیدن به هدفشان به کمک پس‌انداز برای آنها جذاب خواهد بود و در مواقع اضطراری به جای گرفتن قرض یا وام می‌توانند از پس‌انداز خود استفاده کنند. درنهایت، دانش‌آموزان قادر هستند، بخش باقی‌مانده از پول را برای برآوردن نیازها و خواسته‌هایشان تحت عنوان «خرج کردن» مصرف کنند (آقازاده، ۱۳۹۴).

از سوی دیگر، در ایران نیز به تربیت اقتصادی دانش‌آموزان اهمیت داده شده است. به طوری که یکی از ساحت‌های تربیت سند تحول بنیادین آموزش و پرورش، تربیت اقتصادی و حرفه‌ای است که شامل ۱. درونی‌سازی ارزش‌های اصیل دینی و اخلاقی در زمینه اقتصادی و حرفه‌ای مانند ارزش کار و تلاش، کسب حلال، پرهیز از اسراف و تبذیر؛ ۲. توجه به شکل‌گیری و توسعه الگوی مصرف مبتنی بر نظام معیار اسلامی؛ ۳. توجه به کارآفرینی؛ ۴. توجه به کسب شایستگی‌های عام پیش‌نیاز رشد حرفه‌ای و اقتصادی؛ ۵. تأکید بر کسب شایستگی‌های اخلاقی در بهره‌گیری از طبیعت در چارچوب

1. Philips

2. Give

3. Invest

4. Save

5. Spend

6. Keinath

نظام اسلامی؛ ۶. کسب شایستگی‌های مناسب در متریبان به منظور حل مسائل فردی و گروهی آنها در ارتباط با خانواده، جامعه و محیط کار (وزارت آموزش و پرورش، ۱۳۹۰) است؛ بنابراین با وجود توجه به تربیت اقتصادی و حرفه‌ای در سند تحول بنیادین، خلأ آموزش‌های مرتبط با تربیت اقتصادی در کتب درسی سال‌های اولیه ابتدایی مشاهده می‌شود. پژوهشگران علاوه بر کتب درسی، به بررسی کتاب‌های داستان موجود در بازار نیز توجه کردند و دریافتند، در ایران دو مؤسسه به نام مفتاح (سال تأسیس: ۱۳۹۴) و آکادمی هوش مالی (سال تأسیس: ۱۳۹۶) در زمینه تربیت اقتصادی و سواد مالی فعالیت دارند و در این باب کتاب‌های متعددی منتشر کرده‌اند؛ از این رو، پژوهشگران سعی کردند، در اقدامی نوآورانه با بررسی تألیفات این دو مؤسسه و مواد آموزشی و کتب سواد مالی سایر کشورها در چارچوب الگوی GISS محتوایی بومی شوند و فضایی مناسب برای کودکان فراهم کنند تا سواد مالی را به صورت مجزا از سایر دروس به دانش‌آموزان آموزش دهند. به این منظور پژوهشگران از دانش‌آموزان پایه دوم دوره ابتدایی بهره گرفتند؛ زیرا دانش‌آموزان پایه دوم مهارت خواندن و نوشتن و شمارش اعداد را کسب کرده‌اند، حروف الفبا را می‌شناسند و قادرند، بسیاری از فعالیت‌های یادگیری دوره آموزشی سواد مالی را به تنهایی انجام دهند.

پژوهش حاضر درصدد است، با برگزاری یک دوره آموزشی سواد مالی به روش GISS پاسخی برای این پرسش بیابد که آیا آموزش سواد مالی به روش مذکور به بهبود کاهش مصرف‌گرایی منجر می‌شود؟ نقشه مفهومی این پژوهش در شکل (۱) آورده شده است.



شکل ۱: نقشه مفهومی پژوهش

بررسی ادبیات و سوابق موضوع مورد مطالعه یکی از مراحل مهم در هر پژوهش علمی است که موجب جلوگیری از دوباره کاری می‌شود. در این قسمت پژوهش‌های داخلی و خارجی مرتبط با این موضوع آورده شده است: ربیعی و محبی امین (۱۳۸۸) در پژوهش خود به تحلیل محتوای کتاب‌های دوره ابتدایی براساس میزان توجه و اقبال کتاب‌های درسی به موضوع الگوی مصرف توجه کردند که بیشترین فراوانی مؤلفه‌های الگوی مصرف در کتاب‌های درسی دوره ابتدایی مربوط به مؤلفه آب و کمترین فراوانی مربوط به مؤلفه البسه بود و به مؤلفه‌های زمان، وسایل اضافی و لوازم التحریر کم توجه شده بود.

موسایی (۱۳۸۸) در پژوهشی با عنوان «نقش فرهنگ بر الگوی مصرف» دریافته است که مهم‌ترین مسئله برای تغییر الگوی مصرف، فرهنگ‌سازی و داشتن برنامه‌ریزی منسجم و طولانی برای نهادهای متولی فرهنگ‌سازی مانند خانواده، مدرسه، دانشگاه، رسانه‌ها و دولت است.

اسمی و همکاران (۱۳۸۹) پژوهشی در رابطه با تماشای آگهی‌های تبلیغاتی تلویزیون با الگوی مصرف در کودکان و نوجوانان تهرانی انجام دادند و به این نتیجه رسیدند که بین میزان تماشای آگهی‌های بازرگانی تلویزیون و میزان استفاده از «مواد خوراکی»، «لوازم و وسایل» و «مکان‌های خدماتی و تفریحی» رابطه مثبت وجود دارد؛ همچنین با افزایش میزان تماشای آگهی‌های آموزشی تلویزیون میزان رفتار «صرفه‌جویی و رعایت مسائل ایمنی و مقررات راهنمایی و رانندگی» افزایش یافته است.

رحمانی (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه تماشای آگهی‌های آموزشی تلویزیونی در زمینه مصرف صحیح برق با اخذ رفتارهای به کاهش مصرف برق منجرشده» دریافت که دیدن آگهی‌های آموزشی، دانش، نگرش و عملکرد کودکان دبستانی شهر آبادان را درخصوص مصرف صحیح برق افزایش می‌دهد و باعث اخذ رفتارهای کاهش مصرف برق در دانش‌آموزان دبستانی می‌شود.

چابکی (۱۳۹۱) در پژوهش خود با عنوان «رابطه تماشای تلویزیون با الگوی مصرف دختران دانشجو» تأثیر تلویزیون را بر انتخاب و خرید کالا روی ۲۴۰ نفر از دانشجویان دانشگاه الزهرا بررسی کرد. نتایج حاکی از آن بود که بین مدت تماشای تلویزیون و خرید مواد خوراکی، پوشاک، کالاهای فرهنگی، هدیه، لوازم بهداشتی دانشجویان رابطه مثبت و معناداری وجود داشته است.

فیض‌الله‌زاده (۱۳۹۵) در پژوهش خود با استفاده از الگوی ADDIE^۱ به تعیین اثربخشی آموزش اصلاح الگوی مصرف بر دانش، نگرش و رفتار صرفه‌جویی دانش‌آموزان توجه کرد. نتایج حاصله بیانگر آن بود که آموزش اصلاح الگوی مصرف بر حیطه‌های شناختی، عاطفی و رفتاری دانش‌آموزان تأثیر مثبت داشت. به گونه‌ای که با آموزش در دانش‌آموزان نگرش مثبت در رابطه با اصلاح الگوی مصرف ایجاد می‌شود و به تبع آن رفتار دانش‌آموزان را برای بهبود مصرف متأثر می‌کند.

در پژوهش‌های سلیمی‌پور ندوشن (۱۳۹۲)، لویی (۱۳۹۶)، روشندل و همکاران (۱۳۹۷)، قادری رهقی و خندان علمداری (۱۳۹۹) نشان داده شده است که میزان سواد مالی دانش‌آموزان کمتر از حد انتظار است و برنامه درسی تربیت اقتصادی کارآمدی لازم را نداشته و تأکید بر سواد مالی و اقتصادی در محتوای برنامه درسی ضروری است.

وایلند کرچ^۲ (۲۰۱۴) در پژوهشی با هدف «اثربخشی آموزش سواد مالی برای کودکان مدرسه ابتدایی» دریافت که اگرچه آموزش سواد مالی برای کودکان مدارس ابتدایی دانش مالی را ارتقا می‌دهد، تغییری در نگرش‌های مالی ایجاد نمی‌کند.

گراورهلز^۳ و همکاران (۲۰۱۵) مطالعه‌ای با عنوان «آموزش درباره مصرف و پایداری» انجام داده‌اند. این پژوهش، یک تمرین تجربی مبتنی بر برنامه درسی است که به منظور تشویق تغییرات رفتاری در عادات مصرف دانشجویان دانشگاه

1. Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation (ADDIE)

2. Wayland kirsch

3. Grauerholz

ارائه شده است. در این پژوهش پروژه «خریدنکردن» را توصیف کرده‌اند که در آن دانشجویان از خرید اقلام غیر ضروری برای مدت زمانی مشخص خودداری کرده و سپس به بیان تجربیات دانشجویان در قالب فایل‌های نوشتاری (پست‌های گفت‌وگویی آنلاین و گزارش‌های کوتاه) توجه کردند. داده‌های جمع‌آوری شده از ۸۹ دانشجویان نظر کیفی و کمی بررسی شده است. از نظر کیفی اطلاعاتی که مربوط به تغییر در الگوی مصرف بود، کدگذاری شد و از نظر کمی در پایان دوره پرسشنامه‌ای درباره انگیزه دانشجویان برای کاهش مصرف به کار گرفته شد. یافته‌ها نشان‌دهنده آن بود که دانشجویان بینش عمیق‌تری نسبت به مصرف‌گرایی خود پیدا کردند، عادت مصرف دانشجویان تغییر کرد و انگیزه آنها برای کاهش مصرف با این تمرین ساده برانگیخته شد.

هیل و آسارتا^۱ (۲۰۱۵) در مقاله خود با عنوان «دوران کودکی در معرض خطر: چگونه مصرف‌گرایی بر هویت کودک و جوان اثرگذار است» اذعان کردند، همان‌طور که نسل‌های کودکان در فرهنگ‌های مصرفی اجتماعی می‌شوند، دوران کودکی آنان نیز آنقدر کوتاه می‌شود که به‌سختی به یاد آورده خواهد شد تا آنجا که هویت کودکان به‌طور جدایی‌ناپذیری با یک شرکت در ارتباط است و رسانه‌ها به‌صورت تدریجی و مداوم با پخش تبلیغات روزانه ذهن کودکان را درگیر کرده‌اند. این تغییر چشمگیر به یک بازار رقابتی شدید برای جلب توجه کودکان منجر شده است و بازاربانان آرم‌های خود را به ذهن کودکانی که حتی هنوز خواندن نمی‌دانند، تحمیل می‌کنند.

مینگازووا^۲ (۲۰۱۸) در پژوهشی کیفی تحت عنوان «آنالیز اکتشافی مصرف کودکان و پروژه‌های هویت» دریافت که کودکان دارای هدف هستند و روابط معناداری با مارک‌های تجاری در سنین پایین‌تر دارند، نسبت به آنچه تحقیقات موجود نشان می‌دهد و این روابط برای زندگی اجتماعی و شخصی آنان مهم است.

ساری^۳ و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهش خود با عنوان «تأثیر سواد مالی و پول‌توجیبی بر رفتار مصرف‌کننده دانشجویان دانشگاه محمدیه سوراکارتا» دریافتند که رفتار مصرفی تحت تأثیر کمبود سطح دانش سواد مالی دانشجویان و مقدار پول‌توجیبی قرار گرفته است که هر ماه از والدین دریافت می‌کنند. در این پژوهش ۱. اثر سواد مالی بر رفتار مصرفی دانشجویان؛ ۲. اثر کمک‌هزینه بر رفتار مصرفی دانشجویان؛ ۳. اثر سواد مالی و کمک‌هزینه بر روی رفتار مصرفی دانشجویان بررسی شده است. پژوهشگران دریافتند، آن دسته از دانشجویانی که کمک‌هزینه کمتری دریافت کردند، نگرش‌ها و رفتار مصرفی بهینه‌تری دارند و بالعکس، آن دسته از دانشجویانی که کمک‌هزینه بیشتری دریافت کردند، نگرش‌ها و رفتار اسراف‌گرایانه‌تری دارند؛ همچنین دانشجویانی که سطح سواد مالی خوبی دارند و کمک‌هزینه کمی دریافت کردند، به‌خوبی مسائل مالی خود را مدیریت می‌کنند. به‌علاوه، پژوهشگران زیادی از جمله روش‌شناسان و همکاران (۱۳۹۷)، قندهاری (۱۳۹۷)، کامرون و همکاران (۲۰۱۳)، باتی و همکاران (۲۰۱۵) سواد مالی را امری قابل آموزش می‌دانند.

با توجه به آنچه گذشت، خلأ موضوع حاضر در بین این سوابق به چشم می‌خورد. با عنایت به این موضوع که بیشتر مطالعات بومی صورت گرفته درباره سواد مالی تنها به بیان اهمیت سواد مالی یا سنجش سواد مالی فراگیران توجه کرده،

^۱ . Hill & Asarta

^۲ . Mingazov

^۳ . Sari

در این پژوهش تأثیر آموزش سواد مالی بر رفتار مصرفی فراگیران سنجیده شده و از این منظر بدیع است. در راستای اهداف پژوهش حاضر، فرضیه‌های زیر مطرح می‌شود:

۱- آموزش سواد مالی به روش GISS بر کاهش مصرف لوازم‌التحریر در بین دانش‌آموزان دختر پایه دوم ابتدایی شهرستان کاشان تأثیر معنادار دارد.

۲- آموزش سواد مالی به روش GISS بر کاهش مصرف اسباب‌بازی در بین دانش‌آموزان دختر پایه دوم ابتدایی شهرستان کاشان تأثیر معنادار دارد.

۳- آموزش سواد مالی به روش GISS بر کاهش مصرف خوراکی در بین دانش‌آموزان دختر پایه دوم ابتدایی شهرستان کاشان تأثیر معنادار دارد.

۴- آموزش سواد مالی به روش GISS بر کاهش مصرف انرژی در بین دانش‌آموزان دختر پایه دوم ابتدایی شهرستان کاشان تأثیر معنادار دارد.

۵- آموزش سواد مالی به روش GISS بر کاهش مصرف وسایل بهداشتی-آرایشی در بین دانش‌آموزان دختر پایه دوم ابتدایی شهرستان کاشان تأثیر معنادار دارد.

۶- آموزش سواد مالی به روش GISS بر کاهش مصرف پوشاک در بین دانش‌آموزان دختر پایه دوم ابتدایی شهرستان کاشان تأثیر معنادار دارد.

۷- آموزش سواد مالی به روش GISS بر کاهش مصرف‌گرایی دانش‌آموزان دختر پایه دوم ابتدایی شهرستان کاشان تأثیر معنادار دارد.

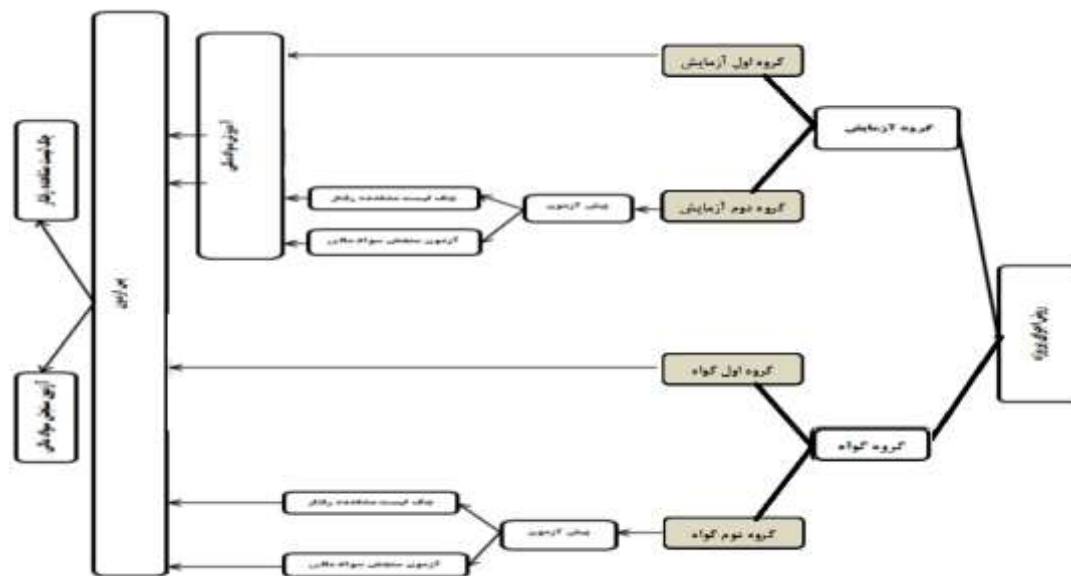
روش پژوهش

ماهیت پژوهش، کاربردی و از حیث روش، کمی^۱ و از نوع شبه آزمایشی^۲ است؛ زیرا پژوهشگر امکان انتخاب تصادفی را از بین جامعه پژوهش ندارد و با دانش‌آموزان دو کلاس خود شکل گرفته در ارتباط است. در این تحقیق از بین انواع طرح‌های گوناگون پژوهش‌های شبه آزمایشی از طرح چهارگروهی سولومون^۳ استفاده شده است. مزیت اصلی طرح این است که نشان‌دهنده آن است که آیا تغییرات متغیر وابسته تنها بر اثر مداخله آزمایشی (دوره آموزشی سواد مالی) است یا اینکه پیش‌آزمون هم در کنار مداخله آزمایشی باعث تغییر در متغیر وابسته شده است (گال و همکاران، ۱۳۹۱). در طرح چهارگروهی سولومون، گروه‌ها در قالب دو گروه آزمایش و دو گروه گواه شکل می‌گیرند. دو گروه آزمایش (گروه ۱ و ۲) عمل آزمایشی را که همان برگزاری دوره سواد مالی است، دریافت می‌کنند؛ ولی گروه‌های گواه (گروه ۳ و ۴) عمل آزمایشی را دریافت نمی‌کنند. علاوه بر این، تنها یک گروه از گروه‌های آزمایش (گروه ۱) و یک گروه از گروه‌های گواه (گروه ۳) پیش‌آزمون دارند. در پایان از تمام گروه‌ها پس‌آزمون گرفته می‌شود. مراحل اجرای پژوهش در شکل (۲) نشان داده شده است.

^۱ . Quantitative Research

^۲ . Quasi-experimental

^۳ . Solomon Four-Group Design



شکل ۲: مراحل اجرای پژوهش

جامعه آماری این پژوهش را کلیه دانش آموزان دختر پایه دوم شهرستان کاشان در سال تحصیلی ۱۴۰۰-۱۳۹۹ تشکیل دادند. در این پژوهش چهار گروه پانزده نفره مشارکت داشتند. به عبارت دیگر، حجم نمونه در این پژوهش ۶۰ نفر است. در طرح‌های شبه آزمایشی هرچه مشابهت بین گروه‌ها بیشتر باشد، اعتماد بر روایی نتایج نیز بیشتر است (خوی‌نژاد، ۱۳۹۳)؛ بنابراین در راستای مشابهت هرچه بیشتر گروه‌ها سعی شد، آزمودنی‌ها از بین دانش‌آموزان پایه دوم از یک مدرسه دولتی انتخاب شوند و از لحاظ سن، جنس، شرایط و امکانات آموزشی، طبقه و پایگاه اقتصادی-اجتماعی-فرهنگی تجانس کافی داشته باشند. ابزار مورداستفاده در این پژوهش شامل چک‌لیست مشاهده رفتار و دو آزمون سواد مالی است که در ادامه توضیحاتی پیرامون آنها ارائه می‌شود:

۱- چک‌لیست مشاهده رفتار:

این چک‌لیست برای سنجش میزان مصرف دانش‌آموزان در شش حیطه لوازم‌التحریر، اسباب‌بازی، خوراکی، انرژی، وسایل بهداشتی-آرایشی و پوشاک از سوی پژوهشگران طراحی شده و شامل هشت سؤال مربوط به اطلاعات جمعیت‌شناختی و ۲۲ گویه در پنج طیف لیکرت (همیشه، بیشتر اوقات، گاهی اوقات، به ندرت و هیچ‌گاه) است که از سوی اولیا دو بار (قبل از شروع و پایان دوره آموزشی) پاسخ داده شد.

۲- پیش‌آزمون:

پیش‌آزمون شامل ۱۷ سؤال است که برای سنجش سواد مالی دانش‌آموزان طراحی شده است. در همه سؤالات گزینه «نظری ندارم»، لحاظ شده است تا اگر دانش‌آموزان پاسخ سؤالی را نمی‌دانستند، این گزینه را علامت بزنند. سؤال‌های آزمون با توجه به دوره آموزشی GISS در چهار حیطه خرج کردن، پس‌انداز، سرمایه‌گذاری و بخشش طراحی و تدوین شده است.

۳- پس‌آزمون:

سؤالات پس‌آزمون متناظر با پیش‌آزمون و تغییرات جزئی مانند تغییر در اسامی، رقم‌ها و تعداد گزینه‌های سؤال روی آن صورت گرفته است.

روایی چک‌لیست مشاهده رفتار و آزمون‌ها به منظور قوت‌بخشیدن به ابزار اندازه‌گیری چندین بار به رؤیت متخصصان رسید و بعد از اعمال دیدگاه‌ها تأیید شد. برای محاسبه ضریب پایایی از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. با توجه به نتایج ضریب آلفای کرونباخ (۰/۹۰۵)، چک‌لیست مشاهده رفتار پایایی مطلوبی دارد.

از اولین اقداماتی که محققان انجام دادند، تلاش برای انتخاب محتوای مناسب آموزش سواد مالی برای کودکان بود. به این منظور با توجه به روش GISS و بررسی منابع بومی موجود، از بسته آموزشی تربیت اقتصادی برای کودکان مؤسسه مفتاح استفاده شد. این بسته شامل کتاب کار کودک (کتاب اقتصادیار)، راهنمای والدین و هفت کتاب داستان کودک است که با توجه به الگوی انتخابی در این پژوهش (GISS) کتاب‌هایی انتخاب شدند که تنها مؤلفه‌های «پس‌انداز، سرمایه‌گذاری، بخشش و تدبیر خرج» را داشتند. منبع دیگر برای محتوای دوره آموزش سواد مالی، مجموعه ۱۷ جلدی کتاب داستان‌های آکادمی هوش مالی است که برای آموزش سواد مالی ویژه سنین ۶ تا ۹ سال است که با توجه به الگوی انتخابی پژوهش کتاب‌هایی انتخاب شدند که تنها مؤلفه‌های (GISS) را داشتند. براساس محتوای مشخص شده چک‌لیست مشاهده رفتار و پیش‌آزمون طراحی شد، در اختیار متخصصان قرار گرفت و پس از تأیید هماهنگی‌های لازم برای اجرای پژوهش انجام شد. نظر کادر مدرسه برای اجرا این بود که با توجه به شیوع بیماری کرونا و برگزاری کلاس‌ها در فضای مجازی، اطلاع‌رسانی‌ها و برگزاری پیش‌آزمون و پس‌آزمون هم حداکثر به صورت مجازی باشد؛ از این رو، پژوهشگران جلساتی برای اطلاع‌رسانی و ارائه توضیحات به اولیا در فضای مجازی در پخش زنده برنامه شاد به طور جداگانه برای اولیای گروه آزمایش و گواه برگزار کردند. در دو هفته آخر اسفندماه برگه‌های پیش‌آزمون و چک‌لیست مشاهده رفتار به همراه پیک نوروزی توزیع شد. با پیگیری‌های متعدد پژوهشگران بعد از دریافت پاسخ چک‌لیست‌ها و پیش‌آزمون‌ها پژوهشگر با همکاری اولیا هر روز حدود یک ساعت اضافه بر ساعات درسی با دانش‌آموزان گروه آزمایش به صورت برخط (در محیط واتساپ) کلاس داشت و دوره سواد مالی را در قالب داستان‌خوانی، دیدن فیلم، خاطره‌گویی، پرسش و پاسخ و روش سقراطی، بارش فکری، واحد کار و حل تمرینات مختلف در ۲۵ جلسه به آنان آموزش داد. در پایان دوره لازم بود، پس‌آزمون اجرا شود. برای اینکه اجرای پس‌آزمون که مقارن با پایان سال تحصیلی بود، خاطره‌انگیز و جذاب باشد، پژوهشگران تصمیم گرفتند، با همکاری اولیا جشنی با رعایت پروتکل‌های بهداشتی برگزار کنند؛ همچنین علاوه بر اجرای پس‌آزمون، در راستای پرورش مهارت سواد مالی یک بازارچه از محصولات و دست‌سازهای دانش‌آموزان تهیه شد. در نهایت، از خانواده‌ها و دانش‌آموزان به خاطر شرکت در این دوره قدردانی و به رسم یادبود هدیه‌ای به دانش‌آموزان داده شد. از بین ۳۰ پاسخ ارسالی گروه گواه، چهار پاسخ مخدوش بود و سرانجام ۲۶ پاسخ نیز از گروه گواه به ثبت رسید.

از آنجا که رعایت مسائل اخلاقی در تمامی مراحل پژوهش امری ضروری است، در این پژوهش نیز ملاحظه‌های اخلاقی رعایت شده است؛ از جمله اینکه قبل از اجرای پژوهش دانش‌آموزان و اولیا از هدف پژوهش اطلاع پیدا کرده و با رضایت آگاهانه در پژوهش شرکت کردند و امکان انصراف از تحقیق در هر زمان که شرکت‌کنندگان اراده می‌کردند، به آنها داده شده بود.

یافته‌ها

در این قسمت ابتدا سواد مالی و میزان مصرف‌گرایی دانش‌آموزان به تفکیک چهار گروه گزارش داده می‌شود. سپس فرضیه‌های پژوهش با استفاده از آزمون‌های آماری از جمله t دو نمونه‌ای مستقل، رگرسیون خطی و تحلیل کوواریانس تحلیل می‌شود.

الف) سواد مالی آزمودنی‌ها

همان‌گونه که در جدول (۱) آمده است، مجموع نمره‌های سواد مالی دانش‌آموزان دختر مورد مطالعه در پیش‌آزمون و قبل از شروع آموزش در گروه آزمایش دوم برابر ۱۲/۰۷ و مجموع نمره‌های سواد مالی در پس‌آزمون گروه آزمایش دوم برابر ۱۸/۸۶ است؛ همچنین مجموع نمره‌های سواد مالی در گروه آزمایش اول در پس‌آزمون برابر ۱۹/۰۷ به دست آمده است.

در بررسی گروه گواه نتایج نشان‌دهنده آن است که مجموع نمره‌های سواد مالی دانش‌آموزان دختر مورد مطالعه در پیش‌آزمون گروه گواه دوم برابر ۸/۵۳ و مجموع نمره‌های سواد مالی در پس‌آزمون گروه گواه دوم برابر ۱۰/۳۸ است؛ به‌علاوه، مجموع نمره‌های سواد مالی در گروه گواه اول در پس‌آزمون برابر ۱۱/۳۱ به دست آمده است؛ همان‌طور که مشاهده می‌شود، تغییرات در مرحله پیش‌آزمون و پس‌آزمون گروه گواه در متغیر سواد مالی ناچیز است.

جدول ۱: یافته‌های توصیفی نمره‌های پیش‌آزمون و پس‌آزمون سواد مالی و ابعاد آن

گروه	سواد مالی (نمره کل)	پس‌انداز	خرج کردن	سرمایه‌گذاری	بخشش	
گروه آزمایش اول	میانگین	-	-	-	-	
	پیش‌آزمون	انحراف معیار	-	-	-	
	پس‌آزمون	میانگین	۱۹/۰۷	۳/۹۳	۸/۴۰	۴/۰۰
	پس‌آزمون	انحراف معیار	۰/۷۹۸	۰/۲۵۸	۰/۷۳۶	۰/۰
گروه آزمایش دوم	پیش‌آزمون	میانگین	۱۲/۰۷	۳/۴۰	۴/۶۷	۲/۴۷
	پیش‌آزمون	انحراف معیار	۱/۹۸	۰/۷۳۶	۱/۳۹۷	۰/۷۴۳
	پس‌آزمون	میانگین	۱۸/۸۶	۳/۹۳	۸/۳۳	۴/۰۰
	پس‌آزمون	انحراف معیار	۰/۹۹۰	۰/۲۵۸	۰/۷۲۳	۰/۰
گروه گواه اول	پیش‌آزمون	میانگین	-	-	-	-
	پیش‌آزمون	انحراف معیار	-	-	-	-
	پس‌آزمون	میانگین	۱۱/۳۱	۲/۳۱	۴/۵۳	۲/۳۸
	پس‌آزمون	انحراف معیار	۱/۲۵۰	۰/۸۵۴	۰/۹۶۷	۰/۶۵۰
گروه گواه دوم	پیش‌آزمون	میانگین	۸/۵۳	۲/۴۶	۲/۴۶	۱/۷۶
	پیش‌آزمون	انحراف معیار	۲/۴۳۶	۰/۷۷۶	۱/۱۹۸	۰/۹۲۶
	پس‌آزمون	میانگین	۱۰/۳۸	۲/۶۹	۴/۰۰	۱/۹۲
	پس‌آزمون	انحراف معیار	۱/۵۵	۰/۷۵۱	۰/۴۰۸	۰/۶۴۰

ب) میزان مصرف گرایی آزمودنی‌ها

همان‌گونه که در جدول (۲) آمده است، متوسط مصرف گرایی دانش‌آموزان دختر مورد مطالعه در پیش‌آزمون و در گروه آزمایش دوم برابر ۲/۰۴ و متوسط مصرف گرایی در پس‌آزمون گروه آزمایش دوم برابر ۱/۵۹ است. به علاوه، متوسط مصرف گرایی در گروه آزمایش اول در پس‌آزمون برابر ۱/۸۰ به دست آمده است. در بررسی گروه گواه نتایج نشان‌دهنده آن است که متوسط مصرف گرایی دانش‌آموزان دختر مورد مطالعه در پیش‌آزمون گروه گواه دوم برابر ۱/۹۵ و متوسط مصرف گرایی در پس‌آزمون گروه گواه دوم برابر ۲/۰۰ است؛ همچنین متوسط مصرف گرایی در گروه گواه اول در پس‌آزمون برابر ۲/۰۱ به دست آمده است؛ همان‌طور که مشاهده می‌شود، تغییرات در مرحله پیش‌آزمون و پس‌آزمون گروه گواه در متغیر مصرف گرایی ناچیز است.

جدول ۲: یافته‌های توصیفی نمره‌های پیش‌آزمون و پس‌آزمون مصرف گرایی و ابعاد آن

گروه	پیش‌آزمون	مصرف گرایی (نمره کل)	مصرف لوازم التحریر	مصرف اسباب‌بازی	مصرف خوراکی	مصرف انرژی	مصرف وسایل آرایشی	مصرف پوشاک
گروه آزمایش اول	پیش‌آزمون	میانگین	-	-	-	-	-	-
	پیش‌آزمون	انحراف معیار	-	-	-	-	-	-
گروه آزمایش اول	پس‌آزمون	میانگین	۱/۷۴	۲/۰۹	۱/۴۴	۲/۰۳	۱/۴۹	۱/۹۸
	پس‌آزمون	انحراف معیار	۰/۵۹۴	۰/۹۲۱	۰/۵۱۴	۰/۸۳۹	۰/۶۱۵	۱/۰۵۷
گروه آزمایش دوم	پیش‌آزمون	میانگین	۲/۳۸	۲/۰۴	۱/۶۹	۲/۳۰	۱/۶۲	۱/۷۶
	پیش‌آزمون	انحراف معیار	۰/۵۶۲	۱/۰۰۲	۰/۶۳۵	۰/۷۱۴	۰/۶۰۲	۰/۶۴۸
گروه آزمایش دوم	پس‌آزمون	میانگین	۱/۹۶	۱/۷۱	۱/۴۴	۱/۶۷	۱/۴۲	۱/۴۲
	پس‌آزمون	انحراف معیار	۰/۲۶۶	۰/۶۱۸	۰/۵۰۱	۰/۴۹۸	۰/۴۴۴	۰/۳۴۴
گروه گواه اول	پیش‌آزمون	میانگین	-	-	-	-	-	-
	پیش‌آزمون	انحراف معیار	-	-	-	-	-	-
گروه گواه اول	پس‌آزمون	میانگین	۲/۳۳	۱/۸۰	۲/۰۴	۲/۲۱	۲/۱۵	۱/۶۲
	پس‌آزمون	انحراف معیار	۰/۸۰۷	۰/۷۳۴	۰/۹۱۸	۰/۶۴۱	۱/۱۱۸	۰/۶۷۵
گروه گواه دوم	پیش‌آزمون	میانگین	۱/۸۵	۱/۷۴	۱/۸۲	۲/۳۲	۱/۸۹	۲/۰۰
	پیش‌آزمون	انحراف معیار	۰/۸۶۴	۰/۶۵۴	۰/۷۱۵	۰/۹۴۳	۱/۱۰۸	۰/۷۶۹
گروه گواه دوم	پس‌آزمون	میانگین	۱/۸۹	۱/۷۲	۱/۷۴	۲/۳۸	۱/۹۵	۱/۹۲
	پس‌آزمون	انحراف معیار	۰/۹۰۷	۰/۵۹۰	۰/۷۸۳	۱/۰۰۸	۱/۰۴۳	۰/۷۵۹

قبل از بررسی فرضیه‌های مدنظر پژوهش، ابتدا باید به بررسی نرمال بودن توزیع متغیرهای مورد مطالعه توجه شود تا معلوم شود که باید از چه روشی (پارامتری یا ناپارامتری) برای آزمون فرضیه‌های پژوهش استفاده کرد؛ بنابراین برای بررسی نرمال بودن توزیع متغیرهای اصلی تحقیق از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف استفاده شده است. مقدار p نمره کل مربوط به آزمون کلموگروف-اسمیرنوف (۰/۲۰۰) بیشتر از ۰/۰۵ است؛ بنابراین نرمال بودن متغیرها تأیید می‌شود.

در ادامه با توجه به اینکه طرح چهارگروهی سالمون با این فرضیه مطرح می‌شود که پیش‌آزمون اثر تصادفی متفاوتی در گروه‌های آزمایش و گواه می‌گذارد، ابتدا این ادعا بررسی می‌شود تا در صورت صحت ادعا راهکاری مناسب اتخاذ شود؛ بنابراین در ابتدا این فرضیه بررسی می‌شود که آیا تفاوت معناداری بین مقدار مصرف‌گرایی گروه‌های آزمایش اول و دوم در پس‌آزمون وجود دارد یا خیر؟

جدول ۳: شاخص‌های توصیفی نمره‌های مصرف‌گرایی در پس‌آزمون گروه‌های آزمایش

گروه‌ها	تعداد	میانگین	انحراف معیار
مصرف‌گرایی	۱۵	۱/۸۰	۰/۵۹۴
(نمره کل)	۱۵	۱/۵۹	۰/۲۶۶

در جدول (۳) مشاهده می‌شود که میانگین مصرف‌گرایی دانش‌آموزان دختر پایه دوم ابتدایی در دو گروه آزمایش پس از آموزش سواد مالی اندکی متفاوت است. حال برای آزمون معناداری تفاوت به دست آمده از نتایج جدول زیر استفاده می‌شود.

جدول ۴: نتایج آزمون t مستقل برای نمره مصرف‌گرایی پس‌آزمون گروه‌های ۱ و ۲

آزمون لوین برای بررسی همگنی واریانس‌ها		آزمون t برای مقایسه میانگین‌ها				فاصله اطمینان ۹۵ درصد	
F	سطح معناداری	آماره t	درجه آزادی	سطح معناداری	اختلاف میانگین	پایین	بالا
۱۰/۵۷۶	۰/۰۰۳	۱/۲۶۱	۲۸	۰/۲۱۸	۰/۲۱۲	-۰/۱۳۲	۰/۵۵۶
		۱/۲۶۱	۱۹/۴۰۸	۰/۲۲۲	۰/۲۱۲	-۰/۱۳۹	۰/۵۶۳

بر اساس نتایج جدول (۴) و با توجه به اینکه سطح معناداری مربوط به آزمون لوین با فرض برابری واریانس‌ها کمتر از ۰/۰۵ است، فرض برابری واریانس‌ها پذیرفته نمی‌شود و مقدار آزمون t (۱/۲۶۱) برای متغیر مصرف‌گرایی با سطح معناداری بیشتر از ۰/۰۵ گویای آن است که میانگین مصرف‌گرایی بین دو گروه دانش‌آموزان دختر پایه دوم ابتدایی در پس‌آزمون گروه‌های آزمایش که یک گروه بدون پیش‌آزمون و دیگری با داشتن پیش‌آزمون بوده است، تفاوت معناداری با یکدیگر ندارد ($p > 0/05$).

در ادامه، این فرضیه بررسی می‌شود که آیا تفاوت معناداری بین مقدار مصرف‌گرایی گروه‌های آزمایش و گواه در پیش‌آزمون وجود دارد یا خیر؟

جدول ۵: شاخص‌های توصیفی نمره‌های مصرف‌گرایی پیش‌آزمون گروه‌های ۲ و ۴

گروه‌ها	تعداد	میانگین	انحراف معیار
مصرف‌گرایی	۲	۲/۰۴	۰/۵۶۲
(نمره کل)	۴	۱/۹۵	۰/۶۷۲

در جدول (۵) مشاهده می‌شود که میانگین مصرف‌گرایی دانش‌آموزان دختر پایه دوم ابتدایی در پیش‌آزمون دو گروه آزمایش و گواه قبل از آموزش اندکی متفاوت است. حال برای آزمون معناداری تفاوت به دست آمده از نتایج جدول (۶) استفاده می‌شود.

جدول ۶: نتایج آزمون t مستقل برای نمره مصرف گرایی پیش آزمون گروه‌های ۲ و ۴

آزمون لوین برای بررسی همگنی واریانس‌ها		آزمون t برای مقایسه میانگین‌ها				فاصله اطمینان ۹۵ درصد	
F	سطح معناداری	آماره t	درجه آزادی	سطح معناداری	اختلاف میانگین	پایین	بالا
۰/۰۱۶	۰/۹۰۰	۰/۳۵۴	۲۶	۰/۷۲۷	۰/۰۸۲	-۰/۳۹۷	۰/۵۶۲
		۰/۳۴۹	۲۳/۵۴۹	۰/۷۳۰	۰/۰۸۲	-۰/۴۰۶	۰/۵۷۱

بر اساس نتایج جدول (۶) و با توجه به اینکه سطح معناداری مربوط به آزمون لوین با فرض برابری واریانس‌ها بیشتر از ۰/۰۵ است، فرض برابری واریانس‌ها پذیرفته می‌شود و مقدار آزمون t (۰/۳۵۴) برای متغیر مصرف گرایی با سطح معناداری بیشتر از ۰/۰۵ گویای آن است که میانگین مصرف گرایی دانش آموزان دختر پایه دوم ابتدایی در دو گروه گواه و آزمایش در پیش آزمون تفاوت معناداری با یکدیگر ندارد ($p > 0/05$)؛ بنابراین انتخاب گروه‌ها تصادفی بوده است.

فرضیه پژوهش: آموزش سواد مالی به روش GISS بر کاهش مصرف گرایی در حیطه لوازم التحریر، اسباب بازی، خوراکی، انرژی، وسایل بهداشتی - آرایشی و پوشاک دانش آموزان دختر پایه دوم ابتدایی شهرستان کاشان تأثیر معنادار دارد.

به منظور بررسی فرضیه‌های پژوهش، آزمون تحلیل کوواریانس یک متغیره به کار گرفته شده است که ابتدا مفروضه‌های کوواریانس برای شش حیطه مصرف گرایی (مصرف لوازم التحریر، اسباب بازی، خوراکی، انرژی، وسایل بهداشتی - آرایشی و پوشاک) بررسی شد. نتایج نشان دهنده آن است که مفروضه‌های خطی بودن همبستگی بین متغیر پیش آزمون و پس آزمون در هر شش حیطه $p < 0/05$ بوده، همگنی واریانس مصرف گرایی بین گروه آزمایش و گواه یکسان و همگنی شیب رگرسیون مورد تأیید است؛ بنابراین امکان استفاده از تحلیل کوواریانس برای هر شش حیطه مهیاست.

جدول ۷: نتایج تحلیل کوواریانس مصرف گرایی گروه‌های آزمایش و گواه

متغیر	منبع تغییر	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	F	اندازه اثر	سطح معناداری
مصرف لوازم التحریر	پیش آزمون گروه	۱۴/۶۵۹	۱	۱۴/۶۵۹	۲۷/۵۳۳	۰/۳۳۸	۰/۰۰۰
	خطا	۲۸/۷۵۱	۵۴	۰/۵۳۲	۱/۸۱۱	۰/۰۳۲	۰/۱۸۴
	پیش آزمون گروه	۲۴/۲۱۲	۱	۲۴/۲۱۲	۴۸/۰۸۷	۰/۴۷۱	۰/۰۰۰
مصرف اسباب بازی	پیش آزمون گروه	۵/۷۹۶	۱	۵/۷۹۶	۱۲/۴۰۲	۰/۱۸۷	۰/۰۰۱
	خطا	۲۷/۱۸۹	۵۴	۰/۵۰۴	۵/۹۴۴	۰/۰۹۹	۰/۰۱۸
	خطا	۲۵/۲۳۸	۵۴	۰/۴۶۷			

متغیر	منبع تغییر	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	F	اندازه اثر	سطح معناداری
مصرف انرژی	پیش آزمون	۱۱/۴۷۸	۱	۱۱/۴۷۸	۱۹/۱۴۴	۰/۲۶۱	۰/۰۰۰
	گروه	۰/۲۷۱	۱	۰/۲۷۱	۴/۶۰۹	۰/۰۷۹	۰/۰۳۶
	خطا	۳۲/۴۲۷	۵۴	۰/۶۰۰			
مصرف وسایل بهداشتی - آرایشی	پیش آزمون	۴/۳۰۳	۱	۴/۳۰۳	۶/۳۷۰	۰/۱۰۶	۰/۰۱۵
	گروه	۴/۹۴۳	۱	۴/۹۴۳	۷/۳۱۶	۰/۱۱۹	۰/۰۰۹
	خطا	۳۶/۴۸۳	۵۴	۰/۶۷۶			
مصرف پوشاک	پیش آزمون	۱۵/۴۰۲	۱	۱۵/۴۰۲	۲۵/۵۰۴	۰/۳۲۱	۰/۰۰۰
	گروه	۰/۰۷۵	۱	۰/۰۷۵	۰/۱۲۴	۰/۰۰۲	۰/۷۲۶
	خطا	۳۲/۶۱۱	۵۴	۰/۶۰۴			
مصرف گرایی	پیش آزمون	۱۱/۰۶۴	۱	۱۱/۰۶۴	۴۸/۰۸۷	۰/۴۰۰	۰/۰۰۰
	گروه	۱/۳۸۴	۱	۱/۳۸۴	۴/۴۹۸	۰/۰۷۷	۰/۰۳۹
	خطا	۱۶/۶۱۹	۵۴	۰/۳۰۸			

با توجه به نتایج جدول (۷) و مقدار سطح معناداری مشاهده می‌شود که در موارد مصرف خوراکی، انرژی و وسایل بهداشتی-آرایشی، آموزش سواد مالی به روش GISS بر کاهش مصرف گرایی مؤثر بوده و این تأثیر معنادار است ($p < 0/05$)؛ در نتیجه در موارد مصرف لوازم التحریر، اسباب بازی و پوشاک با وجود تأثیر آموزش سواد مالی بر کاهش میزان مصرف گرایی دانش آموزان، این تأثیر معنادار نیست ($p > 0/05$). ضریب اندازه اثر نشان دهنده آن است که (۹/۹ درصد در خوراکی، ۷/۹ درصد در انرژی و ۱۱/۹ درصد در وسایل بهداشتی-آرایشی) تفاوت دو گروه مربوط به مداخله آزمایشی است.

همچنین با توجه به نتایج جدول (۷) و مقدار سطح معناداری مشاهده می‌شود که تفاوت گروه آزمایش و گواه از لحاظ متغیر مصرف گرایی در سطح معناداری ۰/۰۳۹ معنادار است؛ بنابراین می‌توان این گونه بیان کرد که به طور کلی آموزش سواد مالی به روش GISS تأثیر معناداری بر کاهش مصرف گرایی دانش آموزان دختر پایه دوم ابتدایی شهرستان کاشان ($p < 0/05$) داشته است. افزون بر این، ضریب اندازه اثر نشان دهنده آن است که ۷/۷ درصد تفاوت دو گروه مربوط به مداخله آزمایشی است.

بحث و نتیجه گیری

در این قسمت با توجه به یافته‌ها به تبیین فرضیه‌ها در شش حیطه مصرف (لوازم التحریر، اسباب بازی، خوراکی، انرژی، بهداشتی - آرایشی و پوشاک) توجه می‌شود.

- نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها در رابطه با لوازم التحریر نشان دهنده آن بود که آموزش سواد مالی اگرچه باعث کاهش مصرف دانش آموزان شده است؛ ولی معنادار نبوده و لازم است، برای اصلاح رفتار مصرفی دانش آموزان بیشتر به این مقوله توجه شود. این یافته‌ها با بخشی از نتایج پژوهش ربیعی و محبی امین (۱۳۸۸) هماهنگ است؛ زیرا از یافته‌های

آن پژوهش، کم‌بودن میزان توجه و فراوانی مؤلفه مصرف‌بهنه لوازم‌التحریر در کتب درسی دوره ابتدایی است و لازم است، در کتاب‌های درسی به‌عنوان یکی از منابع فرهنگ‌سازی بیشتر به این مقوله توجه شود. یافته‌های فرضیه حاضر با یافته‌های وایلند کرچ (۲۰۱۴) ناهمسو است؛ زیرا در یافته‌های آن پژوهش عنوان شده است، آموزش سواد مالی تنها دانش مالی دانش‌آموزان را زیاد می‌کند و تغییری در بعد نگرشی و رفتاری ایجاد نمی‌شود؛ ولی یافته‌های پژوهش حاضر حاکی از کاهش میانگین نمره مصرف لوازم‌التحریر در اثر آموزش سواد مالی است و این تغییر در رفتار دانش‌آموزان محسوب می‌شود.

- یافته‌های دیگر نشان‌دهنده آن بود که آموزش سواد مالی باعث کاهش رفتار مصرفی در زمینه اسباب‌بازی در بین دانش‌آموزان شده است. هرچند این کاهش معنادار نبوده است. یافته‌های پژوهش حاضر با یافته‌های هیل و آسارتا (۲۰۱۵) و مینگازووا (۲۰۱۸) هم‌خوان است؛ زیرا در آن پژوهش نیز بین برندهای تجاری و مصرف‌کودکان ارتباط معناداری دیده شده و این ارتباط بر روی زندگی شخصی و اجتماعی آنان نیز اثرگذار است.
- از نتایج دیگر این پژوهش، به کاهش چشمگیر و معناداری اشاره می‌شود که آموزش سواد مالی بر مصرف خوراکی در بین دانش‌آموزان داشته است. در پژوهش چابکی (۱۳۹۱) ارتباط معنادار و مثبتی بین میزان تماشای تلویزیون و تأثیرپذیری از تلویزیون در انتخاب خوراکی‌ها در بین دختران دانشجو وجود دارد. این یافته‌ها هم‌راستا با پژوهش حاضر است. در تبیین این یافته‌ها گفته می‌شود، یکی از بهترین بسترها برای آموزش اصلاح الگوی مصرف، آموزش و پرورش است. فرهنگ‌سازی بهینه مصرف کردن که از کودکی آغاز شود، در دوران جوانی به یک ارزش تبدیل شده و به تدریج درون جامعه نهادینه می‌شود. در این بین نقش دختران به‌عنوان مادران آینده این مرزوبوم اهمیت بسزایی دارد. اداره امور منزل، جهت‌گیری و نوع هدف‌گذاری در مصرف خوراکی‌ها، وسایل، امکانات و خدمات و تشخیص نیازهای اصلی و خواسته‌های خانواده، بیشتر بر عهده بانوان است؛ بنابراین آموزش سواد مالی دانش‌آموزان به‌خصوص برای دختران سودمند است.
- همچنین در مصرف انرژی نیز کاهش چشمگیر و معنادار در رفتار مصرفی دانش‌آموزان دیده می‌شود. این پژوهش با یافته‌های تحقیق رحمانی (۱۳۹۱) هماهنگ است؛ زیرا در آن پژوهش تأثیر تماشای آگهی‌های آموزشی بر دانش، نگرش و رفتار دانش‌آموزان دبستانی معنادار و مثبت ارزیابی شده است.
- در قسمت تحلیل داده‌ها اثر آموزش سواد مالی بر کاهش معنادار مصرف وسایل بهداشتی - آرایشی در بین دانش‌آموزان دختر دیده شد. این نتایج با یافته‌های پژوهش اکبری و همکاران (۱۳۹۴) هماهنگ است؛ زیرا از یافته‌های آن پژوهش به تأثیر معنادار متغیرهای مصرف‌گرایی و تنوع‌طلبی با میزان استفاده از لوازم آرایشی اشاره می‌شود.
- در تبیین این یافته‌ها گفته می‌شود، یکی از نکاتی که دانش‌آموزان در آموزش سواد مالی می‌آموزند، این است که در هنگام خرید مواد بهداشتی - آرایشی تنها با توجه به ضروریات و نیازها اقدام به خرید کنند و مواردی چون چشم و هم‌چشمی، تجمل‌گرایی و مد‌گرایی با آموزش‌های سواد مالی منافات دارد.
- در رابطه با پوشاک، آموزش سواد مالی باعث کاهش مصرف دانش‌آموزان شده است. اگرچه معنادار نبوده است. در پژوهش ربیعی و محبی امین (۱۳۸۸) کمترین فراوانی در کتب درسی راجع به اصلاح الگوی مصرف در مقوله البسه

بوده و لازم است، بیشتر به این مقوله توجه شود. از این منظر پژوهش ربیعی و محبی‌امین هماهنگ با پژوهش حاضر است.

در تبیین این یافته‌ها گفته می‌شود، با وجود اینکه میانگین مصرف پوشاک در بین دانش‌آموزان در اثر آموزش سواد مالی کاهش یافته، این ارتباط معنادار نبوده است. شاید بتوان موارد زیر را از دلایل نبودِ معناداری این ارتباط دانست. وجود تبلیغات رسانه‌ها و فضای مجازی که مخاطبان را به خرید بیشتر تشویق می‌کند، خرید اینترنتی که خریدی آسان و در دسترس است، وجود حس زیبادوستی و تنوع‌طلبی دختران که باعث می‌شود، در خرید بیشتر از نیاز به خواسته‌هایشان توجه کنند.

- در مجموع، آموزش سواد مالی بر کاهش مصرف‌گرایی دانش‌آموزان تأثیر مثبت و معنادار داشته است. این یافته‌ها با پژوهش اسمی و همکاران (۱۳۸۹) هم‌خوانی دارد؛ زیرا در آن پژوهش نیز بین تماشای آگهی‌های آموزشی تلویزیون و میزان رفتار صرفه‌جویی رابطه مثبت و معناداری دیده شده است؛ همچنین یافته‌های پژوهش حاضر با تحقیق فیض‌الله‌زاده (۱۳۹۵) هم‌سو است؛ زیرا در آن پژوهش نیز آموزش اصلاح الگوی مصرف بر حیطه‌های شناختی، عاطفی و رفتاری دانش‌آموزان تأثیر مثبت داشته است. به طوری که آموزش اصلاح الگوی مصرف، مولد نگرشی مثبت در بین دانش‌آموزان شده و به تبع آن رفتار دانش‌آموزان را برای بهینه‌سازی مصرف سوق داده است. علاوه بر این، نتایج پژوهش حاضر با تحقیق گراور هولز و همکاران (۲۰۱۵) هم‌راستا و هماهنگ است؛ زیرا آنان نیز دریافتند که با تمرین تجربی «خرید نکردن» دانشجویان نسبت به مصرف‌گرایی خود بینش عمیق‌تری پیدا کردند و آنان برای کاهش مصرف بانگیزه‌تر شدند. به علاوه، نتایج پژوهش حاضر با قسمتی از نتایج تحقیق ساری و همکاران (۲۰۲۰) هم‌راستا است؛ زیرا یافته‌های آنان نیز نشان‌دهنده آن بود که دانشجویانی که از سطح سواد مالی خوبی برخوردارند و کمک‌هزینه کمی دریافت می‌کنند، به نسبت دانشجویانی که سطح سواد مالی خوبی ندارند و کمک‌هزینه کمی دریافت می‌کنند، بهتر توانسته‌اند، مسائل مالی و رفتار مصرفی خود را مدیریت کنند؛ همچنین یافته‌های پژوهش حاضر با مطالعات انجام‌شده در خصوص اینکه سواد مالی را امری قابل آموزش می‌دانند، هم‌خوانی دارد. پژوهش‌هایی مثل روشندل و همکاران (۱۳۹۷)، قندهاری (۱۳۹۷)، کامرون و همکاران (۲۰۱۳)، باتی و همکاران (۲۰۱۵).

در تبیین این یافته‌ها گفته می‌شود، انتخاب بهترین و اقتصادی‌ترین روش بهره‌برداری از منابع همیشه دغدغه اندیشمندان و محققان بوده است. راهکارهای ارائه‌شده در این زمینه بیشتر در قالب بایدها و نبایدهای مصرف بوده که با توجه به گستره وسیع موضوع مصرف لازم است، فرد هنگام مصرف کردن طیف وسیعی از بایدها و نبایدها را در نظر بگیرد و سپس اقدام به مصرف کند. نتیجه این امر آشفتگی و سوء مدیریت مصرف در حیطه‌های مختلف است. گواه این سخن انتشار گزارش‌های ملی و جهانی فراوان در زمینه سرانه مصرف اقلام مختلف توسط شهروندان ایرانی است که بالاتر از سرانه مقدار جهانی است. در این پژوهش سعی شده است، با نگاهی متفاوت به موضوع مصرف‌گرایی توجه شود. مبنای فکری فرضیه پژوهش بر این بود که وقتی دانش‌آموزان توانایی و مهارت کافی داشته باشند تا دخل و خرج خود را به خوبی مدیریت کنند، مصرف‌گرایی را مذموم شمرده و مغایر با منافع خود می‌بینند. در نهایت، با تأیید فرضیه پژوهش، نقش و اثر آموزش سواد مالی بر کاهش مصرف‌گرایی محرز شد.

با توجه به یافته‌های پژوهش پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

- با توجه به اینکه در پژوهش حاضر نتایج حاکی از آن است که آموزش سواد مالی بر کاهش مصرف‌گرایی تأثیر معنادار دارد، توصیه می‌شود، برنامه‌ریزان درسی و مؤلفان کتب درسی در طراحی و تدوین برنامه درسی سواد مالی که از یک سو متناسب با الگوی اقتصاد مقاومتی و ارزش‌ها و ظرفیت‌های ملی-اسلامی و از سوی دیگر، متناسب با ظرفیت‌ها و ویژگی‌های رشد دانش‌آموزان باشد، توجه بیشتری کنند.
- در صورتی که آموزش سواد مالی منسجم بوده و استمرار و مداومت داشته باشد، روی تمام حیطه‌های مصرف تأثیر می‌گذارد. به عبارت دیگر، « اثر در استمرار است »؛ بنابراین توصیه می‌شود، برنامه‌ریزان درسی یا تحت یک واحد درسی مستقل یا به صورت تلفیق در دروس دیگر عناصر تربیت اقتصادی و اجزای آن را به صورت منسجم و هماهنگ در تمام پایه‌های تحصیلی بگنجانند.
- معلمان به عنوان مجریان برنامه درسی تربیت اقتصادی و عناصر اصلی در آموزش سواد مالی و اقتصادی لازم است، غیر از اینکه با مفاهیم سواد مالی آشنا باشند، اهمیت و ضرورت مصرف بهینه را درک کنند و خود معتقد و عامل به مصرفی صحیح و به دور از اسراف و تبذیر باشند؛ زیرا دانش‌آموزان از رفتار و منش معلمان الگو می‌گیرند.
- مفاهیم سواد مالی برای اینکه از حیطه دانش به نگرش و تغییرات دائمی در رفتار تبدیل شوند، نیاز به حمایت و همکاری والدین دارند. در صورتی که والدین ضرورت و اهمیت آموزش‌های سواد مالی را درک کنند، به دستاوردهای بزرگی خواهند رسید.

تشکر و قدردانی

در پایان از تمام کسانی که در اجرای این پژوهش پژوهشگران را یاری رساندند، تشکر و قدردانی می‌شود.

منابع

- اسمی، رضا، سعدی‌پور، اسماعیل و اسدزاده، حسن. (۱۳۸۹). رابطه تماشای آگهی‌های تبلیغاتی تلویزیون با الگوی مصرف در کودکان و نوجوانان تهرانی. *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، ۶۱، ۱۷، ۱۱۷-۹۳.
- آقازاده، محرم. (۱۳۹۴). *سواد مالی برای کودکان*. تهران: مرآت.
- اکبری، محمد، بوستانی، داریوش و زیدآبادی، الهام. (۱۳۹۴). بررسی عوامل مؤثر بر میزان استفاده دانشجویان دختر از لوازم آرایش. *زن در فرهنگ و هنر*، ۷، ۴، ۴۵۳-۴۳۷.
- انصاری، نصرالله. (۱۳۸۹). *اسلام و مصرف‌گرایی نوین*. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- باکاک، رابرت. (۱۳۸۱). *مصرف*، ترجمه خسرو صبوری. تهران: نشر شیرازه.
- پیغامی، عادل و تورانی، حیدر. (۱۳۹۰). نقش برنامه درسی اقتصاد در برنامه تعلیم و تربیت رسمی و عمومی دنیا، ارائه یک برنامه عمل برای یک برنامه درسی مغفول. *فصلنامه نوآوری‌های آموزشی*، ۳۷، ۵۲، ۹-۳.
- چابکی، ام‌البنین. (۱۳۹۱). رابطه تماشای تلویزیون با الگوی مصرف دختران دانشجو. *فصلنامه فرهنگی- تربیتی زنان و خانواده*، ۲۱، ۷، ۷۵-۵۱.
- خوی‌نژاد، غلامرضا. (۱۳۹۳). *روش‌های پژوهش در علوم تربیتی* (ویراست ۲). تهران: انتشارات سمت.

- رویکردهای نوین آموزشی، سال هفدهم، شماره ۲، شماره پیاپی ۳۶، پاییز و زمستان ۱۴۰۱
- ربیعی، مهدی و محبی امین، سکینه. (۱۳۸۸). تحلیل محتوای کتاب‌های درسی دوره ابتدایی برحسب سازه الگوی مصرف (با تأکید بر آیات و روایات). *فصلنامه فرهنگی-دفاعی زنان و خانواده*، ۱۶، ۵، ۱۴۲-۱۱۳.
- رحمانی، نسرین. (۱۳۹۱). *اثربخشی آگهی‌های آموزشی تلویزیونی (اثرات آگهی‌های مربوط به مصرف برق بر رفتار کودکان دبستانی و عوامل جمعیت‌شناختی مؤثر)*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه صداوسیما جمهوری اسلامی ایران.
- روشندل، آرمان، امیری، هادی و طغیانی، مهدی. (۱۳۹۷). سواد مالی و ضرورت سنجش آن در نظام نوین آموزشی؛ مطالعه موردی شهرستان شهرضا. *رویکردهای نوین آموزشی*، ۲۷، ۱۳(۱)، ۶۷-۸۶.
- سازمان همکاری و توسعه اقتصادی. (۱۳۹۸). *آموزش سواد مالی در اروپا: روندها و پیشرفت‌های اخیر*. مترجم محمدرضا سیمیری. تهران: قدیانی.
- سلیمی‌پور ندوشن، مهدی. (۱۳۹۲). *سواد مالی دانش‌آموزان مقطع متوسطه*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد یزد.
- صابریان مشهدی، ریحانه. (۱۳۹۶). *بررسی تأثیر سواد مالی معلمان بر عملکرد آنها در تدریس مباحث مالی*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. مؤسسه آموزش عالی غیردولتی - غیرانتفاعی عطار.
- طغیانی، مهدی و پیغامی، عادل. (۱۳۹۵). *تعلیم و تربیت اقتصادی (جلد اول)*. تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
- فیروزیان، اطهر و گویا، زهرا. (۱۳۹۷). راه سواد مالی از سواد ریاضی می‌گذرد. *رشد آموزش ریاضی*، ۱۳۱، ۳۶(۲)، ۳۳-۲۸.
- فیض‌الله‌زاده، زینب. (۱۳۹۵). *اثربخشی آموزش اصلاح الگوی مصرف بر دانش، نگرش و رفتار صرفه‌جویی دانش‌آموزان با استفاده از الگوی ADDIE*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تبریز.
- قادری رهقی، مجید و خندان علمداری، صابر. (۱۳۹۹). ارائه چارچوبی برای استقرار نظام پیوسته سواد مالی از طریق سنجش سواد مالی در مدارس متوسطه تهران، *فصلنامه علمی - پژوهشی کارافین*، ۱۷(۳)، ۲۷۱-۲۵۵.
- قندهاری، آزاده. (۱۳۹۷). *طراحی الگوی مطلوب برنامه درسی تربیت اقتصادی برای دوره اول ابتدایی در جمهوری اسلامی ایران*. رساله دکتر. دانشگاه تربیت مدرس.
- گال، مردیت، بورگ، والتر و گال، جویس. (۱۳۹۱). *روش‌های تحقیق کمی و کیفی در علوم تربیتی و روان‌شناسی (جلد دوم)*. مترجمان: احمدرضا نصر و دیگران. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت). گویا، زهرا، فیروزیان، اطهر و غلام‌آزاد، سهیلا. (۱۳۹۸). ارتقای سواد مالی و تصمیم‌گیری مالی از طریق برنامه درسی ریاضی مدرسه‌ای، *فصلنامه مطالعات برنامه درسی ایران*، ۵۴، ۱۴، ۳۶-۱.
- لویمی، حسن. (۱۳۹۶). *بررسی وضعیت سواد مالی دانش‌آموزان مقطع متوسطه شهر اهواز و ارائه راهکارهایی برای ارتقای آن*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه ایلام.
- موسایی، میثم. (۱۳۸۸). نقش فرهنگ بر الگوی مصرف. *فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد اسلامی*. ۳۴، ۹، ۱۵۰-۱۲۵.
- موسسه آکادمی هوش مالی. (۱۳۹۷). *مجموعه کتاب‌های منتخب آموزش سواد مالی به کودکان پیش‌دبستانی و دوره اول دبستان*. تهران: انتشارات قدیانی.

مؤسسه مفتاح. (۱۳۹۷). *بسته اقتصادیار کوچک ویژه سنین ۶ تا ۹ سال*. اصفهان: مفتاح حکیم.

وزارت آموزش و پرورش. (۱۳۹۰). *سند تحول بنیادین آموزش و پرورش*. <https://sccr.ir/Files/6609.pdf> تاریخ انتشار

۱۳۹۰/۷/۵

- Batty, M., Collins, J. M., & Odders-White, E. (2015). Experimental evidence on the effects of financial education on elementary school students' knowledge, behavior, and attitudes. *Journal of Consumer Affairs*, 49(1), 69-96.
- Cameron, M. P., Calderwood, R., Cox, A., Lim, S., & Yamaoka, M. (2014). Factors associated with financial literacy among high school students in New Zealand. *International Review of Economics Education*, 16, 12-21.
- Grauerholz, L., Bubriski-McKenzie, A., & Jacques, J. R. (2015). teaching about consumption and sustainability, *Transformative Dialogues: Teaching & Learning Journal*, 8(2), 1-15.
- Hill, A. T., & Asarta, C. J. (2015). *Gender and student achievement in personal finance: Evidences from keys to financial success*, University of DELAWARE, Alfred Lerner College of Business & Economics.
- Keinath, S. (2017). *save, spend, share, invest: four ways to use your mony*. Michigan Stte University Extension.com.
www.canr.msu.edu/news/save_spend_share_invest_four_ways_to_use_your_money_part_1
- Mingazova, D. (2018). *An axploraty analysis of children's consumption and identity projects*. PHD thesis. University of East London.
- Organization for Economic Co-operation and Development. (2012). *PISA 2012 financial literacy framework*. Retrieved from <http://www.oecd.org/finance/financial-education/PISA2012FrameworkLiteracy.pdf>
- Organization for Economic Co-operation and Development. (2018). *OECD/INFE Toolkit for Measuring Financial Literacy and Financial Inclusion*. Retrieved from <http://www.oecd.org/finance/financial-education/measuringfinancialliteracy.htm>
- Phillips, N. (2010). *The Zela Wela Kids: Build a Bank*. Authorouse publications.
- Sari, D.E, Tiara Narimo, S., & Saputra, R.C.(2020).The effect of financial literacy and pocket money on consumer behavior of Universities Muhammadiyah Surakarta (Ums) students, *International Journal of Scientific & Technology Research*, 9(2), 4235-4237.
- Wayland Kirsch, Schuyler. (2014). An analysis of the efficacy of financial literacy education for elementary school children. For the degree master of arts in economics, california state university, fullerton.

