

به نام خدا

۱۱۱۱۱۵۳

مدیریت مالی و پول توجیبی کردگان و نوجوانان در خانواده‌ها

ش. رجھانجونیا

انتشارات مهر برنا

زمستان ۱۳۹۵

سرشناسه : جهانجونا، شاپور، ۱۳۴۶ -

عنوان و نام پدیدآور : مدیریت مالی و پول توجیبی کودکان و نوجوانان در خانواده‌ها/ شاپور جهانجونا.

مشخصات نشر : تهران : مهر برنا، ۱۳۹۰.

مشخصات ظاهری : ۹۶ ص.

شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۱۴۷-۰۱۵-۸

وضعیت فهرست نویسی : فیپا

موضوع : رفتار والدین

موضوع : والدین و کودک

رده بندی کنگره : ۱۳۹۰ . ۴۸۸۵/ج۸۸۵/ HQ۷۶۹

رده بنده. دیویی : ۶۴۹/۱

شماره کتابشناسی : ۳۷۱۱۷۲۲

انتشارات مهربرنا

عنوان کتاب : مدیریت مالی و پول توجیبی کودکان و نوجوانان در خانواده‌ها

مولف : شاپور جهانجونا

ناشر : مهربرنا- ۵۵۷۵۳۰۲۷ - ۷۹۵۹۷۸ - ۰۹۱۰ ص. ۷۷۱۸-۱۴۱۵۵

ویراستار : سید اسماعیل هاشمی

حروفچینی ، صفحه‌آرایی و طرح جلد : انتشارات مهربرنا

لیتوگرافی ، چاپ و صحافی : نقش سبحان

نوبت چاپ : اول

سال چاپ : زمستان ۱۳۹۵

تعداد صفحات : ۹۶

تیراژ : ۱۰۰۰

بهاء : ۶۵۰۰۰ ریال

اجرا : شرکت تعاونی دانش و فن گستر برنا

شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۱۴۷-۰۱۵-۸

۵	 مقدمه
۵	 اقتصاد خانواده
۷	 کدام کالا را انتخاب و مصرف کنیم ؟
۱۱	- بخش اول : آموزش رفتارهای مطلوب اقتصادی به فرزندان
۱۲	 فرزندان و مالکیت
۱۳	 فرزندان و خرید
۱۶	 فرزندان و پول
۱۷	 فرزندان و نظایران
۱۹	 فرزندان و کار
۲۱	 گفت‌وگوهای خانوادگی
۲۴	 پرسش‌هایی برای رسیدن به راهی مناسب‌تر
۲۶	- بخش دوم : پول توجیبی
۳۰	 نگاهی به ضرورت اختصاص پول توجیبی به کودکان
۳۰	 چگونه و چه میزان؟
۳۳	 سن و پول توجیبی
۳۴	 ارزش پول را به او بیاموزیم
۳۷	 پول توجیبی متعادل و خوب چیست؟
۳۹	 نکات مهم در چگونه خرج کردن کودکان
۴۱	 بچه‌ها از ارزش پول چه می‌دانند؟

- ۴۲ کودکان پیش دبستانی چگونه می توانند پول را بشناسند؟
- ۴۴ بچه ها در چه سنی باید پول توجیبی بگیرند؟
- ۵۳ - بخش سوم : مدیریت مالی در کودکان
- ۵۵ کسب درآمد.....
- ۵۷ خرج کردن.....
- ۵۹ پس انداز کردن.....
- ۶۱ ترفه بردن.....
- ۶۲ بخش دادن.....
- ۶۴ سرمایه گذاری.....
- ۶۵ معرفی پول به کودکان.....
- ۶۵ شیوه های ساده آموزش مدیریت مالی به کودکان و نوجوانان.....
- ۷۶ آموزش مسائل مالی به کودکان دبستانی (۵ تا ۷ سال).....
- ۷۸ آموزش مسائل مالی به کودکان دبستانی (۸ تا ۱۰ سال).....
- 82 آموزش مسائل مالی به نوجوانان (۱۱ تا ۱۳ سال).....
- ۸۷ آموزش مسائل مالی به نوجوانان (۱۵ تا ۱۷ سال).....
- ۹۲ - نتیجه گیری.....
- ۹۴ - منابع و مآخذ.....

مقدمه

اقتصاد خانواده

خانواده اولین پایگاه فرد برای زندگی و مهم‌ترین مبنای تشکیل دهنده جامعه است. خانواده، به‌خصوص در ایام گذشته، به‌طور مستقیم علاوه بر نیازهای خود، تأمین‌کننده‌ی قسمتی از نیازهای جامعه نیز بود که این نقش با گذشت زمان از عهده‌ی تمام افراد خانواده خارج شد و بر دوش یک یا چند تن از آن‌ها گذاشته شد.

از لحاظ اجتماعی، خانواده اساسی‌ترین عامل تولید و مصرف کالاها و خدمات در جامعه است و مسئولیت عمده‌اش بقای نسل می‌باشد و برای انجام این مسئولیت مهم، نیازمند تکاپوی اقتصادی بسیار زیاد است و اساس فعالیت‌های اقتصادی اجتماع نیز انجام مسئولیت‌های مهم خانواده است. با ای همین است که اقتصاددانان خانواده را بنیان زندگی اقتصادی جوامع می‌دانند، ازجمله ارسطو که اقتصاد را علم خانه‌داری می‌دانست و اصولاً کلمه‌ی اقتصاد مشتق شده‌ی یونانی اقتصاد و خانواده است که امروزه این گرایش با عنوان اقتصاد خانواده و اقتصاد خانه، یکی از شاخص‌ترین گرایش‌های اقتصاد در دنیا می‌باشد.

هر خانواده‌ای از منابع متعدد، درآمد کسب می‌کند که این درآمد محدود است یعنی مقدار معینی است و به هر مقدار که

اراده کند در اختیارش نیست و در عوض مخارجی دارد که برای انجام آن از درآمدهایش استفاده می‌کند. هر فردی برای ادامه زندگی به کالاهای زیادی نیاز دارد و باید درآمدش را به مصرف انواع کالاهای مورد نیازش مثل غذا، پوشاک، مسکن، آموزش، تفریحات و... اختصاص دهد. درست است که نیازهای افراد به نهایت است؛ اما همانطور که شما هم بارها در زندگی با آن برخورد کرده‌اید، درآمدهای خانواده محدود است و همیشه مقدار محدودی از نیازهایش را می‌تواند برآورده کند. این جا اولین سؤال در بحث اقتصاد خانواده به وجود می‌آید و آن این است که: چگونه این درآمد باید به مصرف انواع کالاها و خدمات اختصاص دهد؟

اصل هنر اقتصاد هم به‌گونه‌ای تخصیص منابع محدود در دسترس جهت تأمین نیازهای محدود انسان‌ها است. مدیریت منابع مالی خانواده از مهم‌ترین وظایف است که اغلب برعهده زنان مدیر و با تدبیر است.

ما در طول زمان کالاهای بسیاری را مصرف می‌کنیم. برخی از این کالاها، مثل غذا و خوراک و پوشاک، برای زندگی انسان لازم و ضروری هستند، و برخی دیگر مثل انواع تفریحات و تجملات و... جزو کالاهای لوکس به‌شمار می‌روند.

کدام کالا را انتخاب و مصرف کنیم؟

اولین پرسشی که برای هر فرد مطرح می شود این است که کدام کالا را باید مصرف کند؟ در مصرف یک کالا به کدام ویژگی ها و مطلوبیت آن بیندیشید و ارضای کدام نیازمندی ها را از مصرف یک کالا انتظار دارد؟

باید توجه داشت که جواب هرکسی به این سؤالات متفاوت خواهد بود. این امری طبیعی است چرا که نیازهای افراد بر اساس عادات، محل زندگی، سطح درآمد و... با یکدیگر فرق می کند. نیازمندی های انسان را می توان به نیازهای زیستی، اجتماعی، روانی، اخلاقی طبقه بندی کرد و بیشتر نظریه پردازان معتقدند که تا نیازهای مادی انسان برآورده نشود، وی قادر به تأمین نیازهای معنوی نیست. انسان تا زمانی که نیازهای مادی دارد به دنبال نیازهای معنوی نمی رود. هر طبیعی است که برخی از نیازهای انسان که برای آن ها هزینه زیادی نباشد، از میان نیازهای مادی انسان هم همیشه نیازمندی ایوست دارند که در صورت نداشتن آن ها، زندگی برای افراد امکان پذیر باشد؛ به عبارتی کالاهای ضروری هستند. اغلب خانواده های با درآمد های بالا به طور ناخودآگاه، الگوی مصرفی خانواده های با درآمد پایین می شوند و از آنجاست که مشکلات مالی و اقتصادی در خانواده ایجاد می شود؛ چرا که ممکن است با این انتخاب نادرست الگوی

مصرفی، به نان آور خانواده فشار بسیاری وارد شود و این به نوبه‌ی خود می‌تواند مشکلات خانوادگی و اجتماعی بسیاری را برای آن‌ها ایجاد کند.

اولین راه یافتن الگوی مناسب مصرف، این است که باورها و ارزش‌های خودمان را بکاویم و از خودمان بپرسیم به راستی چرا این‌گونه می‌اندیشیم؟ آیا هر خانواده‌ی ثروتمندی از لحاظ مصرفی درست مصرف می‌کند؟ پاسخ این سؤال را خودتان بدهید؛ به این فکر کنید علی‌غم ضرر و زبانی که به شما در خانواده به‌خاطر از دست رفتن آرامش گذشته وارد می‌شود، مصرف بیش از حد ضرورت شما می‌راند؟ زیان‌هایی به اقتصاد جامعه از دیدگاه کلان وارد کند؟

اگر شما در مهمانی جشن تولد فرزندتان، از لامپ‌های متعدد و پرمصرف استفاده کنید، کسی شما را تحسین نمی‌کند اما انرژی برق که محدود و گران است بیهوده تلف می‌شود و ممکن است با این کار شما عده‌ای هم در آن شب از این دست حدادادی که حق همه‌ی مردم است، محروم شوند. یا اگر شما بر روی عتب نشاندن از دوست خود مدام مبلمان و لوازم لوکس خانه مثل یخچان، یخ‌ساز را عوض کنید، باعث مصرف بیش از حد نیاز واردات و ایجاد هزینه‌هایی می‌شوید که به جیب عوامل تولید خارجی برود و از چرخه‌ی تولید داخلی خارج شود. پس برای مصرف خودتان

همیشه بر اساس نیازهای ضروری خودتان بیندیشید، نه بر اساس نیازهای دیگران !

یادتان باشد هیچ گاه کسی شما را به خاطر مثل دیسگران اندیشیدن تحسین نمی کند، همان طور که اگر شما بر اثر مصرف بیش از حد توانتان ورشکسته شوید کسی کمکتان نخواهد کرد. کسی نزد دیگران احترام بیشتری دارد که هیچ گاه محتاج آنها نشود. شما با دنبال کردن الگویی که با درآمدهایتان سنخیت دارد و بتواند چه انگوی مهم ترین نیازهایتان باشد، می توانید به تمام آن نیازها برسید بدون آنکه هرگز مجبور به دادن قسط یا قرض کردن از دیگران نباشید. همان طور که می دانیم، یکی از ملاک های رشد و توسعه در هر اجتماعی، پیشرفت و ترقی روز افزون نهادهای اولیه ی آن و در رأس آنها خانواده که اولین و اصلی ترین نهاد و هسته ی جامعه است، می باشد. طبیعتاً است که هر گونه ارتقای توانمندی و بینش اعضای خانواده به طور مستقیم می تواند بر رشد کیفی جامعه اثر گذارد.

از طرف دیگر، هر ویژگی و خصیصه ای که در دوران کودکی فرزندان خود در آنان ایجاد و تقویت می کند، به صورت یک صفت و استعداد شخصی در آنان پایدار می ماند و می تواند در بزرگسالی تبدیل به یک عادت و سبک زندگی شود. با در نظر گرفتن این موضوع، شاید بتوان گفت، والد و یا مربی آگاه و

دوراندیش کسی است که همیشه سعی می‌کند جلوتر از زمان حال خود را ببیند و چشم‌اندازی از آینده‌ی فراسوی خود مجسم کند؛ زیرا می‌داند «آموزش برای فردا» است. اگر برنامه‌ی آموزشی ما بر مبنای ارزش‌های جوامع گذشته تدوین شود، ناکارآمد و بی-مصرف خواهد بود. به همین دلیل است که جهت‌گیری‌های تربیتی والدین و مربیان باید به سوی آینده باشد. ما باید خود یاد بگیریم، تا بتوانیم روش‌ها و فنون جدیدی را که متخصصان و کارشناسان امروزی برای آموزش بچه‌ها در اختیارمان قرار می‌دهند به کار بندیم.