

Identifying and Analyzing Strategies to Optimize Students' Tendency Towards New Businesses and the Capital Market (Case Study: Zanjan City)

Abbas Ramezani ^{1*}, Jamal Bakhtiari ², Seyyede Mahsa Mousavi ³ and Ladan Hajianvari ⁴

1. Assistant Professor, Department of Educational Administration, Farhangian University, Tehran, Iran

2. Head of the Research Department of Zanjan Province Education Office, Zanjan, Iran

3. Ph.D. in Educational Management, Faculty of Management and Accounting, University of Tehran, Tehran, Iran

4. B.A Student in Education, Department of Educational Sciences, Farhangian University, Zanjan, Iran

* Corresponding Author, a.ramezani@cfu.ac.ir

Received Date:

12/05/2024

Revise Date:

11/05/2024

Accepted Date:

06/11/2024

Published Date:

21/09/2025

Article Info Abstract

Research Paper
Volume 6, Issue 20, Summer 2025
Pages 79-95

The increasing inclination of Generation Z and Alpha students to launch new businesses and invest in the capital market, despite its considerable growth, has yet to be thoroughly researched. This mixed-methods (sequential exploratory) study aimed to identify strategies to optimize this trend. The qualitative component involved semi-structured interviews with 27 experts, specialists, and students engaged in new businesses and the capital market. The quantitative portion targeted all male and female second-year high school students in Zanjan for the academic year 2023-2024, totaling 18,358 students. From this population, 376 students were selected using stratified random sampling based on the Cochran formula and completed a researcher-designed questionnaire. The data were analyzed using SPSS software. The qualitative findings revealed two strategic levels: macro (governance) and micro (schools and social actors). The quantitative results indicated that all strategies, except for the government's official and genuine support for the capital market and the allocation of resources for promoting investment diversity through schools, were statistically significant ($p < 0.05$) and effective in optimizing students' orientation. Given the involvement of students in the capital market and emerging businesses, implementing these strategies is viewed as an investment in human capital, which can serve as a foundation for developing more comprehensive policy packages and programs in this area. Therefore, it is both appropriate and essential for economic, cultural, and educational planners to collaborate and take necessary actions to enhance these economic activities among students.

Keywords: Optimizing, Student, Generation Z, New Business, Capital Market.

Cite this article:

Ramezani, A., Bakhtiari, J., Mousavi, M., & Hajianvari, L. (2025). Identifying and Analyzing Strategies to Optimize Students' Tendency Towards New Businesses and the Capital Market (Case Study: Zanjan City). *Journal of Economic geography research*, 6(20), 79-95.



<https://doi.org/10.30470/jegr.2024.2028931.1172>



2821-2266 © University of Zanjan.

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

Extended Abstract

Introduction

In an agricultural economy, power and wealth came from property and land, and feudal lords were the owners of that power. During the industrial age, capitalists and factory owners took over as the power holders. However, in the current digital era, power lies in the hands of those who embrace new technologies, integrate with them, and innovate through them. In this age, students belonging to Generation Z and Alpha are increasingly drawn to engaging in the capital markets and establishing their own businesses within the digital realm to gain financial success and influence. The students of these generations perceive themselves to possess innate skills and competencies that align with the demands of modern businesses, prompting a strong interest in entrepreneurship. Being involved in such ventures not only resonates with their abilities, interests, and preferences but also fuels a sense of competence, thereby motivating them to pursue new business opportunities and ventures into the capital market. Despite the evident trend, comprehensive research in this area is lacking, leaving many aspects of this inclination unexplored.

Methodology

The current applied and developmental research aimed to identify and analyze strategies for optimizing students' orientation towards new businesses and the capital market. This research follows a sequential exploratory design with a mix of qualitative and quantitative methods. The qualitative part is grounded in the principles of grounded theory, structured in three stages of coding to derive a core category. A paradigm model is then developed to elucidate the social phenomenon in terms of conditions, interactions (actions and reactions), and consequences. In the qualitative phase, 27 experts, professionals, and students involved in new businesses and the capital market during the academic year 2023-2024, were interviewed. Participants were purposefully selected using a snowball sampling technique to ensure insights from those knowledgeable about the subject matter. Data collection continued until theoretical saturation was

achieved. Semi-structured and in-depth interviews were utilized to explore various facets of the research topic. The validity of qualitative data was assessed using criteria such as credibility, transferability, and dependability, with input from five expert faculty members in the field. Descriptive-analytical methods were employed to investigate students' perspectives on strategies for enhancing their interest in new businesses and the capital market. For the quantitative phase, the study population comprised 18,358 male and female students enrolled in the second secondary school of Zanjan city during the academic year 2023-2024. 376 students were selected through stratified random sampling. Data analysis was carried out using SPSS version 27. The questionnaire's reliability was assessed using Cronbach's alpha, yielding a score of 0.92. The questionnaire's validity was confirmed by distributing it to 30 faculty members and analyzing the results using a one-sample t-test, with a statistically significant outcome ($t=29.986$, $P\text{-value} < 0.05$).

Results and discussion

One-sample t-test is used to analyze the findings. The null hypothesis indicates that the following components are not effective in optimizing the quality of students' attendance, while the alternative hypothesis suggests that they are effective. In examining the students' perspectives, the average of each component was calculated and compared with the expected average of 3. The significance levels, as shown in the table below, were statistically significant for all components except for the government's official and real support from the capital market, and the allocation of facilities for promoting investment diversity through schools and competitions. A significance level of 0.000 was obtained for the business country component and 0.001 for holding national business competitions. The significance level for the government's official and real support from the capital market and the allocation of facilities for investment diversity through schools was calculated as 0.876. These results indicate that, for each sub-component except the government support and facilities for investment diversity through schools, the

average values were significantly higher than the expected average of 3. Therefore, all the components studied in this research, except for government support and facilities related to investment diversity through schools, are effective in enhancing students' interest in new businesses and the capital market.

Conclusion

Considering the presence of students in the capital market and newly new businesses, the implementation of these strategies is deemed as an investment in human capital. Due to technological advances, the digital economy, and globalization, this investment is expected to yield numerous benefits for countries' economies. These strategies can serve as the foundation for policy packages and programs in this domain. Therefore, economic, cultural, and educational planners must take proactive measures to enhance the interactions and optimize the economic activities of students in this field. Given the focus of this study on strategies to guide students toward new businesses and the capital market, it is recommended that future researchers delve deeper to provide policymakers and practitioners with valuable insights into the outcomes of these strategies.

Funding

This article is extracted from a research project titled "An Explanation of the Students' Participation in New Businesses and Stock Market," supported by the Department of Education in Zanjan.

Authors' Contribution

Authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work declaration of competing interest none.

Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

This research was carried out with the financial support of the General Department of Education of Zanjan. The researchers would like to express their gratitude to this esteemed organization, as well as to the professionals, experts, and students who participated in the research

شناسایی و تحلیل راهبردهای بهینه‌سازی گرایش دانش‌آموزان به کسب‌وکارهای نوپدید و بازار سرمایه (مطالعه موردی: شهر زنجان)

عباس رضانی^{۱*}، جمال بختیاری^۲، سیده مهسا موسوی^۳ و لادن حاجی‌انوری^۴

۱. استادیار، گروه مدیریت آموزشی، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران

۲. رئیس گروه تحقیق و پژوهش اداره کل آموزش و پرورش استان زنجان

۳. دکتری مدیریت آموزشی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشکدگان فارابی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

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

تاریخ انتشار:

۱۴۰۴/۶/۳۰

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۳/۰۸/۱۵

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۳/۰۲/۲۲

تاریخ دریافت:

۱۴۰۳/۰۲/۲۳

اطلاعات مقاله چکیده

گرایش فزاینده دانش‌آموزان نسل زد و آلفا به راه‌اندازی کسب‌وکارهای نوپدید و سرمایه‌گذاری در بازار سرمایه، علی‌رغم رشد چشمگیر، تا کنون مورد پژوهش قرار نگرفته است. این مطالعه آمیخته (از نوع اکتشافی متوالی) با هدف شناسایی راهبردهای بهینه‌سازی این گرایش انجام شد. بخش کیفی از طریق مصاحبه نیمه‌ساخت‌مند با ۲۷ نفر از صاحب‌نظران، متخصصین و دانش‌آموزان فعال در کسب‌وکارهای نوپدید و بازار سرمایه انجام شد. جامعه پژوهش در بخش کمی شامل کلیه دانش‌آموزان دختر و پسر دوره متوسطه دوم شهر زنجان در سال تحصیلی ۱۴۰۳-۱۴۰۲ به تعداد ۱۸۳۵۸ بود که با روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای بر اساس فرمول کوکران، ۳۷۶ نفر انتخاب شدند و پرسشنامه محقق‌ساخته را تکمیل کردند. داده‌ها با نرم‌افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. یافته‌های کیفی دو سطح راهبردی کلان (حکمرانی) و خرد (مدارس و عوامل اجتماعی) را شناسایی کرد. نتایج کمی نشان داد تمام راهبردها به جز حمایت رسمی و واقعی دولت از بازار سرمایه و تخصیص امکانات برای فرهنگ‌سازی تنوع سرمایه‌گذاری از طریق مدارس از نظر آماری معنادار ($p > 0.05$) بوده و در بهینه‌سازی گرایش دانش‌آموزان مؤثرند. با توجه به حضور دانش‌آموزان در بازار سرمایه و کسب‌وکارهای نوپدید، اجرای این راهبردها، نوعی سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی تلقی می‌شود و به نوبه خود می‌تواند مبنایی برای تدوین بسته‌های سیاستی و برنامه‌های دقیق‌تر در این زمینه باشند. از این رو شایسته است برنامه‌ریزان اقتصادی، فرهنگی و آموزشی در تعامل با یکدیگر اقدامات لازم را جهت بهینه‌سازی این فعالیت‌های اقتصادی دانش‌آموزان اتخاذ نمایند.

دوره ۶، شماره ۲۰، تابستان ۱۴۰۴
مقاله پژوهشی
صص ۷۹-۹۵

کلید واژه‌ها: بهینه‌سازی، دانش‌آموز، نسل زد، کسب‌وکار نوپدید، بازار سرمایه.

* نویسنده مسئول: a.ramezani@cfu.ac.ir

ارجاع به این مقاله: رضانی، عباس؛ بختیاری، جمال؛ موسوی، سیده مهسا؛ و حاجی‌انوری، لادن. (۱۴۰۴). شناسایی و تحلیل راهبردهای بهینه‌سازی گرایش دانش‌آموزان به کسب‌وکارهای نوپدید و بازار سرمایه (مطالعه موردی: شهر زنجان)، فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای اقتصادی، ۲۰(۶)، ۷۹-۹۵.

 <https://doi.org/10.30470/jegr.2024.2028931.1172>



2821-2266 © University of Zanjan.

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

بیان مساله

امروزه سرمایه‌گذاری در دنیای مجازی و حقیقی افزایش یافته است (Cantú et al, 2024). با ظهور فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی نوین طی دهه‌های اخیر، اقتصاد و کسب‌وکار نیز مانند سایر عرصه‌های زندگی متحول شده است (Ortega-Argilés & McCann, 2021). اقتصاد دیجیتال، پیشرفت‌های تکنولوژیک (هوش مصنوعی، اینترنت اشیا و ...)، جهانی‌شدن، رسانه‌های اجتماعی و فضای سایبری، زوده شدن مرزهای جغرافیایی در دنیای مجازی و ... فضایی را به وجود آورده که دانش‌آموزان و دانشجویان و نسل جدید را به سمت بازارهای سرمایه ملی (بورس اوراق بهادار) و بازارهای بین‌المللی مانند فارکس سوق داده است. نسل جدید که معروف به نسل بدون تلویزیون^۱ (فارغ از القائل نظام اجتماعی غالب) است، دیگر برای شروع فعالیت حرفه‌ای خود منتظر اتمام تحصیلات، رسیدن به سن قانونی، قانون کار، چارچوب‌های سنتی، مدل‌های سرمایه‌گذاری مرسوم و ... نمی‌ماند و از دوران مدرسه فعالیت حرفه‌ای و درآمدزایی را آغاز می‌کند.

نسل زد با چالش‌های سخت مالی روبرو هستند. عدم اطمینان اقتصادی بر روی رفتار آن‌ها تأثیرگذار است و در صورت عدم پیگیری منجر به اختلالات عاطفی متنوع، مانند اضطراب، ترس و افسردگی به عنوان پاسخی به وضعیت مالی می‌شود (Zajacova et al, 2020; Florin et al, 2020). رضایت مالی، بخشی از رفتار انسان‌ها را شکل می‌دهد. افزایش درآمد و سواد مالی موجب دستیابی افراد به زندگی مطلوب و ارتقاء رضایت مالی آنان می‌شود (Adinda et al, 2023). رفتار انسان‌ها در داخل نهادها توسط قوانین رسمی، هنجارها و ارزش‌های غیررسمی تنظیم می‌شوند. نهادهای رسمی شامل قوانین و مقرراتی است که توسط ساختارهای سیاسی و نهادهای نظارتی اجرا می‌شود (Webb et al, 2009)؛ نهادهای غیررسمی نیز شامل هنجارهای ضمنی رفتاری هستند که جامعه را شکل می‌دهند (North, 1990). این هنجارها از پایین به بالا ایجاد می‌شوند و هسته فرهنگی یک ملت را نشان می‌دهند (Bustamante et al, 2021). خواه ناخواه این هنجار ضمنی در دانش‌آموزان شکل گرفته و در حال تبدیل شدن به فرهنگی در میان این قشر است؛ بنابراین مدیران و کارشناسان اقتصادی، فرهنگی و آموزشی برای برنامه‌ریزی بهینه، ملزم‌اند با واقعیات این نسل آشنا شوند و در این میان، شناخت وضعیت موجود و گرایش دانش‌آموزان به کسب‌وکارهای نوپدید و بازار سرمایه به واسطه اثراتی که بر کیفیت زندگی کاری آن‌ها و اقتصاد و اجتماع فعلی و آتی خواهد داشت، برای برنامه‌ریزان و دست‌اندرکاران و مسئولان امر بسیار ضروری می‌نماید تا بتوانند راهبردهایی کارا برای بهینه‌سازی گرایش دانش‌آموزان به این نوع فعالیت‌ها را اتخاذ نمایند.

نقش رو به رشد بازارها نشان‌دهنده سهم حیاتی بازارهای سرمایه در تأمین مالی توسعه یک اقتصاد جهانی متنوع و پویاست (Securities Commission Malaysia, 2011). از آنجا که همیشه راهی (درست یا نادرست) برای کسب درآمد وجود دارد، ذهن جوآل نوجوانان و دانش‌آموزان به دنبال شکار ایده‌های درآمدزا و تبدیل فرصت‌های ایجاد درآمد به محملی واقعی برای تولید ثروت است. امروزه فعالیت در بازار سرمایه از قبیل فارکس، بورس، رمزارزها و کسب‌وکارهایی (شاید عجیب و دور از ذهن) همچون واسطه‌گری، مدلینگ کودک و نوجوان در فضای مجازی و واقعی، کازینوهای آنلاین، استریمینگ بازی، فروش سیگنال، داگ‌واکر، پیک خرید خوار و بار و ارسال غذا، مجلس‌گردان و مجلس‌گرم‌کن، ارائه خدمات تعمیر و نصب نرم‌افزار و فیلترشکن در محل، تولید و فروش گیفت دیزاین، فروش و ارائه میکرو گیاهان و میکرو حیوانات و ... در بین این نسل در حال افزایش است.

دانش‌آموزان نسل زد (و اخیراً آلفا) در پی استقلال مالی و آزادی عمل وسیع در انتخاب‌ها و عملکردهای خود هستند (Renaldo et al, 2020)، از این رو دانش‌آموزان ترغیب می‌شوند تا در کسب‌وکارهای نوپدید و بازار سرمایه مشارکت بیشتری کنند، زیرا از این طریق، فرصت‌ها و آزادی عمل بیشتری در اختیار آن‌ها قرار می‌گیرد. از دیگر دلایل گرایش دانش‌آموزان به کسب‌وکارهای نوپدید و بازار سرمایه می‌توان به آموزش‌های دریافت شده، سبک زندگی مالی، تأیید اجتماعی (Fadila et al, 2020)، ریسک‌پذیری (Lemaster &

(Strough, 2014)، سواد مالی (Rozak et al, 2021)، حداقل سرمایه، نگرش (Berthalia et al, 2023)، امنیت ادراک شده (Gautam & Malik, 2022) اشاره کرد.

رشد هر چه بیشتر بازار سرمایه می‌تواند موجب توسعه اقتصادی کشور شود (روزبه‌مقدم و ربیعی، ۱۴۰۰). به جهت اهمیت اقتصادی این فعالیت‌ها و با در نظر گرفتن ورود دانش‌آموزان نسل زد به این فعالیت‌های اقتصادی و دیگر کسب‌وکارهای نوپدید جهت انجام اقدامی مؤثر در راستای مهار تورم و رشد تولید (سلیمانی، ۱۴۰۲) ضروری است مطالعاتی در این زمینه صورت گیرد. علاوه بر این توجه به این قشر که مشتمل بر حجم و تعداد بسیار زیادی از افراد جامعه می‌باشد، به دلیل ویژگی‌ها و ظرفیت درآمدی بالای آن‌ها در کسب‌وکارهای نوپدید بسیار بااهمیت و برای آینده صنایع و فعالیت‌های اقتصادی و آموزشی ضروری است. نسل مذکور در پی منابع درآمدی جدیدی در بازارهای آینده هستند که بعضاً هیچ‌سختی با نگاه حاکم بر نسل‌های قبل از آن‌ها ندارد و این امر می‌تواند منشاء خیرات و در عین حال مضراتی برای خود آن‌ها و جامعه گردد. از این رو توجه به این نسل و هدایت آنان در این مسیر ضروری می‌نماید.

سیاست‌گذاران، آموزش مالی را به عنوان پادزهری ضروری برای پیچیدگی فزاینده تصمیمات مالی مصرف‌کنندگان پذیرفته‌اند (Fernandes et al, 2014). در حقیقت هدف از این آموزش‌ها، ایجاد رفتار مالی بهتر در افراد می‌باشد. رفتار مالی بهتر به این معنی است که افراد می‌توانند به طور منطقی، دقیق، سازنده و با اولویت‌بندی، تصمیمات مالی را اتخاذ کنند؛ به نحوی که تأثیر بهتری بر زندگی آن‌ها داشته باشد (Adinda et al, 2023). بدیهی است که این آموزش‌ها تنها راه نبوده و راهبردهایی دیگری نیز در کنار امر آموزش می‌توانند مؤثر واقع شوند که بایستی شناسایی و مورد بررسی و تحلیل قرار گیرند. از این رو پژوهش حاضر بر آن است تا با تحلیل گرایش دانش‌آموزان به کسب‌وکارهای نوپدید و بازار سرمایه، با لحاظ شرایط بومی ایران، راهبردهایی جهت بهینه‌سازی گرایش دانش‌آموزان به کسب‌وکارهای نوپدید و بازار سرمایه شناسایی نماید.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

در اقتصاد کشاورزی، قدرت و ثروت از املاک و زمین‌ها نشأت می‌گرفت و فئودال‌ها، صاحبان آن قدرت بودند (Polanyi, 2001). پس از این دوره، سرمایه‌داران و کارخانه‌داران در عصر صنعتی صاحبان قدرت شدند (Mohajan, 2019)؛ اما در حال حاضر بعد از تحولات دیجیتال و عصر دیجیتال، صاحبان قدرت دیگر زمین‌داران و سرمایه‌داران نیستند، بلکه کسانی این قدرت را در دست دارند که فناوری‌های نوین را گسترش داده، با آن عجین شده و به وسیله آن نوآوری می‌کنند (Verhoef et al, 2021). با توجه به شرایط این عصر، دانش‌آموزان نسل جدید بیش از پیش به دنبال فعالیت در بازارهای سرمایه و ایجاد کسب‌وکار خود مبتنی بر فضای دیجیتال حاکم جهت کسب درآمد، قدرت و ... هستند.

به دلیل ماهیت کسب‌وکارهای نوپدید و ابتدای آن‌ها بر تکنولوژی‌های جدید و نیاز به تسلط به مهارت‌های عصر جدید (Beer & Mulder, 2020)، دانش‌آموزان نسل زد و آلفا که خود را بیش از نسل‌های دیگر متعلق به این مهارت‌ها و شایستگی‌ها می‌بینند، از ورود به کسب‌وکارهای جدید استقبال می‌کنند؛ زیرا حضور در این کسب‌وکارها به دلیل تناسب با استعدادها و علایق و سلاقی دانش‌آموزان باعث ادراک شایستگی در آن‌ها می‌شود و این امر انگیزش لازم برای ورود به کسب‌وکارهای نوپدید و بازار سرمایه را رقم می‌زند.

آیزن و فیشبن^۱ (۲۰۰۰) معتقدند پیوند بین باورهای فردی و اجتماعی مرتبط با یک رفتار خاص، تعیین‌کننده تمایل وی به انجام یا عدم انجام رفتار است. در واقع رابطه بین هنجارها، تمایلات، باورها، نگرش‌ها و رفتارهای فرد در نظریه عمل منطقی^۲ با لحاظ دو فرض مشخص می‌شود:

1. Ajzen & Fishben
2. Theory of Reasonable Action

پژوهش‌های جغرافیای اقتصادی، دوره ۶، شماره ۲۰، ۷۹-۹۵، تابستان ۱۴۰۴.

(۱) انسان موجودی منطقیست که توانایی پردازش و استفاده از اطلاعات را دارد؛

(۲) انسان از پردازش اطلاعات برای رسیدن به یک تصمیم منطقی استفاده می‌کند.

بر اساس این نظریه، رفتار فرد به وسیله تمایل او تعیین می‌شود؛ تمایل نیز به نوبه خود به وسیله هنجارهای ذهنی، نگرش‌های فرد در خصوص رفتار تعیین می‌شود. فیشبن و آیزن^۱ (۲۰۱۰) اشاره می‌کنند که متغیرهای دیگری نیز خارج از مدل وجود دارند که ممکن است بر تمایلات فرد تأثیر بگذارند، لیکن فرض بر این است که متغیرهای مذکور نیز تنها در چارچوبی که می‌تواند نگرش‌ها یا هنجارهای فردی را متأثر سازند، می‌توانند بر تمایلات اثرگذار باشند. تمام این عوامل، نقش جدی در تعیین گرایش فرد و عمل تصمیم‌گیری فرد برای درگیر شدن در یک رفتار از جمله یک کسب‌وکار ایفا می‌کنند. با این وجود، به دلیل زیرساخت‌های نهادی ضعیف، عدم قطعیت‌های ناشی از بی‌ثباتی‌های اقتصادی و سیاسی و فقدان مهارت‌های مدیریت مبتنی بر بازار، چالش‌هایی در فعالیت‌های اقتصادی نوپدید ایجاد می‌شود (Kim, 2016). به دست آوردن اطلاعات قابل اعتماد، دقیق و به روز در مورد شرایط بازار در سطوح کلان و خرد اغلب مشکل است (Shah, 2012) و عدم تقارن اطلاعات یکی از چالش‌های این بازارهاست. جهت ایجاد حس امنیت برای فعالیت در بازارهای سرمایه و کنترل هراس افراد از سرمایه‌گذاری می‌توان با فراهم کردن زمینه برای دریافت اطلاعات جامع و مانع و ایجاد تقارن اطلاعاتی نسبی، اقدامات لازم را صورت داد (کرمی و اصغری، ۱۴۰۲). سیستم حقوقی پیچیده، اجرای ضعیف قانون و فساد از دیگر چالش‌هاست (Shah, 2012) که بایستی با ایجاد سازوکار نظارتی قوی، اجرای قانون و مبارزه با فسادهای احتمالی در این کسب‌وکارها و بازارها صورت گیرد.

گسترش هر چه بیشتر این کسب‌وکارها، رقابت بین آن‌ها را نیز افزایش می‌دهد (Liu et al, 2022) و در این کسب‌وکارها دانش‌آموزان باید نیازهای مخاطبان خود را به درستی شناسایی نموده و با نوآوری و خلاقیت خود، مشتریان را جذب کنند؛ همچنین باید توجه داشت مصرف‌کنندگان این کالا و خدمات در کسب‌وکارهای نوپدید، انتظارات، درآمد و سطح دانش متفاوتی دارند (Gupta et al, 2023) که این مسئله ارائه خدمات و تولید محصولات مطلوب مصرف‌کنندگان را دشوار می‌سازد.

برای جلوگیری از برخی مشکلات ناشی از امنیت، سیاست‌های عمومی بایستی استانداردهای روشنی در خصوص حریم خصوصی داده‌ها، مالکیت دیجیتال و حفاظت از مصرف‌کننده ارائه کنند (Cantú et al, 2024). ثبات اقتصاد کلان، سیستم‌های سالم، کیفیت نهادی بالا و چارچوب نظارتی کافی از جمله شرایط مورد نیاز برای دستیابی به بازارهای سرمایه قوی و باثبات است. عدم تقویت هر یک از این ارکان نیز موجب تضعیف سایر ارکان می‌شود (Rojas-Suarez, 2014).

مسلم است که بازار سرمایه نمی‌تواند در اقتصادهای ناپایدار توسعه یابد (Rojas-Suarez, 2014)، از این رو توجه به اقتصاد کشور و برنامه‌ریزی برای آن در سطح کلان ضروری به نظر می‌رسد. حمایت دولت از بازار سرمایه، اصلاح مقررات و قوانین موجود، ایجاد حس امنیت برای فعالیت در بازارهای سرمایه داخلی و مهار بورس‌هراسی نیز در این زمینه مؤثر خواهد بود.

با وجود این چالش‌های آشکار، تعداد فزاینده‌ای از دانش‌آموزان به بازارهای سرمایه و کسب‌وکارهای نوپدید روی می‌آورند. از این رو دولت، سیاست‌گذاران، خانواده‌ها و ... با جهت‌گیری منطقی پیرامون این مسئله و تلاش برای هدایت دانش‌آموزان در این مسیر، می‌توانند به دانش‌آموزان کمک کنند تا با موفقیت بیشتری با چالش‌های بازارها و کسب‌وکارهای نوظهور کنار بیایند.

پژوهش‌ها نشان می‌دهد که دیگران تأثیر قوی بر یادگیری و تصمیم‌گیری افراد دارند (Olsson et al, 2020; Albert et al, 2013). نظریه یادگیری اجتماعی^۲ (Bandura, 1977) بر تأثیر اجتماع و رسانه‌ها در یادگیری افراد تأکید داشته و بیان می‌دارد که افراد رفتارها را با مشاهده رفتار دیگران یاد می‌گیرند. یادگیری از طریق مشاهده یا همان الگوبرداری^۳ شامل چهار مرحله است که

1. Fishben & Ajzen
2. Social Learning Theory
3. Modeling

عبارتند از: (۱) توجه: که در آن مشاهده کننده به رفتار الگو توجه می‌کند، (۲) به یادسپاری: که در آن یادگیرنده رفتار مورد مشاهده را به حافظه می‌سپارد، (۳) بازآفرینی: که بیان می‌دارد یادگیرنده بایستی توانایی‌های لازم را دارا باشد تا بتواند رفتار الگو را تولید و اصلاح کند و (۴) انگیزش و تقویت: که یادگیرنده در صورت تشویق (تقویت رفتار) رفتار الگو را به عملکرد تبدیل می‌نماید (Bandura, 1977).

هنجارها و نفوذ اجتماعی از جمله عوامل اجتماعی مؤثر بر رفتارها و گرایش‌های رفتاری افراد هستند (Esmaeilzadeh et al, 2019). بر اساس این نظریه افراد تأثیرگذار جامعه هدف، بر گرایش افراد به بازار سرمایه و کسب‌وکارهای نوپدید نقش اساسی ایفا می‌کنند. الگوسازی نوجوانان از هم‌سن‌وسالان یک عمل دوسویه است و همسالان به صورت دو طرفه از یکدیگر تأثیر می‌پذیرند (Rodriguez Buritica et al, 2024). مید^۱ و همکاران (۲۰۰۱) پشتیبانی هم‌تایان را به عنوان یک اکوسیستم تبادل کمک بر اساس اصول احترام متقابل و مسئولیت مشترک توصیف کرده و درکی از فواید حاصل از آن را به اشتراک گذاشته‌اند؛ به این ترتیب، پشتیبانی هم‌تایان نه فقط بر اساس مدل‌های روانشناختی، بلکه بیشتر حول ابراز درک یکدیگر است. این احساس وابستگی که افراد به یکدیگر دارند و به صورت حمایتی با همدیگر ارتباط برقرار می‌کنند، بر اساس یک رابطه احترام متقابل بنیان‌گذاری شده است که اعضا را قادر می‌سازد از یکدیگر یاد بگیرند، بدون اینکه تحت محدودیت‌های رابطه‌های سنتی قرار گیرند؛ لذا این که گروه هم‌سن‌وسال دانش‌آموزان، مشاوران اصلی آن‌ها در حوزه کسب‌وکار هستند، بسیار حائز اهمیت است. این گروه شامل افرادی است که در حال حاضر در کسب‌وکار هستند و باید به عنوان مشاوران فنی و حامی شروع کسب‌وکار توسط دانش‌آموزان عمل کنند (Bönte et al, 2009). فالک^۲ و همکاران (۲۰۰۹) تأثیرات تعامل اجتماعی را به دو شکل اصلی دسته‌بندی کرده‌اند، اولین شکل، تأثیرات درونیست که به تأثیر یا شیوع رفتار گروهی خاص بر رفتار فردی اشاره دارد. این موضوع به عنوان وضعیتی توضیح داده می‌شود که قصد گروه هم‌سن‌وسالان تأثیری بر قصد فردی برای تبدیل شدن به صاحب کسب‌وکار را دارد. دومین شکل، تأثیر خارجی یا تأثیر محیطی است که به تأثیر گروه‌های مرجع بر قصد رفتاری جوانان برای تبدیل شدن به مدیر یا صاحب کسب‌وکار اشاره دارد.

ارتباط (حقیقی یا مجازی) با نمونه‌های موفق از افرادی که در کسب‌وکارهای نوپدید و یا بازار سرمایه موفق بوده‌اند، می‌تواند مشوق دانش‌آموزان باشد. این نمونه‌ها می‌توانند الگوهای موفقیت را ارائه دهند و برای دانش‌آموزان امکان پیدا کردن مسیرهای مختلف در حوزه کسب‌وکار را فراهم کنند. علاوه بر این تعامل با دیگر افرادی که در گروه‌ها و شبکه‌های اجتماعی فعالیت می‌کنند و تجربیات خود را به اشتراک می‌گذارند، نقش مهمی در گسترش دانش و اطلاعات در خصوص کسب‌وکار دارد. این ارتباطات و یادگیری از تجربیات دیگران می‌تواند به دانش‌آموزان کمک کند تا ایده‌ها و مفاهیم خود را پرورش داده و درک بهتری از کسب‌وکارها داشته باشند. در مرور پیشینه، مطالعات مختلف، نتایج متفاوتی از تأثیر عوامل اجتماعی بر گرایش به بازار فارکس و ارز دیجیتال نشان می‌دهند. برخی از مطالعات، تأثیر مثبت و معنادار عوامل اجتماعی از جمله تأثیر و فشار اطرافیان را بر گرایش به فارکس نشان دادند (Heimer, 2016)، در حالی که برخی نقش عوامل اجتماعی را در گرایش به بازار ارز دیجیتال، ناچیز دانستند (Arias-Oliva et al, 2019). کازی و مانان^۳ (۲۰۱۳) رابطه مثبت و معنادار بین تأثیر عوامل اجتماعی و گرایش به همراه بانک توسط مشتریان را نشان دادند و فرح^۴ و همکاران (۲۰۱۸) نیز دریافتند که عوامل اجتماعی نقش مهمی در افزایش گرایش مشتریان به بانکداری الکترونیک دارند. به طور کلی، پذیرش عموم کسب‌وکارهای نوپدید، متأثر از شبکه کاربران خود است؛ زیرا منافع و ارزش آن‌ها با تعداد کاربران آن‌ها مرتبط است. بر همین مبنا توجه به عوامل اجتماعی، به ویژه نقش هنجارهای ذهنی، در تحلیل گرایش به کسب‌وکارهای نوپدید ضروری به نظر می‌رسد (Abramova & Böhme, 2016). بر این اساس، یادگیری اجتماعی می‌تواند تأثیر مثبتی بر گرایش دانش‌آموزان به

1. Mead

2. Falck

3. Kazi & Mannan

4. Farah

پژوهش‌های جغرافیای اقتصادی، دوره ۶، شماره ۲۰، ۷۹-۹۵، تابستان ۱۴۰۴.

کسب‌وکارهای نوپدید و بازار سرمایه داشته باشد؛ ارتباط با نمونه‌های موفق، تعامل با افرادی که در این زمینه‌ها فعالیت می‌کنند و استفاده از تجربیات و معرفت اجتماعی می‌توانند به دانش‌آموزان کمک کنند تا انگیزه، اطمینان و آگاهی لازم را برای ورود به این حوزه‌ها تقویت کنند. لی^۱ و همکاران (۲۰۲۳) در مطالعه خود با عنوان «بهینه‌سازی استراتژی‌های سرمایه‌گذاری از طریق یادگیری ماشینی» برای بهینه‌سازی استراتژی‌های سرمایه‌گذاری، تکنیک‌های یادگیری ماشینی مانند میانگین متحرک همگرایی، شاخص‌های تصادفی و حافظه بلندمدت و ارزش افزوده اقتصادی را مناسب می‌دانند. نتایج پژوهش اسمی‌خیریه و ماریس^۲ (۲۰۲۴) با عنوان «فرصت‌ها، چالش‌ها و استراتژی‌های آموزش بازار سرمایه از طریق رسانه‌های اجتماعی» با تأکید بر نقش رسانه‌های اجتماعی در آموزش و یادگیری آشکار و پنهان نشان می‌دهد تصمیم‌های اینفلوئنسرهای مشارکت در فعالیت‌های آموزشی بازار سرمایه در رسانه‌های اجتماعی تحت تأثیر درک آن‌ها از فرصت‌ها، چالش‌ها و همچنین باورهای آن‌ها در مورد اثربخشی تلاش‌هایشان در شکل‌دهی به رفتار سرمایه‌گذاران و افزایش سواد مالی است. علاوه‌براین، این مطالعه تأثیر الگوریتم‌های رسانه‌های اجتماعی، مشارکت مخاطب و اعتبار محتوا را بر استراتژی‌ها و نتایج نشان می‌دهد که مهر تأییدی بر پویایی نفوذ دیجیتال در زمینه‌های آموزش مالی است. پژوهش حمیده^۳ و همکاران (۲۰۱۹) با هدف تجزیه و تحلیل سطح سواد مالی و سواد بازار سرمایه در بین ۳۹۴ دانشجوی کارشناسی در جاکارتا- اندونزی- نشان داد سطح دانش سواد مالی و همچنین سواد بازار سرمایه در سطح متوسطی قرار دارد. با توجه به نتایج این پژوهش لزوم آموزش به افراد فعال در بورس و بازارهای سرمایه برای اتخاذ رویکرد مناسب و کسب درآمد آشکار می‌گردد. هاریانی^۴ و همکاران (۲۰۲۳) در مقاله خود با عنوان «تأثیر فناوری مالی، سواد مالی و اثربخشی مالی بر علاقه دانشجویان به سرمایه‌گذاری» با مطالعه کمی بر روی دانشجویان فعالی که آموزش‌های بازار سرمایه را دیده‌اند، دریافتند که فناوری مالی و کارآمدی مالی بر علاقه دانشجویان به سرمایه‌گذاری تأثیر معنادار و سواد مالی تأثیر معناداری ندارد. بر اساس پژوهش آدیندا^۵ و همکاران (۲۰۲۳)، درآمد، دانش مالی و رفتار مالی صحیح، می‌تواند موجب افزایش سطح رضایت مالی افراد گردد. رفتار مالی بهتر و مدیریت سرمایه که در قالب نگرش‌ها و توانایی معمول برای پس‌انداز، برنامه‌ریزی مالی کوتاه‌مدت و بلندمدت و کاهش مخارج منعکس می‌شود، می‌تواند رضایت مالی فردی را از طریق دستیابی به ارزش افزوده ارتقا دهد. افراد با تحصیلات عالیه، به طور کلی خوش‌بینی بالاتری به آینده دارند که باعث شکل‌گیری رفتار مالی بهتر و منطقی‌تر در آنان نیز می‌شود. تانجونگ^۶ و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی که بر روی دانشجویان دانشگاه ویدیاتاما انجام شد نشان دادند سواد بازار سرمایه از طریق مدارس بازار سرمایه نقش مهمی در افزایش علاقه سرمایه‌گذاری دانشجویان و تصمیمات سرمایه‌گذاری دارد و در روند رو به رشد دانشجویان سرمایه‌گذار و ارزش معاملات آن‌ها در بازار سرمایه منعکس می‌شود. فراتحلیل صورت گرفته توسط فرناندز^۷ و همکاران (۲۰۱۴) نشان می‌دهد مداخلات برای بهبود سواد مالی تنها ۱/۰٪ از واریانس رفتارهای مالی مورد مطالعه را تبیین می‌کند. مانند سایر آموزش‌ها، آموزش مالی با گذشت زمان رو به زوال رفته و دچار انترویی می‌شود و نیاز به نگانترویی در قالب بازآموزی دارد. حتی مداخلات با ساعت‌های آموزش زیاد تأثیرات ناچیزی بر رفتار، ۲۰ ماه یا بیشتر از زمان مداخله دارد. عموم مطالعاتی که به سنجش سواد مالی پرداخته‌اند، ارتباط قوی بین سواد با رفتارهای مالی شناسایی کرده‌اند. باقری و همکاران (۱۴۰۲) در مقاله خود تحت عنوان «تحلیل جامعه‌شناختی عوامل اجتماعی- اقتصادی مؤثر بر رفتار سرمایه‌گذاری سهامداران در بازار بورس تهران» دریافتند فقدان دانش و سواد مالی، ریسک‌پذیری سرمایه‌گذاران، امنیت سرمایه‌گذاری، رکود اقتصادی و تورم، نبود فرهنگ سرمایه‌گذاری، شایعات و اطلاعات شبکه‌های غیررسمی و سوگیری احساسی موجب

1. Li
2. Ismi Khoiriah & Maris
3. Hamidah
4. Hariyani
5. Adinda
6. Tanjung
7. Fernandes

شناسایی و تحلیل راهبردهای ... / رمضانی و همکاران

از دست رفتن سرمایه سهامداران می‌گردد. مطالعه کیفی قیصری و همکاران (۱۴۰۰) با عنوان «بررسی نقش دانش مالی سرمایه‌گذاران بر رفتار مالی در بازار سرمایه ایران» نشان داد تصمیمات سرمایه‌گذاری، مدیریت ریسک و آموزش سواد مالی می‌تواند امنیت مالی، سودآوری و رضایت‌خاطر سرمایه‌گذاران را فراهم آورد. از این رو توجه به بُعد آموزش پیش از ورود به بازار سرمایه و به‌روزرسانی مداوم آن در کاهش ریسک‌های سرمایه‌گذاری و فعالیت بهتر سرمایه‌گذاران می‌تواند مؤثر واقع شود. نتایج مطالعه میرمحمدی صدرآبادی و شاکریان (۱۳۹۸) با عنوان «بررسی نقش سواد مالی و دانش مالی در تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران جهت سرمایه‌گذاری» نشان داد هر چه ریسک ادراک شده بیشتر باشد تصمیم به سرمایه‌گذاری کمتر می‌شود. این مطالعه همچنین مشخص نمود سواد مالی تأثیر مثبتی بر تصمیم افراد به سرمایه‌گذاری دارد. از این رو توجه به راهبردهای ارتقاء سواد مالی و روش‌های مدیریت ریسک و سرمایه می‌تواند موجب بهبود سرمایه‌گذاری افراد شود. نتایج مطالعه بدری و عزآبادی (۱۳۹۴) با عنوان «بررسی رفتار معاملاتی و عملکرد معاملاتی انواع سرمایه‌گذاران در بورس اوراق بهادار تهران» نشان داد سرمایه‌گذاران حقیقی با تبعیت از رفتار جمعی و عدم محاسبات دقیق، عملکرد معاملاتی ضعیفی داشته و ضررهایی متحمل می‌شوند.

عمده پیشینه پژوهش مطالعه حاضر مبتنی بر دلایل گرایش به فارکس و ارزهای دیجیتال در کشورهای مختلف است و تا به امروز هیچ پژوهشی در دنیا در خصوص گرایش دانش‌آموزان به کسب‌وکارهای نوپدید صورت نگرفته است؛ همچنین هیچ پژوهشی پیرامون راهبردها و راه‌های عملی جهت هدایت دانش‌آموزان و ارائه آموزش‌های لازم به آنان صورت نگرفته است. از این رو با توجه به این شکاف در مطالعات قبلی، این مقاله به شناسایی راهبردهای بهینه‌سازی گرایش دانش‌آموزان به کسب‌وکارهای نوپدید و بازار سرمایه مبادرت ورزیده است.

روش پژوهش

پژوهش حاضر با هدف شناسایی و تحلیل راهبردهای بهینه‌سازی گرایش دانش‌آموزان به کسب‌وکارهای نوپدید و بازار سرمایه انجام شده است. روش پژوهش به لحاظ هدف، کاربردی است؛ زیرا نتایج این پژوهش موجب کاربرد دانش در زمینه خاص می‌گردد و علاوه بر آن منجر به شناسایی، اصلاح و بهینه‌سازی کیفیت گرایش دانش‌آموزان در هنگام حضور در کسب و کارهای نوپدید و بازار سرمایه می‌شود. پژوهش حاضر از نظر روش آمیخته، از نوع اکتشافی متوالی است که در ادامه توضیح داده خواهد شد:

الف) بخش کیفی

در بخش کیفی این پژوهش مبتنی بر راهبرد نظریه داده‌بنیاد است. پژوهش‌های کیفی روشی برای کشف و درک مفهوم افراد یا گروه‌ها به یک مسئله اجتماعی یا انسانی هستند (Creswell & Creswell, 2017). این روش به طور ویژه برای کسب شناخت پیرامون موضوعاتی که قبلاً در مورد آن‌ها پژوهش جامع و عمده‌ای نشده و دانش ما در آن زمینه محدود است، به کار می‌رود (خنifer و مسلمی، ۱۳۹۷). تفاوت بین تئوری‌سازی داده‌بنیاد و دیگر روش‌های کیفی، رویکرد خاص آن نسبت به تدوین تئوری است. در تئوری‌سازی داده‌بنیاد باید بین جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها نوعی اثر متقابل وجود داشته باشد (سیدجوادین و اسفیدانی، ۱۳۸۹)؛ فلذا محققان داده‌بنیاد به کشف مقولات و فهم روابط بین آن‌ها علاقه‌مند بوده و از آزمون روابط میان متغیرها بر اساس نظریه‌های پیش مفروض اجتناب می‌کنند (کلباسی و همکاران، ۱۳۹۹). در این روش حساسیت نسبت به ویژگی‌های محیطی بالاست، بنابراین همه پیچیدگی‌های موجود در فرآیند بازنمایی می‌شوند (بازرگان‌هرندی، ۱۳۹۹). در بخش کیفی همچنین از رهیافت نظام‌مند کوربین و اشتراوس (Corbin & Strauss, 2008) برای تجزیه و تحلیل یافته‌ها استفاده شده است؛ زیرا این روش با توجه به چارچوب نظام‌مند به کار گرفته شده، رهنمودها و راهبردهای مؤثری را معرفی می‌کند که تا انتهای پژوهش برای ظهور و ایجاد نظریه، راه‌گشای پژوهشگر خواهد بود (میرحسینی و همکاران، ۱۳۹۸). در این روش با سازمان‌دهی فرآیند جمع‌آوری و پردازش داده‌ها در مراحل سه‌گانه

پژوهش‌های جغرافیای اقتصادی، دوره ۶، شماره ۲۰، ۷۹-۹۵، تابستان ۱۴۰۴.

کدگذاری، به ارائه یک مقوله هسته یا مرکزی می‌انجامد و نهایتاً با ارائه الگوی پارادایمی تلاش می‌کند پدیده اجتماعی را در سه بُعد شرایط، تعاملات (کنش و کنش مقابل) و پیامدها در معرض دید قرار دهد (کوربین و اشتراوس، ۱۳۹۱).

در بخش کیفی با ۲۷ نفر شامل ۵ نفر اعضای هیئت‌علمی رشته اقتصاد و مدیریت بازرگانی، ۵ نفر اعضای هیئت‌علمی رشته علوم تربیتی متخصص در زمینه کارآفرینی آموزشی و کسب‌وکارهای نوپدید، ۶ نفر دانشجوی دکتری صاحب‌نظر در حوزه کسب‌وکارهای نوپدید و بازار سرمایه، ۴ کارشناس غیر هیئت‌علمی و غیردانشجوی دکتری صاحب‌نظر در کسب‌وکارهای نوپدید و ۷ نفر از دانش‌آموزان مقطع متوسطه دوم فعال در حوزه کسب‌وکار نوپدید و بازار سرمایه که به شکل عملی و یا نظری با موضوع تحقیق ارتباط داشتند و در سال تحصیلی ۱۴۰۳-۱۴۰۲ مشغول به کار بودند، مصاحبه شد. مصاحبه‌شوندگان در این پژوهش به روش نمونه‌گیری هدفمند از نوع گلوله برفی انتخاب شدند؛ زیرا این پژوهش به صورت هدف‌دار به دنبال آن دسته از افرادی بود که بیشترین اطلاعات را درباره کسب‌وکارهای نوپدید و بازار سرمایه داشتند (Holloway & Wheeler, 2010). گردآوری داده‌ها تا زمانی ادامه داشت که فرآیند تجزیه و تحلیل به اشباع نظری کامل رسید. اشباع داده یا اشباع نظری رویکردی است که در پژوهش کیفی برای تعیین کفایت مورد استفاده قرار می‌گیرد (رنجبر و همکاران، ۱۳۹۱). برای پوشش‌دادن به ابعاد مختلف پدیده مورد بررسی، از روش مصاحبه نیمه‌ساختارمند و عمیق استفاده شد. صحت داده‌های کیفی از طریق ملاک قابل قبول بودن، انتقال‌پذیری و قابلیت اطمینان به دست آمد. جهت تأیید صحت داده‌های کیفی، از نظرات پنج متخصص که عضو هیئت‌علمی متبخر در حوزه کسب‌وکار و علوم تربیتی بودند بهره گرفته شد. اعتبار یافته‌ها نیز با مستندسازی، رفت و برگشت کار، بازبینی همتایان و ارزیابان خارجی صورت پذیرفت.

ب) بخش کمی

به منظور بررسی وضعیت راهبردهای بهینه‌سازی گرایش دانش‌آموزان به کسب‌وکارهای نوپدید و بازار سرمایه از نظر دانش‌آموزان از روش پژوهش توصیفی-تحلیلی استفاده شد. جامعه آماری در مرحله کمی شامل کلیه دانش‌آموزان دختر و پسر شاغل به تحصیل در دوره متوسطه دوم شهر زنجان در سال تحصیلی ۱۴۰۳-۱۴۰۲ به تعداد ۱۸۳۵۸ بودند که با توجه به حجم جامعه و بر اساس فرمول کوکران ۳۷۶ نفر از دانش‌آموزان به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای نسبتی انتخاب شدند. داده‌ها با استفاده از ورژن ۲۷ نرم‌افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل یافته‌ها از آزمون تی تک‌نمونه‌ای استفاده شد. فرض صفر بیانگر این بود که مؤلفه‌های شناسایی شده در بهینه‌سازی کیفیت حضور دانش‌آموزان در کسب‌وکارهای نوپدید و بازار سرمایه تأثیرگذار نیستند و فرض مقابل بیانگر این بود که تأثیرگذار هستند. پرسشنامه اعتبارسنجی نیز بین ۳۰ نفر از اعضای هیئت‌علمی توزیع شد و بر این اساس، اعتبار مدل طبق مؤلفه‌ها و اعتبار کلی با آزمون تی تک‌نمونه سنجیده شد. نتایج اعتبار کلی الگو با میزان $t = 29/986$ و $P < 0/05$ value توسط اساتید هیئت‌علمی تأیید شد. برای تعیین پایایی پرسشنامه از آلفای کرونباخ استفاده شد که بر اساس این آزمون پایایی پرسشنامه ۰/۹۲ محاسبه شد.

یافته‌ها و بحث

تحلیل یافته‌های پژوهش در دو بخش کیفی و کمی صورت گرفت. ابتدا مؤلفه راهبردهای بهینه‌سازی گرایش دانش‌آموزان به کسب‌وکارهای نوپدید و بازار سرمایه شناسایی و سپس بر اساس مؤلفه‌های شناسایی شده، میزان تأثیر هر یک از این راهبردها بررسی می‌شود.

تحلیل یافته‌های کیفی: راهبردهای بهینه‌سازی گرایش دانش‌آموزان به کسب‌وکارهای نوپدید و بازار سرمایه کدامند؟

ابتدا مصاحبه‌های ضبط شده پیاده‌سازی شد. تحلیل مصاحبه‌ها با استفاده از روش نظریه بر خاسته از داده‌ها در ابتدا به صورت پاراگراف و در نهایت کل متن مورد بررسی و مقوله‌بندی قرار گرفت. سپس بر اساس مشابَهت، ارتباط مفهومی و خصوصیات مشترک بین کدهای باز، مفاهیم و مقوله‌های مربوط مورد بحث و بررسی قرار گرفتند. در پایان بر اساس تجزیه و تحلیل متن مصاحبه‌ها،

شناسایی و تحلیل راهبردهای ... / رمضانی و همکاران

راهبردهایی که بر گرایش دانش‌آموزان به کسب‌وکارهای نوپدید و بازار سرمایه اثر می‌گذارد به دو حیطه اصلی در سطح حکمرانی (دولت و سیاست‌گذاران) (در پنج بُعد فرهنگ‌سازی، ایجاد هماهنگی، تغییر در قوانین و ساختارها، ایجاد آگاهی و انگیزه و بسترسازی) و در سطح مدارس و عاملان اجتماعی (در دو بُعد آموزش آشکار (تاکتیک‌ها و تکنیک‌های آموزشی و آموزش پنهان) تقسیم می‌شود. این راهبردها در جدول ۱ نشان داده شده است:

جدول ۱. مهم‌ترین راهبردهای بهینه‌سازی گرایش دانش‌آموزان به کسب‌وکارهای نوپدید و بازار سرمایه

کد انتخابی	کد محوری	مقولات فرعی	کد باز (زیرمقولات)	بسامد
راهبردها (مقوله‌های راهبردی)	فرهنگ‌سازی	ایجاد هماهنگی	غنی‌سازی تجارب با شناساندن افراد موفق	۸
			ایجاد حس امنیت برای فعالیت در بازارهای سرمایه داخلی	۵
			مهار هراس سرمایه‌گذاری در بورس	۳
		توسعه مشارکت ذینفعان آموزشی	توسعه مشارکت ذینفعان آموزشی در تصمیم‌گیری‌های آموزشی	۶
			تعیین استانداردها، پیشبرد و اجرای گام‌به‌گام اهداف	۳
	در سطح حکمرانی (دولت و سیاست‌گذاران)	تغییر در قوانین و ساختارها	تعادل میان آموزش‌های رسمی مدارس و آموزش سرمایه‌گذاری	۳
			اصلاح مقررات و قوانین موجود	۱۱
			تمرکززدایی از نظام آموزش و پرورش	۵
		ایجاد آگاهی و انگیزه	اخذ توافق و حمایت سیاست‌های کلی نظام آموزش	۲
			ارائه مشوق‌ها و هدایت‌گرها	۴
	بسترسازی	تاکتیک‌ها و تکنیک‌های آموزش آشکار	حمایت دولت از بازار سرمایه	۴
			برگزاری مسابقات کشوری کسب‌وکار	۱
			رفع فیلترینگ	۹
		آموزشی (تاکتیک‌ها و تکنیک‌های آموزش پنهان)	همکاری با صنعت و دانشگاه	۷
			تخصیص بودجه و امکانات لازم	۵
	در سطح مدارس و عاملان اجتماعی	توسعه مشارکت ذینفعان آموزشی	برگزاری آموزش‌های عملی و پروژه‌محور مشترک با مؤسسات	۱۰
			آموزش آزاد بازار سرمایه	
			راه‌اندازی دوره‌های آموزش نرم‌افزارهای تحلیل تکنیکال و مالی	۳
		آموزش پنهان	تهیه منابع آموزشی مرتبط با سرمایه‌گذاری و قرار دادن آن در کتابخانه مدرسه	۱
			تدوین و به اشتراک‌گذاری محتوا در فضای مجازی	۸
	آموزش پنهان	توسعه مشارکت ذینفعان آموزشی	بهره‌گیری صحیح از یادگیری مشاهده‌ای در رسانه‌ها	۵
			ساخت بازی‌های رایانه‌ای مالی	۳
			یادگیری اجتماعی از همتایان	۲

جدول ۱ بیانگر آن است که راهبردهای بهینه‌سازی گرایش دانش‌آموزان به سطح حکمرانی (دولت و سیاست‌گذاران) از ۵ مقوله اصلی و ۱۵ زیرمقوله تشکیل شده است. بُعد فرهنگ‌سازی شامل سه زیرمقوله غنی‌سازی تجارب با شناساندن افراد موفق، ایجاد حس امنیت برای فعالیت در بازارهای سرمایه داخلی و مهار هراس سرمایه‌گذاری در بورس است. در بُعد ایجاد هماهنگی زیرمقولات مشتمل بر توسعه مشارکت ذینفعان آموزشی در تصمیم‌گیری‌های آموزشی، تعیین استانداردها، پیشبرد و اجرای گام‌به‌گام اهداف و تعادل میان آموزش‌های رسمی مدارس و آموزش سرمایه‌گذاری می‌باشد. بُعد تغییر در قوانین و ساختارها دارای سه زیرمقوله اصلاح مقررات و قوانین موجود، تمرکززدایی از نظام آموزش و پرورش و اخذ توافق و حمایت سیاست‌های کلی نظام آموزش است که اصلاح مقررات و قوانین موجود با فراوانی ۱۱ بیشترین فراوانی را در بین راهبردهای سطح حکمرانی داراست. ارائه مشوق‌ها و هدایت‌گرها، حمایت دولت از بازار سرمایه و برگزاری مسابقات کشوری کسب‌وکار، زیرمقولات بُعد ایجاد آگاهی و انگیزه هستند که مجموعاً فراوانی کمتری از سایر

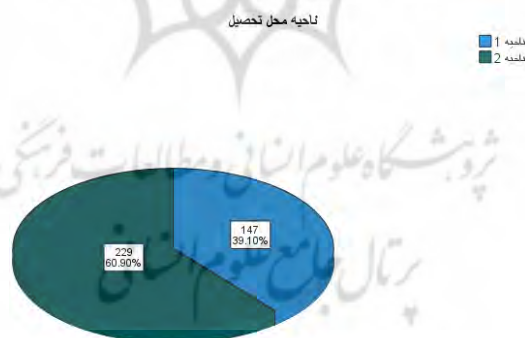
پژوهش‌های جغرافیای اقتصادی، دوره ۶، شماره ۲۰، ۷۹-۹۵، تابستان ۱۴۰۴.

زیرمقولات هر دو سطح حکمرانی و مدارس و عاملان اجتماعی دارند. بُعد بسترسازی نیز از سه زیرمقوله تشکیل شده است. زیرمقولات این بُعد شامل رفع فیلترینگ، همکاری با صنعت و دانشگاه و تخصیص بودجه و امکانات لازم می‌باشد. رفع فیلترینگ با فراوانی ۹، دومین زیرمقوله پربسامد در میان راهبردهای سطح حکمرانی است که می‌تواند تأثیری شگرف در افزایش دسترسی دانش‌آموزان به بازارهای جهانی و فعالیت در این بازارها داشته باشد. راهبردهای بهینه‌سازی گرایش دانش‌آموزان به سطح مدارس و عاملان اجتماعی نیز از ۲ مقوله اصلی و ۷ زیرمقوله تشکیل شده است. برگزاری آموزش‌های عملی و پروژه‌محور مشترک با مؤسسات آموزش آزاد بازار سرمایه، راه‌اندازی دوره‌های آموزش نرم‌افزارهای تحلیل تکنیکال و مالی و تهیه منابع آموزشی مرتبط با سرمایه‌گذاری و قرار دادن آن در کتابخانه مدرسه سه زیرمقوله بُعد آموزش آشکار (تاکتیک‌ها و تکنیک‌های آموزشی) را تشکیل می‌دهند. بُعد آموزش پنهان نیز از چهار زیرمقوله تدوین و به اشتراک‌گذاری محتوا در فضای مجازی، بهره‌گیری صحیح از یادگیری مشاهده‌ای در رسانه‌ها، ساخت بازی‌های رایانه‌ای مالی و یادگیری اجتماعی از هم‌تایان تشکیل شده که نقش حائز اهمیتی در روند یادگیری و مسیر فعالیت‌های اقتصادی دانش‌آموزان دارد.

تحلیل یافته‌های بخش کمی: میزان هر یک از راهبردهای بهینه‌سازی گرایش دانش‌آموزان به کسب‌وکارهای نوپدید و بازار سرمایه چگونه است؟

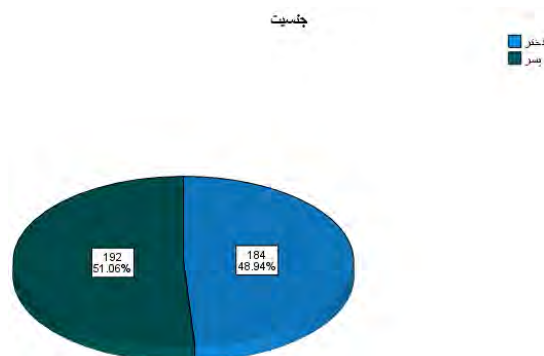
بر اساس یافته‌های کیفی پرسشنامه‌ای تدوین شد و سپس با استفاده از فرم CVR سؤالات پرسشنامه مورد اصلاح و بازبینی قرار گرفت و با حذف و ادغام سؤالات مطابق نظر خبرگان، در نهایت پرسشنامه‌ای ۱۰ سؤالی بر اساس راهبردهای بهینه‌سازی گرایش دانش‌آموزان به کسب‌وکارهای نوپدید و بازار سرمایه در بخش کیفی تدوین شد و در اختیار ۳۷۶ نفر از دانش‌آموزان قرار گرفت. آمار توصیفی ۳۷۶ نفر دانش‌آموزانی که در بخش کمی این مطالعه مشارکت نمودند به شرح ذیل است:

نتایج به دست آمده در خصوص محل تحصیل نشان می‌دهد که از کل نمونه آماری ۱۴۷ نفر (۳۹/۱٪) از پاسخ‌دهندگان در ناحیه ۱ آموزش و پرورش و ۲۲۹ نفر (۶۰/۹٪) در ناحیه ۲ آموزش و پرورش شهر زنجان مشغول به تحصیل هستند (شکل ۱).



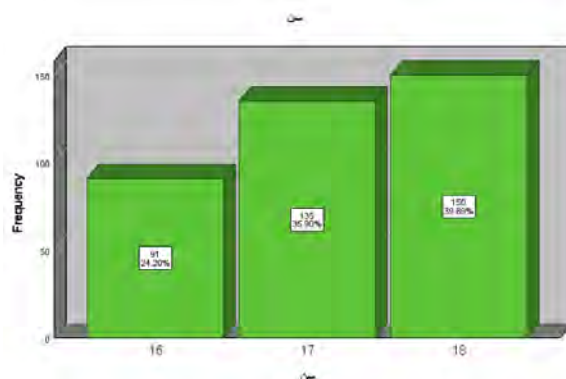
شکل ۱. توزیع درصد فراوانی پاسخ‌دهندگان بر حسب ناحیه محل تحصیل

۱۹۲ نفر (۵۱/۰۶٪) از پاسخ‌دهندگان پسر و ۱۸۴ نفر (۴۸/۹۴٪) از پاسخ‌دهندگان دختر می‌باشند (شکل ۲).



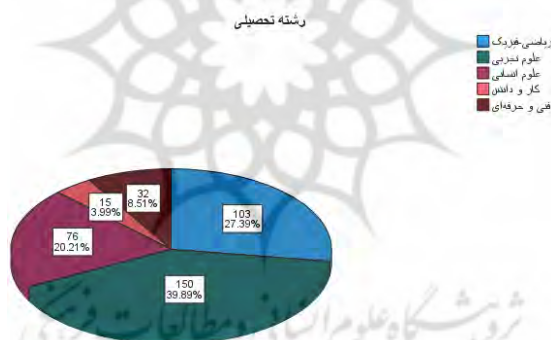
شکل ۲. توزیع درصد فراوانی پاسخ‌دهندگان بر حسب جنسیت

نتایج به دست آمده در خصوص سن نشان می‌دهد که از کل نمونه آماری ۹۱ نفر (۲۴/۲٪) از پاسخ‌دهندگان ۱۶ ساله، ۱۳۵ نفر (۳۵/۹٪) از پاسخ‌دهندگان ۱۷ ساله، ۱۵۰ نفر (۳۹/۹٪) از پاسخ‌دهندگان ۱۸ ساله سن دارند (شکل ۳).



شکل ۳. توزیع درصد فراوانی پاسخ‌دهندگان بر حسب سن

نتایج به دست آمده در خصوص رشته تحصیلی نشان می‌دهد ۱۰۳ نفر (۲۷/۴٪) از پاسخ‌دهندگان در رشته ریاضی- فیزیک، ۱۵۰ نفر (۳۹/۹٪) از پاسخ‌دهندگان در رشته علوم تجربی، ۷۶ نفر (۲۰/۲٪) از پاسخ‌دهندگان در رشته علوم انسانی و ۱۵ نفر (۴/۰٪) از پاسخ‌دهندگان در یکی از رشته‌های مدارس کار و دانش و ۳۲ نفر (۸/۵٪) از پاسخ‌دهندگان در یکی از رشته‌های مدارس فنی و حرفه‌ای مشغول به تحصیل می‌باشند (شکل ۴).



شکل ۴. توزیع درصد فراوانی پاسخ‌دهندگان بر حسب رشته تحصیلی

برای تجزیه و تحلیل یافته‌ها از آزمون تی تک‌نمونه‌ای استفاده شد. فرض صفر بیانگر این است که مؤلفه‌های زیر در بهینه‌سازی کیفیت حضور دانش‌آموزان تأثیرگذار نیستند و فرض مقابل بیانگر این است که تأثیرگذار هستند. جدول ۲ خروجی این آزمون است. در بررسی دیدگاه دانش‌آموزان، میانگین هر مؤلفه محاسبه شده و با میانگین مورد انتظار ۳ مقایسه شد و سطح معنی‌داری طبق جدول ذیل برای کلیه مؤلفه‌ها، به جز حمایت رسمی و واقعی دولت از بازار سرمایه و تخصیص امکانات برای فرهنگ‌سازی تنوع سرمایه‌گذاری از طریق مدارس و مسابقات کشوری کسب‌وکار با سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰ به دست آمد. سطح معنی‌داری مؤلفه برگزاری مسابقات کشوری کسب‌وکار نیز برابر ۰/۰۰۱ به دست آمد. سطح معنی‌داری حمایت رسمی و واقعی دولت از بازار سرمایه و تخصیص امکانات برای فرهنگ‌سازی تنوع سرمایه‌گذاری از طریق مدارس برابر با ۰/۸۷۶ می‌باشد. این بدین معناست که در هر زیرمؤلفه به جز در مؤلفه حمایت رسمی و واقعی دولت از بازار سرمایه و تخصیص امکانات برای فرهنگ‌سازی تنوع سرمایه‌گذاری از طریق مدارس، میانگین به دست آمده، از میانگین مورد انتظار بالاتر است و تفاوت معنی‌داری با ۳ دارد؛ پس تمام مؤلفه‌های شناسایی شده در این پژوهش به جز حمایت رسمی و واقعی دولت از بازار سرمایه و تخصیص امکانات برای فرهنگ‌سازی تنوع سرمایه‌گذاری از طریق مدارس، در بهینه‌سازی گرایش دانش‌آموزان به کسب‌وکارها نوپدید و بازار سرمایه مؤثرند.

جدول ۲. آزمون تی-تک نمونه‌ای راهبردهای بهینه‌سازی گرایش دانش‌آموزان به کسب‌وکارهای نوپدید و بازار سرمایه

مؤلفه‌ها	میانگین	درجه آزادی	آماره تی	سطح معنی‌داری
انتقال و اشتراک تجربه و مدیریت دانش افراد موفق در کسب‌وکارهای نوپدید و بازار سرمایه	۳/۶۸	۳۷۵	۱۰/۵۴۶	۰/۰۰۰
تأمین امنیت روانی برای فعالیت در بازارهای سرمایه داخلی و کنترل بورس‌هراسی	۴/۱۴	۳۷۵	۳۱/۱۲۰	۰/۰۰۰
توسعه مشارکت عموم ذینفعان در تصمیم‌گیری‌های آموزشی و تمرکززدایی برای عدم اعمال سلیقه آموزشی سنت‌گرایان	۲/۰۴	۳۷۵	-۱۵/۴۸۱	۰/۰۰۰
سیاست‌گذاری برای ایجاد تعادل میان برنامه درسی رسمی مدارس و آموزش‌های مهارت‌های مکمل از قبیل سرمایه‌گذاری و کارآفرینی	۳/۸۰	۳۷۵	۱۷/۴۸۸	۰/۰۰۰
اصلاح مقررات و قوانین موجود برای حمایت از کسب‌وکارهای نوین از طریق تعیین استانداردها و ارائه مشوق‌ها	۴/۲۹	۳۷۵	۳۹/۶۵۳	۰/۰۰۰
حمایت رسمی و واقعی دولت از بازار سرمایه و تخصیص امکانات برای فرهنگ‌سازی تنوع سرمایه‌گذاری از طریق مدارس	۲/۹۹	۳۷۵	-۰/۱۵۶	۰/۸۷۶
برگزاری مسابقات کشوری کسب‌وکار	۲/۸۱	۳۷۵	-۳/۲۵۴	۰/۰۰۱
رفع فیلترینگ و بهره‌گیری از قابلیت‌های فضای مجازی	۴/۱۴	۳۷۵	۲۵/۴۴۴	۰/۰۰۰
ساخت و ترویج بازی‌های رایانه‌ای و شبکه‌ای مالی	۳/۸۸	۳۷۵	۱۹/۹۶۹	۰/۰۰۰
یادگیری اجتماعی از همتایان در خصوص سرمایه‌گذاری و ورود به کسب‌وکارها	۴/۰۹	۳۷۵	۲۳/۹۵	۰/۰۰۰

چون سطح معنی‌داری برای تمام متغیرها به جز حمایت رسمی و واقعی دولت از بازار سرمایه و تخصیص امکانات برای فرهنگ‌سازی تنوع سرمایه‌گذاری از طریق مدارس، کوچک‌تر از ۰/۰۵ است، در نتیجه فرض صفر رد می‌شود. بر همین مبنا می‌توان گفت که مؤلفه‌های فوق به جز حمایت رسمی و واقعی دولت از بازار سرمایه و تخصیص امکانات برای فرهنگ‌سازی تنوع سرمایه‌گذاری از طریق مدارس، در گرایش دانش‌آموزان به کسب‌وکارهای نوپدید و بازار سرمایه مؤثر است.

نتیجه‌گیری

در این مقاله به به شناسایی راهبردهای بهینه‌سازی گرایش دانش‌آموزان به کسب‌وکارهای نوپدید و بازار سرمایه پرداخته شد. همانطور که مشخص شد، راهبردهای در سطح حکمرانی در مقوله اول یعنی فرهنگ‌سازی در زیرمقولات انتقال و اشتراک تجربه و مدیریت دانش افراد موفق در کسب‌وکارهای نوپدید و بازار سرمایه و تأمین امنیت روانی برای فعالیت در بازارهای سرمایه داخلی و کنترل بورس‌هراسی در بهینه‌سازی گرایش دانش‌آموزان به کسب‌وکارهای نوپدید و بازار سرمایه مؤثرند. نتایج پژوهش‌های گوتام و مالیک (۲۰۲۲) و قیصری و همکاران (۱۴۰۰) نیز تأثیر قابل توجه ایجاد حس امنیت در رفتارهای مناسب افراد در بازار سرمایه را تأیید کردند. بر اساس پژوهش جین^۱ (۲۰۰۱) نیز راهنمایی متخصصان به سرمایه‌گذاران برای تصمیم‌گیری‌هایی که ریسک سرمایه‌گذاری آنان را کاهش دهند، می‌تواند موجب سرمایه‌گذاری‌های بهتر و با بهره‌وری بالاتر شوند.

مقوله دوم یعنی ایجاد هماهنگی مشتمل بر توسعه مشارکت عموم ذینفعان در تصمیم‌گیری‌های آموزشی و تمرکززدایی برای عدم اعمال سلیقه آموزشی سنت‌گرایان و سیاست‌گذاری برای ایجاد تعادل میان برنامه درسی رسمی مدارس و آموزش‌های مهارت‌های مکمل از قبیل سرمایه‌گذاری و کارآفرینی است که با یافته‌های سامچ^۲ (۲۰۱۰) و کودا موسکارولا و کالویج^۳ (۲۰۲۱) هم‌راستایی دارد.

1. Jain
2. Somech
3. Coda Moscarola & Kalwiz

شناسایی و تحلیل راهبردهای ... / رمضانی و همکاران

مقوله تغییر در قوانین و ساختارها به عنوان سومین مقوله، یعنی اصلاح مقررات و قوانین موجود برای حمایت از کسب‌وکارهای نوین از طریق تعیین استانداردها و ارائه مشوق‌ها، در بهینه‌سازی گرایش دانش‌آموزان به کسب‌وکارهای نوپدید و بازار سرمایه مؤثر است. این یافته با نتایج پژوهش باقری و همکاران (۱۴۰۲) همسو است. دارین^۱ و همکاران (۲۰۰۶) نیز دریافتند بازده مورد انتظار سرمایه‌گذاران و فعالان کسب‌وکارها می‌تواند با به کارگیری سیاست‌هایی افزایش یابد که این امر موجب توسعه این بازارها و کسب‌وکارها، سرریز فناوری به این سو و در نتیجه ایجاد فرصت‌های کسب درآمد می‌شود.

ایجاد آگاهی و انگیزه به عنوان بُعد چهارم، شامل راهبردهای حمایت رسمی و واقعی دولت از بازار سرمایه و تخصیص امکانات برای فرهنگ‌سازی تنوع سرمایه‌گذاری از طریق مدارس و برگزاری مسابقات کشوری کسب‌وکار می‌باشد. برخی از این راهبردها با یافته‌های پژوهش نل و توماس^۲ (۲۰۲۲) و ابنی و تریسنواتی^۳ (۲۰۲۲) همسو است. در همین راستا کمپسیون اوراق بهادار مالزی (۲۰۱۱) تسهیل مسیر کسب‌وکارها و وضع قوانین مناسب را از راهکارهای بهبود وضعیت این نوع از فعالیت‌های اقتصادی می‌داند. حمایت رسمی و واقعی دولت از بازار سرمایه و تخصیص امکانات برای فرهنگ‌سازی تنوع سرمایه‌گذاری از طریق مدارس در این پژوهش به عنوان راهبرد مؤثر تأیید نشد. نتایج پژوهش شریعتی و رضایی (۱۴۰۱) با این نتیجه همسو است و این پژوهشگران نشان دادند حمایت دولت از بازار سرمایه موجب سقوط شاخص بورس شده و روند اعتماد سیاسی را در معرض مخاطره قرار می‌دهد.

بُعد بسترسازی نیز در بخش کیفی از سه زیرمقوله تشکیل شده است. زیرمقولات این بُعد شامل رفع فیلترینگ، همکاری با صنعت و دانشگاه و تخصیص بودجه و امکانات لازم می‌باشد. پس از اعمال نظر خبرگان، برخی از این راهبردها با راهبردهای ابعاد دیگر ادغام شده و تنها راهبرد رفع فیلترینگ و بهره‌گیری از قابلیت‌های فضای مجازی در این مقوله وارد سؤالات پرسشنامه شد و بر اساس نتایج، از جمله راهبردهایی است که در بهینه‌سازی گرایش دانش‌آموزان به کسب‌وکارهای نوپدید و بازار سرمایه مؤثر است.

راهبردهای ساخت و ترویج بازی‌های رایانه‌ای و شبکه‌ای مالی و یادگیری اجتماعی از همتایان در خصوص سرمایه‌گذاری و ورود به کسب‌وکارها در سطح مدارس و عاملان اجتماعی از جمله راهبردهای مؤثر در بهینه‌سازی گرایش دانش‌آموزان به کسب‌وکارهای نوپدید و بازار سرمایه هستند. این نتایج با یافته‌های هرچونو و جومیاتی^۴ (۲۰۲۲) و سوباگیو^۵ و همکاران (۲۰۲۰) همسو است. بر اساس نتایج پژوهش‌های لی و کیم^۶ (۲۰۲۰) و دی‌ویرمن^۷ و همکاران (۲۰۱۷) امروزه بیشتر افراد به خصوص جوانان و نوجوانان تحت تأثیر شبکه‌های مجازی و اینفلوئنسرها هستند. پژوهش اسمی‌خیریه و ماریس (۲۰۲۴) نیز مهر تأییدی بر تأثیر قابل توجه رسانه‌های اجتماعی در ورود افراد و نحوه مشارکت آنان در بازار سرمایه است. از این رو در نظر داشتن قابلیت‌های فضای مجازی در آموزش پنهان از مهم‌ترین راهبردهای مواجهه منطقی با پدیده مورد بحث پژوهش است.

با توجه به حضور دانش‌آموزان در بازار سرمایه و کسب‌وکارهای نوپدید، اجرای این راهبردها، نوعی سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی تلقی شده و با توجه به پیشرفت‌های تکنولوژیک، اقتصاد دیجیتال و جهانی‌شدن، آورده‌های بسیاری برای اقتصاد کشورها خواهد داشت. این راهبردها به نوبه خود می‌توانند مبنایی برای بسته‌های سیاستی و برنامه‌های موجود در این زمینه باشند. از این رو شایسته و بایسته است برنامه‌ریزان اقتصادی، فرهنگی و آموزشی در تعامل با یکدیگر اقدامات لازم را جهت بهینه‌سازی این فعالیت‌های اقتصادی دانش‌آموزان اتخاذ نمایند. با توجه به تأکید این مطالعه بر راهبردهای بهینه‌سازی گرایش دانش‌آموزان به کسب‌وکارهای نوپدید و بازار

1. Da Rin

2. Nel & Thomas

3. Abni & Trisnawati

4. Herdjiono & Jumiati

5. Subagio

6. Lee & Kim

7. De Veirman

پژوهش‌های جغرافیای اقتصادی، دوره ۶، شماره ۲۰، ۷۹-۹۵، تابستان ۱۴۰۴. سرمایه، پیشنهاد می‌شود پژوهشگران بعدی با بررسی تبعات این راهبردها، اطلاعات بیشتری برای سیاست‌گذاران و دست‌اندرکاران امر فراهم نمایند.

حامی مالی

این مقاله برگرفته از طرح پژوهشی با عنوان «تبیین گرایش دانش‌آموزان به کسب‌وکارهای نوپدید و بازار سرمایه» با حمایت اداره کل آموزش و پرورش زنجان می‌باشد.

سه‌م نویسندگان در پژوهش

همه نویسندگان به طور برابر در این پژوهش مشارکت داشته‌اند.

تضاد منافع

نویسندگان اعلام می‌دارند که هیچ تضاد منافی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله ندارند.

تقدیر و تشکر

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.

منابع

- بازرگان‌هرندی، عباس. (۱۳۹۹). مقدمه‌ای بر روش‌های تحقیق کیفی و آمیخته: رویکردهایی متداول در علوم رفتاری. تهران: دیدار.
- باقری، مرضیه؛ ازکیا، مصطفی؛ و موسایی، میثم. (۱۴۰۲). تحلیل جامعه‌شناختی عوامل اجتماعی-اقتصادی مؤثر بر رفتار سرمایه‌گذاری سهامداران در بازار بورس تهران. فصلنامه اقتصاد و بانکداری اسلامی، ۱۲(۴۴)، ۳۸۱-۳۵۱.
- بدری، احمد؛ و عزآبادی، بهاره. (۱۳۹۴). بررسی رفتار معاملاتی و عملکرد معاملاتی انواع سرمایه‌گذاران در بورس اوراق بهادار تهران. تحقیقات مالی، ۱۷(۱)، ۲۱-۳۸.
- خنیر، حسین؛ و مسلمی، ناهید. (۱۳۹۷). اصول و مبانی روش‌های پژوهش کیفی رویکردی نو و کاربردی. تهران: دانش.
- رنجبر، هادی؛ حق‌دوست، علی اکبر؛ صلاصالی، مهوش؛ خوشدل، علیرضا؛ سلیمانی، محمدعلی؛ و بهرامی، نسیم. (۱۳۹۱). نمونه‌گیری در پژوهش‌های کیفی: راهنمایی برای شروع. مجله پژوهش علوم سلامت و نظامی، ۱۰(۳)، ۲۵۰-۲۳۸.
- روزبه‌مقدم، دنیا؛ و ربیعی، مهناز. (۱۴۰۰). بررسی رابطه بین توسعه بازار سرمایه و رشد اقتصادی. نشریه علمی رویکردهای پژوهشی نوین مدیریت و حسابداری، ۵(۱۸)، ۹۱-۱۱۲.
- سلیمانی، یاسر. (۱۴۰۲). اثرگذاری بازار سهام در مهار تورم، رشد تولید. ماهنامه علمی امنیت اقتصادی، ۱۱(۱)، ۷۶-۶۷.
- سیدجوادین، سیدرضا؛ و اسفیدانی، محمد رحیم. (۱۳۸۹). تئوری‌سازی داده‌بنیاد و نرم‌افزار اطلس. تهران: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
- شریعتی، مجتبی؛ و رضایی، نیما. (۱۴۰۱). بررسی فرآیند تعمیق بازار سرمایه در دولت دوازدهم و تاثیر آن بر آینده سیاست در ایران. دولت‌پژوهی، ۸(۳۲)، ۲۵۴-۲۲۳.
- قیصری، روح‌اله؛ صالحی، اله‌کرم؛ و قبادی، صغری. (۱۴۰۰). بررسی نقش دانش مالی سرمایه‌گذاران بر رفتار مالی در بازار سرمایه ایران. فصلنامه اقتصاد مالی، ۱۵(۵۴)، ۳۵۳-۳۲۵.
- کرمی، غلامرضا؛ و اصغری، علی. (۱۴۰۲). بررسی تأثیر ویژگی‌های مدیریت و استراتژی‌های مالی بر ریسک‌پذیری شرکت‌های پذیرفته‌شده در بازار بورس اوراق بهادار تهران. تحقیقات مالی، ۲۵(۴)، ۵۵۶-۵۲۹.
- کلباسی، فهیمه؛ هاشمیان، بهزاد؛ احمدی‌سرابی، ایمان؛ و نیک‌بخش، سهیلا. (۱۳۹۹). تحلیل جامعه‌شناختی نگرش والدین نسبت به ترجیح جنسی ترجیح‌مند براساس نظریه GT. فرهنگی تربیتی زنان و خانواده، ۱۴(۵۰)، ۷-۲۶.
- کوربین، جولیت؛ و اشتراوس، آنسلم. (۱۳۹۱). اصول تحقیق کیفی - شیوه‌ها و رویه‌ها، (ترجمه ناهید نیری و دیگران). تهران: اندیشه رفیع.
- میرحسینی، سید سعید؛ آذر، عادل؛ افسر، امیر؛ و جهانیان، سعید. (۱۳۹۸). طراحی مدل کنترل ریسک پیاده‌سازی سیستم‌های برنامه‌ریزی منبع سازمان (ERP) با رویکرد نظریه داده‌بنیاد (GT). پژوهش‌های مدیریت در ایران، ۲۳(۴)، ۸۱-۱۰۱.

میرمحمدی صدراآبادی، محمد؛ و شاکریان، حامد. (۱۳۹۸). بررسی نقش سواد مالی و دانش مالی در تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران جهت سرمایه‌گذاری. فصلنامه مدیریت کسب‌وکار، ۱۱(۴۳)، ۳۱۱-۳۳۵.

- Abni, M., & Trisnawati, R. (2022). [The Influence of Investment Knowledge, Capital Market Training, Minimal Capital, Technological Developments, and Motivation on Students' Interest in Investing in the Capital Market](#). Journal of Social Research, 2(1), 32-43.
- Abramova, S., & Böhme, R. (2016). [Perceived benefit and risk as multidimensional determinants of bitcoin use: a quantitative exploratory study](#). International Conference on Information Systems, 1-20, Zohar.
- 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.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2000). [Attitudes and the Attitude-Behavior Relation: Reasoned and Automatic Processes](#). European Review of Social Psychology, 11(1), 1-33.
- Albert, D., Chein, J., & Steinberg, L. (2013). [Peer Influences on Adolescent Decision Making](#). Current Directions in Psychological Science, 22(2), 114-120.
- Arias-Oliva, M., Pelegrín-Borondo, J., & Matías-Clavero, G. (2019). [Variables influencing cryptocurrency use: a technology acceptance model in Spain](#). Frontiers in Psychology, 10(475), 1-13.
- Bandura, A. (1977). Social Learning Theory. New Jersey: Prentice-Hall.
- Beer, P., & Mulder, R. H. (2020). [The Effects of Technological Developments on Work and Their Implications for Continuous Vocational Education and Training: A Systematic Review](#). Frontiers in Psychology, 11(1), 1-19.
- Berthalia, F., Mareta, N., & Amanda, L. (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.
- Bönte, W., Falck, O. & Heblich, S. (2009). [The Impact of Regional Age Structure on Entrepreneurship](#). Economic Geography, 85(3), 269-287.
- Bustamante, C. V., Mingo, S., & Matusik, S. F. (2021). [Institutions and venture capital market creation: The case of an emerging market](#). Journal of Business Research, 127(1), 1-12.
- Cantú, C., Franco, C., & Frost, J. (2024). [The economic implications of services in the metaverse](#). BIS (Bank for International Settlements) Papers, 144, 1-28.
- Coda Moscarola, F., & Kalwij, A. (2021). [The Effectiveness of a Formal Financial Education Program at Primary Schools and the Role of Informal Financial Education](#). Evaluation Review, 45(3-4), 107-133.
- Corbin, J., & Strauss, A. (2008). Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory. UK: Sage publications.
- Creswell, J. W. & Creswell, J. D. (2017). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (4th Edition). Los Angeles: Sage.
- Da Rin, M., Nicodano, G., & Sembenelli, A. (2006). [Public Policy and the Creation of Active Venture Capital Markets](#). Journal of Public Economics, 90(8-9), 1699-1723.
- De Veirman, M., Cauberghe, V., Hudders, L. (2017). [Marketing through Instagram influencers: the impact of number of followers and product divergence on brand attitude](#). International Journal of Advertising, 36(1), 1-31.
- Esmailzadeh, P., Subramanian, H., & Cousins, K. (2019). [Individuals' cryptocurrency adoption: a proposed moderated-mediation model](#). 25th Americas Conference on Information Systems, Cancún, Mexico, 1-10.
- 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 Research, 431, 3rd Forum in Research, Science, and Technology.
- Falck, O., Heblich, S. & Luedemann, E. (2009). [Identity and entrepreneurship: do school peers shape entrepreneurial intentions?](#) Small Business Economics, 39(2), 1-21.
- Farah, M. F., Hasni, M. J. S., & Abbas, A. K. (2018). [Mobile-banking adoption: empirical evidence from the banking sector in Pakistan](#). International Journal of Bank Marketing, 36(7), 1386-1413.
- Fernandes, D., Lynch, J., & Netemeyer, R. (2014). [Financial Literacy, Financial Education, and Downstream Financial Behaviors](#). Management Science, 60(8), 1861-1883.
- Fishbein, M., Ajzen, I. (2010). Predicting and Changing Behavior: The Reasoned Action Approach. New York: Psychology Press.
- Florin, M., Pinar, U., Chavigny, E., Bouaboula, M., Jarbouli, L., Coulibaly, A., ... & Fournier, L. (2020). [Socio-economic and psychological impact of the COVID-19 outbreak on private practice and public hospital radiologists](#). European journal of radiology, 132, 1-7.
- 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.

- Gupta, S., Kushwaha, P. S., Badhera, U., Chatterjee, P., & Gonzalez, E. S. (2023). [Identification of benefits, challenges, and pathways in E-commerce industries: An integrated two-phase decision-making model](#). *Sustainable Operations and Computers*, 4(1), 200-218.
- Hamidah, H., Gustiawan, D., & Buchdadi, A. (2019). [Financial literacy and capital market literacy among students](#). *International Conference on Education Social Sciences and Humanities*.
- Hariyani, D. S., Ayuningdiah, M. R., & Saputra, A. (2023). [The Influence of Financial Technology, Financial Literacy and Financial Efficacy on Student's Interest in Investing](#). *Business Management Analysis Journal*, 6(1), 22-37.
- Heimer, R. Z. (2016). [Peer Pressure: Social Interaction and the Disposition Effect](#). *Review of Financial Studies*, 29(11), 3177-3209.
- Herdjono, I., & Jumiati, J. (2022). [Factors That Influence the Interest in Becoming an Investor in the Capital Market](#). *Jurnal Economia*, 18(2), 159-171.
- Holloway, I., & Wheeler, S. (2010). *Qualitative research in nursing and healthcare* (3rd ed). West Sussex: Wiley-Blackwell Publishing.
- Ismi Khoiriah, R., & Maris, A. (2024). [Opportunities, Challenges, and Capital Market Education Strategies through Social Media](#). *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 179-194.
- Jain, B. A. (2001). [Predictors of performance of venture capitalist-backed organizations](#). *Journal of Business Research*, 52(3), 223-233.
- Kazi A. K. & Mannan, M. A. (2013). [Factors affecting adoption of mobile banking in Pakistan](#). *International Journal of Research in Business and Social Science*, 2(3), 54-61.
- Kim, H. (2016). [Strategy Research on Emerging Economies: Focusing on the Institutional Theory of Strategy](#). *The International Journal of Business & Management*, 4(6), 416-423.
- Lee, S., & Kim, E. (2020). [Influencer marketing on Instagram: How sponsorship disclosure, influencer credibility, and brand credibility impact the effectiveness of Instagram promotional post](#). *Journal of Global Fashion Marketing*, 11(3), 232-249.
- Lemaster, P., & Strough, J. (2014). [Beyond mars and venus: understanding gender differences in financial risk tolerance](#). *Journal of Economic Psychology*, 42(1), 148-160.
- Li, J., Wang, X., Ahmad, S., Huang, X., Khan, Y. A. (2023). [Optimization of investment strategies through machine learning](#). *Heliyon*, 9(5), 1-10.
- Liu, Q., Qu, X., Wang, D., Abbas, J., & Mubeen, R. (2022). [Product Market Competition and Firm Performance: Business Survival Through Innovation and Entrepreneurial Orientation Amid COVID-19 Financial Crisis](#). *Frontiers in Psychology*, 12(1), 1-12.
- Mead, S., Hilton, D., & Curtis, L. (2001). [Peer support: A theoretical perspective](#). *Psychiatric Rehabilitation Journal*, 25(2), 134-141.
- Mohajan, H. (2019). [The First Industrial Revolution: Creation of a New Global Human Era](#). *Journal of Social Sciences and Humanities*, 5(4), 377-387.
- Nel, D., & Thomas, P. (2022). [The role of government in promoting innovation-led entrepreneurial ecosystems](#). *Africa's Public Service Delivery & Performance Review*, 10(1), 1-13.
- North, D. C. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Olsson, A., Knapska, E., & Lindström, B. (2020). [The neural and computational systems of social learning](#). *Nature Reviews Neuroscience*, 21(4), 197-212.
- Ortega-Argilés, R., & McCann, P. (2021). [The innovation productivity paradox](#). OECD.
- Polanyi, K. (2001). *The Great Transformation: The Political and Economic Origins of Our Time*. Boston: Beacon Press.
- Rinaldo, N., Sudarno, S., & Hutahuruk, M. (2020). [The Improvement of Generation Z Financial Well-being in Pekanbaru](#). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(2), 142-151.
- Rodriguez Buritica, J. M., Eppinger, B., Heekeren, H. R., Cronel, E. A., & Duijvenvoorde, A. (2024). [Observational reinforcement learning in children and young adults](#). *Npj science of learning*, 9(18), 1-12.
- Rojas-Suarez, L. (2014). [Towards strong and stable capital markets in emerging market economies](#). *BIS Papers*, 75, 13-20.
- Rozak, A., Waspada, I., & Sari, M. (2021). [Analysis of Minimum Capital, Risk, and Knowledge in Affecting Students' Interest in Investing with Moderated Income in Indonesian Capital Market. Proceedings of the 6th Global Conference on Business, Management, and Entrepreneurship](#). 6th Global Conference on Business, Management, and Entrepreneurship, 81-87.
- Securities Commission Malaysia. (2011). *Capital Market Masterplan 2*. Malaysia: Suruhanjaya Sekuriti.
- Shah, A. M. (2012). [Business Strategies in the Emerging Markets](#). *Journal of Asia-Pacific Business*, 13(1), 4-15.
- Somech, A. (2010). [Participative decision making in schools: A mediating-moderating analytical framework for understanding school and teacher outcomes](#). *Educational Administration Quarterly*, 46(2), 174-209.
- Subagio, H., Satoto, S. H., & Ediningsih, S. I. (2020). [The Effect of Investment Education and Investment Experience on Investment Decision with Financial Knowledge as Intervening Variable](#). *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 99(3), 143-150.

شناسایی و تحلیل راهبردهای ... / رمضانی و همکاران

- Tanjung, G., Komariah, S., & Yusuf, S. (2020). [Capital Market Literacy and Students' Investment Decision](#). Journal of Applied Business Administration, 4(2), 200-205.
- 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.
- Webb, J. W., Tihanyi, L., Ireland, R. D., & Sirmon, D. G. (2009). [You say illegal, I say legitimate: Entrepreneurship in the informal economy](#). Academy of Management Review, 34(3), 492-510.
- Zajacova, A., Jehn, A., Stackhouse, M., Choi, K. H., Denice, P., Haan, M., & Ramos, H. (2020). [Mental health and economic concerns from March to May during the COVID-19 pandemic in Canada: Insights from an analysis of repeated cross-sectional surveys](#). SSM-population health, 12(3), 1-29.

