



فصلنامه مهندسی مالی و مدیریت اوراق بهادار

دوره پانزده، شماره شصت، پائیز ۱۴۰۳

نوع مقاله: علمی پژوهشی

صفحات: ۱۸۹-۲۰۸

## بررسی تحلیلی تولیدات علمی سواد و دانش مالی و رهیافت‌های بهبود تجربه مشتری در بستر بازار سرمایه با رویکرد علم‌سنجی

بی‌بی‌ملیحه مهدی‌زاده<sup>۱</sup>

سیدحمید خدادادحسینی<sup>۲</sup>

حامد نظرپورکاشانی<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۱۱/۰۵ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۳/۰۶/۰۷

### چکیده

این مقاله با تحلیل و مصورسازی وضعیت تولیدات علمی سواد و دانش مالی و تجربه مشتری در بستر بازار سرمایه بر اساس تکنیک‌های علم‌سنجی، مقاله‌های نمایه شده در پایگاه وب آو ساینس<sup>۱</sup> در بازه زمانی ۱۹۷۷-۲۰۲۲ و کشف خلأهای پژوهشی انجام شده است. پژوهش حاضر از نوع توصیفی و کاربردی است که با تحلیل هم‌رخدادی واژگان انجام شده است. جامعه آماری این مطالعه مقالات علمی حوزه سواد و دانش مالی و تجربه مشتری می‌باشد. ۷۸۹ مقاله از دو حوزه نزدیک به مدیریت بازرگانی، تجارت و امور مالی کسب‌وکار انتخاب و با خروجی از نرم‌افزار واس ویوور<sup>۱</sup> به تجزیه و تحلیل داده‌ها پرداخته شد. بیشترین و پرتکرارترین کلمات "سواد مالی" و "رفتار" که نتایج حاصله هم‌رخدادی واژگان بوده است و با کلمه "سرمایه‌گذاری" رابطه دارد؛ هفت خوشه موضوعی نیز شناسایی شد: تجربه بحران مالی کوید-۱۹، سواد مالی و رفتار سرمایه‌گذاران، مدیریت دارایی، رضایت و تجربه مشتری از خدمات، آموزش و دانش مالی، اقتصاد بازنشستگی، برنامه راهبردی و توسعه آموزش مالی.

### کلمات کلیدی

سواد مالی، دانش مالی، تجربه مشتری، بازار سرمایه، علم‌سنجی

۱- دانشجوی دکتری، گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. bibimkk@gmail.com

۲- استاد، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)  
khodadad@modares.ac.ir

۳- استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. h.nazarpour@iauctb.ac.ir

سواد مالی ترکیبی از دانش، مهارت و نگرش افراد نسبت به مسائل مالی است و هدف آن کمک به افراد در انتخاب تصمیمات مالی آگاهانه است تا به سلامت مالی فردی دسترسی پیدا کنند (نیکولینی و هاپت<sup>۲</sup>، ۲۰۱۹). دانش مالی توانایی درک، تجزیه و تحلیل و مدیریت امور مالی برای جلوگیری از مشکلات مالی و ایجاد تصمیم‌گیری صحیح مالی است (هافنی و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۲۰). برای داشتن دانش مالی، فرد باید مهارت‌های مالی را توسعه دهد و یاد بگیرد که از ابزارهای مالی مانند تهیه بودجه، انتخاب یک سرمایه‌گذاری و انتخاب یک طرح بیمه استفاده کند (رنالدو و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۲۰). تحقیقات کمی در مورد این موضوع انجام شده است و مطالعات اندک موجود نشان می‌دهد که بی‌سوادی مالی گسترده است و افراد حتی از ابتدایی‌ترین اصول اقتصادی نیز آگاهی ندارند (لوساردی و میتچل<sup>۵</sup>، ۲۰۰۶، ۲۰۰۷). (شورای ملی آموزش اقتصادی<sup>۶</sup>، ۲۰۰۵).

بهبود دانش مالی تأثیر مثبت و معناداری بر رفتار مالی و رضایت مالی دارد. برای توسعه رفتار مالی، فرد باید دانش مالی داشته باشد. دانش مالی کلید درک امور مالی و ایده‌های موردنیاز است که برای جامعه مفید است (پانجیتان<sup>۷</sup>، ۲۰۲۲). به‌طور کلی بازارهای مالی و سرمایه، بازاری انبوه و پیچیده است و شامل تصمیم‌گیری‌های مهم و سخت است. این تصمیم‌گیری‌های مالی در بازارهایی مانند بورس، می‌تواند منجر به سود یا زیان در این بازار گردد. در بازار بورس نیز افراد تحت عنوان سرمایه‌گذار باید از اطلاعات بالایی برخوردار باشند. آن‌ها به‌عنوان تصمیم‌گیرنده‌های حوزه اقتصادی باید سطحی پیشرفته از سواد مالی و توانایی تجزیه و تحلیل بازار برای کسب سود بیشتر را داشته باشند. درک اهمیت سواد دانش مالی ضروری است زیرا سرمایه‌گذاران را قادر می‌سازد تا تصمیمات آگاهانه بگیرند، ریسک‌های مرتبط با انتخاب‌های سرمایه‌گذاری را کاهش می‌دهد، تجربه کلی مشتری را افزایش می‌دهد و به عملکرد کارآمد بازار سرمایه کمک می‌کند (آمبرین و همکاران<sup>۸</sup>، ۲۰۲۱). تجربه مشتری به درک کلی مشتری از تعاملات خود با یک شرکت یا برند اشاره دارد (لمون و ورهوف<sup>۹</sup>، ۲۰۱۶). تجربه مشتری یک عامل حیاتی در ایجاد وفاداری مشتری و رشد کسب‌وکار است (یانگ و لی<sup>۱۰</sup>، ۲۰۲۲). مطالعات اخیر تجربه مشتری را به‌عنوان پدیده‌ای تعریف می‌کند که شامل هر جنبه‌ای از ارائه محصولات شرکت و پاسخ مشتری به این پیشنهادها در هر تماس مستقیم یا غیرمستقیم با شرکت است (لمون و ورهوف، اسچارگاف و میر<sup>۱۱</sup>، ۲۰۱۶، ۲۰۰۷). مدیریت تجربه مشتری در سازمان‌های خدماتی برای دستیابی به مزیت رقابتی دارای اهمیت است ولی پژوهشگران و مدیران فعال در این حوزه دارای دانش اندکی درباره جنبه‌های مختلف تجربه مشتری (محرک‌ها، اندازه‌گیری و ارزش آن) هستند. لزوم انجام

## بررسی تحلیلی تولیدات علمی سواد و دانش مالی ... / مهدیزاده، خداداد حسینی و نظریور کاشانی

پژوهش در این زمینه، توسط مؤسسه علم بازاریابی در سال ۲۰۱۵، به عنوان یکی از مهم ترین اولویت های پژوهشی برای سال های آتی در حوزه خدمات مطرح شده است (استورم<sup>۱۲</sup>، ۲۰۱۵).

سواد مالی، آموزش مالی و تجربه مشتری در صنعت خدمات مالی به هم مرتبط هستند (شفیعی، ۲۰۲۲) در میان بخش های خدمات مالی، کارگزاران بازار سرمایه به دلیل ارائه خدمات تقریباً یکسان و مشابه، بیشتر نیازمند مدیریت تجربه مشتری هستند تا از این طریق بتوانند برای خود مزیت رقابتی ایجاد کنند و در پی آن به سودآوری بیشتر دست یابند. مؤسسات مالی که اطلاعات و ابزارهای روشن و کاربرپسند را ارائه می دهند، می توانند تجربه مشتری را افزایش دهند. روش کتاب سنجی بخشی از علم سنجی است که روش های ریاضی و آماری را در ادبیات علمی و نویسندگانی که آن را تولید کرده اند باهدف مطالعه و تحلیل فعالیت های علمی به کار می گیرد (زورقی و فدایی، ۲۰۱۲). رویکردهای علم سنجی امکان ارزیابی سیستماتیک انتشارات علمی را فراهم می کند و محققان را قادر می سازد تا روندها، شکاف ها و حوزه های مورد علاقه در حال ظهور را شناسایی کنند. با به کارگیری این رویکرد برای مطالعه سواد و دانش مالی و تجربه مشتری در بازار سرمایه، می توان به درک جامعی از تلاش های تحقیقاتی موجود دست یافت و فرصت های بالقوه برای بهبود را برجسته کرد. با توجه به اهمیت سواد و دانش مالی و تجربه مشتری در بازارهای مالی و خدمات مالی، لزوم پژوهشی سیستماتیک و مطالعه همه جانبه روندهای تحقیقات جهانی و شناسایی نقاط ضعف و قوت آن به شدت احساس می شود تا درک جامعی از مفهوم و تکامل علمی موضوع را نشان بدهد و جهت های کلیدی را برای تحقیقات آینده در این حوزه موضوعی را نشان بدهد. با توجه توضیحات ارائه شده، هدف این مطالعه تحلیل روندهای تحقیقات جهانی در مورد سواد و آموزش مالی و تجربه مشتری در بازار سرمایه است.

### **مبانی نظری و مروری بر پیشینه پژوهش**

در اقتصاد جهانی پیچیده و پویای امروزی، سواد و دانش مالی به طور فزاینده ای برای افراد شرکت کننده در بازار سرمایه حیاتی شده است. بازار سرمایه، متشکل از بورس اوراق بهادار، بازار اوراق قرضه و سایر مؤسسات مالی، نقش حیاتی در تخصیص کارآمد منابع ایفا می کند. با این حال، پیمایش در این بازار مستلزم درک عمیق مفاهیم مالی، است (دیوید ویاسبردینی<sup>۱۳</sup>، ۲۰۲۳). سواد مالی از داشتن دانش ساده در مورد مسائل مالی به توانایی استفاده از سواد در تصمیم گیری های مالی روزمره تکامل یافته است. با این حال، اصطلاحات سواد مالی، دانش مالی به جای یکدیگر در ادبیات استفاده می شود (املیاواتی و ستیانی، ۲۰۱۸). با افزایش سواد مالی مشتریان، آن ها قادر خواهند بود تا بهترین تصمیمات را در خرید و سرمایه گذاری بگیرند و از خدمات مالی بهتری بهره مند شوند. در یک پژوهش،

بررسی شده است که هوش مالی می‌تواند بر رفتار استفاده از کارت‌های اعتباری در میان مشتریان شعب بانک ملت در شهر تهران تأثیر مثبتی داشته باشد (افتخاری علی‌آبادی، اکبر، ۱۳۹۸). دانش مالی برای تصمیم‌گیری‌های مالی آگاهانه مانند سرمایه‌گذاری در بازار سرمایه، مهم است (اردهانی و پانجانبانی<sup>۱۴</sup>، ۲۰۲۳). تجربه مشتری به برداشت کلی مشتری از یک شرکت بر اساس تمام تعاملات و نقاط تماس با برند، قبل، حین و پس از خرید اشاره دارد (اردآ و کانستنتین<sup>۱۵</sup>، ۲۰۲۱). تحقیقات رو به رشد و کاربردهای گسترده باعث ظهور دیدگاه تجربی در بازاریابی شده است. این رویکرد مبتنی بر این است که مصرف‌کننده با مصرف تجربیات ارائه‌شده توسط محصولات، خدمات، مجموعه‌ای از تعاملات چندحسی بین مشتریان و سازمان‌ها در هر نقطه از تماس، موقعیت‌های پیش‌خرید، خرید و پس از خرید را به وجود می‌آورند (جیان و همکاران<sup>۱۶</sup>، ۲۰۱۷).

با افزایش سواد مالی مشتریان، آن‌ها قادر خواهند بود تا بهترین تصمیمات را در خرید و سرمایه‌گذاری بگیرند و از خدمات مالی بهتری بهره‌مند شوند. هرچقدر افراد سطح دانش و سواد مالی خود را افزایش دهند کمتر رفتارهای مخاطره‌آمیز در زمینه مالی از خود بروز داده و استرس کمتری تحمل می‌کنند (شهرستانی و همکاران، ۱۴۰۱). با توجه به اینکه تجربه مشتری می‌تواند جایگاه کسب‌وکارها را در ذهن مشتریان ارتقا دهد، به برقراری تعاملی سودمند با مشتریان کمک کند و بر وفاداری مشتری اثر عمیقی بگذارد، دانش مالی می‌تواند به شرکت‌ها در بهبود تجربه مشتری و افزایش عملکرد مالی آن‌ها کمک کند (صفرزاده، محمدحسین & بیگ پناه، بهزاد، ۱۳۹۵).

### پیشینه پژوهش

مرور منظم پیشینه برای درک تنوع در یک حوزه دانشگاهی خاص بسیار حائز اهمیت است (ترنفلد و همکاران<sup>۱۷</sup>، ۲۰۰۳). این چنین مطالعات مروری نقش بسیار کلیدی در تقویت و انسجام‌دهی مطالعات موجود و ایجاد ارتباط ما بین بدنه‌های جدا افتاده پیشینه دارد (کراسان و آپایدان<sup>۱۸</sup>، ۲۰۱۰). تحلیل کتاب‌سنجی، شکلی از تحلیل آماری نشریات تولیدات علمی است که بینشی کمی درباره منابع دانشگاهی را می‌دهد (بنکندرون و کهر<sup>۱۹</sup>، ۲۰۱۳).

بررسی تحلیلی تولیدات علمی سواد و دانش مالی ... / مهدیزاده، خداداد حسینی و نظر پور کاشانی

جدول ۱- مروری بر مهم ترین تحقیقات پیشین

نویسنده، سال	عنوان	توضیحات
اسماعیلی مهیاری و همکاران، ۱۴۰۰	بررسی تکامل پژوهش تجربه مشتری: استفاده از تحلیل کتاب‌سنجی و مصورسازی"	بر اساس تحلیل هم استنادی، شش خوشه به دست آمد که ساختار فکری این پژوهش‌ها را نشان می‌دهد.
رحمانی و همکاران، ۱۴۰۱	مرور نظام‌مند ادبیات پژوهش با محوریت فناوری مالی، یادگیری ماشین و مدیریت تجربه مشتری	هدف این مقاله، پوشش شکاف مطالعاتی از طریق ارائه یک چارچوب تلفیقی است که مسیر کلی برای انجام و مطالعه پژوهش‌های حوزه فناوری مالی و هوش مصنوعی، در استخراج و مدیریت دانش تجربه مشتریان را در برمی‌گیرد.
دهناد و جمکران، ۱۴۰۱	بررسی تحلیلی در سیر تحول سواد مالی و رفتار مالی: کتاب‌سنجی	ساختارهای رفتاری و روان‌شناختی را که بر رفتار مالی تأثیر می‌گذارند، به صورت جهانی بررسی می‌کند.
باپات و واشیشث، <sup>۲۰</sup> ۲۰۲۳	تجربه در خدمات مالی: تجزیه و تحلیل کتاب‌سنجی و تحلیل موضوعی	این مقاله یک بررسی جامع بر اساس موضوع تجربه در خدمات مالی و این مطالعه تکامل و ساختار موضوع را ارائه می‌کند.
آریکی و همکاران، <sup>۲۱</sup> ۲۰۲۲	ساختار فکری تحقیق تجربه مشتری در بورس تحصیلی خدمات: تحلیل کتاب‌سنجی	از طریق یک رویکرد دومارحله‌ای از کتاب‌سنجی (استناد و استناد مشترک). شناسایی پنج خوشه اصلی حوزه دانش (۱) روش‌شناسی و فناوری اطلاعات، (۲) خلق مشترک ارزش، (۳) کیفیت خدمات و رضایت مشتری، (۴) تجربه گردشگری، (۵) مشتری
سیندهو، <sup>۲۲</sup> ۲۰۲۰	نگاشت تجربه مشتری: یک مطالعه طبقه‌بندی با استفاده از تجسم کتاب‌سنجی	بیشترین استناد اسناد؛ تأثیرگذارترین نویسندگان و مجلات، مؤسسات و کشورهای بسیار تأثیرگذار با بالاترین بهره‌وری را بررسی کرد.
ادریس و همکاران، <sup>۲۳</sup> ۲۰۲۳	مدل‌های نظری سواد مالی: تحلیل کتاب‌سنجی و بررسی ادبیات"	عملکرد، مزیت رقابتی و تجربه تجاری به‌طور فزاینده‌ای به‌عنوان متغیر مورد استفاده قرار می‌گیرند که نشان‌دهنده فرصتی برای بررسی بیشتر مدل‌های سواد مالی است.

با مرور پیشینه‌ها به نظر می‌رسد با وجود مطالعات زیادی که با رویکرد علم‌سنجی و کتاب‌سنجی در حوزه تجربه مشتری و سواد مالی با استفاده از روش تحلیل هم‌رخدادی واژگان و تحلیل شبکه‌های اجتماعی به‌منظور ترسیم ساختار حوزه فوق انجام شده است؛ در عین حال این پژوهش‌ها یا از جنبه‌های روش‌شناسی و یا هدف و یا جامعه مورد پژوهش و همچنین به صورت ترکیبی دو کلیدواژه تجربه مشتری و سواد مالی یا دانش مالی، متفاوت و کمتر کار شده است. هرچند برخی مطالعات خارجی و داخلی سواد مالی، تجربه مشتری در خدمات مالی و سایر موضوعات مرتبط با این حوزه را با استفاده از

تکنیک‌های علم‌سنجی مورد تجزیه و تحلیل قرار داده‌اند. مطالعه‌ی داخلی و خارجی هم یافت نشده است که سواد مالی و تجربه مشتری از طریق تکنیک‌های علم‌سنجی یا کتاب‌سنجی توأمان بررسی کرده باشد؛ بنابراین این پژوهش بر آن است که به‌طور ویژه مطالعات انجام‌شده پیرامون سواد مالی و تجربه مشتری را مورد واکاوی قرار دهد تا با تحلیل روندهای تحقیقات جهانی در مورد سواد و آموزش مالی و تجربه مشتری در بازار سرمایه خلأهای پژوهشی را مشخص کند و در انتخاب موضوع‌های جدید و پر تقاضا پژوهشی در این حوزه به پژوهشگران کمک نماید.

### روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر با توجه به هدف، یک پژوهش توصیفی- کاربردی است. تجزیه و تحلیل مورد استفاده در این مقاله با استفاده از تکنیک‌های کتاب‌سنجی (هم‌رخدادی واژگان) و بر اساس جستجو در پایگاه داده وب آو ساینس انجام‌شده است. برای جستجو از موضوع<sup>۲۴</sup> (شامل عنوان، چکیده، کلمات کلیدی و متن) به‌منظور تشخیص اینکه کدام انتشارات در این موضوع منتشر شده است، استفاده شد. تکنیک کتاب‌سنجی بخشی از علم‌سنجی است که روش‌های ریاضی و آماری را در ادبیات علمی و نویسندگانی که آن را تولید کرده‌اند باهدف مطالعه و تحلیل فعالیت‌های علمی به کار می‌گیرد. ابزار اندازه‌گیری جنبه‌های فعالیت علمی، شاخص‌های کتاب‌سنجی هستند. آن‌ها اقداماتی هستند که اطلاعاتی را در مورد نتایج فعالیت علمی در هر یک از نمایش‌های آن ارائه می‌دهند (زورقی و فدایی، ۲۰۱۲).

جامعه پژوهش، کلیه مستندات شامل مقالات ژورنالی در حوزه تجربه مشتری، دانش و سواد مالی در پایگاه استنادی وب‌آوساینس می‌باشد. دلیل استفاده از این پایگاه اطلاعاتی (وب‌آوساینس) این است که دائماً به‌روزرسانی می‌شود و امکان دسترسی به تمام مراجع استنادی در یک مقاله را فراهم می‌کند و همچنین قابلیت جستجو بر اساس استناد را دارد و به پژوهشگر امکان جستجو بر اساس، عنوان، نویسنده، موضوع را می‌دهد و ابزاری ارزشمند برای محققان دانشگاهی است که دسترسی به ادبیات با کیفیت بالا، ویژگی‌های نمایه‌سازی استناد، تحلیل روند تحقیق و ادغام با ابزارهای دیگر را فراهم می‌کند و آن را به منبعی ضروری برای انجام تحقیقات جامع دانشگاهی تبدیل می‌کند (دلگادو و کوایروس<sup>۲۵</sup>، ۲۰۲۳).

به‌منظور گردآوری رکوردهای موردنیاز این پژوهش، از ابزار جستجو این پایگاه استفاده شد. داده‌های جمع‌آوری‌شده در 14 November 2023 (۲۳ آبان ماه ۱۴۰۲) بوده است که تعداد ۳۴۴۶ از تولیدات علمی مرتبط در قالب مقاله در بازه (پیش‌فرض پایگاه) ۱۹۷۷-۲۰۲۲ جستجو و بازیابی شد. با توجه به اینکه سال ۲۰۲۳ تمام نشده است نمی‌توان در مورد مقالات منتشرشده اظهار نظر دقیق داشته

## بررسی تحلیلی تولیدات علمی سواد و دانش مالی ... / مهدیزاده، خداداد حسینی و نظریور کاشانی

باشیم، لذا برای این سال و سال ۲۰۲۴ حذف شده است. برای جستجو اولیه در پایگاه وب آف ساینس کلیدواژه‌های "financial literacy" "financial knowledge" "customer experience" همچنین عملگرهای "AND"، "OR" استفاده شده است. راهبرد جستجو به این صورت می‌باشد:

"customer experience" AND "financial knowledge" OR "financial literacy"

### جدول ۲- روند غربالگری مقالات

تعداد مقالات	اعمال شده	استراتژی و محدودیت‌های
تعداد مقالات بازبینی شده در جستجوی اولیه با استفاده از کلیدواژه‌ها ۳۴۴۶	: کلیدواژه‌های "financial literacy" "customer experience" "financial knowledge"	برونداهای مرتبط در عنوان، چکیده و کلمات کلیدی در بازه زمانی بررسی شده
۳۰۳۷	Article	Document Type
۲۷۹۳	نوع زبان: فقط انگلیسی	اعمال محدودیت: Language
۱۱۹۸	در بخش حوزه موضوعی انتخاب دو حوزه موضوعی نزدیک به موضوع پژوهش (تجارت و امور مالی کسب و کار)	Web of Science category
۷۸۹	۴۰۸ مقاله در سال ۲۰۲۳ و تعداد یک مقاله ۲۰۲۴ حذف شدند	زمان انتشار
۷۸۹		داده نهایی بازبینی شده

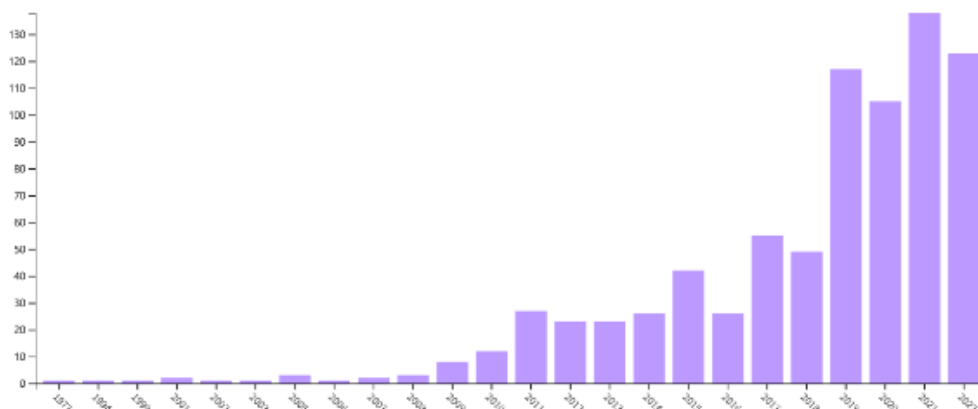
واس و یوور یک نرم‌افزار تجزیه و تحلیل کتاب‌سنجی است که می‌تواند برای تجزیه و تحلیل و تجسم روابط بین عناصر مختلف کتاب‌شناختی مانند نویسندگان، کلمات کلیدی و انتشارات استفاده شود. می‌توان از آن برای شناسایی روندها و الگوهای تحقیق و همچنین برای تعیین تازگی یک موضوع تحقیق استفاده کرد. واس و یوور می‌تواند نگاشت کتاب‌سنجی را در سه حالت مختلف نمایش دهد: شبکه، لایه‌ای و چگالی (علی‌فریکی و همکاران، ۲۰۲۲).

### سؤال‌های پژوهش

- ✓ بیشترین تولیدات علمی در حوزه سواد و دانش مالی و تجربه مشتری در چه سال‌هایی است؟
- ✓ در نقشه‌های علمی شبکه هم‌رخدادی و چگالی کدام واژه‌ها بیش‌تر مورد توجه بوده است؟
- ✓ دسته‌بندی موضوعی در حوزه سواد و دانش مالی و تجربه مشتری چگونه بوده است؟

## یافته‌های پژوهش

پاسخ به سؤال اول پژوهش: بیش‌ترین میزان تولیدات علمی، سواد و دانش مالی و تجربه مشتری، در چه سال‌هایی بوده است؟



## نمودار ۲- روند تولید مطالعات علمی منبع پایگاه وب آو ساینس

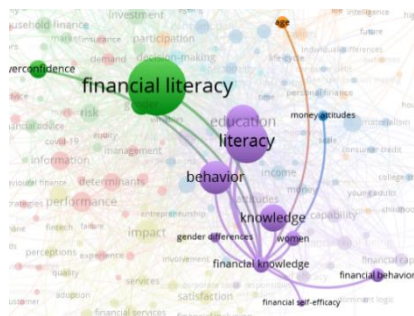
داده‌های استخراج‌شده از پایگاه وب آو ساینس (نمودار ۲-2) است که محور عمودی شامل تعداد مقالات و محور افقی سال‌های مورد مطالعه است. با توجه به روند پر از فراز و نشیب در بین سال‌های مورد مطالعه، پژوهشگران به این حوزه علاقه‌مندتر شده‌اند و روند افزایشی شده است. به طوری که در سال‌های ۲۰۲۲ و ۲۰۲۱، ۱۷ و ۱۵ درصد از کل مطالعات انجام‌شده و در سال ۱۹۷۷ کم‌ترین مقاله منتشر شده است. از سال ۲۰۱۱ سیر صعودی داشته و با شتاب بیش‌تری صورت گرفته است. تحلیل تحقیقات منتشر شده بیان‌گر این امر است که سال ۲۰۲۱ به‌عنوان مهم‌ترین سال این حوزه مطالعاتی بوده است. در این سال محققین بیش از هر سال دیگری کار کرده‌اند و ۱۳۸ مقاله، پژوهش و بررسی شده است که تالوارو همکاران<sup>۲۶</sup> پژوهشی با بیشترین استناد (۱۱۷) را در همان سال منتشر کرده‌اند. لذا با توجه به روند افزایشی مقالات می‌توان پیش‌بینی کرد که مطالعات بیش‌تری در این حوزه از علم صورت خواهد گرفت.

سؤال دوم پژوهش: در نقشه‌های علمی شبکه هم رخدادی و چگالی کدام واژه‌ها بیشتر مورد توجه نویسندگان بوده‌اند؟

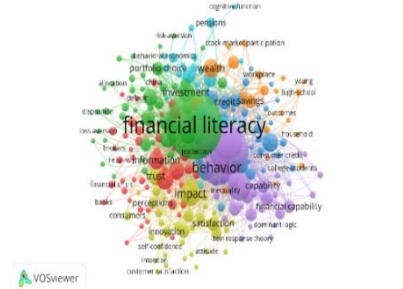




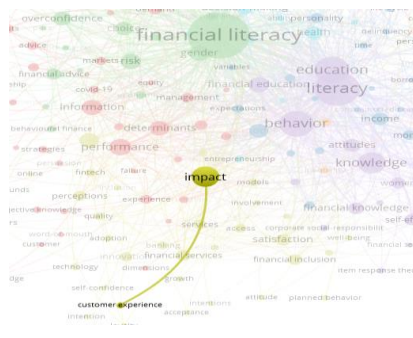
که توسط نویسندگان در مقاله به کار برده شده است؛ بنابراین از کلیه کلیدواژه‌ها استفاده شده است. واژه‌های پرتکرار سواد مالی، سواد، رفتار، دانش، آموزش، اثر، عملکرد، ریسک می‌باشد.



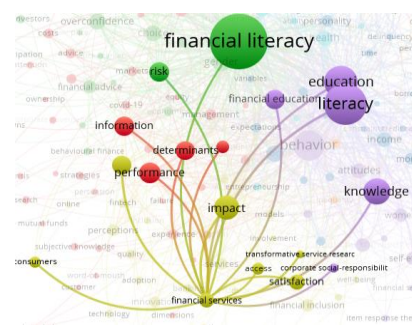
برش دو



برش یک



برش چهار



برش سه

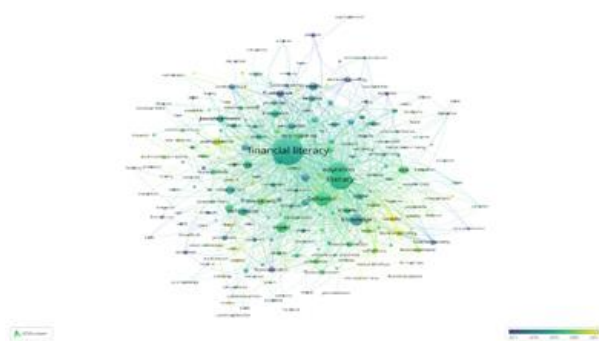
### شکل ۲ - قسمت‌های برش خورده از نقشه شبکه هم رخدادی واژگان

یکی از قابلیت‌های نرم‌افزار ویس ویور ترسیم نقشه‌های دوبعدی بوده و در محیط نرم‌افزار امکان حرکت مابین واژگان وجود دارد. همچنین امکان ذخیره تصاویر برای قرار دادن در متن مقاله به صورت تک‌بعدی وجود دارد. لذا، ممکن است برخی از واژگان در نقشه‌ها مشخص نباشند. شکل ۲ همان نقشه شبکه هم رخدادی واژگان در شکل ۱ می‌باشد، با این تفاوت که صرفاً ارتباطات موجود پیرامون یک واژه قابل مشاهده است. به عبارت دیگر در این تصویر با قرار گرفتن موس بر روی واژه تجربه مشتری، تمام روابط آن با سایر کلمات مشخص شده است. با توجه به هدف پژوهش، کلیدواژه‌های اصلی پژوهش را مورد کاوش و بررسی قرار می‌دهیم. چهار واژه منتخب سواد مالی، دانش مالی و تجربه مشتری و خدمات مالی می‌پردازیم. علت گزینش این واژگان ارتباط مستقیم با موضوع اصلی پژوهش است.

### بررسی تحلیلی تولیدات علمی سواد و دانش مالی ... / مهدیزاده، خداداد حسینی و نظریور کاشانی

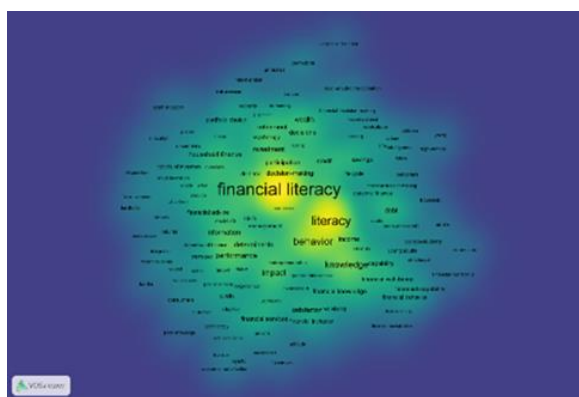
در شکل ۲، برش یک سواد مالی به عنوان اصلی ترین کلیدواژه با ۲۳۷ خط ارتباطی، بیشترین قدرت را دارد که در خوشه دوم قرار گرفته است و با رفتار مالی، سرمایه گذاری، سواد، دانش، عملکرد، ریسک، اطلاعات و تحصیلات ارتباط دارد. برش دوم، دانش مالی با عواملی چون، آموزش مالی، رفتار، دانش، سن و جنسیت و زنان مرتبط است که نشان دهنده اهمیت این موضوع در کارهای پژوهشی و فعالیت بانوان در عرصه دانش و مهارت آموزی مالی است. نگرش پولی، اعتماد به نفس بیش از حد و بهره وری مالی کلیدواژه های کم کارتری در این حوزه هستند که نیاز به توجه دارند.

برش سوم، خدمات مالی با آموزش مالی، دانش، سواد مالی، رضایت، اطلاعات و دسترسی مشتری و عملکرد ارتباط دارد که لزوم آموزش مالی و اطلاعات دست اول و به موقع را برای بهبود رضایت خدمات مالی تأکید می کند. برش چهارم، تجربه مشتری هیچ خط ارتباطی با سواد مالی یا دانش مالی ندارد، فقط یک ارتباط کم قطر با تأثیر دارد که نشان دهنده خلأ مطالعاتی در این حوزه از علم است. با مطالعه ای که با پات و واشیشیت اخیراً داشتند کاملاً تطابق دارد (با پات و واشیشیت<sup>۲۹</sup>، ۲۰۲۳). واژه ای که در هر سه قسمت از اشکال بالا کاملاً قابل مشاهده است. دانش، رفتار و سواد مالی است که ارتباط این کلیدواژه ها با تجربه هم به صورت مستقیم است و بیان گر این است که پژوهش هایی پیرامون آن صورت گرفته است و اهمیت آن را نشان می دهد. سبیر<sup>۳۰</sup> و همکاران در سال ۲۰۱۹ مطالعه ای را با این کلیدواژه ها (دانش، رفتار و سواد مالی و تجربه) در عنوان انجام داده اند که این پژوهش یک مطالعه پیشگام است که تأثیر سواد مالی را بر رابطه اعتماد بیش از حد و تجربه سرمایه گذاری گذشته با رفتار گله ای سرمایه گذاران شرکت کننده در بورس اوراق بهادار پاکستان بررسی می کند. نتایج این مطالعه به سیاست گذاری و بهبود فرآیند تصمیم گیری برای سرمایه گذاران کمک می کند (سبیر<sup>۳۱</sup>، ۲۰۱۹).



شکل ۳- نقشه هم پوشانی رخدادی

نقشه هم‌پوشانی، رابطه بین اصطلاحات را با زمان مطالعه نمایان می‌کند (الحسینی و ناندیان‌تو<sup>۳۲</sup>، ۲۰۲۲). در شکل ۳ روند سال‌های متوالی مطالعات انجام‌شده در مورد سواد و دانش مالی و تجربه مشتری را نشان داده است. این نقشه سیر پیدایش و افول یک واژه را به صورت بصری نشان می‌دهد. با توجه به نوار پایین، رنگ زرد اصطلاحات جدید و اصطلاحات قدیمی‌تر با رنگ آبی مشخص است. لذا کلمات کلیدی که رنگ آبی تیره دارند با مقالات منتشرشده ۲۰۱۷ و ما قبل آن در ارتباط است و برعکس کلیدواژه‌های زرد رنگ با مقالات منتشرشده در ۲۰۲۱ و بعد آن در ارتباط است و برعکس. در این نقشه به وضوح مشخص است که بزرگ‌ترین بخش و فضای نقشه رنگ سبز است. این مهم نشان‌دهنده رشد مطالعات علمی پیرامون موضوع سواد و دانش مالی و تجربه مشتری است. در سال‌های قبل مفاهیم دانش، اطلاعات، نوآوری، مورد توجه بوده درحالی‌که جدیداً مفاهیم تازه‌تری مثل کوید ۱۹، رفاه مالی، استرس، تکنولوژی مورد توجه می‌باشد.



شکل ۴- نقشه چگالی هم‌رخدادی واژگان

در نقشه چگالی، رنگ‌ها نشان‌دهنده عمق مطالعه و تراکم واژگان است. بین هر دایره فاصله معینی می‌باشد. هر چه رنگ زرد پررنگ‌تر و دایره و ابعادش حجیم‌تر باشد. کلمات کلیدی پرتراکم‌تر است و نشان‌دهنده این موضوع است که پژوهش‌های زیادی در این موضوع انجام‌شده و در حال رشد است. هر چه پژوهش‌ها کم‌تر باشد، رنگ نقشه از زرد به سمت آبی متمایل‌تر است. در شکل ۴ کاملاً مشهود است که واژه سواد مالی در کانون نقشه چگالی هم‌رخدادی قرار دارد و به رنگ زرد است و تطابق دو نقشه شبکه و نقشه چگالی را به وضوح نشان می‌دهد. همچنین استفاده زیاد از این واژه در مقالات علمی را نشان می‌دهد. کلمه‌ی تکنولوژی در پایین سمت چپ و به رنگ سبز دیده می‌شود و بیان‌گر تراکم

## بررسی تحلیلی تولیدات علمی سواد و دانش مالی... / مهدیزاده، خداداد حسینی و نظریور کاشانی

پایین و مراحل اولیه رشد این واژه در این حوزه می‌باشد و با نقشه هم‌پوشانی کاملاً تطابق دارد. این کلمه یکی از واژه‌های نوظهور در مطالعات علمی است.

پاسخ به پرسش سوم پژوهش: دسته‌بندی موضوعی در حوزه مورد بررسی به چه صورت است؟ نقشه‌های موضوعی، عملاً مجموعه‌ای از مفاهیم و اصطلاحاتی هستند که روابط بین آن‌ها از طریق پارامترهای حاصل از فنون مرتبط با تحلیل واژگانی، مانند تحلیل شبکه‌های اجتماعی یا خوشه‌بندی نشان داده می‌شود. از پیش‌نیازهای ترسیم نقشه دانش علم، در اختیار داشتن اصطلاح‌نامه‌ی آن حوزه دانش است (ناصری جزه و همکاران، ۱۳۹۱).

جدول ۲- برجسته‌ترین و پرکاربردترین واژگان ۴ خوشه منتخب

خوشه	برجسته‌ترین واژه	رخداد	خوشه	برجسته‌ترین واژه	رخداد
خوشه اول - قرمز قرمز (تجربه) بحران مالی کوید (۱۹)	Covid-19	۱۱	خوشه دوم-سبز (سواد مالی و رفتار سرمایه گذاران)	Household finance	۳۷
	Experience	۱۶		Investment	۴۶
	Financial crisis	۹		Financial behavior	۱۹
	Strategies	۱۰		Financial advice	۲۵
	Financial literacy	۴۱		Individual investors	۱۲
	Consumer behavior	۷		Preferences	۱۹
خوشه سوم- آبی (مدیریت دارایی)	Debt	۴۴	خوشه چهارم- زرد (رضایت و تجربه مشتری از خدمات)	Customer experience	۵
	Credit	۲۷		Access	۱۶
	Consumer debt	۶		Satisfaction	۲۷
	Life-cycle	۱۱		Financial services	۲۶
	Income	۳۱		Trust	۴۳
	Money	۲۱		Technology	۸
	Saving	۱۱		Impact	۷۴

منبع: یافته‌های پژوهشگر

در جدول ۲، چهارمورد از مهم‌ترین کلمات هر خوشه بر اساس تعداد رخداد و در قالب چهار حوزه مجزا با چهار رنگ متفاوت مطابق با خروجی واس ویور نشان داده شده است. در خوشه اول (قرمز رنگ) واژه‌هایی مثل کوید-۱۹، تجربه، بحران مالی، استراتژی، رفتار مصرف‌کننده، اطلاعات، بیشترین تأکید را داشتند که در این مطالعه عنوان "تجربه بحران مالی کوید-۱۹" را گرفته است. در خوشه دوم رنگ (سبز) با عنوان "سواد مالی و رفتار سرمایه‌گذاران" واژه‌های سواد مالی، سرمایه‌گذاری، رفتار مالی، توصیه‌های مالی، سرمایه‌گذاری شخصی، مالی خانوار پرنقش بوده است که تأکید سواد مالی کاملاً

مشخص است. در خوشه سوم با رنگ (آبی) به کلمه‌هایی همچون، بدهی، اعتبار، بدهی مصرف‌کننده، چرخه عمر، درآمد، پول، پس‌انداز پرداخته‌شده است و با عنوان "مدیریت دارایی" دسته‌بندی شده است. در خوشه چهارم با رنگ (زرد) دارای کلیدواژه‌های، تجربه مصرف‌کننده، دسترسی، رضایت، خدمات مالی، اعتماد، تکنولوژی، تأثیر است که عنوان "رضایت و تجربه مشتری از خدمات" را گرفته است. خوشه پنجم با رنگ (بنفش) و عنوان "آموزش و دانش مالی" بر واژه‌های آموزش، دانش مالی، فاصله نسل‌ها، رفتار، رفاه مالی، تأکید داشته است. خوشه شش با رنگ (آبی کم‌رنگ) کلمات اقتصاد رفتاری، برنامه‌ریزی بازنشستگی، کارآفرینی، تصمیم‌گیری مالی، بازنشستگی، امنیت، تصمیم را به خود اختصاص داده است که عنوان "اقتصاد بازنشستگی" از آن نشأت می‌گیرد. خوشه هفتم نیز با رنگ (نارنجی) و عنوان "برنامه راهبردی و توسعه آموزش مالی" حاوی کلمات جهت‌گیری آینده، برنامه‌ریزی مالی، ثروت، زندگی، پس‌انداز، اعتماد، مشارکت در بازار سهام است.

### **بحث و نتیجه‌گیری**

اخیراً رشد قابل‌توجهی در تحقیقات در مورد سواد مالی و تجربه مشتری وجود داشته است. این نشان‌دهنده شناخت روزافزون و اهمیت آن در حوزه مالی است. نتایج حاکی از آن است که در این زمینه تحقیقاتی، در تمامی این شاخص‌ها رشد پایداری وجود دارد و به همین دلیل در حال تبدیل شدن به یک موضوع تأثیرگذار جهانی است. تعداد مقالات علمی و مجلاتی که به این موضوع کمک می‌کنند؛ در طی این سال‌ها افزایش یافته است. افزایش تعداد مؤسسات، کشورهایی که مجله‌های معتبر منتشر می‌کنند، قابل توجه است. رابطه آموزش مالی و تجربه مشتری، علاوه بر افزایش شبکه مشارکت‌های بین‌المللی، آموزش مالی و ارتباط آن با تجربه مشتری در حال تبدیل شدن به یک نیاز ضروری مشتریان خدمات مالی مرتبط در کشورهای توسعه‌یافته و کمتر توسعه‌یافته است. نگاهی به تحقیقات موجود در زمینه سواد و دانش مالی و رهیافت‌های بهبود تجربه مشتری در بستر بازار سرمایه، حجم وسیعی از پژوهش‌هایی را که محققان قبلاً انجام داده‌اند را نشان می‌دهد. در این راستا، هدف پژوهش حاضر ردیابی تکامل سواد و دانش مالی و تجربه مشتری و تعریف چشم‌اندازهای موضوعی و ترسیم نقشه‌های علمی بود. مطالعه حاضر مروری جامع از موضوع ارائه می‌دهد و با استفاده از تکنیک علم‌سنجی (هم‌رخدادی واژگان) نقشه‌های علمی ترسیم و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

با توجه به پرسش اول پژوهش، روند رو به رشد مطالعات این حوزه را نشان می‌دهد. این پژوهش با مطالعه دهنداد و جمکران (۱۴۰۰) تطابق دارد. سال ۲۰۲۱ به‌عنوان مهم‌ترین سال این حوزه مطالعاتی بوده است که توجه محققان این حوزه را در این سال بیان می‌دارد. آمار و ارقام نشان از آن دارد که

## بررسی تحلیلی تولیدات علمی سواد و دانش مالی ... / مهدیزاده، خداداد حسینی و نظرپور کاشانی

تعداد مقالات چاپ شده در زمینه سواد و دانش مالی و تجربه مشتری در حوزه بازرگانی (تجارت و امور مالی کسب و کار) رتبه اول را در ده حوزه موضوعی برتر را دارد و این اهمیت موضوع و توجه محققین و پررنگ شدن اهمیت سواد و دانش مالی و تجربه مشتری در صنعت خدمات مالی را نشان می دهد و باعث شده محققین این حوزه به کمک مدیران این صنعت آمده و تحقیقات علمی و کاربردی مورد استقبال قرار بگیرد. با توجه به سؤال دوم تحقیق در نقشه هم رخدادی واژگان از میان 2941 واژه کلیدی، 239 کلمه با حداقل 5 تکرار را شامل می شد و داغ بودن کلمه سواد مالی در کنار کلماتی همچون رفتار، آموزش، دانش، عملکرد و آموزش مالی با مطالعات دهناد و جمکران (1401) (ادریس و همکاران 2023) مطابقت دارد. بر پایه نتایج هم رخدادی واژگان، کلمه تجربه مشتری کلاً با واژگان سواد مالی و دانش و رفتار مالی ارتباطی نداشت و با مطالعه ای که با پات و واشیشیت اخیراً داشتند، کاملاً تطابق دارد (باپات و واشیشیت، 2023). با توجه به سؤال سوم دسته بندی موضوعی در حوزه سواد و دانش مالی و تجربه مشتری شامل هفت خوشه موضوعی شد که از موضوعات مطرح "تجربه بحران مالی کوید-19" بود. تاب آوری و مدیریت بحران، در شرکت های کوچک و متوسط در بخش خدمات مالی سطح بالایی از انعطاف پذیری را می طلبد، گرچه رفتاری واکنشی نسبت به مدیریت بحران اتخاذ کرده باشند، این با مطالعه نظامی دو تطابق دارد (نظامی دو<sup>33</sup>، 2022) آماده شدن برای بحران های آینده نیازمند اقدامات حفاظتی کافی، برنامه ریزی پیشرفته و استقرار سیستم های پشتیبانی است. این شامل تأمین منابع مالی از قبل و اجرای اقدامات حمایتی به طور مؤثر با استفاده از منابع مالی تأمین شده است که نقش سواد مالی را در بحران نشان می دهد. با مطالعه ای که پارک و جیون انجام داده مطابقت دارد (پارک و جیون<sup>34</sup>، 2020). "رضایت و تجربه مشتری از خدمات" که برای مشاغل در صنایع مختلف حیاتی است. با استفاده از تجزیه و تحلیل داده های بزرگ و سایر رویکردهای مبتنی بر داده، شرکت ها می توانند نیازها و ترجیحات مشتریان خود را بهتر درک کنند، زمینه های بهبود را شناسایی کنند و وفاداری مشتری را افزایش دهند. تأثیر تجربه خدمات بر اهداف مستمر و دهان به دهان الکترونیکی<sup>35</sup> در میان مصرف کنندگان با سطح آگاهی بیشتر از تجربه خدمات قوی تر است و این با پژوهش کرووا و کاظم زاده 2021 هم خوانی دارد).

پیشنهادهای اجرایی پژوهش

بر مبنای خوشه های واژه های کلیدی به مباحث "برنامه ی راهبردی و توسعه ی آموزشی" بپردازند. لازم است برنامه ریزان و سیاست گذاران تصمیماتی را اتخاذ کنند که آموزش و پژوهش در این حوزه را

تقویت کنند. با توجه به اهمیت روزافزون سواد مالی در همه‌ی حوزه‌ها جهت‌گیری آینده برای گروه‌های سنی مختلف و برنامه‌ریزی مالی در جهت بهبود تجربه و رضایت از زندگی ضروری می‌باشد.

- با توجه به خوشه‌ی موضوعی "تجربه بحران مالی کوید-۱۹" بازاریابان با در نظر گرفتن بحران‌های غیرقابل‌پیش‌بینی در جامعه، استراتژی‌های درستی را اتخاذ کنند تا شرکت‌ها در این شرایط که امنیت اقتصادی متزلزل می‌شود، با تجربه خوشایند از این مرحله عبور کنند. - "رضایت و تجربه مشتری از خدمات" شرکت‌های خدمات مالی مثل بانک‌ها و کارگزاری‌ها، با فراهم کردن دسترسی راحت‌تر و استفاده از تکنولوژی‌های به‌روز، خدمات مالی بهتر را با تأکید آموزش سواد مالی، در دستور کار خود برای مشتریان قرار بدهند؛ تا باعث رضایت و بهبود تجربه مشتری و در نتیجه وفاداری شود. - "اقتصاد بازنشستگی"، خوشه موضوعی‌ای که لزوم ایجاد امنیت خاطر کارکنان در دوران بازنشستگی، برنامه‌های بازنشستگی با مدیریت دارایی را برای کارکنان توسط مدیران سازمان‌ها تأکید می‌کند و آموزش مالی را در برنامه‌های توانمندی افراد قرار بدهند.

پیشنهاد برای پژوهش‌های آتی

- با توجه به نتایج هم‌رخدادی واژگان به محققان پیشنهاد داده می‌شود از کلمات نوظهور این حوزه علم مانند تجربه مشتری، تکنولوژی، بحران مالی در پژوهش‌های خود استفاده کنند و از این‌رو خلأهای مطالعاتی موجود را برطرف کنند.

- طراحی ابزارهای هوشمند و منابع کاربرپسندی که مخاطبان مختلف با سطوح مختلف دانش مالی توانایی استفاده را داشته باشند. علاوه بر این، پیشرفت دانش از طریق تحقیقات علمی قوی می‌تواند به درک عمیق‌تر از پویایی بازار سرمایه کمک کند. این درک سرمایه‌گذاران را قادر می‌سازد تا تصمیمات آگاهانه‌تری اتخاذ کنند و ریسک‌های مرتبط با سرمایه‌گذاری را کاهش دهند و تجربه مشتری بهبود بیابد.



## منابع

- ۱) اسماعیلی مهیاری، مصطفی، غفاری، محمد، ایرانی، حمیدرضا، زارعی متین، حسن، & ابراهیمی، الهام. (۱۴۰۰). بررسی تکامل پژوهش تجربه مشتری: استفاده از تحلیل کتاب‌سنجی و مصورسازی. تحقیقات بازاریابی نوین
- ۲) جباری، لیلا، & جعفری، سمیه. (۱۳۹۹). تحلیل چشم‌انداز پژوهش، نقشه دانش و الگوهای هم‌نویسندگی مطالعات کووید ۱۹. ترویج
- ۳) دهناد، کاظم، & غلامی جمکرانی، رضا. (۱۴۰۱). بررسی تحلیلی در سیر تحول سواد مالی و رفتار مالی: یک رویکرد کتاب‌سنجی. پیشرفت‌های مالی و سرمایه‌گذاری
- ۴) شهرستانی س. عضدی ز & هاشمی ز. (۱۴۰۱). تأثیر سواد مالی ذهنی و عینی بر رفتار مخاطره‌آمیز مالی با نقش تعدیلی استرس مالی. نشریه علمی رویکردهای پژوهشی نوین مدیریت
- ۵) صفرزاده، محمدحسین، & بیگ پناه، یهزاد. (۱۳۹۵). بهبود در اظهار نظر حسابرس مستقل و به‌موقع بودن گزارش‌های مالی سالانه. پژوهش‌های کاربردی در گزارشگری مالی. 5(1), 93-114.
- 6) Abad-Segura, E. & González-Zamar, M. D. (2019). Effects of financial education and financial literacy on creative entrepreneurship: A worldwide research. *Education Sciences*, 9(3), 238.
- 7) Arici, H. E. Köseoglu, M. A. & Sökmen, A. (2022). The intellectual structure of customer experience research in service scholarship: A bibliometric analysis. *The Service Industries Journal*, 42(7-8), 514-550.
- 8) Ambreen, S. Khalid, L. & Zubair, A. (2021). Individual Investors' Financial Behaviour and Financial Attitude: Role of Financial Literacy as Moderator in Decision Making. *Global Economics Review*.
- 9) Bapat, d. & vashisht, d. (2023). experience in financial services: a bibliometric analysis and thematic content analysis. *journal of financial services*
- 10) Crossan, M. M. & Apaydin, M. (2010). A multi-dimensional framework of organizational innovation: A systematic review of the literature. *Journal of Management Studies*, 47(6), 1154-1191.
- 11) David, D. & Yusbardini, Y. (2023). The Effect of Financial Technology, Financial Literacy, and Financial Behavior on Investment Decisions in the Capital Market in Investors during the Post-Covid-19 Pandemic. *International Journal of Current Science Research and Review*.
- 12) Hafni, L. Renaldo, N. Chandra, T. & Thaief, I. (2020). The Use of Regression Models with Supply Chain, Management to Increase Financial Satisfaction of Generation Z. *International Journal of Supply Chain Management*

- 13) Idris, A. Rahmawati, A. & Surwanti, A. (2023). Theoretical Models of Financial Literacy: A Bibliometric Analysis and Literature Review. *Asian Journal of Business and Accounting*.
- 14) Lemon, k.n. & verhoef, p.c. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of marketing*, 80, 69 - 96
- 15) Nicolini, G. & Haupt, M. (2019). The assessment of financial literacy: New evidence from Europe. *International Journal of Financial Studies*, 7(3), 54.
- 16) Park, Y. & Jeon, A. (2020). Study on Proactive Approach against a New Large-Scale Crisis of the Aviation and Tourism Industry such as COVID-19
- 17) . *Journal of the Korean Society for Aviation and Aeronautics*.
- 18) Sindhu, P. & Bharti, K. (2021). Mapping customer experience: A taxonomical study using bibliometric visualization. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 51(4), 592-617.
- 19) Van Eck, N. & Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *scientometrics*, 84(2), 523-538.
- 20) 19) Yang, Q. & Lee, Y. C. (2022). What drives the digital customer experience and customer loyalty in mobile short-form video shopping? Evidence from douyin (TikTok). *Sustainability*, <https://doi.org/10.3390/su141710890>

- 
- 1 Vosviewer
  - 2 Nicolini & Haupt
  - 3 Hafni et al
  - 4 Renaldo et al.
  - 5 Lusardi & Mitchell
  - 6 National Center on Education and the Economy
  - 7 Panjaitan et al.
  - 8 Ambreen et al.
  - 9 Lemon&Verhoef
  - 10 Yang & Lee
  - 11 Lemon & Verhoef, 2016; Meyer & Schwager, 2007
  - 12 Strom et al.
  - 13 David & Yusbardini
  - 14 Ardhiani & Panjaitan,
  - 15 Urdea & Constantin
  - 16 Jain et al.
  - 17 Tranfield et al
  - 18 Crossan & Apaydin
  - 19 Benckendorff & Zehrer
  - 20 Bapat &Vashisht
  - 21 Arici et al.
  - 22 Sindhu
  - 23 Idris
  - 24 Topic
  - 25 Delgado-Quirós
  - 26 Talwar et al
  - 27 Van Eck& Waltman
  - 28 Bapat &Vashisht
  - 29 Sabir
  - 30Ewom

**An analytical review of scientific productions of financial literacy and knowledge and approaches to improve customer experience in the context of the capital market using a scientometric approach**

Bibi Maliheh Mahdizadeh<sup>1</sup>

Sayyed Hamid Khodadad Hosseini<sup>2</sup>

Receipt: 25/01/2024    Acceptance: 28/08/2024    Hamed Nazarpour Kashani<sup>3</sup>

**Abstract**

This article analyzes and illustrates the state of the scientific production of financial literacy, knowledge, and customer experience in the context of the capital market based on scientometric techniques, articles indexed in the Web of Science database between the period of 1977-2022 and the discovery of research gaps. The current research is of a descriptive and applied type, which was conducted using co-occurrence analysis of words. The statistical population of this study comprises scientific articles in the fields of financial literacy and customer experience. A total of 789 articles were selected from two areas close to business management and business finance, and the data were analyzed using VOSviewer software. The most and most frequent words "financial literacy" and "behavior" which are the results of co-occurrence of words and are related to the word "investment"; Seven thematic clusters were also identified: the experience of the financial crisis of Covid-19, financial literacy and investor behavior, asset management, customer satisfaction and experience of services, financial education and knowledge, retirement economy, strategic plan and development of financial education.

**Keywords**

Financial literacy, Financial knowledge, Customer experience, Capital market, Scientometrics

1-PhD Student, Department of Business Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. bibimk@gmail.com

2-Professor, Department of Business Management, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran. (Corresponding Author) khodadad@modares.ac.ir

3-Assistant professor, Department of Business Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. h.nazarpour@iauctb.ac.ir