

Identifying Factors Influencing Students' Tendency towards New Businesses and the Capital Market

Abbas Ramezani*
Ladan Hajianvari**

Introduction

Generation Z and Alpha consist of students who, regardless of their legal working age, have not waited to graduate from school. They are actively involved in various capital markets such as Forex, cryptocurrencies, and other new businesses. These include influencer marketing, digital network marketing, internet advertising, etc. Despite the growing interest of students in new businesses and the capital market, and recognizing the importance of exploring this trend, there is a remarkable lack of research in this area. For this reason, the current study aims to identify the factors influencing students' tendency towards new businesses and the capital market.

Method

The current applied research employs a mixed-method, specifically a sequential exploratory type. The research is based on the philosophy of pragmatism. In the qualitative section, semistructured interviews were conducted with 27 experts in the field and students actively engaged in these areas. They were selected through targeted snowball sampling, and after reaching data saturation, the interviews were concluded and themes were analyzed. Based on the insights from the qualitative phase, a researcher-developed questionnaire with 25 items was formulated for data collection in the quantitative section. The quantitative portion of the research focused on a population of 18,357 male and female high school students in Zanjan city during the academic year 2023-2024. A sample of 376 individuals was

* Assistant Professor, Department of Educational Administration, Farhangian University, Tehran, Iran. *Corresponding Author:* a.ramezani@cfu.ac.ir

** B. A. in Elementary Education, Department of Educational Sciences, Farhangian University, Zanjan, Iran.

selected using proportional stratified random sampling based on Cochran's formula. The data from the quantitative part were analyzed using SPSS software version 27 and exploratory factor analysis. Subsequently, a final research model was developed using path analysis.

Results

Subsequently, in consultation with experts, appropriate names were assigned to the variables, leading to the identification of factors shaping students' preferences for new businesses and the capital market. The factors influencing students' interest in new businesses and the capital market encompass individual, economic, demographic, social, technical-technological, and family-related factors.

Discussion

These findings emphasize the multifaceted and diverse nature of the influencing factors, highlighting the necessity for collaboration among economic, cultural, and educational planners to address this phenomenon effectively and in a logical manner. Considering the focus of this research on the factors affecting students' tendency towards new businesses and the capital market, it is suggested that future researchers test the model of this research in a new sample (validation sample) to assess the quality and validity of the model.

Keywords: Student, Generation Z, Generation Alpha, New Business, Capital Market

Author Contributions: All the authors have participated equally in all stages of writing the manuscript.

Acknowledgments: This research was carried out with the financial support of the General Department of Education of Zanjan province and the researchers take it upon themselves to express their gratitude to this respected organization as well as the experts, experts and students participating in the research.

Conflicts of interest: The authors declare there is no conflict of interest in this article.

Funding: This article is taken from the research project entitled "Explaining the tendency of students towards emerging businesses and capital market" under the number 1401/2/570065/22544 and dated 1401/12/28 with the support of the General Directorate of Education in Zanjan.

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۰۳/۱۰

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۳/۰۹/۱۴

مجله‌ی علوم تربیتی دانشگاه شهید چمران اهواز

پاییز و زمستان ۱۴۰۳، دوره‌ی ششم، سال ۳۱

شماره‌ی ۲، صص: ۱۸۵-۲۱۸

مقاله پژوهشی

شناسایی عوامل مؤثر بر گرایش دانش‌آموزان به کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه

عباس رضائی*

لادن حاجی‌انوری**

چکیده

نسل زد و اخیراً آلفا، متشکل از دانش‌آموزانی است که فارغ از سن قانونی کار، منتظر فارغ‌التحصیلی از مدرسه نبوده و با جدیت در بازارهای سرمایه از قبیل فارکس، رمزارزها و کسب و کارهای نوپدید چون اینفلوئنسری، بازاریابی شبکه‌ای دیجیتال، تبلیغات اینترنتی و... مشغول فعالیت هستند. علی‌رغم روند روزافزون گرایش دانش‌آموزان، آنچنان که باید بدان پرداخته نشده و و ابعاد مختلف این گرایش مکتوم مانده است. بر این اساس، شناسایی عوامل مؤثر بر گرایش دانش‌آموزان به کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه، هدف پژوهش آمیخته (از نوع اکتشافی متوالی) حاضر است. در این راستا با استفاده از از طریق نمونه‌گیری هدفمند از نوع گلوله برفی، با ۲۷ نفر از صاحب‌نظران این حوزه و دانش‌آموزان فعال در این فعالیت‌ها مصاحبه نیمه‌ساختاریافته صورت گرفت. با اشیاع داده، مصاحبه‌ها متوقف و مضامین آنها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. بر اساس بخش کیفی، پرسشنامه محقق‌ساخته ۲۵ گویه‌ای تدوین شد. جامعه پژوهش بخش کمی، دانش‌آموزان دختر و پسر دوره متوسطه دوم شهر زنجان در سال تحصیلی ۱۴۰۳-۱۴۰۲ به تعداد ۱۸۳۵۸ نفر بود که با روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای نسبتی، ۳۷۶ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. داده‌ها با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی و تحلیل مسیر مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت و مدل نهایی پژوهش بر این اساس رسم شد. بر اساس یافته‌ها عوامل فردی، اقتصادی، جمعیت‌شناختی، اجتماعی، فنی-تکنولوژیک و خانوادگی عوامل مؤثر بر گرایش دانش‌آموزان محسوب می‌شود که به‌دلیل تنوع و تکرر بالای آنها، برنامه‌ریزان اقتصادی، فرهنگی و آموزشی بایستی در تعامل با یکدیگر، با تمهید ملزومات به مواجهه منطقی با این پدیده بپردازند.

واژه‌های کلیدی: دانش‌آموز، نسل زد، نسل آلفا، کسب و کار نوپدید، بازار سرمایه

* استادیار گروه مدیریت آموزشی، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران. (نویسنده مسئول) a.ramezani@cfu.ac.ir

** دانشجوی کارشناسی آموزش ابتدایی، گروه علوم تربیتی، دانشگاه فرهنگیان، زنجان، ایران.

مقدمه

نظام ارزشی و جهت‌گیری نسل‌های مختلف به‌طور قابل توجهی متفاوت است. پژوهشگران معتقدند متولد شدن در یک دوره معین مهارت‌ها، تفکر، ارزش‌ها و رفتار افراد را تحت‌تاثیر قرار می‌دهد (Kohnová & Papula, 2024). افراد هر نسل دارای ویژگی‌های مشابهی هستند که به نوبه خود امکان پیش‌بینی‌های بلندمدت را فراهم می‌کنند (Niyl Haui & Strauss, 2000, 30). محیط‌های علمی-فناوری و شرایط فرهنگی-اقتصادی که نسل‌ها را احاطه کرده است، به‌طور چشم‌گیری در حال تغییر است (Zare sheykhkolaio et al., 2023). تحول دیجیتال با گذر از اقتصاد کشاورزی (Polanyi, 2001, 17) و عصر صنعتی (Mohajan, 2019) و گسترش فناوری‌های نوین (Verhoef et al., 2021) موجب شده تا سبک‌های جامعه‌پذیری نسل جدید تغییر یابد (Yehorov, 2020). به‌این‌معنا که جوانان نسل زد و اخیراً آلفا ضرورتاً مانند نسل‌های قدیم رفتار نمی‌کنند و به‌تناسب علایق و شرایط محیطی متفاوتی که در آن رشد کرده‌اند الگوهای رفتاری خاصی را به‌ویژه در خصوص انتخاب شغل و فعالیت حرفه‌ای وارد محیط‌های کسب و کار می‌نمایند و بر این مبنا، طراحی شغل و انطباق شغل و شاغل در دنیای امروز باید با لحاظ سلايق و ارزش‌های این نسل صورت گیرد؛ چرا که در غیر این صورت، عدم جامعه‌پذیری، باعث ترک شغل و یا اساساً عدم ورود آنها به مشاغل مختلف خواهد شد (Costanza, 2012).

نوجوانان این نسل عمدتاً غرق در فناوری‌های دیجیتال بوده و در آن متولد و با آن بزرگ می‌شوند، و لذا به‌عنوان صاحبان قدرت و واضعان روند در عصر دیجیتال شناخته می‌شوند (Cruz Diana, 2017)، از این رو توجه به ابعاد وجودی مختلف و گرایشات سرمایه‌گذاری و کسب و کار آنها برای اهالی اندیشه و صاحبان خرد، بسیار ضروری است. این طیف اجتماعی به واسطه تخلق به تنوع‌طلبی و خصلت دل‌زدگی زیاد (Rubio et al., 2019) ورود و خروج بسیار سریع در کسب و کارها داشته و وفاداری آنان به کسب و کارها کمتر می‌باشد. ازطرفی، کسب و کارها فرصت دارند در مدت بسیار کمی خود را به آنان معرفی و عرضه کنند؛ زیرا این نسل خواهان تسریع دریافت اطلاعات جهت افزایش سرعت تصمیم‌گیری و اقدام هستند (Abbasi et al., 2021)، و لذت کار بسیار برای آنها مهم است؛ زمانی که کار نتواند آن‌طور که باید، انتظارات آنان را برآورده کند، این قشر در مرحله بعدی توجهی به کار ندارند و آن را

واگذار و یا برای همیشه رها می‌کنند. به همین دلیل، با توجه به ویژگی‌های خاص این نسل، لازم است با کسب شناخت کامل از این نوع افراد به آموزش و ارائه خدمات به آنها پرداخت (Khalili Palandi et al., 2022).

کسب و کار به ایجاد یک فعالیت سیستماتیک برای تولید کالاها و خدمات برای مشتریان، اشاره دارد (Reynolds & Curtin, 2011) و رویکردی برای درآمدزایی با میزان هزینه معقول و خلق یا کسب ارزش است. البته باید به این نکته نیز اشاره داشت که کسب درآمد تنها شکل مالی آن نیست و می‌تواند به شکل‌های رایج دیگری نیز خود را نشان بدهد.

دنایای امروز بسیار متغیر و پویاتر از گذشته است و انقلاب دیجیتال و تحولات حاصل از آن به شدت هرچه تمام، موجب تغییر در سبک زندگی و کسب و کار افراد و اقشار مختلف شده است (Firoozjaei et al., 2023; Abolhasani et al., 2021). سرعت بالای فناوری‌های نوپهور، تاکید بر چابک‌سازی و کوچک‌سازی کسب و کارها و ابعاد محصولات، مجازی‌تر شدن و اخیراً متاورسی شدن مردم، و ده‌ها عامل دیگر باعث گرایش به انواع خاصی از کسب و کارها شده است که بیشترین تناسب را با چنین تحولاتی دارند.

دانش‌آموزان نسل زد و آلفا، فارغ از سن قانونی کار، منتظر فارغ‌التحصیلی از مدرسه نبوده و با جدیت در بازارهای سرمایه از قبیل فارکس^۱، رمزارزها^۲ و دیگر کسب و کارهای نوپدیدی چون واسطه‌گری^۳، تولید و فروش محتوای الکترونیک^۴، بازاریابی شبکه‌ای دیجیتال^۵، تبلیغات اینترنتی^۶، طراحی و فروش ربات‌های شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌های مختلف، خرید و فروش اکانت بازی‌های شبکه‌ای، خرید و فروش ممبر و فالوور، طراحی و فروش سایت‌ها، نرم‌افزارها و صفحات رسانه‌های اجتماعی، وندینگ لاک‌ناخن^۷، مجلس گردان و مجلس گرم‌کن، فال‌گیری و تعبیر خواب تلفنی، تهیه و فروش محصولات تزئینی، فروش و ارائه میکرو گیاهان و میکرو حیوانات و حتی خدمات هک و ضد هک^۸ و... مشغول فعالیت هستند (Apenko & Lukash, 2023).

-
- 1- Forex
 - 2- Cryptocurrencies
 - 3- Intermediation
 - 4- Digital media production & Sale
 - 5- Digital network marketing
 - 6- Online advertising
 - 7- Nail polish vending
 - 8- Hacking and anti-hacking services

عوامل مختلفی است که یکی از جدی‌ترین آنها ظهور تکنولوژی‌های جدید مبتنی بر اقتصاد دیجیتال است (Feliciano-Cestero et al., 2023)؛ و از بین این کسب و کارهای مبتنی بر فناوری‌های جدید، بازار سرمایه به سبب وسعت و شمول فوق‌العاده آن و ابتدا بر سکوهایی^۱ کاربرپسند و سهل‌الوصول، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. این کسب و کارها متناسب با فضای دیجیتالی عصر حاضر بوده و نوجوانان و دانش‌آموزان بسیاری بدان‌ها روی آورده‌اند. برخی از کسب و کارهایی شاید در نگاه اول حتی به نظر عجیب و دور از ذهن به نظر برسند؛ اما واقعیت آن است که در کشورهای مختلف، از جمله ایران، وجود دارند و انکارناپذیرند. این کسب و کارها در پژوهش حاضر به‌عنوان کسب و کارهای نوپدید در نظر گرفته شدند.

برای دانش‌آموزان که در آینده نیز ممکن است کسب و کارهای این دوران خود را در پی بگیرند، هرچقدر که بر روی چالش‌های عملی این مشاغل و فعالیت‌های نوپدید تمرکز کنند، درک عمیقی از شغل آینده خود پیدا خواهند کرد. این بدان معناست که در چنین فضایی، دانش‌آموزان فرصت دارند تجربه شغل جامعه حقیقی را داشته باشند و در آینده شغلی خود عملکرد بهتری داشته باشند و برای خود، خانواده و جامعه سودمند باشند. حال که دانش‌آموزان خود دست به کار شده‌اند و به دنبال مشاغل جدیدی که پیش‌تر ذکر شد رفته‌اند، آموزش و پرورش نیز این مهم را قدر بداند و در ادامه کار با برنامه‌ریزی‌های لازم و ارائه آموزش‌های لازم دانش‌آموزان را به سمت و سوی مناسب هدایت و راهنمایی کند.

بازار سرمایه^۲، از ارکان اصلی اقتصاد هر کشور به شمار می‌رود (Kuhestani et al., 2023)، و در واقع بخشی از سیستم مالی است که جریان وجوه بلندمدت از واحدهای اقتصادی مازاد به کسری را با هدف تحریک تشکیل سرمایه و رشد اقتصادی تسهیل می‌کند (Aminu, 2020). بازار سرمایه به دلیل توانایی در تسهیل، تأمین یا افزایش پس‌انداز و سرمایه‌گذاری از سوی عوامل اقتصادی برای رشد اقتصادی پایدار، ابزار مهمی برای رشد اقتصادی است (Vincent et al., 2021). بازار سرمایه به عنوان ابزاری برای توسعه مالی معمولاً سهم زیادی در رشد اقتصادی دارد. اصطلاح بازار سرمایه برای توصیف فضاهای حضوری و دیجیتالی استفاده می‌شود که در آن نهادهای مختلف انواع مختلفی از ابزارهای مالی را مبادله می‌کنند؛ این

1- platform

2- Capital Market

مکان‌ها شامل بازار سهام، بازار اوراق قرضه و بازار ارز دیجیتال، فارکس و... می‌باشد (Hayes, 2023) که گرایش دانش‌آموزان نسل جدید به حضور و فعالیت در این بازارها غیرقابل انکار است.

یافته‌های مطالعه Aminu (2020) اهمیت عملکرد بازار سرمایه را برای رشد اقتصادی نیجریه مشخص کرده است. در کشورهای پیشرفته، مهم‌ترین جایگاه تامین سرمایه، بازار سرمایه و بخصوص بورس اوراق بهادار واحدهای تجاری و صنعتی است؛ در حالی که در کشورهای کمتر توسعه‌یافته همچون ایران، تمرکز تامین مالی بر سیستم و شبکه بانکی است. سرمایه‌گذاری به‌عنوان تعهد منابع مالی جاری به‌منظور دستیابی به سودهای بالاتر در آینده تعریف می‌شود و با توجه به تمام مزایای بیان شده طبیعی است که با وجود تمرکز تامین مالی بر شبکه بانکی در ایران، شاهد گرایش روز افزون جوانان به سرمایه‌گذاری در بازارهای سرمایه باشیم. طبق پژوهش Herwiyanti et al. (2023) بازار سرمایه اندونزی نیز شاهد رشد تعداد سرمایه‌گذاران به‌ویژه نوجوانان در بازار ثانویه بوده است؛ که این موضوع می‌تواند گواهی بر وجود این گرایش در جوانان کشورهای دیگر نیز باشد. کشورهای در حال توسعه برای دستیابی به رشد و توسعه سریع اقتصادی تلاش می‌کنند، اما رونق و انفجار مداوم در چرخه اقتصادی کشورهای در حال توسعه، دستیابی به این هدف را دشوار می‌کند. بنابراین، نیاز به اقدام اثربخش در حوزه عملکرد بازار سرمایه، ورود افراد به آن و هدایت آنان در کشورهای در حال توسعه اهمیت بسیاری دارد (Bello et al., 2022).

بعضی از دانش‌آموزان ممکن است با توجه به وضعیت مالی خانواده یا نیاز به کسب درآمد، به دنبال راه‌هایی برای کسب درآمد باشند و بورس، فارکس و... را به‌عنوان یک گزینه مورد بررسی قرار دهند. برخی دیگر، ممکن است تحت تأثیر افراد مهم در زندگی‌شان، نظیر خانواده یا دوستانی که در این بازارها فعالیت می‌کنند، قرار گیرند و به همین دلیل علاقه‌مند به فعالیت در این بازار شوند (Rohim et al., 2022). شرایط و زمینه‌های پدیدآورنده این گرایش می‌تواند، علاقه به اقتصاد و درک عملکرد بازارهای مالی، استفاده از استدلال منطقی و عادت به تحلیل کردن، رقابت و هیجان و فرصت‌های شغلی آینده و به‌طور کلی انگیزه افراد برای سرمایه‌گذاری و کسب و درآمد باشد (Soleha & Lazuardi, 2024; Efendi & Trisnawati, 2023). برخی دانش‌آموزان نیز به دنبال یادگیری مهارت‌های مالی و سرمایه‌گذاری، برای

بهره‌برداری از فرصت‌های شغلی در حوزه مالی و بازارهای سرمایه هستند (Awaluddin et al., 2023). آنچه مبرهن است حضور بسیار جدی و پر رنگ دانش‌آموزان در این بازارهاست، از آنجا که این گرایش و حضور امری نوظهور بوده و عوامل و دلایل آن اکتشاف نگردیده‌اند و همچنین به دلیل اینکه این دانش‌آموزان سرمایه انسانی کشور هستند، شناخت دلایل گرایش آنها و نیز مدیریت سرمایه مادی آنها در این حوزه بسیار ضروری به نظر می‌رسد.

دانش‌آموزانی که به‌طور کلی به فعالیت‌های مالی و اقتصاد علاقه‌مند هستند، احتمالاً به بازارهای سرمایه از جمله بورس و ... و نیز ایجاد کسب و کار نوین، نیم‌نگاهی دارند. بر اساس مطالعات مختلف، افراد به دلایلی همچون نیازهای مالی (Asif et al., 2013)، جنسیت و تحصیلات (Looi & Khoo-Lattimore, 2015)، ارتباطات اجتماعی و تأثیر خانواده، دوستان و سایر نزدیکان (Putri et al., 2024)، انگیزه شخصی، خودکارآمدی و کنترل ادراک شده و بافت اجتماعی-فرهنگی (Cano & Tabares, 2017)، جهانی شدن (Martínez-González et al., 2019) به راه‌اندازی کسب و کار و فعالیت‌های این‌چنینی گرایش دارند.

سرمایه‌گذاری در بورس می‌تواند فرصتی برای دانش‌آموزان باشد تا درک بهتری از مفاهیم مالی مانند سهام، شاخص‌های بازار، ریسک و بازده، مباحث بنیادی مرتبط با بازار سرمایه، تشخیص قیمت‌های کاذب و واقعی، تعیین ارزش ذاتی، نوسانات قیمتی، سرمایه‌گذاری کوتاه، میان، و بلند مدت و ... پیدا کنند. این آگاهی مالی به آنها کمک می‌کند تا به‌عنوان مصرف‌کننده و سرمایه‌گذار، هوشمندتر در زندگی شخصی و حرفه‌ای خود عمل کنند. دانش‌آموزانی که عادت دارند تحلیل کنند، از استدلال منطقی استفاده کنند و علاقه‌مند به بررسی شرکت‌ها و صنایع مختلف باشند، ممکن است به تحلیل سهم‌ها و معامله در بورس علاقه‌مند شوند. برخی دانش‌آموزان به دنبال یادگیری مهارت‌های مالی و سرمایه‌گذاری هستند. دوره‌های مرتبط با اقتصاد، حسابداری، معاملات، تحلیل بنیادی، تحلیل تکنیکال، مدیریت سرمایه و ... نیز می‌توانند باعث افزایش علاقه و تمایل دانش‌آموزان به بورس شوند. راجرز (Rogers, 2010) نشان داد خودکارآمدی نوآورانه کیفیتی متغیر در افراد مختلف بر پذیرش فناوری‌های جدید و گرایش به کسب و کارهای جدید مؤثر است. ریسک‌پذیری (Owusu et al., 2021)، سبک زندگی مالی، تایید اجتماعی (Fadila et al., 2020)، سواد مالی (Seraj et al., 2022) و امنیت (Wahyono & Hutahayan, 2020)، حداقل سرمایه، نگرش (Berthalia et al., 2023)، امنیت

ادراک شده (Gautam & Malik, 2022)، ویژگی‌های شخصیتی (Nazaripour & Zakizadeh, 2023) از دیگر دلایل گرایش افراد به‌خصوص دانش‌آموزان به بازارهای سرمایه و کسب و کارهای نوپدید هستند.

رشد و توسعه دائمی بازار سرمایه و وابستگی جدی آن به آخرین تغییرات اقتصادی-اجتماعی و پیشرفت‌های تکنولوژی و...، ضمن ارتقای اطلاعات و دانش عمومی اعضای خانواده، متناسب با شرایط و اوضاع و احوال روز باعث می‌گردد تا فرزندان با استفاده از رهنمودهای والدین و سایر افراد خانواده، دائماً خود را با نظم اجتماعی نوین هماهنگ سازند؛ به شکلی که بتوانند بر فراز خواسته‌ها و آرزوهای ذهنی خود، منطبق با تحولات حرکت کنند و والدین نیز با شناخت روشن‌تری از توانایی آن‌ها در هدایتشان به مبادی شغلی مناسب با توانایی و استعدادها، آنها نقش مؤثرتری ایفا کنند (Bagheri, 2004). تجربه تجارت و کسب درآمد، رشد سرمایه، توسعه مهارت‌های مالی، تحلیل بازار، مدیریت ریسک و خلاقیت، تأثیرگذاری مثبت در اقتصاد کشور و کمک به توسعه پایدار می‌تواند موجب گرایش دانش‌آموزان و جوانان به بازار سرمایه شود. اما در عین حال برخی موانع نیز این مسئله را کم‌رنگ‌تر می‌کنند. سواد مالی پایین و درک ناکافی درباره نوع سرمایه‌گذاری، ریسک و مزایای آن، مفاهیم پیچیده، نوسانات بازار و ریسک‌های مرتبط با سرمایه‌گذاری (Karakaya, 2002)، بی‌ثباتی شرایط اقتصادی (Botshekan et al., 2018) از جمله موانع ورود افراد به بازارها به‌شمار می‌روند. دانش‌آموزان ممکن است از نظر مالی محدودیت داشته باشند و برای شروع سرمایه‌گذاری نیاز به سرمایه اولیه داشته باشند؛ عدم استقلال مالی و عدم دسترسی به منابع مالی می‌تواند این محدودیت را برای آنها به وجود آورده و از شروع فعالیت در بازار سرمایه بازدارد. فشار درسی، وظایف و فعالیت‌های دیگر مدرسه نیز ممکن است بر توانایی دانش‌آموزان برای مطالعه و تحلیل بازار و سرمایه‌گذاری در بورس تأثیر بگذارد. در بحث از بازار فارکس و رمزارزها نیز، تحریم‌های بین‌المللی به‌ویژه برای معامله‌گران ایرانی از مهم‌ترین موانع گرایش به معامله‌گری آنلاین و بازارهای سرمایه این چینی محسوب می‌شود (Babazadeh et al., 2021).

دیجیتالی شدن زندگی روزمره پیامدهای مهمی برای آموزش داشته است. فراگیر شدن فناوری‌های دیجیتال در اقتصاد و زندگی روزمره، صنعت مالی و همچنین شیوه‌های مدیریت پول شخصی را دگرگون کرده است (Gomber et al., 2018). از آنجا که دانش‌آموزان توسط

اکوسیستمی از خدمات مالی دیجیتال، مانند پول دیجیتال و خدمات مالی آنلاین و تلفن همراه احاطه شده‌اند، نیاز به آموزش مالی کارآمد، حمایت مالی از آنان و سیاست‌های شمول مالی وجود دارد که به سرعت با محیط در حال تغییر سازگار شوند (Koskelainen et al., 2023). با توجه به گسترش اخیر دستگاه‌های دیجیتال و نرم‌افزارهای آموزشی، مدارس و مربیان در اغلب کشورها مشغول ادغام فناوری‌ها در برنامه درسی و آماده‌سازی دانش‌آموزان برای آینده خود هستند. در میان این نگرانی‌ها، سواد دیجیتال و سواد مالی^۱ به‌عنوان مفاهیم کلیدی برای درک خواسته‌های رقابتی مدارس و دانش‌آموزان در یک جامعه دیجیتال ظهور و بروز یافته‌اند (Pangrazio et al., 2020). یافته‌های مطالعه (Murugiah et al., 2023)، بر نقش حیاتی مدارس، معلمان و مشارکت فعال والدین جهت افزایش سواد مالی تاکید دارد. سواد مالی دانش نحوه عملکرد پول در جهان است که ارزش‌های مثبتی مانند پس‌انداز کردن قبل از خرج کردن، اهمیت کار سخت و صادقانه، خرج کردن عاقلانه با تشخیص نیازها و خواسته‌ها، و بازپرداخت به جامعه را القا می‌کند. یادگیری تصمیمات مالی محتاطانه برای همه به‌ویژه جوانان ضروری است.

اهمیت آموزش مالی برای دانش‌آموزان از طریق تلاش‌های سازمان‌های بین‌المللی مانند (OECD, 2005) که توصیه کرده «آموزش مالی باید از مدرسه شروع شود» مشخص شده است. از این رو، دانش‌آموزان باید هرچه زودتر در مورد مسائل مالی آموزش ببینند. برای ارائه هرچه بهتر این آموزش‌ها، ابتدا باید گرایش‌های دانش‌آموزان و عوامل مؤثر بر آن مشخص شود تا با توجه به آنها برنامه‌ریزی‌های دقیق صورت گیرد (Beranová et al., 2020). با بررسی پیشینه موجود می‌توان به این نتیجه دست یافت که پژوهش‌های صورت گرفته محدود به بازار سرمایه و تصمیمات سرمایه‌گذاران پس از ورود به این بازارهاست. همچنین در حوزه کسب و کارهای نوپدید با توجه به بررسی عمیق توسط محققین پژوهشی که به مصادیق این کسب و کارها، علل ایجاد و پیامدهای آن پرداخته باشد، یافت نشد.

با توجه به روند روزافزون گرایش دانش‌آموزان به کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه و خلأ پژوهشی در این خصوص، ابعاد مختلف آن به ویژه در ایران مکتوم مانده است. از این رو پژوهشگران در این پژوهش برآنند تا مشخص کنند وضعیت موجود گرایش دانش‌آموزان

به کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه چگونه است؟ و همچنین چه عواملی موجب گرایش دانش‌آموزان به کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه می‌شود؟ از این رهگذر پژوهش حاضر با توجه به نظرات کارشناسان در بخش کیفی و همچنین تحقیق کمی صورت گرفته در ادامه، به شناسایی عوامل مؤثر بر گرایش دانش‌آموزان به کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه می‌پردازد.

روش

با توجه به آنکه تحقیقات مشابه در داخل کشور در بررسی پیشینه مشاهده نشد و در سطح بین‌المللی نیز در جستجوی وسیعی که در این باره انجام شد مقالات مرتبط با بازار سرمایه یافت شد که بیشتر آنها در ارتباط با علل گرایش به رفتارهای سرمایه‌گذاری خاصی پس از ورود به این بازارها بود، همچنین پژوهشگران در بررسی پیشینه، پژوهشی پیرامون کسب و کارهای نوپدید نیافتند، لذا جنبه‌های زیادی از پژوهش، پوشیده است و از این رو پژوهش کاربردی حاضر با رویکردی آمیخته، از نوع اکتشافی متوالی (کیفی-کمی)، مبتنی بر فلسفه پراگماتیسم به شناسایی عوامل مؤثر بر گرایش دانش‌آموزان به کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه پرداخت.

در بخش کیفی، نمونه‌ها به‌طور هدفمند با تکنیک گلوله برفی از بین مطلعان کلیدی و صاحب‌نظران حوزه کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه و نیز متخصصان علوم تربیتی که به شکل عملی و یا نظری با موضوع تحقیق ارتباط داشتند و یا در حوزه کسب و کار و بازار سرمایه مقاله یا فعالیت مرتبط داشتند، انتخاب شدند و نمونه‌گیری تا رسیدن به اشباع داده‌ها ادامه یافت. خصوصیات مشارکت‌کنندگان در جدول ۱ ارائه شده است.

جامعه آماری در بخش کمی، کلیه دانش‌آموزان دختر و پسر شاغل به تحصیل در دوره متوسطه دوم شهر زنجان در سال تحصیلی ۱۴۰۳-۱۴۰۲ به تعداد ۱۸۳۵۸ بودند (جدول ۲). حجم نمونه اکتشاف برای انجام تحلیل عاملی اکتشافی مطابق نظر Kline (2016) باید بین ۲۰۰ تا ۵۰۰ نفر باشد و همچنین با توجه به حجم جامعه و بر اساس فرمول کوکران ۳۷۶ نفر از دانش‌آموزان به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای نسبتی انتخاب شدند.

جدول ۱. مشخصات مشارکت‌کنندگان در بخش کیفی

Table 1. Characteristics of participants in the qualitative section

ردیف Row	رشته Field	تحصیلات Education	وابستگی سازمانی Affiliation	جنسیت Gender
۱	مدیریت بازرگانی	دکتری	استادیار، دانشگاه علامه طباطبائی	مرد
۲	مدیریت بازرگانی	دکتری	دانشیار، دانشگاه زنجان	مرد
۳	مدیریت کسب و کار	دکتری	استادیار، دانشگاه خوارزمی	مرد
۴	اقتصاد	دکتری	استادیار، دانشگاه زنجان	زن
۵	علوم اقتصادی	دکتری	دانشیار، دانشگاه محقق اردبیلی	مرد
۶	علوم تربیتی	دکتری	استادیار، دانشگاه فرهنگیان	زن
۷	علوم تربیتی	دکتری	دانشیار، دانشگاه فرهنگیان	مرد
۸	مدیریت آموزشی	دکتری	دانشیار، دانشگاه شهید بهشتی	مرد
۹	جامعه‌شناسی	دکتری	دانشیار، دانشگاه خوارزمی	زن
۱۰	روانشناسی تربیتی	دکتری	استادیار، دانشگاه فرهنگیان	زن
۱۱	مدیریت بازرگانی	دانشجوی دکتری	دانشجوی دکتری، دانشگاه اصفهان	مرد
۱۲	مدیریت بازرگانی	دانشجوی دکتری	دانشجوی دکتری، دانشگاه شهید بهشتی	مرد
۱۳	جامعه‌شناسی	دانشجوی دکتری	دانشجوی دکتری، دانشگاه تبریز	مرد
۱۴	جامعه‌شناسی	دانشجوی دکتری	دانشجوی دکتری، دانشگاه تبریز	زن
۱۵	جامعه‌شناسی	دانشجوی دکتری	دانشجوی دکتری، دانشگاه شیراز	مرد
۱۶	مدیریت آموزشی	دانشجوی دکتری	دانشجوی دکتری، دانشگاه شهید بهشتی	زن
۱۷	جامعه‌شناسی	دکتری	دکتری، دانشگاه خوارزمی	مرد
۱۸	مدیریت کسب و کار	کارشناسی ارشد	کارشناسی ارشد، دانشگاه تبریز	مرد
۱۹	مدیریت بازرگانی	کارشناسی ارشد	کارشناسی ارشد، دانشگاه زنجان	زن
۲۰	مدیریت مالی	کارشناسی	کارشناسی، دانشگاه شهید بهشتی	مرد
۲۱	علوم تجربی	دانش آموز	دانش آموز فعال در بازار سرمایه	پسر
۲۲	ریاضی-فیزیک	دانش آموز	دانش آموز فعال در بازار سرمایه	پسر
۲۳	علوم انسانی	دانش آموز	دانش آموز فعال در بازار سرمایه	پسر
۲۴	تصویر سازی دیجیتال (کار و دانش)	دانش آموز	دانش آموز فعال در کسب و کارهای نوپدید	پسر
۲۵	طراحی و دوخت (هترستان)	دانش آموز	دانش آموز فعال در کسب و کارهای نوپدید	دختر
۲۶	ریاضی-فیزیک	دانش آموز	دانش آموز فعال در کسب و کارهای نوپدید	دختر
۲۷	علوم انسانی	دانش آموز	دانش آموز فعال در بازار سرمایه	دختر

جدول ۲. جامعه آماری بخش کمی به تفکیک طبقات

Table 2. Quantitative statistical population by classes

محل بررسی	دختر		پسر		کل	
	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
یک	3517	49	3631	51	7148	39
دو	5442	49	5768	51	11210	61
شهر زنجان	8959	49	9400	51	18358	100

از مجموع ۳۷۶ نفر دانش‌آموزانی که در بخش کمی این مطالعه مشارکت نمودند، ۱۴۷ نفر (۳۹/۱٪) از آنان در مدارس متوسطه دوم ناحیه ۱، و ۲۲۹ نفر دیگر (۶۰/۹٪) نیز در مدارس ناحیه ۲ زنجان تحصیل می‌کردند. ۱۸۴ نفر (۴۸/۹٪) از شرکت‌کنندگان دختر و ۱۹۲ نفر (۵۱/۱٪) پسر بودند. ۹۱ نفر (۲۴/۲٪)، ۱۶ نفر (۳۵/۹٪) و ۱۷ نفر (۴/۵٪) در علوم تجربی، ۱۰۳ نفر (۲۷/۴٪) در ریاضی-فیزیک، ۷۶ نفر (۲۰/۲٪) علوم انسانی، ۳۲ نفر (۸/۵٪) در یکی از رشته‌های مدارس فنی و حرفه‌ای، و ۱۵ نفر (۴/۰٪) نیز در یکی از رشته‌های مدارس کار و دانش شاغل به تحصیل بودند.

از نظر گردآوری داده‌ها، بخش کیفی مبتنی بر راهبرد نظریه داده‌بنیاد است. این روش به‌طور ویژه برای کسب شناخت پیرامون موضوعاتی که قبلاً در مورد آنها پژوهش جامع و عمده‌ای نشده است و دانش ما در آن زمینه محدود است، به‌کار می‌رود (Khanifar & Muslimi, 2017). در ابتدا از طریق فیش‌برداری مطالعات کتابخانه‌ای، تعاریف، تحلیل‌ها، مفاهیم و مبانی نظری استخراج شدند. سپس با استفاده از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته به بررسی دیدگاه‌های متخصصان امر در زمینه تبیین علل گرایش دانش‌آموزان به کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه پرداخته شد. مصاحبه‌ها با توجه به اصول رهیافت نظام‌مند اشتراوس و کوربین شامل نمونه‌گیری نظری، مقایسه ثابت، کدگذاری باز، محوری و انتخابی، یادآوری و اشباع نظری انجام و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. ابتدا مصاحبه‌های ضبط‌شده پیاده‌سازی شد. تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها با استفاده از روش نظریه داده‌بنیاد در ابتدا به‌صورت پاراگراف و در نهایت کل متن مورد بررسی و مقوله‌بندی

قرار گرفت. سپس براساس شباهت‌ها، ارتباطات مفهومی و ویژگی‌های مشترک بین کدهای باز، مفاهیم و مقوله‌های مرتبط مورد بررسی قرار گرفتند.

روایی بخش کیفی بنا بر نظر (Creswell, 2013, 250-253)، با استفاده از مثلث‌سازی^۱ و کنترل بیرونی پژوهش از طریق داوری یا گزارش شخص ثالث مورد تأیید قرار گرفت. پایایی نیز از طریق یادداشت‌برداری دقیق حین مصاحبه‌ها، ضبط صوت مصاحبه‌ها، کدگذاری ناشناس به کمک کدگذاری سه نفر خارج از پژوهش و وجود توافق نسبی بین کدگذاران (Creswell, 2013, 253-255) تأیید شد.

پس از تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش کیفی، کدهای اولیه استخراج شده، هسته سؤالات پرسشنامه را تشکیل دادند. پرسشنامه مذکور مشتمل بر شاخص‌های فردی، اقتصادی، جمعیت‌شناختی، اجتماعی، فنی-تکنولوژیک و خانوادگی بود (جدول ۵).

به دلیل وجود همبستگی سؤالات هر یک از شش دسته اکتشاف شده، متن سؤالات بار دیگر توسط محققین به دقت بررسی و با مشورت گرفتن از خبرگان، نامی مناسب برای متغیرها گذاشته شد و بدین ترتیب متغیرها اکتشاف شدند که در جدول ۳ قابل مشاهده است.

بر اساس نظر (Bryant, 2017)، در پژوهش آمیخته مبتنی بر فلسفه پراگماتیسم باید از رویکرد کمی بصورت همگرا و هم‌افزا استفاده شود. یعنی محقق به جهت انتقادات وارده به مدل سنتی پارادایمیک (Corbin and Strauss, 2008)، کدهای اولیه را بر اساس نظر (1979) Churchill، به هسته سؤالات پرسشنامه با طیف لیکرت ۵ درجه‌ای تبدیل نمود و سپس این پرسشنامه محقق ساخته برآمده از رویکرد کیفی را در نمونه اکتشاف بخش کمی توزیع کرد تا بتواند متغیرها را در این قالب اکتشاف نموده و پرسشنامه محقق ساخته را مورد اعتبارسنجی و پایایی‌سنجی قرار دهد (Moradi & Miralmasi, 2020). از این رو، پرسشنامه از نظر روایی و پایایی مورد بررسی قرار گرفت و سپس با استفاده از ورژن ۲۷ نرم‌افزار SPSS، و بهره‌گیری از تحلیل عاملی اکتشافی متغیرها با استفاده از داده‌های بخش کیفی، ایجاد و نام‌گذاری گردید. در نهایت با استفاده از تحلیل مسیر، مدل اکتشافی از پژوهش استخراج شد.

1 Triangulation

جدول ۳. اکتشاف متغیرها بر اساس نام‌گذاری بر نتیجه تحلیل عاملی اکتشافی
 Table 3. Discovery of variables based on the naming of the result of exploratory factor analysis

دسته یا متغیرها اکتشاف شده	سؤالات برآمده از کدهای اولیه
عوامل فردی	اهداف و ارزش‌های مالی ریسک‌پذیری نگرش (طرز تلقی) بهره‌هوشی ویژگی‌های شخصیتی دانش‌آموزان از قبیل استقلال‌طلبی، نوآوری و خودکارآمدی
عوامل اقتصادی	مزیت ادراک شده از سرمایه‌گذاری میزان سرمایه دانش‌آموز نیاز مالی و تمایل به ازدیاد مال دانش‌آموز وضعیت اقتصادی جامعه و تغییر ساختار اقتصادی آن امکان مبادله سریع پول و منابع در کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه
عوامل جمعیت‌شناختی	جنسیت سن محل سکونت رشته تحصیلی
عوامل اجتماعی	سواد مالی عموم جامعه پذیرش سیستم‌ها و تکنولوژی‌های جدید میزان سرمایه اجتماعی و اعتماد عمومی به دولت سنت‌ها، هنجارها و تجارب مشترک فرهنگی
عوامل فنی-تکنولوژیک	سهولت استفاده از سکوها‌ی کسب و کارهای نوپدید جذابیت سکوها‌ی کسب و کارهای نوپدید دسترس‌پذیری سکوها‌ی کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه
عوامل خانوادگی	رشته تحصیلی و سطح تحصیلات اعضای خانواده آگاهی (دانش) مالی خانواده جایگاه کسب و کار (موروثی، آزاد و...) در خانواده دانش‌آموز

روایی صوری پرسشنامه مذکور ابتدا توسط محققین مورد بررسی قرار گرفت و اصلاحات لازم انجام شد. روایی محتوایی پرسشنامه نیز در قالب فرم CVR توسط اعضای گروه پانل متخصصان تایید شد. ۳۰ متخصص که مایل به همکاری در این مطالعه بودند، فرم CVR را تکمیل کردند. اعضای گروه پانل تعیین روایی محتوایی شامل چهار متخصص مدیریت کسب و کار با مدرک کارشناسی ارشد، پنج متخصص مدیریت بازرگانی با مدرک دکتری تخصصی، دو

متخصص اقتصاد با مدرک دکتری تخصصی، شش متخصص جامعه‌شناسی با مدرک دکتری تخصصی، پنج متخصص علوم تربیتی با مدرک دکتری تخصصی، پنج متخصص مدیریت آموزشی با مدرک دکتری تخصصی و سه متخصص روانشناسی تربیتی با مدرک دکتری تخصصی که به مباحث کسب و کار، بازار سرمایه و علوم تربیتی اشراف بیشتری داشتند، بود. برای هر یک از سؤالات پرسشنامه، نسبت روایی محتوایی محاسبه شد. مقدار CVR برای ۲۵ سؤال مساوی یا بیشتر از ۰/۳۳ برآورد گردید که با توجه به تعداد اعضای پانل متخصصان (۳۰ نفر) قابل قبول بوده و مورد تایید قرار گرفت. پرسشنامه پس از بررسی روایی صوری و روایی محتوا در بین نمونه اکتشاف توزیع شد.

برای سنجش پایایی ابزار بر اساس ردیف‌ها (افراد پاسخ‌دهنده) از ضریب گاتمن استفاده شد. در این ضریب افراد یعنی کیس‌ها بر اساس مشابهت پاسخ‌هایشان دسته بندی شده و سپس برای هر دسته ضریب لاندا محاسبه می‌شود. کوچکترین لاندا باید از نقطه برش ۰/۶ بزرگتر باشد تا پایایی تایید شود (Moradi et al., 2022). مطابق با جدول ۴ ضریب لاندا برای تمام دسته‌ها بالاتر از ۰/۶ است، بنابراین محققین ابزاری تهیه کرده‌اند که دارای پایایی و تعمیم‌پذیری نتایج است.

جدول ۴. آزمون پایایی گاتمن Table 4. Guttman's Test

Reliability Statistics	
1	.805
2	.860
3	.838
4	.637
5	.833
6	.911
N of Items	25

آزمون کفایت حجم نمونه و کرویت^۱ جهت بررسی کافی بودن حجم نمونه و کرویت یا تقارن بین سؤالات انجام شد که مقدار آن مطابق با جدول ۵ برابر ۰/۸۳۶ است که مقدار آن بزرگتر از ۰/۷ است که به معنای کفایت حجم نمونه برای تحلیل عاملی است (Kline, 2016). مقدار بارتلت نیز تفسیر پذیر نمی‌باشد بلکه تنها باید از نظر آماری معنی‌دار باشد که سطح

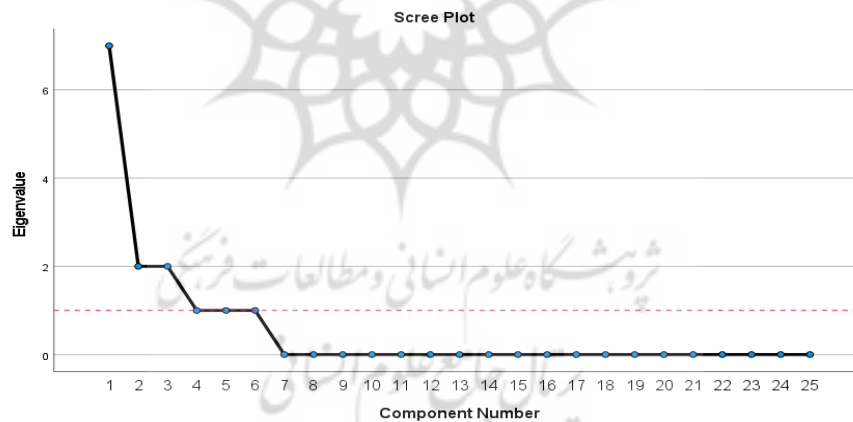
1- KMO and Bartlett's Test

معنی‌داری آن نیز برابر ۰/۰۰۰ است، بنابراین در سطح احتمال ۹۹ درصد کرویت روابط بین سؤالات در جامعه تایید می‌شود و تحلیل عاملی امکان‌پذیر است (Wagner, 2020).

جدول ۵. آزمون کفایت حجم نمونه و کرویت Table 5. KMO and Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.836
	Approx. Chi-Square	6070.779
Bartlett's Test of Sphericity	df	300
	Sig.	.000

بر اساس شروط Kline (2016) سه شرط روایی همگرا و واگرا بررسی شد و روایی همگرا و واگرا ۲۴ سؤال از ۲۵ سؤال پرسشنامه تایید شد. سپس تحلیل عاملی اکتشافی توسط نرم‌افزار SPSS انجام گرفت. بر اساس نمودار سنگ‌ریزه سؤالات پرسشنامه در شش دسته یا متغیر طبقه‌بندی شدند که در شکل ۱ قابل مشاهده است.



شکل ۱. نمودار سنگ‌ریزه برای تشخیص تعداد دسته‌های ایجاد شده

Figure 1. Scree Plot

یافته‌ها

بر اساس تجزیه و تحلیل داده‌های به‌دست‌آمده از طریق مصاحبه‌ها در بخش کیفی، چهار عامل فردی (در سه بُعد جمعیت‌شناختی، سبک زندگی، و روانشناختی)، محیطی (در دو بُعد

خانوادگی و اجتماعی)، اقتصادی (در دو بُعد فردی و فرافردی) و فنی و تکنولوژیک، از جمله عوامل مؤثر بر گرایش دانش‌آموزان به کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه شناخته شدند که در جدول ۶ نشان داده شده است.

جدول ۶. مهم‌ترین عوامل علی و اثرگذار بر گرایش دانش‌آموزان به کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه
Table 6. The most important causal and influencing factors on the tendency of students towards new businesses and the capital market

کد انتخابی	کد محوری	مقولات فرعی	کد باز (زیرمقولات)
		جنسیت	
		سن	
		جمعیت‌شناختی	
		محل سکونت	
		رشته تحصیلی	
		ریسک‌پذیری	
	عوامل فردی	سبک زندگی	اهداف و ارزش‌های مالی
		نگرش (طرز تلقی)	
		بهره‌هوشی	
		روانشناختی	ویژگی‌های شخصیتی دانش‌آموزان از قبیل استقلال‌طلبی، نوآوری و خودکارآمدی
			ادراک‌گزینشی
		سواد مالی عموم جامعه	
		پذیرش سیستم‌ها و تکنولوژی‌های جدید	
		میزان سرمایه اجتماعی و اعتماد عمومی به دولت	
	عوامل محیطی	سنت‌ها، هنجارها و تجارب مشترک فرهنگی	
		رشته تحصیلی و سطح تحصیلات اعضای خانواده	
		محیط خانواده	آگاهی (دانش) مالی خانواده
		جایگاه کسب و کار (موزوثی، آزاد و...) در خانواده دانش‌آموز	
		مزیت ادراک شده از سرمایه‌گذاری	
		میزان سرمایه دانش‌آموز	
	عوامل اقتصادی	فردی	نیاز مالی و تمایل به ازدیاد مال دانش‌آموز
		وضعیت اقتصادی جامعه و تغییر ساختار اقتصادی آن	
		فرافردی	امکان مبادله سریع پول و منابع در کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه
		دسترس‌پذیری سکوها کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه	
	عوامل فنی-تکنولوژیک	جذابیت سکوها کسب و کارهای نوپدید	
		سهولت استفاده از سکوها کسب و کارهای نوپدید	

جدول ۶ بیانگر آن است که عوامل مؤثر بر گرایش دانش‌آموزان به کسب و کارهای نوپدید

و بازار سرمایه در **سطح فردی** از سه مقوله اصلی و ۱۰ زیرمقوله تشکیل شده است. **بعد جمعیت‌شناختی** شامل چهار زیرمقوله جنسیت، سن، محل سکونت و رشته تحصیلی است. در **بعد سبک زندگی** زیرمقولات مشتمل بر ریسک‌پذیری و اهداف و ارزش‌های مالی می‌باشد. **بعد روانشناختی** دارای چهار زیرمقوله نگرش (طرز تلقی)، بهره‌هوشی، ویژگی‌های شخصیتی دانش‌آموزان از قبیل استقلال‌طلبی، نوآوری و خودکارآمدی و ادراک گزینشی است. عوامل مؤثر بر گرایش دانش‌آموزان به کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه در **سطح محیطی** از دو مقوله اصلی و هفت زیرمقوله تشکیل شده است. سواد مالی عموم جامعه، پذیرش سیستم‌ها و تکنولوژی‌های جدید، میزان سرمایه اجتماعی و اعتماد عمومی به دولت و سنت‌ها، هنجارها و تجارب مشترک فرهنگی چهار زیرمقوله **بعد محیط اجتماعی** را تشکیل می‌دهند. **بعد محیط خانواده** نیز از سه زیرمقوله رشته تحصیلی و سطح تحصیلات اعضای خانواده، آگاهی (دانش) مالی خانواده و جایگاه کسب و کار (موروثی، آزاد و...) در خانواده دانش‌آموز تشکیل شده است. **سطح اقتصادی** در دو **بعد فردی** و فرافردی با در بر گرفتن پنج زیرمقوله از دیگر عوامل مؤثر بر گرایش دانش‌آموزان به کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه می‌باشد. زیرمقولات **بعد فردی** مزیت ادراک شده از سرمایه‌گذاری، میزان سرمایه دانش‌آموز و نیاز مالی و تمایل به ازدیاد مال دانش‌آموز است. **بعد فرافردی** نیز دارای دو زیرمقوله وضعیت اقتصادی جامعه و تغییر ساختار اقتصادی آن و امکان مبادله سریع پول و منابع در کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه می‌باشد. عوامل فنی و تکنولوژیک نیز دارای سه زیرمقوله است که مشتمل بر دسترس‌پذیری سکوها کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه، جذابیت سکوها کسب و کارهای نوپدید و سهولت استفاده از سکوها کسب و کارهای نوپدید می‌باشد.

پس از تجزیه و تحلیل یافته‌ها در بخش کیفی و تدوین پرسشنامه، محقق در بخش کمی از نمونه معرف جامعه اقدام به جمع‌آوری داده‌ها نمود. سپس داده‌ها وارد نرم‌افزار گردید و پیش‌پردازش‌های لازم انجام شد، در نهایت ۳۷۶ داده قابل تحلیل وارد تجزیه و تحلیل در بخش کمی شدند.

برای بررسی وضعیت موجود گرایش و پاسخ به سؤال اول پژوهش از آزمون تی تک‌نمونه‌ای استفاده شد. فرض صفر بیانگر این است که مؤلفه‌های زیر در گرایش دانش‌آموزان

تأثیرگذار نیستند و فرض مقابل بیانگر این است که مؤلفه‌ها در گرایش دانش‌آموزان تأثیرگذار هستند. جدول ۷ خروجی این آزمون است.

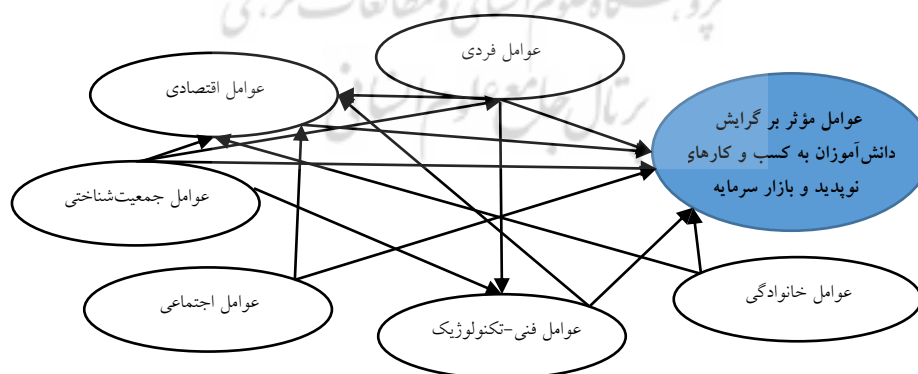
جدول ۷. آزمون تی تک‌نمونه‌ای Table 7. One-sample t-test

مؤلفه‌ها Components	میانگین Average	انحراف استاندارد Standard deviation	اماره تی t	میزان معنی‌داری Significance Level
جنسیت	3.58	0.920	12.275	0.000
سن	3.64	1.048	11.831	0.000
محل سکونت	3.74	0.997	14.325	0.000
رشته تحصیلی	3.14	0.961	2.738	0.006
اهداف و ارزش‌های مالی	3.54	0.789	13.202	0.000
ریسک‌پذیری	3.64	0.774	15.986	0.000
نگرش (طرز تلقی)	3.57	0.810	13.756	0.000
بهره‌هوشی	3.72	1.080	12.991	0.000
ویژگی‌های شخصیتی دانش‌آموزان از قبیل استقلال‌طلبی، نوآوری و خودکارآمدی	3.98	0.899	21.175	0.000
سواد مالی عموم جامعه	2.34	1.085	11.879	0.000
پذیرش سیستم‌ها و تکنولوژی‌های جدید	1.83	0.841	26.988	0.000
میزان سرمایه اجتماعی و اعتماد عمومی به دولت	1.66	0.818	31.849	0.000
سنت‌ها، هنجارها و تجارب مشترک فرهنگی	1.83	0.803	28.325	0.000
رشته تحصیلی و سطح تحصیلات اعضای خانواده	4.10	1.135	18.859	0.000
آگاهی (دانش) مالی خانواده	3.82	1.058	15.014	0.000
جایگاه کسب و کار (موروثی، آزاد و ...) در خانواده دانش‌آموز	3.47	1.068	8.595	0.000
مزیت ادراک شده از سرمایه‌گذاری	3.61	0.976	12.095	0.000
میزان سرمایه دانش‌آموز	3.68	0.996	13.202	0.000
نیاز مالی و تمایل به ازدیاد مال دانش‌آموز	3.14	0.945	2.838	0.005
وضعیت اقتصادی جامعه و تغییر ساختار اقتصادی آن	2.70	1.172	-5.015	0.000
امکان مبادله سریع پول و منابع در کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه	3.15	0.954	2.975	0.003
سهولت استفاده از سکوهای کسب و کارهای نوپدید	3.36	1.325	5.254	0.000
جذابیت سکوهای کسب و کارهای نوپدید	3.65	1.282	9.778	0.000
دسترس‌پذیری سکوهای کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه	3.46	1.358	6.608	0.000

در بررسی دیدگاه دانش‌آموزان، میانگین هر مؤلفه محاسبه شده و با میانگین مورد انتظار ۳ مقایسه شد و سطح معنی‌داری بر طبق جدول ذیل برای کلیه مؤلفه‌ها با سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ به دست آمد. این بدین معناست که در هر زیرمؤلفه به جز سواد مالی عموم جامعه، پذیرش سیستم‌ها و تکنولوژی‌های جدید، میزان سرمایه اجتماعی و اعتماد عمومی به دولت، سنت‌ها، هنجارها و تجارب مشترک فرهنگی و وضعیت اقتصادی جامعه و تغییر ساختار اقتصادی آن میانگین بدست آمده، از میانگین مورد انتظار بالاتر است. همچنین تمامی مؤلفه‌ها تفاوت معنی‌داری با ۳ دارد پس تمام مؤلفه‌های شناسایی شده در این پژوهش مؤثراند. چون سطح معنی‌داری برای تمام متغیرها کوچک‌تر از ۰/۰۵ است، در نتیجه فرض صفر رد می‌شود بنابراین می‌توان گفت که مؤلفه‌های فوق در گرایش دانش‌آموزان به کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه مؤثر است.

بر این اساس ۲۴ سنجه برآمده از پژوهش کیفی در شش دسته طبقه‌بندی شد. برای دستیابی به ساختاری نظام‌مند (Sarstedt & Mooi, 2019) از چرخش واریماکس استفاده شد و ماتریس سؤالات و عامل‌ها بعد از چرخش واریماکس و همچنین مقادیر آلفای کرونباخ متغیرهای مورد بررسی در جدول ۸ قابل مشاهده است. مقادیر تمامی بارهای عاملی بیش از ۰/۷ است که نشانگر قابلیت اطمینان آیت‌ها می‌باشد. همچنین مقادیر آلفای کرونباخ برای هر یک از شاخص‌ها بالاتر از ۰/۷ بوده که نشان از سازگاری درونی پرسشنامه دارد.

پس از نام‌گذاری متغیرها و مشخص نمودن سؤالات هر متغیر برای رسیدن به مدل نهایی (شکل ۲)، سؤالات هر متغیر ترکیب شده و تحلیل مسیر انجام شد.



شکل ۲. مدل اکتشافی طی انجام پژوهش آمیخته

Figure 2. exploratory model during mixed research

جدول ۸. ماتریس سؤالات و عامل‌ها بعد از چرخش واریماکس

Table 8. Rotated Component Matrix

متغیرهای مورد بررسی Variables Under Study	ابعاد Dimensions	بار عاملی Factor Load	آلفای کرونباخ Cronbach's Alpha
عوامل فردی	اهداف و ارزش‌های مالی	0.808	0.875
	ریسک‌پذیری	0.849	
	بهره‌هوشی	0.793	
	نگرش	0.631	
	ویژگی‌های شخصیتی دانش‌آموزان از قبیل استقلال‌طلبی، نوآوری و خودکارآمدی □	0.796	
عوامل اقتصادی	مزیت ادراک شده از سرمایه‌گذاری	0.779	0.847
	میزان سرمایه دانش‌آموز	0.726	
	نیاز مالی و تمایل به ازدیاد مال دانش‌آموز	0.848	
	وضعیت اقتصادی جامعه و تغییر ساختار اقتصادی آن	0.521	
	امکان مبادله سریع پول و منابع در کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه	0.854	
عوامل جمعیت‌شناختی	جنسیت	0.812	0.851
	سن	0.854	
	محل سکونت	0.780	
	رشته تحصیلی	0.681	
عوامل اجتماعی	سواد مالی عموم جامعه	0.640	0.776
	پذیرش سیستم‌ها و تکنولوژی‌های جدید	0.838	
	میزان سرمایه اجتماعی و اعتماد عمومی به دولت	0.858	
	سنت‌ها، هنجارها و تجارب مشترک فرهنگی □	0.713	
عوامل فنی - تکنولوژیک	سهولت استفاده از سکوهای کسب و کارهای نوپدید	0.781	0.761
	جذابیت سکوهای کسب و کارهای نوپدید	0.779	
	دسترس‌پذیری سکوهای کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه	0.722	
عوامل خانوادگی	رشته تحصیلی و سطح تحصیلات اعضای خانواده	0.809	0.758
	آگاهی (دانش) مالی خانواده	0.810	
	جایگاه کسب و کار (موروثی، آزاد و...) در خانواده دانش‌آموز	0.750	

مدل‌های اکتشافی بایستی در یک نمونه جدید (نمونه تایید) توسط نرم‌افزار توسعه مدل اسمارت پی‌ال‌اس^۱ آزمون شود و بیش از ۲۲ آزمون مختلف را برای کیفیت‌سنجی و اعتبار مدل بگذارند. اکنون پژوهش آمیخته با مدل استخراج شده به پایان رسیده است (Avkiran & Ringle, 2018).

بررسی شاخص‌هایی جهت تفسیر برازش سازه پیشنهاد می‌شود (Hu & Bentler, 1999). در جدول ۹ شاخص‌های برازش تحلیل عاملی مرتبه دوم سازه الگوی عوامل مؤثر بر گرایش دانش‌آموزان به کسب و کارهای نوپدید ارائه شده است. با توجه به معنی‌دار بودن تمام شاخص‌های برازش، برازش مدل ارائه‌شده‌ی عوامل مؤثر بر گرایش دانش‌آموزان به کسب و کارهای نوپدید بسیار مطلوب است و می‌توان به داده‌ها و خروجی تحلیل آماری اطمینان داشت.

جدول ۹. شاخص‌های برازش تحلیل عاملی تأییدی

Table 9. Fit indices of the confirmatory factor analysis test

شاخص‌ها Indices	نماد Symbol	تطابق معقول Acceptable surface	برآورد Confirmatory factor analysis
نسبت مجذور خی به درجه آزادی	CMIN/DF	<5	2.589
شاخص ریشه دوم میانگین مربعات باقیمانده	RMSEA	>0.05	0.041
شاخص نکویی برازش	GFI	≥ 0.90	1.000
شاخص تعدیل‌شده نکویی برازش	AGFI	≥ 0.90	1.000
شاخص برازش تطبیقی	CFI	≥ 0.90	1.000
شاخص برازش هنجار شده بنتلر بونت	NFI	≥ 0.90	1.000
شاخص برازش توکر-لویس	TLI	≥ 0.90	0.928
شاخص برازش افزایشی	IFI	≥ 0.90	0.962
شاخص برازش نسبی	RFI	≥ 0.90	1.000
شاخص نسبت اقتصاد	PRATIO	>0.50	0.968
شاخص برازش هنجار شده مقتصد	PNFI	>0.50	0.524
شاخص برازش تطبیقی مقتصد	PCFI	>0.50	0.512

بحث و نتیجه‌گیری

در حال حاضر، گرایش دانش‌آموزان به کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه به‌عنوان

¹ Smart PLS

یک مسیر شغلی جذاب و غنی از فرصت، اهمیت بسیاری در جوامع دارد. اما عوامل مؤثر بر گرایش دانش آموزان به این حوزه‌ها باید به دقت شناسایی شوند تا بتوان اقدامات و سیاست‌های مناسبی برای ترویج این مسیرها اتخاذ کرد. از این رو هدف مطالعه حاضر شناسایی عوامل مؤثر بر گرایش دانش آموزان به کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه بود تا با روشن ساختن علل این گرایش مبنایی برای تصمیم‌گیری صحیح در این خصوص و انجام برنامه‌ریزی‌های لازم در این زمینه باشد.

اهداف و ارزش‌های مالی، ریسک‌پذیری، نگرش (طرز تلقی)، بهره‌هوشی و ویژگی‌های شخصیتی دانش آموزان از قبیل استقلال‌طلبی، نوآوری و خودکارآمدی از عوامل فردی مؤثر بر گرایش دانش آموزان به کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه هستند. Keller & Siegrist (۲۰۰۶) دریافتند، مهم‌ترین عامل مؤثر در تصمیم‌گیری افراد، برای سرمایه‌گذاری در بازار سرمایه، ریسک‌پذیری بالا است. (Owusu et al. (2021 نیز ریسک‌پذیری را به‌عنوان عوامل مؤثر بر گرایش دانشجویان، به سرمایه‌گذاری در بازار سرمایه را شناسایی کرده‌اند. مطالعه Adinda et al. (2023 اثر غیرمستقیم نگرش را بر تعیین رفتار مالی افراد تایید کردند. همچنین پژوهش Berthalia et al. (2023 تأثیر مثبت و معنی‌دار نگرش بر گرایش دانشجویان به سرمایه‌گذاری را نشان داد. اثر نگرش و بهره‌هوشی به‌عنوان عوامل مرتبط با گرایش به بازار سرمایه در پژوهش Cheng et al. (2018 نیز تایید شد.

مزیت ادراک شده از سرمایه‌گذاری، میزان سرمایه دانش‌آموز، نیاز مالی و تمایل به ازدیاد مال دانش‌آموز، وضعیت اقتصادی جامعه و تغییر ساختار اقتصادی آن و امکان مبادله سریع پول و منابع در کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه از عوامل اقتصادی شناسایی شده مؤثر بر گرایش دانش آموزان به کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه می‌باشند. مطابق با نتایج این پژوهش، Berthalia et al. (2023 تأثیر مثبت و معنی‌دار حداقل سرمایه بر گرایش دانشجویان به سرمایه‌گذاری را تایید کردند. بر خلاف این پژوهش، Maulidia et al. (2020 نشان دادند میزان سرمایه اثر معنی‌داری بر گرایش به سرمایه‌گذاری دانشجویان حسابداری در بازار سرمایه ندارد. نتایج این پژوهش هم‌راستا با پژوهش Keller & Owusu et al. (2021 و Siegrist (2006 و Mihaly et al. (2018 است که نشان دادند افرادی که به شدت تمایل به ازدیاد مال دارند و پول را چیز خوبی می‌دانند، انگیزه بیشتری برای سرمایه‌گذاری در سهام نیز

دارند. (Alekandrova et al. (2022) نیز تمایل به داشتن رفاه مالی و در واقع نیاز داشتن به پول کافی برای نیل به این هدف (رفاه مالی) از دیگر عوامل اصلی مؤثر بر گرایش جوانان به کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه بر شمرده‌اند. هم‌راستا با این یافته‌ها، Alqaryouti et al. (2020) و Walton & Johnston (2018) نیز مزیت ادراک شده را به‌عنوان عاملی مؤثر در گرایش افراد به این فعالیت‌ها نشان دادند. یافته‌های پژوهش (Mihaly و Owusu et al. (2021) et al. (2018) نیز مشابه این پژوهش نشان می‌دهد افرادی که پول را چیز خوبی می‌دانند، گرایش بیشتری برای سرمایه‌گذاری در بازار سرمایه دارند.

جنسیت، سن، محل سکونت و رشته تحصیلی که از عوامل جمعیت‌شناختی در این پژوهش‌اند که بر گرایش دانش‌آموزان به کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه تأثیرگذارند. نتایج پژوهش (Hsiao & Tsai (2017 نیز همسو با یافته‌های پژوهش حاضر بوده و تأثیرات قابل توجه جنسیت و محل سکونت بر نرخ گرایش افراد بر بازار مشتقه را تایید کرده است.

سواد مالی عموم جامعه، پذیرش سیستم‌ها و تکنولوژی‌های جدید، میزان سرمایه اجتماعی و اعتماد عمومی به دولت و سنت‌ها، هنجارها و تجارب مشترک فرهنگی، عوامل اجتماعی مؤثر بر گرایش دانش‌آموزان به کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه را تشکیل می‌دهند. مطابق با یافته‌های این پژوهش، عموم مطالعاتی که به سنجش سواد مالی پرداخته‌اند نیز ارتباط قوی بین سواد با رفتارهای مالی از جمله رفتارهای سرمایه‌گذاری را شناسایی کرده‌اند (Akhter & Sangmi, 2015; Lusardi et al., 2010; Yoong, 2010). در رابطه با پذیرش سیستم‌ها و تکنولوژی‌های جدید که از جمله مهم‌ترین پارامترها برای نیل به موفقیت در حوزه‌های مختلف خصوصاً درحوزه اقتصادی در جهان کنونی است (Sadeghi et al., 2013) می‌توان پیش‌بینی نمود، در فرهنگ‌ها و رسوم اجتماعی که به تکنولوژی و نوآوری توجه و ارزش قائل هستند، و آنها را با آغوش باز می‌پذیرند دانش‌آموزان بیشتر به کسب و کارهای الکترونیکی و نوین علاقه‌مند می‌شوند؛ آن‌ها به دنبال خلق چیزهای جدید و تحولی هستند و از ورود به بازاری مثل بازار سرمایه برای تحقق این ایده‌ها استقبال می‌کنند. بر همین اساس سنت‌ها، هنجارها و تجارب مشترک فرهنگی می‌تواند عامل مؤثری بر گرایش یا عدم گرایش دانش‌آموزان به کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه باشد.

سهولت استفاده از سکوهای کسب و کارهای نوپدید، جذابیت سکوهای کسب و کارهای

نوپدید، دسترس‌پذیری سکوه‌ای کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه از جمله عوامل فنی-تکنولوژیک تاثیرگذار بر گرایش دانش‌آموزان به کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه هستند. برخی از این عوامل همسو با پژوهش (Gautam & Malik, 2022) می‌باشد.

رشته تحصیلی و سطح تحصیلات اعضای خانواده، آگاهی (دانش) مالی خانواده و جایگاه کسب و کار (موروثی، آزاد و...) در خانواده دانش‌آموز، عوامل خانوادگی مؤثر بر گرایش دانش‌آموزان به کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه را شکل می‌دهند. نتایج پژوهش Cheng et al. (2018) همسو با پژوهش حاضر بوده و نشان داده است آگاهی مالی و سواد مالی خانواده‌ها از عوامل مرتبط با گرایش به بازار سرمایه محسوب می‌شوند. این پژوهشگران همچنین دریافتند خانواده‌هایی که در سکوه‌ای با تکنولوژی بالا و سایر وب‌سایت‌های مرتبط فعال‌اند، به دلیل تعامل بیشتر و بهره‌گیری از یادگیری آنلاین، ممکن است به بازار سرمایه گرایش بیشتری داشته باشند. نتایج پژوهش Christiansen et al (2005) نیز با پژوهش حاضر مطابقت داشته و نشان می‌دهد دانش‌آموزانی که در خانواده‌هایی با سطح تحصیلات بالاتر و نوع تحصیلات مرتبط‌تر با اقتصاد و دارای آگاهی از کسب و کارهای جدید زندگی می‌کنند، گرایش بیشتری به فعالیت در بازار سرمایه داشته باشند.

علی‌رغم شناسایی ادراک‌گزینشی به‌عنوان عاملی مؤثر بر گرایش در بخش کیفی، این عامل در بخش کمی به‌عنوان عاملی مؤثر مورد تایید قرار نگرفت. بدین معنا که ادراک‌گزینشی به معنی انتخاب و تشخیص اطلاعات مهم از بین تمامی اطلاعات موجود (به‌طور خاص در این پژوهش گزینش ایده‌هایی که تاییدکننده باورهای فرد پیرامون کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه است)، از عوامل مؤثر بر گرایش دانش‌آموزان به کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه در این پژوهش نیست.

عوامل فردی، اقتصادی، جمعیت‌شناختی، اجتماعی، فنی-تکنولوژیک و خانوادگی به‌عنوان عوامل مؤثر بر گرایش دانش‌آموزان به کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه در این پژوهش شناسایی شدند. افراد متناسب با ویژگی‌های شخصیتی خود به انجام رفتارهای خاصی گرایش دارند (McCloskey & Johnson, 2021) که گرایش‌های مالی آنان نیز از این قاعده مستثنی نیست. در این میان محیط زندگی فرد، خانواده و اطرافیان نیز رفتارها و گرایش‌های افراد را متأثر می‌سازد. خانواده با تشویق و حمایت از تلاش‌ها و آرزوهای فرزندان خود، می‌تواند نقش

مهمی در انتخاب مسیر شغلی آنها داشته باشد. علاوه بر اینها، نباید از تأثیر رسانه‌ها و فضای مجازی در شکل‌دهی به نگرش‌ها و گرایش‌های دانش‌آموزان غافل شد. بنابراین، برای هدایت دانش‌آموزان در مسیر درست این گرایش، لازم است تمام این عوامل به صورت هماهنگ و هدفمند مورد توجه قرار گیرند. با توجه به این نکات، آموزش و پرورش، مدارس و معلمان باید نقش فعالی در هدایت گرایش دانش‌آموزان به کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه داشته باشند. ارائه اطلاعات صحیح، آموزش مناسب و ایجاد فضای مناسب برای تحقق آرزوهای کسب و کاری دانش‌آموزان، می‌تواند به شکل‌دهی گرایش‌های آنها کمک کند. همچنین، همکاری با خانواده‌ها برای تشویق و حمایت از دانش‌آموزان در راستای تحقق آرزوهای آنان، بسیار حائز اهمیت است. این تلاش‌ها نقش بسیار مؤثری در شکل‌دهی به آینده جامعه و افزایش رضایت شغلی دانش‌آموزان خواهد داشت.

عواملی که به عنوان یافته‌های پژوهش حاضر به عنوان عوامل اصلی گرایش دانش‌آموزان به کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه لحاظ شده‌اند از تنوع و تکرر زیادی برخوردارند و بایستی برنامه‌ریزان اقتصادی، فرهنگی و آموزشی در تعامل با یکدیگر، با تمهید ملزومات مواجهه منطقی با این پدیده بپردازند.

با عنایت به تمرکز این پژوهش بر عوامل مؤثر بر گرایش دانش‌آموزان به کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه، پیشنهاد می‌شود پژوهشگران آتی مدل این پژوهش را در یک نمونه جدید (نمونه تایید) مورد آزمون قرار دهند و کیفیت‌سنجی و اعتبار مدل را آزمون کنند. همچنین پیشنهاد می‌شود پژوهشگران با بررسی راهبردها و پیامدهای این گرایش، اطلاعات بیشتری برای دست اندر کاران امر فراهم آورند. همچنین محققین آتی می‌توانند مطالعه‌ای بر روی نقش راهنمایی‌های تحصیلی و شغلی در تقویت گرایش دانش‌آموزان به کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه ترتیب دهند. انجام مطالعه مقایسه‌ای بین کشورها در زمینه گرایش دانش‌آموزان به کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه به منظور استخراج الگوها و راهکارهای مؤثر برای هدایت این گرایش و همچنین بررسی اثرات اجتماعی و اقتصادی گرایش دانش‌آموزان به کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه بر جامعه و اقتصاد کشور نیز می‌تواند مفید باشد. برگزاری کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی برای دانش‌آموزان با هدف افزایش دانش و آگاهی‌شان در حوزه کسب و کار و بازار سرمایه، استفاده از راهبردهای تبلیغاتی و بازاریابی در

جذب دانش‌آموزان به کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه، ارائه آموزش‌های تخصصی و حرفه‌ای در دوران تحصیلی برای بهینه‌سازی کیفیت حضور دانش‌آموزان در کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه، غنی‌سازی تجربیات دانش‌آموزان در حوزه کسب و کار و بازار سرمایه بر گرایش آن‌ها با شناساندن افراد موفق فعال در این حوزه‌ها و ارائه آموزش‌های مورد نیاز به خانواده‌ها برای حمایت صحیح از دانش‌آموزان برای ورود به کسب و کار نوپدید و بازار سرمایه نیز باید در دستور کار برنامه‌ریزان آموزشی و فرهنگی قرار گیرد.

سهم مشارکت نویسندگان: همه نویسندگان در تدوین تمامی مراحل نگارش مقاله به‌صورت برابر مشارکت داشته‌اند.

تضاد منافع: نویسندگان اذعان دارند که در این مقاله هیچگونه تعارض منافی وجود ندارد.

منابع مالی: این مقاله برگرفته از طرح پژوهشی با عنوان «تبیین گرایش دانش‌آموزان به کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه» به شماره ۱۴۰۱/۲/۵۷۰۰۶۵/۲۲۵۴۴ و به تاریخ ۱۴۰۱/۱۲/۲۸ با حمایت اداره کل آموزش و پرورش زنجان می‌باشد.

تشکر و قدردانی: این پژوهش با حمایت مالی اداره کل آموزش و پرورش استان زنجان اجرا شده و پژوهشگران بر خود فرض می‌دانند تا مراتب قدردانی خود را از این ارگان محترم و نیز متخصصین، کارشناسان و دانش‌آموزان شرکت‌کننده در پژوهش اعلام دارند.

References

- Abbasi, G. A., Tiew, L. Y., Tang, J., Goh, Y. N., & Thurasamy, R. (2021). The adoption of cryptocurrency as a disruptive force: deep learning-based dual stage structural equation modelling and artificial neural network analysis. *PLoS One*, 16(3), e0247582. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0247582>
- Abolhasani, Z., Dehghani, M., Javadipour, M., Salehi, K., Mohamad Hasani, N. (2021). Phenomenological exploration of the strengths and weaknesses of work and technology curriculum implementation and strategies to improve its implementation. *Journal of Educational Sciences*, 28(1), 67-88. <https://doi.org/10.22055/edus.2021.35606.3137> [Persian]
- Adinda, C., Salim, U., & Juwita, H. (2023). Why does the level of financial satisfaction high during the covid-19 pandemic?: The role of income, financial knowledge, financial stress, Covid-19 omicron awareness, and financial behavior on the financial satisfaction of master of management students. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147- 4478), 12(4), 202-216. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v12i4.2636>
- Akhter, A., & Sangmi, M. (2015). Stock Market Awareness among the Educated Youth: A Micro-level Study in India. *Vision: The Journal of*

- Business Perspective*, 19(3), 210-218. <https://doi.org/10.1177/0972262915593661>
- Alqaryouti, O., Siyam, N., Alkashri, Z., Shaalan, K. (2020). Cryptocurrency Usage Impact on Perceived Benefits and Users' Behaviour. In: Themistocleous, M., Papadaki, M. (eds) Information Systems. EMCIS 2019. Lecture Notes in Business Information Processing, 381, Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-44322-1_10
- Aminu, A. M. (2020). Capital Market and Economic Growth: Evidence from Nigeria. *Caleb International Journal of Development Studies*, 3(1), 107-116.
- Apenko, S. N., & Lukash, A. V. (2023). Methodological approach to establishing incentives and readiness for labor migration of the digital generation – youth students. *Vestnik Universiteta*, (4), 98–107. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2023-4-98-107>
- Asif, M., Tanveer, M., Zafar, S., Shafique, R., Jhangir, M., & Rizvi, S. (2013). Motivational Factors and Students Entrepreneurial Intention in Pakistan. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 3(4), 263-269.
- Avkiran, N. K., & Ringle, C. M. (2018). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). In *Springer International Publishing AG*. <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/EBR-10-2013-0128%5Cn> <http://www.emeraldinsight.com/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Awaluddin, M., Molina, M., Nurlia, L. U., & Wahyuni, I. (2023). Determining Factors for Young Investors to Invest in the Capital Market. *International Journal of Professional Business Review*, 8(5), e01964. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i5.1964>
- Aleksandrova, O. A., Tyurikov, A. G., Kunizheva, D. A., Markov, D. I., Alikperova, N. V. (2022). Entrepreneurial attitudes as an element of the financial and economic culture of students. *Population*, 25(3), 103-115. DOI: <https://doi.org/10.19181/population.2022.25.3.8> (in Russ.).
- Babazadeh, Y., Fegh-hi Farahmand, N., Pasebani, M., Alavi Matin Y. (2021). A Conceptual Model of Indicators Facilitating the Use of Cryptocurrencies in International Transactions in Sanction Situations. *Journal of International Business Administration*, 4(1), 167-188. <https://doi.org/10.22034/JIBA.2021.43301.1592> [Persian]
- Bagheri, B. (2004). The role of the family in the development of entrepreneurship. *Report Journal*, 157, 12-15. [Persian]
- Bello, U., Zubairu, U., & Ibrahim, U. A. (2022). Impact of Capital Market Performance on Economic Growth in Developing Nations: A Qualitative Approach. *Journal of Service Science and Management*, 15(3), 340-349. <https://doi.org/10.4236/jssm.2022.153020>
- Beranová, M., Šíma, J., & Navrátilová, M. (2020). Financial literacy as knowledge necessary in today's globalized world. *SHS Web of Conferences*, 74, 05007. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20207405007>

- Berthalia, F., Mareta, N., Amanda, L., & Julia. (2023). Analysis of the Influence of Capital Market Level, Mindset, and Minimum Capital on Investment Interest of Bangka Belitung University Students with Investment Risk as Moderating Variable. *International Journal of Multidisciplinary: Applied Business and Education Research*, 4(7), 2243-2254. <https://doi.org/10.11594/ijmaber.04.07.08>
- Botshekan, M. H., Abdeh Tabrizi, H., Dehghan Dehnavi, M. A., & Ghorbani Bavani, M. (2018). Identify reasons for the non-development of venture capital in Iran. *Financial Management Perspective*, 7(20), 133-151. [Persian]
- Bryant, A. (2017). *Grounded Theory and Grounded Theorizing*. In *Grounded Theory and Grounded Theorizing*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199922604.001.0001>
- Cano, J., & Tabares, A. (2017). Determinants of university students' entrepreneurial intention: GUESSS Colombia study. *Espacios*, 38(45), 22-33.
- Cheng, Y., Mutuc, E. B., Tsai, F., Lu, K., & Lin, C. (2018). Social Capital and Stock Market Participation via Technologies: The Role of Households' Risk Attitude and Cognitive Ability. *Sustainability*, 10(6), 1-14. <https://doi.org/10.3390/su10061904>
- Christiansen, C., et al. (2005). Do more economists hold stocks? University of Aarhus, Aarhus School of Business, Department of Business Studies, Finance Research Group Working Papers.
- Churchill, G. A. (1979). A Paradigm for Developing Better Measures of Marketing Constructs. *Journal of Marketing Research*, 16(1), 64-73. <https://doi.org/10.2307/3150876>
- Corbin, J., & Strauss, A. (2008). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory* (3th ed.). Los Angeles: Sage.
- Costanza, R. (2012). Needed: The Solutions Generation. *Solutions: For A Sustainable & Desirable Future*, 3(1), 29-30.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (3rd ed.). London: SAGE.
- Cruz Diana, L. (2017). *Adolescentes y redes sociales en la era digital* (Master's thesis), Department of Education, University of the Balearic Islands.
- Efendi, R., & Trisnawati, R. (2023). Analysis of factors affecting student's interest in investing in the capital market. *Proceeding International Conference on Accounting and Finance*, 1, 19-25. Retrieved from <https://journal.uui.ac.id/inCAF/article/view/27410>
- Fadila, D., Sastrawinata, H., Maulana, R., & Mariskha, Z. (2020). Impact of Learning, Socialization, and Financial Lifestyle of Students' Intention to Invest in Capital Market. *Advances in Social Science, Education and Humanities Researchm*, 431, 224-228. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200407.038>

- Feliciano-Cestero, M. M., Ameen, N., Kotabe, M., Paul, J., & Signoret, M. (2023). Is digital transformation threatened? A systematic literature review of the factors influencing firms' digital transformation and internationalization. *Journal of Business Research*, 157(C), 113546. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113546>
- Firoozjaei, M., Sharifzadeh, H., & Karamkhani, Z. (2023). Identify Components of Cultural Education and Its Relationship with Collective Communication Media (With an Emphasis on Virtual Space). *Journal of Educational Sciences*, 30(2), 213-234. <https://doi.org/10.22055/edus.2023.44332.3481> [Persian]
- Gautam, S., & Malik, P. (2022). Importance of perceived security, perceived privacy and website design of active online investors: an Indian market perspective. *International Journal of Electronic Finance*, 11(1), 30-48. <https://doi.org/10.1504/IJEF.2022.120349>
- Gomber, P., Kauffman, R.J., Parker, C. & Weber, B.W. (2018) On the fintech revolution: interpreting the forces of innovation, disruption, and transformation in financial services. *Journal of Management Information Systems*, 35(1), 220–265. <https://doi.org/10.1080/07421222.2018.1440766>
- Hayes, A. (2023). What Are Capital Markets, and How Do They Work? Retrieved from: <https://www.investopedia.com/terms/c/capitalmarkets.asp>
- Herwiyanti, E., Suwito, G., & Astuti, T. (2023). Investment Decisions in the Capital Market: Perceptions of Christian Students. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 6(7), 3432-3435. <https://doi.org/10.47191/jefms/v6-i7-49>
- Hsiao, Y., & Tsai, W. (2017). Financial Literacy and Participation in the Derivatives Markets. *Journal of Banking & Finance*, 88, 15-29. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2017.11.006>
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria versus New Alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6(1), 1-55. <http://dx.doi.org/10.1080/10705519909540118>
- Karakaya, F. (2002). Barriers to entry in industrial markets. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 17(5), 379-388. <https://doi.org/10.1108/08858620210439059>
- Keller, C., & Siegrist, M. (2006). Investing in stocks: The influence of financial risk attitude and values-related money and stock market attitudes. *Journal of Economic Psychology*, 27(2), 285-303. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2005.07.002>
- Khalili Palandi, F., Kordnaeij, A., Khodadad Hosseini, S. H., & Shirkhodaie, M. (2022). Conceptualizing the Dropshipping of Z Generation from the Perspective of Constructivist Theory. *New Marketing Research Journal*, 11(4), 21-34. <https://doi.org/10.22108/nmrj.2021.128873.2455> [Persian]
- Khanifar, H., & Muslimi, N. (2017). *Fundamentals qualitative research methods, new and practical approach*. Tehran: Danesh. [Persian]

- Kline, R. B. (2016). Principles and practices of structural equation modelling. In *Methodology in the social sciences*.
- Kohnová, L., & Papula, J. (2024). Generation Z- Digital Education and Social Media. *108th International Scientific Conference on Economic and Social Development- "Financial Literacy for Economic and Social Development"* –Aveiro, 21-22 March. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4784477>
- Koskelainen, T., Kalmi, P., Scornavacca, E., & Vartiainen, T. (2023). Financial literacy in the digital age – A research agenda. *Journal of Consumer Affairs*, 57(1), 507-528. <https://doi.org/10.1111/joca.12510>
- Kuhestani, N., Dadashi, I., Gholamnia Roshan, H., Azinfar, K. (2023). Day Features and Stock Market Performance. *Financial Management Perspective*, 13(44), 33-58. <https://doi.org/10.48308/JFMP.2024.104307> [Persian]
- Looi, K. H., & Khoo-Lattimore, C. (2015). Undergraduate students' entrepreneurial intention: Born or made? *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 26(1), 1-20. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2015.071317>
- Lusardi, A., Mitchell, O., & Curto, V. (2010). Financial Literacy Among the Young. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 358-380. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01173.x>
- Martínez-González, J. A., Kobylinska, U., García-Rodríguez, F. J., & Nazarko, L. (2019). Antecedents of Entrepreneurial Intention among Young People: Model and Regional Evidence. *Sustainability*, 11(24), 6993. <https://doi.org/10.3390/su11246993>
- Maulidia, A. R., Darno, D., & Ningrum, D. A. (2020). Factors Affecting Student Invest in The Capital Market Through the Investment Gallery of Maarif Hasyim Latif University – Sidoarjo. *Majalah Ilmiah Bijak*, 17(2), 236-247. <https://doi.org/10.31334/bijak.v17i2.1002>
- McCloskey, K., & Johnson, B. T. (2021). You Are What You Repeatedly Do: Links Between Personality and Habit. *Personality and Individual Differences*, 181(1), 1-17. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.111000>
- Mihaly, N., Madarász, I., & Bánréti, G. (2018). Psychical and demographic factors that influence trading on the stock exchange. *Studia Mundi – Economica*, 5(1), 87-97. <https://doi.org/10.18531/Studia.Mundi.2018.05.01.87-97>
- Mohajan, H. (2019). The First Industrial Revolution: Creation of a New Global Human Era. *Journal of Social Sciences and Humanities*, 5(4), 377-387.
- Moradi, M., & Miralmasi, A. (2020). *Pragmatic research method* (E. T. of the A. Academy (ed.); First edit). School of quantitative and qualitative research, Published in MPT Academy of Austrian. <https://analysisacademy.com/>
- Moradi, M., Kheiry, B., & Miralmasi, A. (2022). Narrative Critique of Humanities Positivist Research from the Perspective of Generalizability and Reliability of Measures by proposing to replace McDonald's omega

- (Case Study: Marketing Research). *Research Institute of Hawzah and University*, 28(113), 65-80. <https://doi.org/10.30471/mssh.2022.8241.2285> [Persian]
- Murugiah, L., Ismail, R., Taib, H. M., Applanaidu, S. D., Long, M. N. H. B. H. (2023). Children's understanding of financial literacy and parents' choice of financial knowledge learning methods in Malaysia. *MethodsX*, 16(11), 102383. <https://doi.org/10.1016/j.mex.2023.102383>
- Nazaripour, M., & Zakizadeh, B. (2023). Analysis of the Behavior of Individual Investors based on the Myers & Briggs' 16 Personality Types. *Financial Management Perspective*, 13(41), 145-170. <https://doi.org/10.48308/jfmp.2023.103913> [Persian]
- Niyl Haui, U. S., & Strauss, W. (2000). *Millennials rising: the next great generation*. New York: Vintage Books.
- OECD. (2005). *OECD principles and good practices for financial education and awareness - financial stability board, Recommen. Coun.* Retrieved from http://www.financialstabilityboard.org/2005/06/cos_050622/
- Owusu, G., Anokye, A., Otieku, J., & Ahinful, G. (2021). What influences the willingness of university students to invest in stocks? *International Journal of Education Economics and Development*, 12(2), 116-135.
- Pangrazio, L., Godhe, A. L., & Ledesma, A. G. L. (2020). What is digital literacy? A comparative review of publications across three language contexts. *E-Learning and Digital Media*, 17(6), 1-18. <https://doi.org/10.1177/2042753020946291>
- Polanyi, K. (2001). *The Great Transformation: The Political and Economic Origins of Our Time*. Boston: Beacon Press.
- Putri, K., Suryanawa, I., & Surya, L. (2024). The Influence of Financial Literacy, Perception of Capital Capability, Return Expectation and Family Environment on the Intention to Invest in Shares of Students in the Capital Market. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 7(7), 4041-4055. <https://doi.org/10.47191/jefms/v7-i7-22>
- Reynolds, P. D. & Curtin, R. T. (2011). *New Business Creation: An International Overview*. New York, NY: Springer.
- Rogers, E. M. (2010). *Diffusion of Innovations*. New York: Simon and Schuster.
- Rohim, A., Haryono, A., & Wardoyo, C. (2022). The Effect of Financial Education in The Family, Financial Literature, and Self-Control on Financial Management through Consumption Rationality. *Journal of Economics Education and Entrepreneurship*, 3(1), 1-17. <https://doi.org/10.20527/jee.v3i1.5131>
- Rubio, N., Villaseñor, N., & Yagüe, M. J. (2019). Customer's loyalty and trial intentions within the retailer: the moderating role of variety-seeking tendency. *The Journal of Consumer Marketing*, 36(5), 620-632. <https://doi.org/10.1108/JCM-10-2017-2391>
- Sadeghi, M., Shamsi, M., & Fathi, A. (2013). Investigating effective factors in the acceptance of new technologies using the TAM technology acceptance model. *First National Conference of Computer Engineering Research*, Tehran. [Persian]

- Sarstedt, M., & Mooi, E. (2019). A Concise Guide to Market Research: The Process, Data, and Methods Using IBM SPSS Statistic. In *Springer* (3rd ed.). <https://doi.org/10.1007/978-3-642-12541-6>
- Seraj, A. H. A., Alzain, E., & Alshebami, A. S. (2022) The roles of financial literacy and overconfidence in investment decisions in Saudi Arabia. *Frontiers in Psychology*, 13(1): 1005075. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1005075>
- Soleha, E., & Lazuardi, S. (2024). Investment Interest: Factors Affecting Investors in the Capital Market. *Economic Education Analysis Journal*, 13(1), 49-57. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v13i1.2057>
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Qi Dong, J., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122(1), 889-901. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>
- Vincent, H. S., Mairafi, S. L., & Abdullahi, Y. U. (2021). Effect of Fixed Income Securities on Capital Market Growth in Nigeria. *Social and Administrative Sciences Review*, 7(1), 262-283.
- Wagner, W. E. (2020). *Using IBM SPSS statistics for research methods and social science statistics* (7th ed.). Los Angeles: SAGE Publications.
- Wahyono, N., & Hutahayan, B. (2020). The relationships between market orientation, learning orientation, financial literacy, on the knowledge competence, innovation, and performance of small and medium textile industries in Java and Bali. *Asia Pacific Management Review*, 26(1), 39-46. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2020.07.001>
- Walton A., & Johnston, K. (2018). Exploring perceptions of bitcoin adoption: the South African virtual community perspective. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 13, 165–182. <https://doi.org/10.28945/4080>
- Yehorov, I. Y. (2020). Scientific and technological development and new trends in education and employment. *Science, Technologies, Innovation*, 2(14), 3–8. <https://doi.org/10.35668/2520-6524-2020-2-01>
- Yoong, J. (2010). Financial Illiteracy and Stock Market Participation: Evidence from the RAND American Life Panel. *SSRN Electronic Journal*, 29, 1-37. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1707523>
- Zare sheykhkoloia, F., Javadipour, M., & Keramati, M. (2023). Reviewing the digital competence of teachers in the post-corona era. *Journal of Educational Sciences*, 30(2), 161, 188. <https://doi.org/10.22055/edus.2023.42871.3428> [Persian]

