



فصلنامه علمی پژوهشی دانش سرمایه‌گذاری
دوره ۱۷ / شماره ۲ (پیاپی ۶۶) / تابستان ۱۴۰۷
صفحه ۵۰۹ تا ۵۳۱

طراحی نظام سواد مالی در اقتصاد دیجیتال با رویکرد ارزش آفرینی

رضا مشهدی زاده

دانشجوی پسادکتری مهندسی مالی، گروه مالی و حسابداری، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران ایران.

r-mashhadizadeh@zarmacaron.com

فریدون رهنمای رودپشتی

استاد تمام، گروه مالی و حسابداری، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران ایران.
(نویسنده مسئول)

Roodposhti.rahnama@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۲/۰۳ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۲/۱۵

چکیده

سواد مالی با دانش، مهارت‌ها و اطلاعات مالی مرتبط هستند. از این رو منطقی است که بگوییم دانش معمولاً می‌تواند از طریق آموزش به صورت رسمی یا غیر رسمی منتقل شود. تحقیق حاضر طراحی نظام سواد مالی در اقتصاد دیجیتال با رویکرد ارزش آفرینی می‌باشد. پژوهش حاضر به مطالعه و بررسی طراحی نظام سواد مالی در اقتصاد دیجیتال پرداخت. متدولوژی این پژوهش به شیوه آمیخته یا کیفی-کمی است که از روش گراند تئوری استفاده شده است. در بخش کیفی، با ۱۵ نفر از خبرگان در این حوزه مصاحبه‌هایی انجام شد و با استفاده از نظریه داده بنیاد بر اساس شش مولفه مدنظر اشتراوس-کوربین چارچوب مفهومی پژوهش تدوین گردید. نتایج نشان می‌دهد که عواملی مهم موثر بر توسعه سواد مالی در اقتصاد دیجیتال در بعد شرایط علی (۱۰) از قبیل توجه به مکانیزم‌های اقتصاد پلتفرمی و افزایش سطح دسترسی به اینترنت و ابزارهای دیجیتال و ...، شرایط مداخله‌گر (۱۱) از قبیل توسعه فناوری‌های مالی و زیرساخت‌های دیجیتال و ...، شرایط زمینه‌ای (۸) از قبیل اقتصاد پلتفرمی و بازارهای دیجیتال و رسانه‌ها، از طریق ده راهبرد توسعه سواد مالی (همانند تنظیم‌گری و سیاست‌گذاری هوشمند و توسعه ابزارهای دیجیتال) منجر به پیامدهایی (۱۳) از قبیل گسترش استفاده از فناوری‌های مالی و افزایش توان تصمیم‌گیری مالی و ... خواهد شد.

واژه‌های کلیدی: طراحی الگو، سواد مالی، اقتصاد دیجیتال، ارزش آفرینی، نظریه داده بنیاد.

۱- مقدمه

امروزه با گسترش بازارهای مالی با توجه به نیاز روز افزون طیف وسیعی از دانش‌آموزان، دانشجویان و پژوهشگران رشته‌های مختلف از جمله علم اقتصاد، مدیران، مشاور سرمایه‌گذاری و نیز علاقمندان به موضوعات بازار سرمایه و همچنین فراگیر شدن این بازار در میان جامعه آماری گسترده آن بخصوص آموزش عمومی و تخصصی در حوزه بازارهای مالی بیش از پیش اهمیت یافته است. در این راستا، مهندسی مالی با هدف گسترش فرهنگ سرمایه‌گذاری در دارایی‌های مالی، نقش برجسته‌ای در توسعه سواد مالی دیجیتال خواهند داشت. لذا در دنیای امروزی، بسیاری از کشورها، یکی از راه‌های اصلی مقابله با مشکلات اقتصادی کشور و موسسات اقتصادی و تولیدی، ارتقا سواد اقتصادی و مالی دیجیتالی در جامعه هدف می‌دانند و سعی دارند که به تربیت اقتصادی و مالی افراد جامعه از سنین کودکی تا به بزرگسالی به صورت اصولی گام‌های لازم برداشته شود. این در حالی است که اکثر کشورها با برگزاری نشست‌های مشترک و بهره‌گیری از تجربیات یکدیگر، به دنبال جدیدترین راهکارهای ارتقاء سطح سواد مالی دیجیتال مردم خویش هستند و آن را از جمله اولویت‌های مهم خویش قلمداد می‌کنند. در این راستا و در حال حاضر، پس از انقلاب اسلامی روند توسعه صنایع غذایی به گونه‌ای بود که اگرچه ایران در گذشته به واردات بیشتر محصولات غذایی وابسته بود، اما اکنون بعد از گذشت چهار دهه با وجود دو برابر شدن جمعیت و افزایش تقاضای زمانی، مدیریت بازار محصولات کشاورزی به نفع تولیدات داخلی است و در عرصه صادرات، تراز بازرگانی خارجی کشاورزی حدود ۲ میلیارد دلار به نفع ایران است.

لذا در راستای تولیدات مواد غذایی گروه صنعتی و پژوهشی زر نیز به عنوان یک مجموعه صنعتی پویا با اتکا به توان بخش خصوصی با بهره‌مندی از روحیه کارآفرینی و با هدف ارتقاء سبک زندگی خانواده تا کنون در طول سالیان گذشته، به صورت مستمر رشد و گسترش یافته‌است، تا جایی که امروزه با به کارگیری منابع انسانی متعدد، نوآوری در صنعت، توجه به حقوق مصرف‌کننده، کسب‌وکار حرفه‌ای اخلاق‌مدار، مجموعه‌ای پیش‌تاز، نوآور و قدرتمند در تولید با کیفیت و به‌روز در اقتصاد ایران محسوب می‌گردد و در جایگاه یکی از بزرگ‌ترین گروه‌های صنعتی ایران به شمار می‌رود.

گروه صنعتی و پژوهشی زر در سالیان متمادی فعالیت خود موفق به خلق ده‌ها محصول و برند مشهور در صنایع غذایی شده‌است. تقریباً تمامی ایرانیان و بخشی از مصرف‌کنندگان منطقه‌ای و بین‌المللی با بسیاری از برندهای زر آشنا هستند؛ انواع محصولات پاستا و ماکارونی با برند «زرماکارون» به عنوان دومین تولیدکننده پاستا در جهان افتخاری است که این گروه صنعتی به آن می‌بالد. انواع محصولات High Tech با دانش و فناوری نوین که ایران را به سومین تولیدکننده فروکتوز در جهان تبدیل کرده است.

شرکت زرکام، زیرمجموعه گروه صنعتی و پژوهشی زر، طی یک سال گذشته، با راه‌اندازی بزرگ‌ترین کارخانه تولیدی محصولات شیرینی و شکلات خاورمیانه، به سمت توسعه محصولات گام برداشته تا علاوه بر ورود به بازارهای جدید، در قالب این صنعت، رونق تولید، اشتغال‌زایی و ارزآوری را به ارمغان آورد.

با توجه به سهم ۳۰ درصدی محصولات شیرینی و شکلات از صادرات صنایع غذایی کشور، شرکت زرکام، زیرمجموعه گروه صنعتی و پژوهشی زر، طی یک سال گذشته، با راه‌اندازی بزرگ‌ترین کارخانه تولیدی محصولات

شیرینی و شکلات خاورمیانه، به سمت توسعه محصولات گام برداشته تا علاوه بر ورود به بازارهای جدید، در قالب این صنعت، رونق تولید، اشتغال‌زایی و ارزآوری را به ارمغان آورد.



هرچند توسعه محصول شرکت‌ها یک ضرورت است اما این اقدام، با وجود رقبای فراوان و مشتریان حساس در صنایع غذایی، به‌ویژه شیرینی و شکلات، آسان نیست. بررسی نیاز مشتریان برای توسعه محصول جدید، خلق ایده‌ها و گزینش آنها، توسعه مفاهیم و تست اولیه، بررسی جنبه اقتصادی محصول، تست محصول و در نهایت، تجاری‌سازی آن، شش گام مهم حرکت در این مسیر است.

لذا در تئوری‌های مدیریت مالی نوین نیز، نقش رفتارهای مالی و مدیریت مالی در حال تسلط و توسعه می‌باشند و موجب تقویت مبحث مدیریت مالی در آموزش‌های مدیریتی می‌شوند (ایشاهامتو^۱ و کازمینا^۲، ۲۰۱۷). به منظور بهبود سطح سواد مالی دیجیتال در جامعه هدف، باید ابتدا از وضعیت آن مطلع شد و سپس با توجه به ویژگی‌های فردی، اجتماعی و فرهنگی حاکم، برای تمام رده‌های سنی اعم از زن و مرد، هم به عنوان مصرف‌کنندگان منابع اقتصادی و هم از منظر تولیدکنندگان (صاحبان کسب و کار) منابع اقتصادی در سطح خرد و کلان، تصمیم‌گیری و برنامه‌های متناسب طراحی و اجرا شود (حنیفه زاده، ۱۳۹۴). در شرکت زر ماکارون که در زمینه تولید و عرضه انواع محصولات فرآوری شده غلات فعالیت می‌نماید. اعتقاد ما بر این است که امنیت غذایی حق تمامی انسان‌هاست. لذا همواره تلاش می‌کنیم تا با استفاده از نیروی انسانی متخصص و متعهد، تکنولوژی روز دنیا، استفاده از بهترین مواد اولیه، بسته بندی استاندارد محصولات و با تکیه بر پویایی سازمانی در کمترین زمان، غذایی با بهترین کیفیت و مناسب‌ترین قیمت در دسترس تمامی مصرف‌کنندگان از هر طبقه اجتماعی قرار دهیم. همچنین با توسعه دانش، رعایت قوانین و مقررات زیست محیطی و بهداشتی، حفظ و توسعه نیروی انسانی شایسته، افزایش تولید و تنوع محصولات در کنار توجه به رشد پایدار در بازارهای داخلی و خارجی علاوه بر تکریم مشتریان و کارکنان، موجبات رضایت سهامداران و سایر ذینفعان سازمان را فراهم آوریم. و برای رسیدن به این هدف همواره می‌کوشیم با بهره‌گیری از آخرین یافته‌های علمی و فناوری‌های نوین، با تولید فرآورده‌های غذایی سالم و ایمن از

^۱ Ishmuhametov

^۲ Kuzmina

غلات در کیفیت و کلاس جهانی، حضوری مقتدر و شایسته در بازارهای هدف داشته باشیم. براین اساس چشم انداز شرکت صنعتی زرماکارون تا پایان سال ۱۴۰۴ عبارت است از:

- حفظ رتبه نخست بازار داخلی پاستا.
- حفظ جایگاه صادر کننده ممتاز ملی در حوزه‌ی پاستا.
- افزایش دامنه نفوذ برند در عرصه تجارت جهانی و در اختیار قراردادن محصولات در اقصی نقاط جهان.
- توسعه مرزهای دانش در تولید مجموعه محصولات غذایی به پشتوانه نیروی انسانی متخصص و متعهد.
- قرار گرفتن در بین شایسته‌ترین برندها نزد مصرف کنندگان نهایی صنعت غذا با حفظ و بهبود مستمر ایمنی، کیفیت و تنوع محصولات تولیدی

از این رو، هدف این پژوهش شناسایی مؤلفه‌های لازم و مؤثر در طراحی نظام سواد مالی در اقتصاد دیجیتال و بیان نقش سواد مالی دیجیتال آنها با رویکرد ارزش آفرینی می‌باشد.

ادبیات پژوهش

طی دهه‌های گذشته، تحولات گسترده، در زمینه تکنولوژی‌ها و فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی، تغییرات عمده‌ای را نه تنها در حوزه‌های متفاوت حیات بشری، بلکه در زندگی سازمانی و اجتماعی افراد جامعه نیز بر جای گذاشته است (لاکیتاساری^۱ و همکاران، ۲۰۲۲). به گونه ای که در این عصر تغییرات پرشتاب تکنولوژیک و انفجار فزاینده منابع اطلاعاتی، توانایی استفاده مردم از فناوری های روز و دسترسی به اطلاعات مرتبط و مفید از میان انبوه اطلاعات و خدمات موجود، موضوعی حیاتی و ضروری خواهد بود (شارپ^۲، ۲۰۱۸). رویارویی با پیچیدگی‌های این چنینی، به مهارت‌های گوناگونی نیاز دارد که یکی از آنها، سواد دیجیتالی^۳ است (توحیدی اصل، ۱۳۹۱).

پس از رشد سریع شبکه گسترده وب در میانه دهه ۱۹۹۰، گذر کشورها از عصر صنعت به عصر اطلاعات به موضوع مهمی در سیاست کشورها تبدیل شد. اتصال به اینترنت و دستیابی به اطلاعات شبکه، زمینه ساز فرصت‌های تجاری، مشارکت اجتماعی و آگاهی بیشتر و تصمیم‌گیری آگاهانه‌تر شد (نور^۴، ۲۰۲۲). اینترنت منبعی غنی برای روابط جدید، تسهیل‌کننده آموزش مداوم، مشوق رشد فردی، خلق سرگرمی و نوآوری و ابداع‌کننده حرفه‌های جدید بود (کوهندنت^۵، ۲۰۰۳). همچنین زمینه را برای ظهور فناوری اطلاعات و ارتباطات فراهم کرد. امروز فناوری اطلاعات و ارتباطات در همه جا خودنمایی می‌کند و مهارت استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی یکی از مهم‌ترین مهارت‌های زندگی است (هوانگ و همکاران^۶، ۲۰۱۰؛ دی یونگ و همکاران^۷، ۲۰۱۰؛ توسون و باریس^۸، ۲۰۱۱). فناوری اطلاعات و ارتباطات فقط یادگیری را افزایش نمی‌دهد، بلکه شکاف‌های دسترسی به منابع یادگیری

¹ Lukitasari

² Sharp

³ Digital literacy

⁴ Noor

⁵ Cohendet

⁶ Huang et al

⁷ De Jong et al

⁸ Tosun and Baris

را نیز کاهش می‌دهد (الن و همکاران^۱، ۲۰۱۰) و در رشد تجارت الکترونیکی (فتحیان و همکاران^۲، ۲۰۰۸؛ هو و همکاران^۳، ۲۰۱۱)، رشد اقتصادی (حنفی زاده و همکاران^۴، ۲۰۰۹؛ آندریانایوو و کپودار^۵، ۲۰۱۱؛ پاپایوآنو و دیملیس^۶، ۲۰۰۷؛ چنگ و همکاران^۷، ۲۰۰۷؛ سئو و همکاران^۸، ۲۰۰۹) و پیشرفت کشور (هیکس^۹، ۲۰۰۸) نقشی کلیدی دارد.

سواد مالی

طیف وسیعی از تعاریف در خصوص سواد مالی وجود دارد هیوستون (۲۰۱۰)، به نقل از نکتور و همکاران (۱۹۹۲)؛ مفهوم سواد مالی را به عنوان «توانایی ایجاد قضاوت‌های آگاهانه و اتخاذ تصمیمات مؤثر در رابطه با استفاده و مدیریت پول» تعریف کردند. این تعریف در چندین پژوهش از جمله مطالعات اسپاگن و لینز (۱۹۹۶)، بیل و دلپاچیترا (۲۰۰۳) و روی مورگان (۲۰۰۳) در نظرسنجی استرالیا و نیوزلند در مورد سواد مالی استفاده شده است. اسپاگن و لینز (۱۹۹۶) استدلال کردند که تعریف سواد مالی ارائه شده توسط نکتور و همکاران سه حوزه اصلی یعنی، برنامه‌ریزی مالی، حل مسئله و تصمیم‌گیری را پوشش می‌دهد. همانطور که اسپاگن و لینز نقل کردند، به نظر می‌رسد که بین این حوزه‌ها یک همپوشانی وجود دارد، با این حال، با نگاه به جزئیات هر سه حوزه، تفاوت‌ها مشخص می‌شود: برنامه‌ریزی مالی به نحوه برنامه‌ریزی برای نیازهای آتی از جمله خرید یک خانه جدید و یا توسعه یک صندوق بازنشستگی اشاره دارد. حل مسئله به توانایی از عهده برآمدن مشکلات مالی از قبیل به اندازه درآمد خرج کردن و برآورده کردن نیازهای غیرمنتظره اشاره دارد. در حالیکه تصمیم‌گیری مربوط به تصمیمات اساسی در مورد خرید است، مثلاً چه چیزی، چه موقع و کجا خرید صورت بگیرد (اسپاگن و لینز، ۱۹۹۶). رمود (۲۰۱۰) نیز به فقدان تعاریفی استاندارد و وجود اشکال در خصوص سنجش سواد مالی اشاره و برای حل این مشکل، تعاریف سواد مالی را به دو دسته مفهومی و عملیاتی طبقه‌بندی کرد و معتقد است برای اندازه‌گیری در عمل، تعریف عملیاتی مورد نیاز است. در تعریف مفهومی وی، پنج مقوله در خصوص سواد مالی شناسایی شدند:

- (۱) دانش مفاهیم مالی،
- (۲) توانایی برقراری ارتباط در مورد مفاهیم مالی،
- (۳) نگرش در مدیریت امور مالی شخصی،
- (۴) مهارت در تصمیم‌گیری‌های مالی، و
- (۵) اعتماد به طرح مؤثر برای نیازهای مالی آینده.

¹ Elen et al

² Fathian et al

³ Ho et al

⁴ Hanafizadeh et al

⁵ Andrianaiivo and Kpodar

⁶ Papaioannou and Dimelis

⁷ Tchong et al

⁸ Seo et al

⁹ Heeks

زیرساخت‌های شکل‌گیری سواد مالی

زیت و برتئا (۲۰۱۴)، بیان می‌دارند که سواد مالی دارای ابعاد متعددی است که در آن تمرکز می‌تواند بر خود دانش و/یا توانایی کسب و استفاده از دانش باشد (زیت و برتئا، ۲۰۱۴). سواد دیجیتال را می‌توان به عنوان استفاده از فناوری‌ها برای یافتن، ایجاد، ارزیابی و انتقال اطلاعات تعریف کرد که در نتیجه به مهارت‌های شناختی (دانش) و فنی برای استفاده از فناوری نیاز دارد (الکساندر و همکاران، ۲۰۱۶). سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (۲۰۱۸) جنبه‌های مختلف سواد مالی دیجیتال، از جمله دانش محصولات و خدمات مالی دیجیتال، آگاهی از خطرات مالی دیجیتال، و حقوق مصرف‌کننده و رویه‌های جبران خسارت را تشریح کرد. این تعاریف کثرت و اهمیت مفاهیم را نشان می‌دهد، زیرا همه آنها به دانش و سواد برای استفاده مؤثر از آنها نیاز دارند (OECD، ۲۰۱۸).

سواد مالی پایه

سواد مالی پایه توانایی درک مفاهیم مالی و استفاده از دانش شخصی برای تصمیم‌گیری‌های آگاهانه در مورد مدیریت پول است. توان بودجه‌بندی، مدیریت استفاده از کارت‌های اعتباری، پرداخت بدهی‌ها و سرمایه‌گذاری برای دوران بازنشستگی، تنها مواردی هستند که با داشتن سواد مالی پایه می‌توانید به‌خوبی آنها را مدیریت کنید. ایالات متحده بزرگترین اقتصاد جهان را در اختیار دارد. با این حال، بر اساس نظرسنجی جهانی سواد مالی استاندارد از نظر تعداد بزرگسالانی که سواد مالی دارند، رتبه چهاردهم در جهان را به خود اختصاص داده است (کلاپر و لوساردی، ۲۰۲۰). نرخ سواد مالی بزرگسالان ایالات متحده ۵۷ درصد است، فقط کمی بالاتر از بوتسوانا با ۵۲ درصد است (کلاپر و لوساردی، ۲۰۲۰). واضح است، اگرچه بزرگسالان در ایالات متحده ممکن است از دستگاه‌های دیجیتال برای دسترسی به اطلاعات مالی استفاده کنند، اما هنوز سواد مالی و پتانسیل استفاده از اطلاعات دیجیتال برای بهبود تصمیم‌گیری مالی وجود ندارد.

دسترسی به اینترنت (بستر دیجیتال)

اگرچه فقدان دسترسی به اینترنت (شکاف دیجیتال) برای چندین دهه مورد توجه قرار گرفته است، نابرابری در دسترسی به پهنای باند در طول بحران COVID-19 به خط مقدم آمده است (بانک جهانی، ۲۰۲۰). در مناطق روستایی آمریکا، هنوز مکان‌هایی وجود دارد که قابلیت اینترنت در آنها محدود است. بنابراین، حتی اگر خانواده به تلفن هوشمند دسترسی داشته باشد، هزینه‌های داده و پهنای باند محدود اغلب ارزش برنامه‌های فین‌تک را کاهش می‌دهد (ساهای و همکاران، ۲۰۲۰). با این حال، پاسخ‌های خلاقانه، مانند اتوبوس‌های مدرسه به‌عنوان نقاط دسترسی سیار (وارگو و همکاران، ۲۰۲۰)، و بودجه اخیر برای گسترش اتصال اینترنت به مناطق روستایی (پیو، ۲۰۲۰) فرصت‌هایی را برای ارائه آموزش سواد مالی خودگردان ایجاد می‌کنند.

برنامه درسی و آموزش فناورانه (فین تک)

آموزش فین تک و سواد مالی باید بر اساس تفکر انتقادی اصلی و شایستگی‌های حل مشکلات مورد نیاز برای بهبود رفاه مالی باشد. طبق نظر نولز (۱۹۸۰)، فراگیران بزرگسال باید در یادگیری و توسعه آموزش و پرورش مشارکت داشته باشند. فراگیران باید با استفاده از تجربیات و نگرانی‌های مربوط به تصمیم‌گیری مالی و مهارت‌های فناوری به مشارکت تشویق شوند (لوساردی، ۲۰۱۹). بنابراین، آموزش در مورد دستگاه‌های دیجیتال واقعی و برنامه‌های فین تک که زبان‌آموزان از آنها استفاده می‌کنند، با فرصتی برای انعکاس تجربیات خود، هر دو کلید تجارب فین تک هستند. از آنجایی که یادگیرندگان بزرگسال در زندگی روزمره خود تجربیات مالی دارند، مربیان می‌توانند به راحتی تجربیات را از طریق مطالعات موردی، تأمل و بحث‌های سناریو محوری ترکیب کنند (مک گرات، ۲۰۰۹).

سواد مالی دیجیتال

پیشرفت‌های فناوری و رشد فناوری‌ها در زندگی روزمره ما این پتانسیل را دارد که رفاه کلی جامعه را برای افرادی که هم دسترسی و هم مهارت دارند، بهبود بخشد (بری، ۲۰۱۸). استفاده از فناوری مالی (فین تک) سواد مالی دیجیتال را به یک موضوع مهم برای مربیان بزرگسال به عنوان یک سواد حیاتی ارتقا داده است. فین تک هم فناوری و هم ارائه خدمات مالی را فراتر از روش‌های سنتی ترکیب می‌کند (گلدشتاین و همکاران، ۲۰۱۹). علاوه بر این، فین تک برای نوآوری در صنعت خدمات مالی بسیار مهم بوده و زندگی اقتصادی ما را تحت تأثیر قرار می‌دهد. فین تک گزینه‌های زیادی را به کاربران از نظر بانکداری آنلاین، پرداخت‌های موبایلی، پلتفرم‌های سرمایه‌گذاری مبتنی بر اپلیکیشن و خرید آنلاین برای طیف وسیعی از کالاها و خدمات به کاربران امکان می‌دهد (گویال و کومار، ۲۰۲۰). مربیان و متخصصان باید مهارت‌های دیجیتالی و اصول مالی صحیح را برای پاسخگویی به نیازهای یادگیرنده قرن بیست و یکم ارائه دهند-کسی که می‌تواند مهارت‌های مالی را نه تنها در محیط خدمات مستقیم به مشتری بلکه مهمتر از آن در محیط آنلاین یا مجازی نشان دهد. این حرکت به سمت فین تک فرصت‌هایی را برای مربیان بزرگسال فراهم می‌کند تا افراد و خانواده‌ها را با ابزارهایی برای تصمیم‌گیری بهتر مالی و انجام تعهدات مالی خود مجهز کنند. از این رو، گسترش استفاده از فناوری در آموزش و شیوه‌های سواد مالی به اندازه خواندن، نوشتن و حساب کردن در اقتصاد دیجیتال امروزی حیاتی است. سواد مالی دیجیتال ترکیبی از دو مفهوم سواد مالی و پلتفرم دیجیتال است. سواد مالی به خودی خود یک نگرش و رفتار و همچنین سطح درکی است که یک فرد نسبت به محصولات و خدمات مالی دارد و همچنین به نحوه مدیریت مالی شخصی فرد مربوط می‌شود (تونی و دسای^۱، ۲۰۲۰). در این میان، پلتفرم‌های دیجیتال همه چیز (که ترکیبی از سخت افزار و نرم افزار است) با استفاده از فناوری کامپیوتر و اینترنت است.

علیرغم وجود معیارهای ایجاد شده برای سواد مالی، اندازه‌گیری مالی دیجیتال هنوز در سطح ابتدایی است. علاوه بر این، تنها تعداد کمی از مطالعات سواد مالی دیجیتال و اندازه‌گیری آن را بررسی کرده‌اند (ستیوان و همکاران، ۲۰۲۲؛ تونی و دسای، ۲۰۲۰). تونی و دسای (۲۰۲۰) تأثیر سواد مالی دیجیتال را بر شمول مالی در

¹ Tony & Desai

هند بررسی کردند، در حالی که ستیاوان و همکاران (۲۰۲۲) رابطه بین سواد مالی دیجیتال و رفتار مدیریت مالی مانند رفتار پس انداز و هزینه را ارزیابی کرد. ستیاوان و همکاران (۲۰۲۲) معیارهای ذهنی سواد مالی دیجیتال را بر اساس چند بعد مشخص شده توسط مورگان و همکاران به کار برد. (۲۰۱۹). در همین حال، لیون و کاس هانا (۲۰۲۱) مجموعه‌ای از شاخص‌های چند بعدی را فهرست کردند تا به عنوان مبنایی برای ابداع پرسشنامه‌هایی که سواد مالی دیجیتال را اندازه‌گیری می‌کنند، استفاده شود.

ابعاد سواد مالی دیجیتال

مورگان و همکاران (۲۰۱۹) در گزارش خود چهار بعد از سواد مالی دیجیتال را شناسایی کردند، یعنی:

- دانش محصولات و خدمات مالی دیجیتال موجود؛
- دانش ریسک های مالی دیجیتال؛
- درک کنترل ریسک مالی دیجیتال؛
- و آگاهی از حقوق مصرف کننده و رویه های جبران خسارت.

بعد اول فرد را به داشتن درک اولیه از محصولات و خدمات مالی دیجیتالی که از طریق ابزارهای دیجیتالی ارائه می‌شوند، ملزم می‌کند. اینترنت و تلفن های همراه و قادر به مقایسه از نظر مزایا و معایب هر محصول باشد. در بعد دوم، افراد باید خطرات اضافی استفاده از خدمات مالی دیجیتال را درک کنند. این خطرات (مثلاً خطرات تقلب و امنیت سایبری) در مقایسه با خطرات مرتبط با محصولات و خدمات مالی سنتی، متنوع تر و تشخیص آن‌ها دشوار است. از طریق فیشینگ، داروسازی، نرم افزارهای جاسوسی یا تعویض سیم کارت، شخص می تواند داده های شخصی مانند نام کاربری یا رمز عبور را فاش کند که مستقیماً منجر به از دست دادن حریم خصوصی و پول می شود. علاوه بر این، مصرف کنندگان این خدمات مالی دیجیتال در معرض خطر استقراض با نرخ بهره بسیار بالا یا حتی وام‌گیری بیش از حد به دلیل دسترسی آسان به اعتبار که توسط فناوری مالی امکان پذیر شده است، هستند.

بعد سوم سواد مالی دیجیتال نیاز به مصرف کنندگان خدمات مالی دیجیتال دارد که بدانند چگونه از خود در برابر خطرات محافظت کنند. این مستلزم آن است که آنها باید بدانند چگونه یک برنامه کامپیوتری/برنامه های تلفن همراه را به درستی انجام دهند و از شماره شناسایی شخصی (PIN) و سایر اطلاعات شخصی خود هنگام انجام تراکنش ها محافظت کنند. بعد چهارم و آخر به مصرف کننده دستور می‌دهد که از حقوق خود آگاهی داشته باشد و بداند در صورت احتمال قربانی شدن به تقلب/کلاهبرداری یا حتی زمانی که معامله اشتباهی انجام می‌دهد چگونه به دنبال جبران خسارت باشد (مورگان و همکاران، ۲۰۱۹).

نقش سواد مالی دیجیتال در موفقیت کسب و کار

سواد مالی دیجیتال قبلاً ذکر کرده است، مهارت های استفاده از خدمات مالی را با آخرین فناوری دیجیتال ترکیب می کند. نقش فناوری در موفقیت هر کسب و کاری به مهارت کاربر بستگی دارد. امروز عصر دیجیتالی شدن است

و یک مدیر با اراده، توانایی استفاده از خدمات مالی با مهارت های دیجیتالی نقش موثرتری در موفقیت هر کسب و کاری ایفا خواهد کرد. در کسب و کارهای کوچک و متوسط یا SME ها به طور کلی، یک شخص مسئول تمام فعالیت های مالی خود است، به همین دلیل توانایی او برای استفاده از خدمات مالی دیجیتال بسیار مهم است. در عصر دیجیتالی شدن و دیجیتالی شدن کنونی، سواد مالی دیجیتال زاویه مهمی از آموزش و همچنین موفقیت کسب و کار را ثابت می کند. استفاده از نرم افزارها و برنامه های کاربردی دیجیتال برای ارائه خدمات مالی به کسب و کارها به ابزاری امیدوارکننده برای تأیید موفقیت SME ها تبدیل شده است. موفقیت کسب و کارها به ویژه بخش SME به دسترسی ارتقا یافته به خدمات مالی بستگی دارد که به سطح بالاتری از سواد مالی دیجیتال برای جلوگیری از هرگونه کلاهبرداری مانند حملات فیشینگ و هک نیاز دارند. باپوریکار و آکینو (۲۰۲۰) استدلال کردند که زنان کارآفرینی که توانایی بیشتری در استفاده از فناوری دیجیتال برای استفاده از خدمات مالی دارند، نقش بهتری در موفقیت کسب و کار خود دارند.

جوناح و مونیوکی^۱ (۲۰۲۲) در مورد رابطه بین سواد مالی و موفقیت کارآفرینی کارآفرینان جوان توضیح دادند و دریافتند که تأثیر معناداری سواد مالی بر موفقیت SME ها وجود دارد. کارآفرینان با دانش بهتر در استفاده از خدمات مالی و سواد مالی بهتر در جهت موفقیت تجاری شرکت های کوچک و متوسط خود پیشرو بودند. موفقیت کسب و کار به توانایی هر کسب و کاری برای دستیابی به اهداف تعیین شده اش اشاره دارد. بنابراین موفقیت کسب و کار به عنوان توانایی یک کسب و کار برای رسیدن به اهداف تعریف شده خود در مقایسه با برنامه ریزی آن از نظر عملکرد مالی تعریف می شود. این مطالعه تأثیر سواد مالی بر موفقیت تجاری در اقتصاد نیجریه را بررسی می کند و با نتایج آماری تأیید می کند که سواد مالی بر عملکرد شرکت تجاری تأثیر می گذارد (اوساما و یوسف آ، ۲۰۱۹).

پیشینه پژوهش

مرادی و احمدیه (۱۴۰۱) در تحقیقی با عنوان تأثیر سواد مالی، فناوری مالی و سرمایه فکری بر عملکرد در شهرداری ساوه پرداختند. نتایج این تحقیق نشان دهنده آن است که سواد مالی، فناوری مالی و سرمایه فکری بر عملکرد تأثیر مثبت دارد. نتیجه گیری: در شهرداری ها با افزایش و بهبود سرمایه فکری می توان عملکرد مالی را ارتقاء بخشید. همچنین نتایج نشان می دهد که بعد از سرمایه فکری، فناوری مالی و سواد مالی بیشترین ارتباط را با عملکرد شهرداری ها دارد.

بیک جانی و همکاران (۱۴۰۱) در مطالعه خود با موضوع بهینه سازی پورتفوی سرمایه گذاری مبتنی بر ریسک و تأثیر کارایی سرمایه گذاری بر تصمیمات سرمایه گذاری توسط سرمایه گذاران سعی دارند عوامل کارایی سرمایه گذاری و بهینه سازی سبد سرمایه گذاری مبتنی بر ریسک را ارائه دهند تا سرمایه گذاران در تصمیم گیرهای سرمایه گذاری احساس رضایت کنند و بتوانند به اهداف سرمایه گذاری خود دست یابند. یافته های این

¹ Jonah & Munyuki

² Usama & Yusoff

تحقیق نشان داد که بهینه سازی پرتفوی سرمایه گذاری مبتنی بر ریسک تأثیر بسیار مطلوبی بر تصمیمات سرمایه گذاری ایجاد می‌کند. دقت سرمایه گذاران در بهینه سازی سبد سرمایه گذاری می‌تواند کارایی تجربه سرمایه‌گذاری را افزایش دهد. به همین ترتیب، کارایی سرمایه گذاری تأثیر مثبتی در سطح متوسط بر تصمیمات سرمایه گذاری دارد. افزایش کارایی سرمایه گذاری درک شده توسط سرمایه گذاران می‌تواند دقت در تصمیم گیریهای سرمایه گذاری را افزایش دهد.

خشنود و متولیان (۱۴۰۱) با موضوع سواد مالی مروری بر سواد مالی دارند. بر اساس مرور مباحث مربوط به سواد مالی، افراد دارای سواد مالی به احتمال بیشتری به فکر برنامه‌ریزی مالی برای دوران بازنشستگی و استفاده از دارایی‌های فعلی خود برای سرمایه‌گذاری در بازار سهام هستند و قدرت تحلیل بالاتری نسبت به مسائل اقتصادی دارند و تمامی این موارد نیازمند آموزش از دوران کودکی و توجه به این مهم در نظام های آموزشی است که در کنار سواد نوشتن و خواندن به دانش آموزان سواد مالی را بیاموزند تا از فواید این مهم نه تنها افراد بلکه تمامی جامعه بهره مندی شوند.

ناظم منبری و همکاران (۱۴۰۱) در مقاله ای با عنوان بررسی تأثیر رفتار گذشته و سواد مالی بر تصمیمات سرمایه‌گذاری سرمایه‌گذاران در چارچوب تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده در بورس اوراق بهادار، به این نتیجه رسیدند که نگرش فرد نسبت به تصمیمات سرمایه‌گذاری بر قصد فرد برای سرمایه‌گذاری در بازار سهام تأثیر مثبت دارد. همچنین رفتار گذشته بر قصد فرد برای سرمایه‌گذاری در بازار سهام و بر نگرش فرد نسبت به سرمایه‌گذاری در بازار سهام تأثیر مثبت دارد. رفتار گذشته از طریق نگرش فرد بر قصد وی برای سرمایه‌گذاری در بازار سهام تأثیر دارد. از دیگر سو سواد مالی بر نگرش افراد جهت سرمایه‌گذاری در بازار سهام و بر کنترل رفتار درک شده جهت سرمایه‌گذاری در بازار سهام تأثیر مثبت دارد.

چیرانی و همکاران (۱۴۰۱) در بررسی و سنجش سواد مالی سرمایه‌گذاران خرد در ایران، تعیین عوامل اثرگذار بر میزان سواد مالی و سنجش، ارزیابی سواد مالی سرمایه‌گذاران خرد بازار سرمایه در ایران بود. برای این منظور، از مدل بومی طراحی شده سواد مالی (عاصی و همکاران، ۱۳۹۹) استفاده کردند. نتیجه تحقیق نشان داد که ویژگی‌های محیطی و دموگرافی بر سواد مالی سرمایه‌گذاران خرد بازار سرمایه اثر دارد.

سازمان همکاری‌های توسعه اقتصادی یا OECD در گزارش (۲۰۲۳) با بررسی شواهد، چالش‌ها و تعاملات سواد مالی دیجیتال در کشور پرتغال سه نتیجه اصلی زیر به دست آوردند. در مرحله اول این گزارش اولین خروجی پروژه را نشان می‌دهد، که یک مطالعه در مورد نقشه‌برداری از آموزش مالی دیجیتال در پرتغال است (خروجی ۱). این سازمان بر اساس تعدادی از فعالیت‌ها، از جمله طراحی و اجرای یک نظرسنجی ذخیره‌سازی برای درک سطوح فعلی ارائه آموزش‌های مالی دیجیتال و فعالیت‌ها در کشور، و همچنین طراحی و اجرای نظرسنجی برای اندازه‌گیری سواد مالی دیجیتالی افراد، ساخته شده است. سایر خروجی‌ها شامل توسعه یک استراتژی برای سواد مالی دیجیتال، از جمله یک سند سطح بالا و یک نقشه راه برای اجرا (خروجی ۲)، و همچنین سازماندهی رویدادی برای انتشار استراتژی سواد مالی دیجیتال (خروجی ۳) است.

کومار و همکاران (۲۰۲۳) در مقاله خود با عنوان تعامل مهارت ها، سواد مالی دیجیتال، توانایی و استقلال در تصمیم گیری مالی و رفاه به بررسی عوامل تعیین کننده افزایش تصمیم گیری مالی و رفاه مالی درک شده یک فرد می پردازد. همچنین ارتباط مهارت ها را همراه با سواد مالی دیجیتال در تصمیم گیری مالی را برجسته ساخته و به این نتیجه اشاره دارد که هوش مالی و مهارت های تحلیلی در یک فرد منجر به سواد مالی دیجیتال بهتر می شود. افراد ماهر با استقلال مالی بیشتر تصمیمات تکانشی کمتری می گیرند و سواد مالی دیجیتال توانایی مالی را بهبود می بخشد و در نتیجه قدرت تصمیم گیری مالی را افزایش می دهد.

گلدن و کردی (۲۰۲۲) در تحقیقی با عنوان سواد مالی دیجیتال به ابعاد و مولفه های موثر سواد مالی دیجیتال پرداختند. آنها معتقدند ظهور فین تک باعث گسترش استفاده از فناوری های مالی در آموزش مالی شده است، که برای توسعه یک اقتصاد بسیار حیاتی است.

ماسکای در تحقیقی در بانک راستای نپال (۲۰۲۲)، چارچوبی منسجم برای توسعه سواد اقتصادی دیجیتال برای بانک معرفی کردند. آنها معتقدند این چارچوب می تواند پیامدهایی چون افزایش استفاده از کانال های مالی رسمی برای تراکنش های مالی و تراکنش های حواله ای، آگاهی از در دسترس بودن محصولات و خدمات بانکی مختلف، افزایش مهارت ها و نگرش هایی که در نهایت در رفتار اعمال می شود، آگاهی از در دسترس بودن خدمات مالی دیجیتال، مزایای آنها و همچنین خطرات ذاتی خدمات دیجیتال، مدیریت امور مالی شخصی و برنامه های مالی سالمندی از طریق بودجه بندی و پس انداز، مهارت های مختلف سواد مالی را به دیگران منتقل کنید که باعث می شود منطقی تر عمل کنید و را خواهد داشت.

روش شناسی پژوهش

روش تحقیق در این پژوهش کیفی است که در این بخش ابتدا بر اساس بررسی های صورت گرفته در رابطه با سواد مالی دیجیتال و معیارهای اولیه شکل گیری آن بصورت کلی با خبرگان و صاحب نظر در دسترس که بر اساس معیارهای برآمده از اهداف پژوهش به شیوه قضاوتی انتخاب شدند بحث و تبادل نظر گردید. جمع آوری و تحلیل همزمان داده ها در تحلیل محتوا به پژوهشگر این فرصت را می دهد که بیانید که چه داده هایی را از کجا و چگونه جمع آوری نماید، که این روش را نمونه گیری قضاوتی و یا نظری بیان گردیده است که خود حاکی از آن است که موردها به گونه ای انتخاب می شوند که از سویی کیفیت مفاهیم و مقوله ها را افزایش داده و از سوی دیگر نمونه بعدی و مسیر حرکت را مشخص می نمایند. معیار انتخاب خبرگان، مرتبط بودن تحصیلات دانشگاهی، مرتبط بودن حوزه مطالعاتی و پژوهشی در دانشگاه و داشتن سابقه اجرایی و مدیریتی در حوزه های مرتبط با سواد مالی دیجیتال و اقتصاد دیجیتالی بوده است و بر اساس نتایج حاصل از مصاحبه های اولیه و اسناد و مدارک بررسی شده و راهنمایی های به عمل آمده توسط مصاحبه شوندگان، نسبت به انتخاب سایر خبرگان اقدام شده است. مصاحبه ها در جلسات اول به صورت مصاحبه باز بوده و در جلسات بعدی و با مشخص شدن موارد مرتبط به صورت نیمه ساخت یافته ادامه یافت. در مجموع ۱۵ مصاحبه با خبرگان صورت گرفت تا در نهایت کفایت نظری حاصل شد. کفایت نظری زمانی حاصل می شود که جمع آوری هرگونه داده، کمکی به افزایش مفاهیم در یک مقوله یا مقوله

جدید نمی‌نماید داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها در کنار داده‌های حاصل از بررسی اسناد و مدارک مورد استفاده قرار گرفتند. و به تفسیر مصاحبه‌های انجام شده با خبرگان نظام سواد مالی در اقتصاد دیجیتال پرداخته شد. مصاحبه‌های آغازین پس از استخراج مولفه‌های اصلی از منابع و متون علمی و داخلی و خارجی به‌منظور شناسایی مضامین و مقوله‌های اصلی انجام گرفت. هم‌زمان با انجام مصاحبه‌ها، محقق اقدام به شناسایی افرادی نمود که در حین فرایند تحلیل داده‌ها می‌توانستند بینشی خاص را نسبت به مباحث و مقوله‌های توسعه‌نیافته یا کم‌تر توسعه‌یافته ارائه نمایند. با شناسایی مضامین و شکل‌گیری مقوله‌های اولیه، دور دوم مصاحبه‌ها با هدف توسعه این گروه از مقوله‌ها آغاز شد. در ادامه روند تحلیل و کدگذاری مصاحبه‌ها به بحث گذاشته می‌شود. در این تحقیق از سه نوع نمونه‌گیری پیشنهادی اشتراوس و کوربین (۱۹۹۸)، نمونه‌گیری باز، نمونه‌گیری ارتباطی و تنوعی و نمونه‌گیری تمییز دهنده برای جمع‌آوری و کمک به تحلیل داده‌ها استفاده شد. بر این اساس محقق در سه دور اقدام به هدایت ۱۵ مصاحبه و تحلیل متن آن‌ها نمود. در دور نخست محقق پس از تحلیل متن ۱۱ مصاحبه موفق به شناسایی مقوله‌های کلیدی شد. پس از تحلیل این مصاحبه‌ها و بررسی دامنه گسترده‌ای از مطالعات انجام شده توسط محققین پیشین، پرسش‌هایی در مورد پدیده‌ی اصلی تحقیق به وجود آمد. از این رو، محقق به انجام دور دوم مصاحبه‌ها مبادرت ورزید. در این دور، به منظور اطمینان از اشباع نظری مقوله‌ها، محقق با لحاظ کردن پدیده‌ی اصلی و مقوله‌های فرعی مربوط به آن انجام ۴ مصاحبه دیگر در دستور کار قرار گرفت. سرانجام پس از شناسایی مقوله‌ها و اطمینان از اشباع نظری آن‌ها نوبت به دور سوم مصاحبه‌ها رسید.

تجزیه و تحلیل نتایج یافته‌ها

در این تحقیق مصاحبه‌های خبرگان در حوزه طراحی نظام سواد مالی در اقتصاد دیجیتال با رویکرد ارزش آفرینی با استفاده از سه روش کدگذاری (باز- محوری و انتخابی) در مرحله نظریه‌پردازی، داده‌ها، اطلاعاتی گردآوری و تحلیل شد. داده‌هایی که از مآخذ اطلاعات (مصاحبه‌ها، مشاهده‌ها و بررسی تحقیقات پیشین، مدارک و متون...) به دست می‌آید بر اساس قواعد کدگذاری در قالب جداولی قرار می‌گیرند. محقق در پژوهش جاری برای تحلیل کلیه روندهای گراند تئوری (کدگذاری باز، محوری و انتخابی و هم‌چنین ثبت یادداشت‌ها و ترسیم دیگرام) بهره لازم را برده است. که در جدول‌های زیر به عنوان نمونه بیان می‌گردند.

در ادامه با ایجاد خط کدهایی در مرحله کدگذاری و استفاده از آنها، ۲۵۷ گویه در رابطه با مضمون و طراحی نظام سواد مالی در اقتصاد دیجیتال با رویکرد ارزش آفرینی مشخص شد.

ب: شکل‌دهی مقولات و طبقات اصلی شکل می‌گیرد پژوهشگر در این قسمت به ارتباط مفاهیم استخراج شده در بین مصاحبه‌ها (کدگذاری‌های اولیه) و پایه‌های اساسی تحقیق (طراحی نظام سواد مالی در اقتصاد دیجیتال با رویکرد ارزش آفرینی) پرداخته و تلاش می‌نماید که یک ارتباط جامع، کامل منطقی و یکپارچه‌ایی را در بین مقولات مذکور اتخاذ نماید تا بر اساس آن مقولات و طبقات اصلی را پیکربندی نموده و بتواند به تدوین کدگذاری محوری پرداخته تا در نهایت الگوی مدنظر خویش را در طراحی نظام سواد مالی در اقتصاد دیجیتال با رویکرد ارزش آفرینی را ارائه نماید.

جدول شماره ۱: خلاصه‌ای از مصاحبه‌های پژوهش (بخش کیفی)

کدگذاری اولیه (مصاحبه)
• امروزه برای رشد اقتصادی توسعه و پذیرش فناوری‌هایی مانند رمزارزها، پرداخت‌های الکترونیکی، و بانکداری دیجیتال برای افزایش شفافیت و کاهش هزینه‌های تراکنش می‌تواند جزء الزامات یک اقتصاد پویا و پایدار باشند • لازم است که به این موضوع توجه گردد که پلتفرم‌های نظارتی و هشداردهنده و ایجاد سامانه‌هایی که اطلاعات مربوط به رفتارهای مشکوک را به کاربران و نهادهای نظارتی اطلاع می‌دهند و امکان راستی‌آزمایی اطلاعات مالی را فراهم کنند، می‌توانند سبب افزایش شفافیت و کاهش کلاهبرداری مالی شوند • برای بهبود فرهنگ سرمایه‌گذاری بایستی بتوانیم با آموزش در راستای شناسایی و کاهش ریسک‌های سرمایه‌گذاری دیجیتال، مانند نوسانات بازارهای ارز دیجیتال، سهام دیجیتال و سایر ابزارهای مالی جدید اقدامات لازم و پیشگیرانه را صورت دهیم • اطلاعات خود را درباره‌ی بودجه بندی مالی شخصی افزایش دهید • فیشینگ زمانی اتفاق می‌افتد که یک مهاجم خود را به عنوان یک موجودیت قابل اعتماد جلوه می‌دهد تا قربانی را فریب دهد تا ایمیل، پیام متنی یا پیام فوری را باز کند. گرفتار شدن کاربران در معرض حملات فیشینگ یکی از دلایل رایج سرقت اطلاعات است • دیجیتالی سازی باعث از بین رفتن فرصت‌های شغلی نشده، بلکه نوع و خواستگاه آن‌ها را تغییر داده، باعث افزایش نرخ درآمد جهانی شده و البته شکاف‌های بزرگی از نظر قدرت مالی به وجود آورده است • توجه به این موضوع که شفافیت مالی به عنوان یکی از ضروری ترین رکن‌های مدیریت مالی برای جلوگیری از اتلاف منابع مالی در بسیاری از سازمان ها و نهادهای حاکمیتی و خصوصی و راهکاری برای مبارزه با فسادهای مالی سازمان یافته، مورد توجه قرار گرفته است • در دیجیتالی شدن مسائل مالی می‌توانیم با صرفه‌جویی در زمان و هزینه‌ها، افزایش درآمد، بهبود کارایی و ... در کسب و کار خود بهره‌مند لازم را برده و در این مسیر حداکثر بازدهی زمانی را برای خود و کسب و کارمان را فراهم نمائیم • اینکه تا چه اندازه مهم است که فناوری مالی به افراد بدون دسترسی به بانک‌ها یا خدمات سنتی این امکان را می‌دهد تا از سیستم‌های پرداخت دیجیتال، وام‌های آنلاین، و خدمات سرمایه‌گذاری خرد بهره‌مند شوند، می‌تواند از مزیت‌های یک اقتصاد دیجیتالی باشد • توجه به شکل‌گیری استراتژی دیجیتال هوشمند، همانند استراتژی‌های کسب و کار سنتی، در مورد انتخاب گزینه‌های سرمایه‌گذاری منطقی و به حداکثر رساندن مزیت رقابتی، رشد، سود و ارزش سرمایه و سپس اجرای آن با نظم و انضباط باشد.

در نتیجه با توجه به مصاحبه‌های صورت گرفته در این پژوهش محقق به دنبال جواب این سوال می‌باشد که: ابعاد و مولفه‌های اصلی الگوی جامع و یکپارچه نظام سواد مالی در اقتصاد دیجیتال کدامند؟

جدول ۲: کدگذاری ثانویه مصاحبه

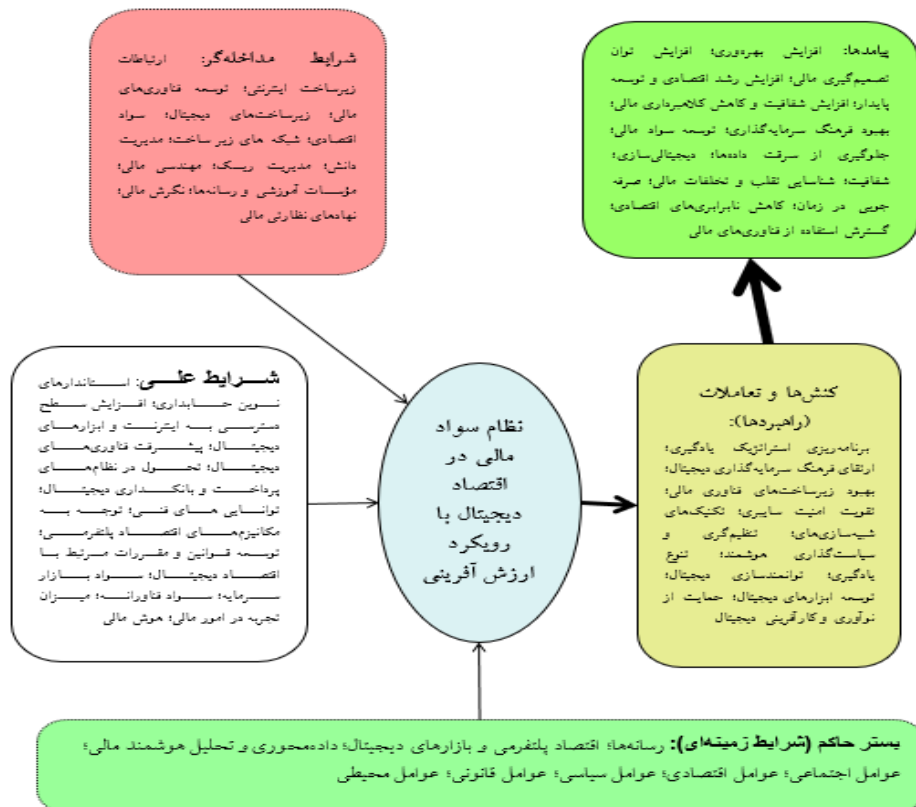
مقوله فرعی	گزاره کلامی
افزایش رشد اقتصادی و توسعه پایدار	امروزه برای رشد اقتصادی توسعه و پذیرش فناوری‌هایی مانند رمازرها، پرداخت‌های الکترونیکی، و بانکداری دیجیتال برای افزایش شفافیت و کاهش هزینه‌های تراکنش می‌توانند جزء الزامات یک اقتصاد پویا و پایدار باشند
افزایش شفافیت و کاهش کلاهبرداری مالی	لازم است که به این موضوع توجه گردد که پلتفرم‌های نظارتی و هشداردهنده و ایجاد سامانه‌هایی که اطلاعات مربوط به رفتارهای مشکوک را به کاربران و نهادهای نظارتی اطلاع می‌دهند و امکان راستی‌آزمایی اطلاعات مالی را فراهم کنند، می‌توانند سبب افزایش شفافیت و کاهش کلاهبرداری مالی شوند
بهبود فرهنگ سرمایه‌گذاری	برای بهبود فرهنگ سرمایه‌گذاری بایستی بتوانیم با آموزش در راستای شناسایی و کاهش ریسک‌های سرمایه‌گذاری دیجیتال، مانند نوسانات بازارهای ارز دیجیتال، سهام دیجیتال و سایر ابزارهای مالی جدید اقدامات لازم و پیشگیرانه را صورت دهیم
توسعه سواد مالی	اطلاعات خود را درباره‌ی بودجه بندی مالی شخصی افزایش دهید
جلوگیری از سرقت داده‌ها	فیشینگ زمانی اتفاق می‌افتد که یک مهاجم خود را به عنوان یک موجودیت قابل اعتماد جلوه می‌دهد تا قربانی را فریب دهد تا ایمیل، پیام متنی یا پیام فوری را باز کند. گرفتار شدن کاربران در معرض حملات فیشینگ یکی از دلایل رایج سرقت اطلاعات است
دیجیتالی‌سازی	دیجیتالی‌سازی باعث از بین رفتن فرصت‌های شغلی نشده، بلکه نوع و خواستگاه آن‌ها را تغییر داده، باعث افزایش نرخ درآمد جهانی شده و البته شکاف‌های بزرگی از نظر قدرت مالی به وجود آورده است
شفافیت	توجه با این موضوع که شفافیت مالی به عنوان یکی از ضروری ترین رکن‌های مدیریت مالی برای جلوگیری از اتلاف منابع مالی در بسیاری از سازمان‌ها و نهادهای حاکمیتی و خصوصی و راهکاری برای مبارزه با فسادهای مالی سازمان یافته، مورد توجه قرار گرفته است
صرفه جویی در زمان	در دیجیتالی شدن مسائل مالی می‌توانیم با صرفه‌جویی در زمان و هزینه‌ها، افزایش درآمد، بهبود کارایی و... در کسب و کار خود بهره‌مند لازم را برده و در این مسیر حداکثر بازدهی زمانی را برای خود و کسب و کارمان را فراهم نماییم
گسترش استفاده از فناوری‌های مالی	اینکه تا چه اندازه مهم است که فناوری مالی به افراد بدون دسترسی به بانک‌ها یا خدمات سنتی این امکان را می‌دهد تا از سیستم‌های پرداخت دیجیتال، وام‌های آنلاین، و خدمات سرمایه‌گذاری خرد بهره‌مند شوند، می‌تواند از مزیت‌های یک اقتصاد دیجیتالی باشد
برنامه‌ریزی استراتژیک یادگیری	توجه به شکل‌گیری استراتژی دیجیتال هوشمند، همانند استراتژی‌های کسب و کار سنتی، در مورد انتخاب گزینه‌های سرمایه‌گذاری منطقی و به حداکثر رساندن مزیت رقابتی، رشد، سود و ارزش سرمایه و سپس اجرای آن با نظم و انضباط باشد.

پس از تعیین مقولات، مرحله ساخت طبقات کلی نظریه است که در جدول شماره ۳ ارائه شده است.

جدول ۳: تشریح نظریه نهائی (چارچوب مفهومی)

عنوان عامل	پارامترهای مؤثر در عامل
مقوله اصلی	○ کاربرد توسعه‌ای سواد مالی در اقتصاد دیجیتال و ارزش آفرینی
شرایط علی	○ آینده نگری و تطبیق با استانداردهای جهانی سواد مالی از اینکه چه چیزی بدست می‌آید ○ استانداردهای نوین حسابداری؛ افزایش سطح دسترسی به اینترنت و ابزارهای دیجیتال؛ ○ پیشرفت فناوری‌های دیجیتال؛ تحول در نظام‌های پرداخت و بانکداری دیجیتال؛ توانایی های فنی؛ ○ توجه به مکانیزم‌های اقتصاد پلتفرمی؛ توسعه قوانین و مقررات مرتبط با اقتصاد دیجیتال؛ ○ سواد بازار سرمایه؛ سواد فناوری؛ میزان تجربه در امور مالی؛ هوش مالی
شرایط مداخله‌گر	○ طراحی مجدد فرایندها در راستای آموزش به منظور تغییر نقش دست‌اندرکاران سواد مالی از تهیه کننده به تحلیل کننده اطلاعات؛ ○ ارتباطات زیرساخت اینترنتی؛ توسعه فناوری‌های مالی؛ ○ زیرساخت‌های دیجیتال؛ سواد اقتصادی؛ شبکه های زیر ساخت؛ ○ مدیریت دانش؛ مدیریت ریسک؛ مهندسی مالی؛ مؤسسات آموزشی و رسانه‌ها؛ ○ نگرش مالی؛ نهادهای نظارتی مالی
بستر حاکم (شرایط زمینه‌ای)	○ طراحی مجدد فرایندهای سواد مالی در راستای بستر مناسب دیجیتالی شدن اقتصاد؛ ○ رسانه‌ها؛ اقتصاد پلتفرمی و بازارهای دیجیتال؛ داده‌محوری و تحلیل هوشمند مالی؛ ○ عوامل اجتماعی؛ عوامل اقتصادی؛ عوامل سیاسی؛ عوامل قانونی؛ عوامل محیطی
کنش‌ها و تعاملات (راهبردها)	○ طراحی مکانیزم اصلاح فرایندهای سواد مالی در اقتصاد دیجیتال و ارزش آفرینی و بهره‌برداری از آن در راستای هدف ○ برنامه‌ریزی استراتژیک یادگیری؛ ارتقای فرهنگ سرمایه‌گذاری دیجیتال؛ ○ بهبود زیرساخت‌های فناوری مالی؛ تقویت امنیت سایبری؛ تکنیک‌های شبیه‌سازی‌های؛ ○ تنظیم‌گری و سیاست‌گذاری هوشمند؛ تنوع یادگیری؛ توانمندسازی دیجیتال؛ ○ توسعه ابزارهای دیجیتال؛ حمایت از نوآوری و کارآفرینی دیجیتال
پیامدها	○ طراحی سواد مالی در اقتصاد دیجیتال و ارزش آفرینی ○ افزایش بهره‌وری؛ افزایش توان تصمیم‌گیری مالی؛ افزایش رشد اقتصادی و توسعه پایدار؛ ○ افزایش شفافیت و کاهش کلاهبرداری مالی؛ بهبود فرهنگ سرمایه‌گذاری؛ توسعه سواد مالی؛ ○ جلوگیری از سرقت داده‌ها؛ دیجیتالی‌سازی؛ شفافیت؛ شناسایی تقلب و تخلفات مالی؛ ○ صرفه جویی در زمان؛ کاهش نابرابری‌های اقتصادی؛ گسترش استفاده از فناوری‌های مالی

با توجه به جدول فوق که در ابعاد پنجگانه استراوس و کوربین شکل گرفته است، تعداد ۵ مؤلفه اصلی و ۶۸ مؤلفه فرعی از نتایج گام اول استخراج شده است. در این راستا لازم به ذکر است که مقولات و طبقه‌های اصلی و فرعی این پژوهش در گام دوم تحلیل و مورد بررسی قرار خواهند گرفت. از آنجا که در طراحی مدل بایستی نخست مؤلفه‌ها تعیین و سپس رابطه بین آن‌ها تبیین گردد و پس از آن منطق انتخاب این مؤلفه‌ها و ارتباط بین آن‌ها تشریح شود. در گام دوم بر اساس داده‌های به دست آمده، مؤلفه‌های الگوی سواد مالی در اقتصاد دیجیتال مورد نظر قرار گرفت که ۶ مؤلفه به شرح زیر در شکل شماره ۱ قابل مشاهده است، ارائه گردید. مؤلفه‌های ۶ گانه بر پایه داده‌های به دست آمده از مصاحبه‌های عمیق و پردازش و مقوله‌بندی آن‌ها به دست آمده است. نتایج به دست آمده در اختیار برخی اساتید قرار گرفت و اعتبار سنجی شدند.



شکل ۱: چارچوب نهایی شکل گرفته از مصاحبه‌ها

با توجه به طراحی سواد مالی در اقتصاد دیجیتال و ارزش آفرینی مؤثر در آن به تشریح موارد مذکور به صورت اجمالی پرداخته می‌شود و پاسخ به سوال اصلی: طراحی نظام سواد مالی در اقتصاد دیجیتال و ارزش آفرینی آن کدام است؟ نیز داده می‌شود.

- **طبقه محوری:** میزان مشارکت مدیران و دست‌اندرکاران سواد مالی دیجیتال در ارتقای سواد مالی، در برنامه‌های اجرایی و پیاده‌سازی آگاهی‌سازی و ایجاد سواد جمعی در این راستا می‌باشد که همگام با راهبردهای سواد مالی و کارآمدی‌های در سواد مالی مرتبط است لذا این مقوله همان برچسب مفهومی است که برای چارچوب یا طرح بوجود آمده و در نظر گرفته می‌شود. با توجه به اینکه در این پژوهش، طراحی سواد مالی در اقتصاد دیجیتال و ارزش آفرینی مورد مطالعه قرار گرفته است، پس از گردآوری داده‌ها و تحلیل آن‌ها در مرحله کدگذاری باز، و بررسی ویژگی‌های ارائه شده، این طبقه به‌عنوان طبقه محوری انتخاب شد که دربردارنده‌ی موارد ذیل است:
- **شرایط علی:** این شرایط سبب ایجاد و توسعه پدیده یا طبقه محوری می‌شوند که شامل: توسعه و ارتقاء سطح پاسخگویی در بخش نوآوری‌های سواد مالی در سطح جامعه هدف در سواد مالی دیجیتال است در این شرایط طبق نظر خبرگان تحقیق مقوله‌های اصلی اثرگذار بر شرایط علی بدین گونه بیان گردیدند: استانداردهای نوین حسابداری؛ افزایش سطح دسترسی به اینترنت و ابزارهای دیجیتال؛ پیشرفت فناوری‌های دیجیتال؛ تحول در نظام‌های پرداخت و بانکداری دیجیتال؛ توانایی‌های فنی؛ توجه به مکانیزم‌های اقتصاد پلتفرمی؛ توسعه قوانین و مقررات مرتبط با اقتصاد دیجیتال؛ سواد بازار سرمایه؛ سواد فناورانه؛ میزان تجربه در امور مالی؛ هوش مالی که در این راستا برای دست‌یابی به توسعه سواد مالی و ایجاد شرایط نوین زیرساخت‌های دیجیتال مربوطه با توجه به محدودیت‌های موجود بتوان گام‌های لازم برداشته شود.
- **راهبردها:** این مؤلفه بیانگر رفتارها و فعالیت‌ها و تعاملات هدف‌داری هستند که در تبعات طبقه محوری و تحت تأثیر شرایط مداخله‌گر و بستر حاکم است. به این طبقه‌ها راهبرد نیز گفته می‌شود که در پژوهش حاضر بنابر ادبیات پژوهش و اظهارات خبرگان امر پژوهش در گویه‌های زیر بدین گونه بیان گردیدند: برنامه‌ریزی استراتژیک یادگیری؛ ارتقای فرهنگ سرمایه‌گذاری دیجیتال؛ بهبود زیرساخت‌های فناوری مالی؛ تقویت امنیت سایبری؛ تکنیک‌های شبیه‌سازی‌های؛ تنظیم‌گری و سیاست‌گذاری هوشمند؛ تنوع یادگیری؛ توانمندسازی دیجیتال؛ توسعه ابزارهای دیجیتال؛ حمایت از نوآوری و کارآفرینی دیجیتال می‌توان در این زمینه استراتژی‌های سواد مالی را نیروی فکری متخصصین امر در زمینه آموزش‌های عملی در نهادهای آموزش‌دهنده و درس‌های آموخته شده دانست، چراکه در استفاده از ابزار مناسب و در دسترسی به پیاده‌سازی استراتژی‌های سواد مالی دیجیتال و آگاهی بخشی در این زمینه می‌تواند به صورت کارآمد و اثربخش گام‌های لازم برای نهادهای سواد مالی برداشته شود لذا سیستم مربوطه وظیفه دارد در شناسایی راهکارهای دسترسی سریع به موانع سواد مالی دیجیتالی برای تقویت زیرساخت‌های اقتصادی، سرعت بخشیدن به نهادهای سازی این سواد مؤثر ثمر می‌باشد.

- **بستر حاکم:** طراحی چارچوب مفهومی **سواد مالی دیجیتال:** به شرایط خاصی که بر کنش‌ها و تعاملات تأثیر می‌گذارند بستر گفته می‌شود. این شرایط را مجموعه‌ای از مفاهیم و طبقه‌ها یا متغیرهای زمینه‌ای را تشکیل می‌دهند و در مدل معرفی شده عبارت‌اند از: رسانه‌ها؛ اقتصاد پلتفرمی و بازارهای دیجیتال؛ داده‌محوری و تحلیل هوشمند مالی؛ عوامل اجتماعی؛ عوامل اقتصادی؛ عوامل سیاسی؛ عوامل قانونی؛ عوامل محیطی در این جهت لازم است که در **سواد مالی دیجیتال** توانایی تسهیل فعالیت‌های **سواد دیجیتال** و مقابله با بی‌سوادی در این زمینه که سبب محدودیت در این امر می‌شود در راستای توسعه **سواد مالی** و همچنین از بین بردن عدم ناآگاهی در جهت **سواد دیجیتال** جلوگیری شود چراکه توانمندی فرد یا گروه‌ها در درک و استفاده از ابزارهای مالی دیجیتال مهم می‌باشند و سبب افزایش دانش، مهارت‌ها، دسترسی به فناوری، و شرایط اقتصادی و اجتماعی آن‌ها می‌گردد لذا ضروری است که با آموختن علوم پایه در این رابطه بتوانند توانایی‌های خود را ارتقا دهند چونکه برای ارتقای وضعیت اقتصادی در مجموع، **سواد مالی دیجیتال** نه تنها نیازمند دانش فنی است، بلکه باید با شرایط اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی نیز سازگار باشد تا افراد بتوانند به‌طور مؤثر از ابزارهای دیجیتال در زمینه‌های مالی استفاده کنند. در اینجا تأکید بر این می‌باشد که تدوین قوانین و مقررات ملون و همه‌گیر توسط سیاستمداران در حوزه استراتژی-های **سواد مالی** در اولویت می‌باشد که سبب مقابله با محدودیت‌ها و گذر در شرایط بد می‌شوند و در اجرای استراتژی‌های **سواد مالی دیجیتال** سیستم یاری دهنده باشند.
- **شرایط مداخله‌گر:** شرایط عامی هستند که مجموعه‌ای از متغیرهای میانجی و واسط را تشکیل می‌دهند و راهبردها هم از آن‌ها متأثر می‌شوند. دارای زیرمجموعه‌های ذیل می‌باشند: در شرایط مداخله‌گر بنا بر ادبیات موجود و نظرات خبرگان مولفه‌های اصلی که نقش اساسی را در **سواد مالی دیجیتال** در این زمینه را داشته بدین صورت بیان داشته‌اند که عبارتند از: ارتباطات زیرساخت اینترنتی؛ توسعه فناوری‌های مالی؛ زیرساخت‌های دیجیتال؛ **سواد اقتصادی**؛ شبکه‌های زیر ساخت؛ مدیریت دانش؛ مدیریت ریسک؛ مهندسی مالی؛ مؤسسات آموزشی و رسانه‌ها؛ نگرش مالی؛ نهادهای نظارتی مالی که برای اجرایی کردن استراتژی‌های **سواد مالی** با توجه به محدودیت‌های موجود و توجه مدیران در استفاده از ابزار کسب مهارت در **سواد دیجیتال** و تجربه مرتبط می‌باشد.
- **پیامد(ها):** برخی از طبقه‌ها بیانگر نتایج و پیامدهایی هستند که در اثر اتخاذ راهبردها به وجود می‌آیند. تقویت و طراحی زیرساخت‌های **سواد مالی دیجیتال** در اقتصاد دیجیتال شامل مولفه‌های بدین شرح که خبرگان امر پژوهش عنوان نموده‌اند عبارتند از: افزایش بهره‌وری؛ افزایش توان تصمیم‌گیری مالی؛ افزایش رشد اقتصادی و توسعه پایدار؛ افزایش شفافیت و کاهش کلاهبرداری مالی؛ بهبود فرهنگ سرمایه‌گذاری؛ توسعه **سواد مالی**؛ جلوگیری از سرقت داده‌ها؛ دیجیتالی‌سازی؛ شفافیت؛ شناسایی تقلب و تخلفات مالی؛ صرفه جویی در زمان؛ کاهش نابرابری‌های اقتصادی؛ گسترش استفاده از فناوری‌های مالی که از دیدگاه خبرگان امر پژوهش ماندگاری **سواد مالی دیجیتال** در اقتصاد دیجیتال و ارزش‌آفرینی آن را در راستای استراتژی‌های دیجیتالی شدن و پیوند بین فناوری‌های موجود و غلبه بر کاستی‌ها برای پیشرفت و تداوم

در این زمینه را با ارمغان می‌آورد. لذا لازم به نظر می‌رسد که یک پیامد خوب و کارآمد منتج از این است که با صرفه‌جویی در منابع و هزینه‌ها، نتیجه کنش‌ها و تعاملات ایجاد شده و تأثیرپذیر از طبقه محوری، بستر حاکم و شرایط مداخله‌گر باشد.

نتیجه‌گیری

سواد مالی در اقتصاد دیجیتال، مجموعه‌ای از دانش و مهارت‌هایی است که به افراد کمک می‌کند تا در دنیای پیچیده مالی دیجیتال، تصمیم‌گیری‌های آگاهانه و مؤثری داشته باشند. پژوهش با انتخاب روش تحقیق گراند تئوری و مرور ادبیات به تبیین و توسعه طراحی الگوی سواد مالی در اقتصاد دیجیتال می‌پردازد. لازم به ذکر است طراحی الگوی مذکور بر پایه ایده‌های حاصل از نظرات و دیدگاه‌های ۱۵ نفر از خبرگان اساتید و اعضای هیئت علمی شکل گرفته است. با توجه به برجسته بودن مؤلفه‌های همچون توسعه شایستگی‌های سواد مالی؛ استراتژی‌های آموزشی؛ رسانه‌ها؛ دسترسی آسان به اطلاعات مالی؛ توسعه ابزارهای دیجیتال؛ حمایت‌های دولتی؛ شفافیت؛ اردوهای آموزش مالی؛ تصمیم‌گیری بهتر؛ منتورینگ؛ رفاه مالی؛ برنامه‌ریزی استراتژیک؛ یادگیری ... و جذابیت محتوا برای تقویت زیرساخت و شبکه‌های زیر ساخت اقتصاد دیجیتالی و همچنین الگو و شاخص شدن در جهت تدوین الگوی تبیین شده، این الگو باعث تدوین و طراحی چاقوب مفهومی سواد مالی در اقتصاد دیجیتال خواهد شد. در مورد مقایسه یافته‌های تحقیق حاضر با سایر یافته‌های محققان باید اشاره کرد که این پژوهش با استفاده از بیشتر مولفه‌های موثر ارائه شده بر طراحی سواد مالی در اقتصاد دیجیتال توسط دیگر محققان از جمله مرادی و احمدیه ۱۴۰۱ در مولفه‌های (سواد مالی، فناوری مالی و سرمایه فکری)، بیک جانی و همکاران ۱۴۰۱ (بهینه‌سازی پرتفوی سرمایه‌گذاری مبتنی بر ریسک)، خشنود و متولیان ۱۴۰۱ (آموزش)، کومار و همکاران ۲۰۲۳ (هوش مالی و مهارت‌های تحلیلی)، راجو و همکاران ۲۰۲۰ (استفاده از خدمات مالی دیجیتال) که سعی بر توسعه این الگو داشته‌اند همسویی داشته پس می‌توان گفت در جهت شناخت بهتر عوامل موثر بر تدوین و طراحی سواد مالی در اقتصاد دیجیتال گام مؤثری برداشته است. نتایج نشان می‌دهد که عواملی مهم موثر بر توسعه سواد مالی در اقتصاد دیجیتال در بعد شرایط علی (۱۰) از قبیل توجه به مکانیزم‌های اقتصاد پلتفرمی و افزایش سطح دسترسی به اینترنت و ابزارهای دیجیتال و ...، شرایط مداخله‌گر (۱۱) از قبیل توسعه فناوری‌های مالی و زیرساخت‌های دیجیتال و ...، شرایط زمینه‌ای (۸) از قبیل اقتصاد پلتفرمی و بازارهای دیجیتال و رسانه‌ها، از طریق ده راهبرد توسعه سواد مالی (همانند تنظیم‌گری و سیاست‌گذاری هوشمند و توسعه ابزارهای دیجیتال) منجر به پیامدهایی (۱۳) از قبیل گسترش استفاده از فناوری‌های مالی و افزایش توان تصمیم‌گیری مالی و ... خواهد شد. از این رو در راستای طراحی و اجرای موفقیت‌آمیز سواد مالی در اقتصاد دیجیتالی پیشنهاد‌های اجرایی زیر ارائه می‌گردد:

فرهنگ: یکی از ابعاد مهم فرهنگ، میزان پذیرش فناوری‌های جدید است. در جوامعی که فرهنگ یادگیری و نوآوری تقویت شده باشد، افراد راحت‌تر از ابزارهای مالی دیجیتال مانند پرداخت‌های الکترونیکی، رمزارزها،

سرمایه‌گذاری آنلاین و خدمات بانکداری دیجیتال استفاده می‌کنند. این پذیرش، به افزایش مشارکت مردم در اقتصاد دیجیتال و تقویت نظام سواد مالی کمک می‌کند.

آموزش: آموزش نقش کلیدی در ارتقای سطح سواد مالی ایفا کرده و می‌تواند به شکل مؤثری در افزایش توانایی افراد برای ارزش‌آفرینی در اقتصاد دیجیتال مؤثر باشد. اقتصاد دیجیتال، روش‌های جدیدی را برای کسب درآمد، سرمایه‌گذاری و مدیریت دارایی‌ها ارائه داده است. مفاهیمی مانند رمزارزها، بانکداری الکترونیک، تجارت الکترونیک و فین‌تک‌ها، چالش‌ها و فرصت‌های جدیدی را به همراه دارند. آموزش سواد مالی می‌تواند به افراد کمک کند تا این مفاهیم را درک کرده و از آن‌ها برای افزایش بهره‌وری مالی خود استفاده کنند.

خصوصیات فردی: خصوصیات فردی نقش بسزایی در تقویت نظام سواد مالی و بهره‌برداری از فرصت‌های اقتصادی نوین دارند. سواد مالی شامل توانایی مدیریت منابع مالی، درک مفاهیم اقتصادی، تصمیم‌گیری هوشمندانه و استفاده بهینه از ابزارهای دیجیتال مالی است که می‌تواند به ارزش‌آفرینی در اقتصاد دیجیتال کمک کند.

ساختارهای نهادی غیر مالی: ساختارهای نهادی غیر مالی می‌توانند به عنوان عوامل تأثیرگذار در این فرآیند عمل کنند و با تقویت سواد مالی، به بهبود عملکرد اقتصادی فردی و اجتماعی کمک کنند. سواد مالی به توانایی فرد یا گروه در مدیریت امور مالی، تصمیم‌گیری آگاهانه در زمینه سرمایه‌گذاری، پس‌انداز، مدیریت بدهی و درک مسائل اقتصادی و مالی اطلاق می‌شود. در حالی که اقتصاد دیجیتال به استفاده از فناوری‌های نوین، بخصوص اینترنت و سیستم‌های مالی دیجیتال، برای انجام معاملات، سرمایه‌گذاری و سایر فعالیت‌های اقتصادی اشاره دارد. **عوامل محیطی:** عوامل محیطی نقش بسزایی در تقویت نظام سواد مالی در اقتصاد دیجیتال دارند، چرا که تغییرات سریع و مداوم در این زمینه، نیاز به آگاهی و دانش مالی بیشتری را ایجاد کرده است. فرهنگ‌سازی درباره اهمیت سواد مالی و استفاده هوشمندانه از ابزارهای دیجیتال می‌تواند تأثیر بسزایی در شکل‌گیری رفتارهای مالی سالم و آگاهانه داشته باشد. بخش خصوصی و استارت‌آپ‌ها می‌توانند در زمینه گسترش سواد مالی نقش مؤثری ایفا کنند. این شرکت‌ها می‌توانند با ارائه خدمات نوین مالی، ایجاد اپلیکیشن‌ها و پلتفرم‌های آموزشی، و همچنین ارائه مشاوره‌های مالی دیجیتال، افراد را در مدیریت بهتر امور مالی خود یاری کنند.

فرایندهای توسعه سواد مالی: در راستای تقویت نظام سواد مالی در اقتصاد دیجیتال، فرایندهای مختلفی باید انجام شود که می‌توانند به شکل مستقیم یا غیرمستقیم به ارزش‌آفرینی منجر شوند. یکی از مهمترین فرایندهای توسعه سواد مالی، آموزش و توانمندسازی افراد است.

برنامه‌ریزی استراتژیک و عملیاتی: برنامه‌ریزی استراتژیک به فرآیند بلندمدت تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی جهت دستیابی به اهداف کلان و راهبردی در زمینه‌های مختلف اشاره دارد. این نوع برنامه‌ریزی به سازمان‌ها کمک می‌کند تا از منابع خود به بهترین نحو استفاده کرده و به سمت آینده‌ای پایدار حرکت کنند. برنامه‌ریزی عملیاتی، در سطح اجرایی و کوتاه‌مدت‌تر قرار دارد و شامل جزئیات و اقدامات مشخص برای پیاده‌سازی استراتژی‌ها می‌شود. سواد مالی به فرد یا گروهی کمک می‌کند تا با مفاهیم اقتصادی و مالی آشنا شوند و توانایی مدیریت منابع مالی خود را در شرایط مختلف پیدا کنند. در اقتصاد دیجیتال، این سواد نه تنها به فهم دقیق‌تر ابزارهای دیجیتال و سرویس‌های مالی، بلکه به درک اهمیت امنیت داده‌ها، انتخاب صحیح محصولات مالی و استفاده از تکنولوژی‌های

نوین مثل بلاک چین و رمزارزها مربوط می شود. به همین دلیل، تقویت سواد مالی در چنین اقتصادی ضروری است تا افراد بتوانند از ابزارهای دیجیتال به طور هوشمند و امن استفاده کنند.

فهرست منابع:

- 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. نوآوری های آموزشی، ۹(۳۷)، ۳۱-۵۲.
- تفتیان، اکرم؛ میرباقری، زهرا (۱۳۹۶). استراتژی نوآوری و مدیریت سود، کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت، اقتصاد، توانمندی صنعت جهانگردی در توسعه.
- چیرانی، ابراهیم، عاصی، مهرداد، و فرحید، فرزین. (۱۳۹۹). طراحی مدلی جهت تبیین سواد مالی سرمایه گذران خرد بازار سرمایه. بورس اوراق بهادار، ۱۳(۵۲)، ۲۶۹-۳۰۷.
- خشنود، سمانه؛ خوشکار، فرزین و متولیان، محدثه (۱۴۰۱)، سواد مالی، روانشناسی و علوم تربیتی در هزاره سوم، بهار ۱۴۰۱، شماره ۱۵، صفحات ۵۹۵ تا ۶۰۴.
- ناظم منبری، سید جلال؛ عسکرزاده، غلامرضا (۱۴۰۱). بررسی تاثیر رفتار گذشته و سواد مالی بر تصمیمات سرمایه گذاری سرمایه گذاران در چارچوب تئوری رفتار برنامه ریزی شده در بورس اوراق بهادار تهران، مطالعات اقتصاد، مدیریت مالی و حسابداری، دوره هشتم، شماره ۱۲۱، صفحات ۸۷ تا ۹۸.
- یعقوب نژاد، احمد، نیکومرام، هاشم و معین الدین، محمود (۱۳۹۰). ارزیابی و ارائه الگویی جهت سنجش سواد مالی (مالیه شخصی) دانشجویان ایرانی، پایان نامه دکتری دانشگاه آزاد واحد علوم تحقیقات تهران. حنیفه زاده، محمد (۱۳۹۴). سواد مالی، مجله حسابرس، ۸۱، ۱۲۶-۱۳۲.
- Alexander, B., Adams, S., & Cummins, M. (2016). Digital literacy: An NMC Horizon project strategic brief. The New Media Consortium.
- Andrianaivo, M. and Kpodar, K. (2011). ICT, financial inclusion, and growth: evidence from African countries, International Monetary Fund, Working paper.
- Brey, P. (2018). The strategic role of technology in a good society. Technology in Society, 52, 39-45.
- Cohendet, P. (2003). "The digital divide in the European enlarged economic scenario: an assessment of the socio-economic effects". Report for ESA, University Louis Pasteur, Strasbourg.
- Godlen, Wil and Cordie, Leslie (2022). Digital Financial Literacy, DOI: [10.35847/WGolden.LCordie.4.3.20](https://doi.org/10.35847/WGolden.LCordie.4.3.20)
- Goldstein, I., Jiang, W., & Karolyi, G. A. (2019). To fintech and beyond. The Review of Financial Studies, 32(5), 1647-1661.
- Goyal, K., & Kumar, S. (2020). Financial literacy: A systematic review and bibliometric analysis. International Journal of Consumer Studies, 2020, 1-26.
- Hanafizadeh, M. and Saghaei, A. and Hanafizadeh, P. (2009). "An index for cross-country analysis of ICT infrastructure and access". Telecommunications Policy, 33(7), 385-405.
- Heeks, R. (2008). "ICT4D 2.0: the next phase of applying ICT for international development". IEEE Computer, 41(6), 26-33.
- Ho, S. C. and Kauffman, R. J. and Liang, T. P. (2011). "Internet-based selling technology and ecommerce growth: a hybrid growth theory approach with cross-model inference". Information and Technology Management, 12(3), 409-429.
- Huang, X. (2010): "Industry investment experience and stock selection," Available at SSRN.

- Ishmuhametov I. & Kuzmina-Merlino, I. (2017), What Motivates a Learner Manager of a Logistic Company to Achieve Financial Literacy? *Procedia Engineering*, 178: 76-84.
- Klapper, L., & Lusardi, A. (2020). Financial literacy and financial resilience: Evidence from around the world. *Financial Management*, 49(3), 589-614.
- Kumar, K., Banerjee, A., & Philip, D. (۲۰۲۳). Financial Literacy, Awareness and Inclusion.
- Kuzmina-Merlino I. (2015), Improving Financial Management System for Multi-business Companies, *5Procedia - Social and Behavioral Sciences* 210:136-145; DOI: 10.1016/j.sbspro.2015.11.352
- Lusardi, A. (2019). Financial literacy and the need for financial education: Evidence and implications. *Swiss Journal of Economics and Statistics*, 155(1), 1-8.
- Maskay, Nephil Matangi (2022). FINANCIAL LITERACY FRAMEWORK, Nepal Rastra Bank.
- noor, n., Batool, i., & Rehman, h. U (2022). an empirical assessment of mediating role of financial self efficacy on financial literacy and financial inclusion in Pakistan. *Annals of Social Sciences and Perspective*, 3(1), 77–103.
- Normawati, Rani, Sri Rahayu, and Saporila Worokinasih (2022). 'Financial Knowledge, Digital Financial Knowledge, Financial Attitude, Financial Behaviour and Financial Satisfaction on Millennials'. In. European Alliance for Innovation n.o.
- OECD (2018), G20/OECD INFE Policy Guidance on Digitalization and Financial Literacy, www.oecd.org/going-digital.
- Papaioannou, S. K. and Dimelis, S. P (2007). "Information technology as a factor of economic development: evidence from developed and developing countries". *Economics of Innovation and New Technology*, 16(3), 179–194.
- Pew. (2020). How states are expanding broadband access. <https://www.pewtrusts.org/en/research-and-analysis/reports/2020/02/how-states-are-expandingbroadband-access>.
- Respati, Dwi Kismayanti; Widyastuti, Umi, Nuryati, Tutty; Michael Musyaffi, Ayatulloh; Dwi Handayani, Bestari and Ali, Najmatu Rahma (2023). How do students' digital financial literacy and financial confidence influence their financial behavior and financial well-being? Volume 17, Issue 2, 40-50, 2023, 1994-1633/, 1994-1625; DOI: 10.55951/nurture. v17i2.154| URL: www.nurture.org.pk.
- Sahay, R., von Allmen, U. E., Lahreche, A., Khera, P., Ogawa, S., Bazarbash, M., & Beaton, K. (2020). The promise of fintech: Financial inclusion in the Post COVID-19 Era (No. 20/09). International Monetary Fund.
- Seo, H-J. and Lee, Y. S. and Oh, J. H. (2009). "Does ICT investment widen the growth gap?" *Telecommunications Policy*, 33(8), 422–431.
- Sharpe, N. (۲۰۱۸). An introduction to rethinking pedagogy for a digital age. London: Routledge.
- Tcheng, H. and Huet, J. M. and Viennois, I. and Romdhane, M. (2007). "Telecoms and development in Africa: the chicken or the egg?" *Convergence Letter*, 8, 16.
- Tony, Nisha, and Kavitha Desai (2020). 'Impact of Digital Financial Literacy on Digital Financial Inclusion'. *INTERNATIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC & TECHNOLOGY RESEARCH* 9: 1.
- Wargo, E., Carr Chellman, D., Budge, K., & Canfield Davis, K. (2020). On the digital frontier: Stakeholders in rural areas take on educational technology and schooling. *Journal of Research on Technology in Education*, 53(2), 140-158.
- World Bank. (2020). The COVID-19 crisis response: Supporting tertiary education for continuity, adaptation, and innovation. Open Knowledge Repository.
- Zait, A., & Berteau, P. (2014). Financial literacy – conceptual definition and proposed approach for a measurement instrument. *Journal of Accounting and Management*, 4(3), 37-42.

Designing a financial literacy system in the digital economy with a value creation approach

Reza Mashhadizadeh

Post Doc Student in Financial Engineering, Department of Finance and Accounting, Faculty of Management and Economics, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Fraydoon Rahnamay Roodposhti

Professor, Department of Finance and Accounting, Faculty of Management and Economics, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. (Corresponding Author)

Abstract

Financial literacy is related to financial knowledge, skills, and information. Therefore, it is logical to say that knowledge can usually be transferred through formal or informal education. The present study is the design of a financial literacy system in the digital economy with a value creation approach. The present study studied and examined the design of a financial literacy system in the digital economy. The methodology of this research is a mixed or qualitative-quantitative method that uses the grounded theory method. In the qualitative part, interviews were conducted with 15 experts in this field and a conceptual framework for the research was developed using grounded theory based on the six components considered by Strauss-Corbin. The results show that important factors affecting the development of financial literacy in the digital economy in the dimension of causal conditions (10) such as attention to platform economy mechanisms and increasing access to the Internet and digital tools, etc., intervening conditions (11) such as the development of financial technologies and digital infrastructures, etc., contextual conditions (8) such as the platform economy and digital markets and media, through ten strategies for developing financial literacy (such as smart regulation and policymaking and the development of digital tools) will lead to consequences (13) such as expanding the use of financial technologies and increasing financial decision-making capabilities, etc.

Keywords: Pattern design, Financial literacy, Digital economy, Value creation, Grounded theory

