

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه پیام نور

مرکز اصفهان

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته علوم تربیتی

گرایش: برنامه ریزی درسی

عنوان:

پیش بینی برنامه درسی اقتصاد محور مبتنی بر سواد اقتصادی و

مهارت کارآفرینی معلمان مقطع متوسطه

استاد راهنما:

دکتر نفیسه رفیعی

استاد مشاور:

دکتر فهیمه نصیری

نگارنده :

الهام منصوری

شهریور ماه ۱۴۰۱

سپاس گزاری

تقديم

Table of Contents

فصل اول.....	۲
کلیات تحقیق.....	۲
۱-۱-مقدمه.....	۲
۲-۱-بیان مسئله.....	۳
۳-۱-اهمیت و ضرورت تحقیق.....	۵
۴-۱-اهداف تحقیق.....	۶
۱-۴-۱-هدف اصلی:.....	۶
۲-۴-۱-اهداف فرعی:.....	۶
۵-۱-فرضیه های تحقیق.....	۶
۱-۵-۱-فرضیه اصلی.....	۶
۲-۵-۱-فرضیه های فرعی.....	۶
۶-۱-تعریف واژگان.....	۷
۱-۶-۱-تعریف مفهومی.....	۷
۲-۶-۱-تعریف عملیاتی.....	۷
فصل دوم.....	۹
مبانی نظری و پیشینه تحقیق.....	۹
۱-۲-مقدمه.....	۹
۲-۲-مفهوم واژه کار آفرینی.....	۱۰
۱-۲-۲-تعاریف کارآفرینی.....	۱۰
۲-۲-۲-اهمیت و ضرورت کارآفرینی.....	۱۴
۳-۲-۲-انواع کارآفرینی.....	۱۵
۴-۲-۲-مفاهیم کلیدی در کارآفرینی.....	۱۸
۵-۲-۲-ویژگیهای کارآفرینی.....	۱۹

۲۱۴-۲-۲-برخی از ویژگی‌های کارآفرینانه
۳۰۵-۲-۲-مهارت کارآفرینی
۳۴۳-۲-۲-برنامه درسی اقتصاد محور
۳۴۱-۳-۲-تاریخچه برنامه درسی درحوزه اقتصاد
۳۶۲-۳-۲-چستی برنامه درسی اقتصادی
۳۸۳-۳-۲-تجارب موجود در دنیا در باب برنامه درسی اقتصادی
۴۰۴-۳-۲-مروری بر گستره مسائل و ادبیات اقتصادی در محتوای آموزشی مرسوم
۴۴۵-۳-۲-ضرورت فرهنگ سازی اقتصاد در جامعه ما
۴۵۴-۲-۲-سواد اقتصادی
۴۵۱-۴-۲-تعریف سواد
۴۵۲-۴-۲-انواع سواد
۴۷۳-۴-۲-جدیدترین تعریف سواد از دید یونسکو
۴۷۴-۴-۲-تعریف و مفهوم سواد اقتصادی
۴۹۵-۴-۲-ضرورت سواد اقتصادی
۵۰۶-۴-۲-تاریخچه سواد اقتصادی
۵۱۷-۴-۲-ویکرد های ارتقا سواد اقتصادی
۵۳۵-۲-۲-مروری بر پیشینه تحقیق
۵۳۱-۵-۲-مروری بر تحقیقات داخلی
۵۴۲-۵-۲-مروری بر تحقیقات خارجی
۵۶فصل سوم
۵۶روش شناسی پژوهش
۵۷۱-۳-مقدمه
۵۷۲-۳-روش پژوهش
۵۷۳-۳-جامعه آماری
۵۸۴-۳-نمونه آماری و روش نمونه گیری
۵۸۵-۳-روش جمع آوری داده ها

۵۹	۳-۶- ابزار گردآوری اطلاعات.....
۶۰	۳-۷- روایی و پایایی پژوهش.....
۶۰	۳-۷-۱- روایی ابزار اندازه گیری.....
۶۰	۳-۷-۲- پایایی ابزار اندازه گیری.....
۶۱	۳-۸- ملاحظات اخلاقی.....
۶۱	۳-۹- روش تجزیه و تحلیل داده ها.....
۶۲	فصل چهارم.....
۶۲	یافته های تحقیق.....
۶۳	۴-۱- مقدمه.....
۶۳	۴-۲- آمار توصیفی.....
۶۳	۴-۲-۱- توصیفی ویژگیهای جمعیت شناختی.....
۶۵	۴-۳- آمار استنباطی.....
۶۹	بررسی فرضیات فرعی تحقیق.....
۷۴	فصل پنجم.....
۷۴	بحث و نتیجه گیری.....
۷۵	۵-۱- مقدمه.....
۷۵	۵-۲- خلاصه تحقیق.....
۷۶	۵-۳- بحث و نتیجه گیری.....
۷۸	۵-۴- محدودیت های تحقیق.....
۷۸	۵-۵- پیشنهادها.....
۷۸	۵-۵-۱- پیشنهادهای کاربردی.....
۷۹	۵-۵-۲- پیشنهادهای پژوهشی.....
۷۹	منابع.....
۸۳	پیوست.....

فهرست جدول ها

- جدول (۲-۳) پایایی ابزار سنجش ۶۰
- جدول (۱-۴) فراوانی جنسیت افراد ۶۳
- جدول (۲-۴) فراوانی سن افراد ۶۴
- جدول (۳-۴) میانگین و انحراف معیار متغیرهای تحقیق ۶۵
- جدول (۴-۴) آزمون کلموگراف اسمیرنف برای بیان نرمال یا عدم نرمال بودن داده‌های مربوط به متغیرها ۶۶
- جدول (۵-۴) همبستگی بین متغیرهای تحقیق ۶۷
- جدول (۶-۴) همبستگی پیرسون بین متغیرهای تحقیق ۶۷
- جدول (۷-۴) خلاصه مدل رگرسیونی ۷۰
- جدول (۸-۴) آزمون تحلیل واریانس برای مدل رگرسیونی ۷۰
- جدول (۹-۴) ضرایب مدل رگرسیونی ۷۱
- جدول (۱۰-۴) خلاصه مدل رگرسیونی ۷۲
- جدول (۱۱-۴) ضرایب مدل رگرسیونی ۷۲

فهرست شکل ها

نمودار(۴-۱) فراوانی جنسیت افراد ۶۴

نمودار(۴-۲) فراوانی سن افراد ۶۵

چکیده

پژوهش حاضر با هدف تعیین سواد اقتصادی و مهارت کارآفرینی معلمان مقطع متوسطه بعنوان پیش بینی کننده برنامه درسی اقتصاد محور انجام گرفت. تحقیق حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ روش توصیفی از نوع همبستگی بود. جامعه آماری در این مطالعه شامل کلیه معلمان دوره متوسطه دوم ناحیه ۲ شهر شیراز در سال تحصیلی ۱۴۰۰-۱۴۰۱ به تعداد ۱۵۰۰ نفر بود. در تحقیق حاضر برای تعیین حجم نمونه آماری از جدول مورگان استفاده شد. بر این اساس حجم نمونه آماری ۳۰۶ نفر تخمین زده شد. همچنین روش نمونه گیری در تحقیق حاضر به روش طبقه ای بود. در این تحقیق برای دستیابی به داده های کمی بر اساس متغیرهای پژوهش از پرسشنامه استفاده شد. این پرسشنامه ها شامل پرسشنامه محقق ساخته سواد اقتصادی، پرسشنامه محقق ساخته برنامه درسی اقتصاد محور و پرسشنامه استاندارد مهارت کارآفرینی مقیمی و همکاران (۱۳۹۰) بود. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار SPSS ۱۹ و استفاده از آزمون همبستگی و رگرسیون همزمان استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد نقش برنامه درسی اقتصاد محور بر سواد اقتصادی معلمان معنی دار بود. بر اساس جدول (۴-۹) مشاهده می شود که رابطه دانش اقتصادی (ضریب بتا=۰/۶۸۹ و سطح معنی داری=۰/۰۰۱)، رفتار اقتصادی (ضریب بتا=۰/۶۳۸ . سطح معنی داری=۰/۰۰۱) و نگرش اقتصادی (ضریب بتا=۰/۵۹۸ و سطح معنی داری=۰/۰۰۰) با برنامه درسی اقتصاد محور معلمان معنی دار است. همچنین بدست آمد نقش مهارت کارآفرینی معلمان در برنامه درسی اقتصاد محور معنی دار بود. رابطه تغییر در رفتار (ضریب بتا=۰/۶۵۴ و سطح معنی داری=۰/۰۰۲)، بینش استراتژیک (ضریب بتا=۰/۵۳۲ و سطح معنی داری=۰/۰۰۱)، ایجاد محیط کاری پرانرژی (ضریب بتا=۰/۵۰۳ و سطح معنی داری=۰/۰۰۰) و محیط حمایتی (ضریب بتا=۰/۵۴۲ و سطح معنی داری=۰/۰۰۱) با برنامه درسی اقتصاد محور رابطه معنی دار است.

واژگان کلیدی: برنامه درسی اقتصاد محور، سواد اقتصادی، مهارت کارآفرینی

فصل اول

کلیات تحقیق

۱-۱- مقدمه

سواد در گذشته تنها خواندن و نوشتن تلقی می‌شد. در اواخر قرن ۲۰ آموزش رایانه و زبان خارجی به این تعریف اضافه شد. اما در حال حاضر یونسکو تعریف جدیدی برای سواد ارائه کرده است. طبق این تعریف به

افرادی که ۱۲ مهارت سواد یا آموزش دیده باشند، افراد باسواد گفته می‌شود. یکی از مهم‌ترین مهارت‌ها سواد اقتصادی است. سواد اقتصادی توانایی استفاده از مهارت‌های مدیریت اصولی پول است. آموزش این سواد تأثیر زیادی در بزرگسالی فرزندان دارد؛ اما متأسفانه به اندازه خواندن و نوشتن به آن توجه نشده است. آموزش سواد اقتصادی ابتدا باید در خانواده و توسط والدین انجام شود. کودکان معمولاً از سن ۴ سالگی با مشاهده رفتار آن‌ها با مفهوم پول آشنا می‌شوند اما والدین به دلایل مختلف از صحبت کردن درباره‌ی مسائل اقتصادی و پول با فرزندان خود سر باز می‌زنند. بنابراین مدرسه به عنوان اولین محیط که فعالیت‌های جدی دانش‌آموزان در آن انجام می‌شود، باید به آن‌ها آموزش سواد اقتصادی دهد. در واقع آموزش سواد اقتصادی یکی از ویژگی‌های مدارس هزاره‌ی سوم است. مهارت سرمایه‌گذاری، مهارت استفاده صحیح از پول و از مهمترین مولفه‌های سواد اقتصادی دانش‌آموزان محسوب می‌شود. فرزند با یادگیری این مهارت در کودکی و یا نوجوانی می‌تواند که پس‌انداز خود را در چه جایی سرمایه‌گذاری نماید تا ضمن کسب سود مناسب، ریسک کمتری نیز متحمل شود.

هدف آموزش و پرورش، تربیت جامع انسان است و تربیت جامع و مانع همواره در نظام‌های آموزشی هدف بوده است؛ بدین جهت برنامه ریزان درسی همواره باید تلاش خود را به سمت این هدف غایی سوق دهند. در این میان خواه ناخواه برخی از موضوعات کاربردی تربیتی و زیستی از نظرها دور مانده است. سواد اقتصادی و آموزش آن از جمله آنهاست. یادگیری مهارت‌های مربوط به سواد اقتصادی در دوران کودکی، مزایای زیادی در دراز مدت خواهد داشت. ما در عصر بدهی‌های پیش‌بینی نشده زندگی می‌کنیم و این که دانش‌آموزان در زندگی آینده‌شان با چالش‌های اقتصادی روبه‌رو می‌شوند؛ پس برای مریبان لازم است دانش‌آموزان را با دانش و مهارت‌هایی آشنا سازند تا در اقتصاد امروز موفق باشند (ممشلی، ۱۳۹۲). کلید افزایش سواد اقتصادی کشور در آموزش آن به دانش‌آموزان است (کامرون و همکاران، ۲۰۱۳).

در این فصل از پژوهش حاضر بر اساس موضوع تحقیق به طرح بیان مسئله و اهمیت و ضرورت انجام تحقیق پرداخته می‌شود. همچنین فرضیات و سوالات تحقیق نیز بیان شده و متغیرهای تحقیق به صورت مفهومی و عملیاتی تعریف می‌گردد.

۱-۲- بیان مسئله

یکی از مهمترین و زیر بنایی ترین نظام‌ها در هرکشور، نظام‌های آموزشی هستند که به عنوان محوری جهت تربیت سرمایه‌های انسانی و توسعه پایدار و همه جانبه محسوب می‌شوند. در نظام‌های آموزشی، جامع‌نگری و مواجهه همه جانبه، عمیق و دقیق با پدیده برنامه درسی از اهمیت فوق العاده‌ای برخوردار است (آماگیر، ۲۰۱۸). آموزش اقتصاد و یا به بیان علمی تحقق اهداف شناختی، گرایشی و رفتاری در حوزه اقتصادی، که از آن به طور عام به عنوان " برنامه درسی اقتصاد محور " نام برده می‌شود، حوزه بسیار شناخته شده و فربه

ی به لحاظ حجم ادبیات و تجارب حاصله در دنیای امروز، محسوب می گردد در این میان آموزش متوسطه به خاطر نقش اساسی در شکل گیری شخصیت و آموزش، جوانان از اهمیت بسزایی برخوردار است. دانش آموز باید توانمندی لازم برای ورود به عرصه اقتصادی و ایجاد یک حرفه مؤثر را داشته باشد. یکی از ساحت های سند تحول بنیادین ساحت تربیت اقتصادی و حرفه ای است که دانش آموز باید در محیط تعلیم و تربیت توانمندی لازم برای ورود به جامعه و اخذ حرفه خود را به دست آورد (ابو حیدری، ۱۳۹۳).

یکی از عناصر نظام آموزشی، برنامه درسی است. برنامه ی درسی به عنوان طرحی برای فراهم آوردن مجموعه فرصت های یادگیری برای افراد تحت تعلیم تعریف شده است. برنامه درسی عنصری است که زمینه را برای تحقق اهداف آموزشی و تربیت آدمی در ساحت مختلف، از جمله تربیت اقتصادی فراهم میسازد. تربیتی که مستلزم داشتن دانش اقتصادی و کاربرد آن در زندگی روزمره است، به طوریکه یک فرد بزرگسال علاوه بر زندگی فردی بتواند جامعه خویش را با رفتار صحیح اقتصادی دستخوش تغییر سازد.

در حال حاضر بسیاری از نوجوانان و حتی کودکان، مصرف کننده خدمات اقتصادی هستند. لذا باید مهارت های مختلف اقتصادی مورد نیازشان به آنان آموزش داده شود. متأسفانه در نظام آموزش و پرورش کشور ما، علیرغم وجود مشکلات اقتصادی، این حوزه مورد بی توجهی قرار گرفته و هیچ استراتژی خاصی برای ارتقاء سواد اقتصادی طراحی نشده است (موذنی، دایی کریم زاده و ابراهیم زاده، ۱۳۹۴). یکی از اصولی ترین راهکارها برای حل این مسائل در نظام آموزش و پرورش ایران، طراحی برنامه درسی و بهره گیری از یافته های پژوهشی مرتبط با حوزه آموزش اقتصادی است، زیرا در برنامه ی درسی مدارس یکی از اساسی ترین منابع و مراجع یادگیری دانش آموزان محسوب شده و اکثر فعالیت ها در چارچوب برنامه های درسی انجام می گیرد (قلتاش و همکاران، ۱۳۹۰).

امروزه عوامل گوناگونی می تواند در برنامه درسی اقتصاد محور تاثیر گذار باشد به نظر می رسد یکی از این عوامل سواد اقتصادی معلمان می باشد.

سواد اقتصادی مفهومی چندوجهی است که پژوهشگران تعاریف متعددی از جمله پارادایم مهارت آموزشی، بخشی از تفکر و مهارت لازم برای استفاده افراد در کسب و کار و عرصه سیاسی ارائه داده اند (کلاپر، ۲۰۱۳؛ لوساردی و والاس، ۲۰۱۳). به طور کلی سواد اقتصادی ترکیبی از آگاهی، دانش، مهارت، نگرش و رفتارهای ضروری و الزام برای تصمیم گیری در امور اقتصادی است که در نهایت منجر به رفاه اقتصادی شخصی می شود. این تعریف روشن میسازد که سواد اقتصادی بیش از یک، دانش صرف و شامل نگرش ها، رفتارها و مهارتها می باشد (سول، ۲۰۱۴). در پژوهشی از پاندی و با هاتاچاریا (۲۰۱۲) در پژوهشی با عنوان سواد اقتصادی معلمان متوسطه در هندوستان نشان دادند که معلمان دوره متوسطه از سطح پایینی در سواد اقتصادی برخوردارند

از دیگر عوامل مهم در معلمان که باید آن را دارا باشند مهارت کارآفرینی می باشد که به نظر می رسد این متغیر می تواند در برنامه ریزی اقتصاد محور تاثیر گذار باشد.. روحیه کارآفرینانه داشتن در بخصوص در قشر معلمان به این دلیل یک دغدغه برای جامعه به شمار می رود که که جامعه را به سمت تغییرات تکنیکی و مبتکرانه سوق داده و باعث رشد اقتصادی می شود و هم چنین چون کارآفرینی دانش جدید را به خدمات، محصولات و فرصت های جدید تبدیل می کند حائز اهمیت است. البته علیرغم این که کارآفرینی یک رویداد اقتصادی است، اما متأثر از نظام ارزشی، نگرشها و هنجارهای رفتار افراد و گروه های انسانی می باشد؛ بنابراین روحیه کارآفرینانه افراد موضوعی فرهنگی است که در بستر زمان و با تکوین روحی و روانی فرد قابلیت بروز پیدا می کند (عبدالهی، ۱۳۹۷).

در پژوهشی توسط چنگ (۲۰۰۷) تحت عنوان نقش معلم در رابطه با فعالیت های برنامه اقتصادی محور دانش آموزان نشان داد که معلم نقش مهم تری نسبت به سایر عوامل در تربیت اقتصادی دارد لذا معلم با تقویت روحیه کسب و کار و قدرت تفکر در فراگیران به انتخاب شیوه های درست و تربیت اقتصادی کمک می کند. لذا معلمان مدارس باید موثر بودن سواد اقتصادی برای دانش آموزان را ارتقاء دهند چرا که دانش آموزان از طریق آموزش های اقتصادی می توانند مشکلات اقتصادی را بفهمند با توجه به اهمیت داشتن سواد اقتصادی معلمان و داشتن مهارت کارآفرینی آنها در انتقال سواد اقتصادی به دانش آموزان موثر است و از طرفی به نظر می آید این متغیر ها می توانند برنامه درسی اقتصاد محور را پیش بینی کنند بنابراین محقق در پی پاسخ به این سوال است که آیا سواد اقتصادی معلمان و مهارت کارآفرینی پیش بینی کننده خوبی در برنامه ریزی اقتصاد محور می باشد؟

۱-۳- اهمیت و ضرورت تحقیق

در عصر حاضر به علت رشد سریع جمعیت، توسعه روزافزون صنعت و محدودیت منابع، کشورهای می توانند پیشرفت کنند که بتوانند حداکثر استفاده را از منابعی که در اختیارشان است، حاصل کنند که این مهم مگر به واسطه نیروهای متخصص و آموزش دیده بدست نمی آید. یکی از این منابع که نقش بسزایی در تولید و رفاه جامعه دارد منابع اقتصادی و سرمایه گذاری است. تنها افرادی میتوانند در این هیاهوی بازارهای اقتصادی رنگارنگ موفق باشند و به جامعه خدمت کنند که درک درستی از مسائل و پیچیدگی های اقتصادی داشته باشد که لازمه آن داشتن سواد اقتصادی است.

سواد اقتصادی یکی از اساسیترین مهارتهای زندگی برای افراد جامعه است که تقویت این مهارت برای انجام عملکرد مناسب در زمینههای سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و علمی، از اهمیت خاصی برخوردار است. عدم کفایت سواد اقتصادی عواقب و تأثیرات منفی را بر روی زندگی شخص و جامعه میگذارد و حتی به جز خود شخص

زندگی افراد دیگر، خانواده و دوستان را نیز متأثر میسازد. به نظر اکثر کارشناسان بخش عمده‌های از مسائل و مشکلات اقتصادی و فقر ناشی از عدم کفایت سواد اقتصادی است و می‌تواند عواقب و ناهنجاری‌هایی همچون رفتارهای پرخاشگرانه، دزدی، اختلافات خانوادگی، اعتیاد و افزایش سن ازدواج را به همراه داشته باشد. پس برای مریبان لازم است که دانش آموزان را با دانش و مهارت‌هایی آشنا سازند که در اقتصاد جهانی امروز به عنوان مصرف‌کننده، موفق باشند.

در همین راستا با توجه به اینکه پژوهشی در کشور در این زمینه صورت نگرفته، و تا با امروز آموزش سواد اقتصادی در نظام آموزش و پرورش ایران موضوعیت نداشته، امروز بنا به مقتضیات این عصر آموزش سواد اقتصادی به صورت برنامه‌ریزی شده و رسمی لازم می‌نماید، به همین جهت نیاز به همچنین پژوهشی احساس می‌شد. لذا پژوهش‌گر در حد توان و با توجه به زمانی که داشته اقدام به انجام پژوهش حاضر نموده است.

۱-۴-۱- اهداف تحقیق

۱-۴-۱- هدف اصلی:

تعیین سواد اقتصادی و مهارت کارآفرینی معلمان مقطع متوسطه بعنوان پیش‌بینی‌کننده برنامه درسی اقتصاد محور

۱-۴-۲- اهداف فرعی:

تعیین سواد اقتصادی معلمان مقطع متوسطه بعنوان پیش‌بینی‌کننده برنامه درسی اقتصاد محور

تعیین مهارت کارآفرینی معلمان مقطع متوسطه بعنوان پیش‌بینی‌کننده برنامه درسی اقتصاد محور

۱-۵- فرضیه‌های تحقیق

۱-۵-۱- فرضیه اصلی

بین سواد اقتصادی و مهارت کارآفرینی معلمان مقطع متوسطه در پیش‌بینی برنامه درسی اقتصاد محور ارتباط معنادار وجود دارد.

۱-۵-۲- فرضیه‌های فرعی

بین سواد اقتصادی معلمان مقطع متوسطه در پیش‌بینی برنامه درسی اقتصاد محور ارتباط معنادار وجود دارد.

بین کارآفرینی معلمان مقطع متوسطه در پیش‌بینی برنامه درسی اقتصاد محور ارتباط معنادار وجود دارد.

۱-۶-تعریف واژگان

۱-۶-۱-تعریف مفهومی

سواد اقتصادی

شامل توانایی در جهت کسب درآمد بدون ریسک با توجه به عواقب تصمیمات شخصی بر درآمد در حال حاضر و آینده، جهت گیری در بازار کار، توانایی تصمیم گیری در مورد هزینه ها و ..(عابدینی، ۱۳۹۸).

مهارت کارآفرینی

کارآفرینی فرایند ایجاد ثروت بیشتر است. این ثروت را، افرادی ایجاد می‌کنند که مخاطره بزرگ را بر حسب سرمایه، زمان و تعهد شغلی در قبال تعیین ارزش کالا یا خدمات می پذیرند کالا و خدمات به خودی خود ممکن است جدید یا بی نظیر باشد یا نباشد. اما کارآفرین با تأمین کردن و تخصیص دادن منابع ضروری باید به طریقی این ارزش را در کالا یا خدمات ایجاد کند (احمدپور، ۱۳۸۴: ۱۳؛ به نقل از سلیمانی آفچای، ۱۳۹۰).

۱-۶-۲-تعریف عملیاتی

سواد اقتصادی

عبارت است از نمره ای که آزمودنی ها از پرسشنامه ۲۶ سوالی منصوری و همکاران(۱۴۰۰) که بر اساس طیف لیکرت نمره گذاری شده بودف بدست آورده اند.

برنامه درسی اقتصاد محور

عبارت است از نمره ای که آزمودنی ها از پرسشنامه ۲۹ سوالی منصوری و همکاران(۱۴۰۰) که بر اساس طیف لیکرت نمره گذاری شده بود، بدست آورده اند.

مهارت کارآفرینی

عبارت است از نمره ای که آزمودنی ها از پرسشنامه ۱۲ سوالی استاندارد مهارت کارآفرینی مقیمی و همکاران(۱۳۹۰) که بر اساس طیف لیکرت نمره گذاری شده بود، بدست آورده اند.

فصل دوم

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

۲-۱- مقدمه

به اعتقاد صاحب نظران روش تحقیق، محققى که قصد توسعه دانش مورد مطالعه خود را دارد، ابتدا باید مبانی نظری و پیشینه تحقیقاتی را که تا کنون در خصوص دانش مذکور انجام شده را مطالعه نماید. مطالعه منابع مربوط به موضوع تحقیق (مشمول بر شناسایی، مطالعه و ارزیابی پژوهش های مشاهدات علمی گزارش شده، عقاید و دیدگاه های صاحب نظران در ارتباط با موضوع مورد تحقیق) به عنوان یکی از مراحل اساسی هر تحقیق علمی مورد بحث قرار گرفته شده و محققین معتقدند که انجام این مطالعات، به محقق کمک می کند تا

بینش عمیقی در مورد تحقیق و حوزه هایی که تحقیق به آن تعلق دارد، کسب کند. در این فصل به مطالعه مبانی نظری مرتبط با موضوع تحقیق و مروری بر تحقیقات انجام گرفته در زمینه تحقیق حاضر پرداخته شده است.

۲-۲- مفهوم واژه کار آفرینی

واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی *Entrepreneur* به معنای (متعهد شدن)، نشأت گرفته است. فرهنگ لغت وبستر، کارآفرین را کسی می داند که متعهد می شود مخاطره های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند (احمد پور داریانی، ۱۳۹۷).

این اصطلاح را اولین بار «ژوزف شومپتر» اقتصاد دان که به پدر علم کارآفرینی معروف است، به کار برد و معتقد بود که رشد و توسعه اقتصادی زمانی میسر خواهد بود که افرادی از بین آحاد جامعه با خطرپذیری اقدام به نوآوری کرده و راه حل های جدیدی جایگزین راه حل های کهنه و نا کارآمد سازند (سعیدی کیا، ۱۳۹۵).

در اوائل سده شانزدهم میلادی، کسانی را که در امر هدایت مأموریت های نظامی بودند، کارآفرین می خواندند. از آن پس، درباره ی دیگر مخاطرات نیز همین واژه مورد استفاده قرار گرفت. از حدود سال ۱۷۰۰ میلادی به بعد فرانسویان درباره پیمانکاران دولت که دست اندر کار ساخت جاده، پل، بندر، و تأسیسات بودند، از لفظ کارآفرین استفاده کرده اند (شاه حسینی، ۱۳۸۳: ۲). «ریچارد کانتیلون» اقتصاددان و نویسنده برجسته ی قرن هفدهم، به تدوین نظریه های مرتبط با کارآفرینی پرداخت. وی معتقد بود کارآفرین کالا و محصولات را با قیمت مشخصی می خرد و به قیمت نامشخصی می فروشد، بنابراین در یک جو مخاطره آمیزی کار می کند (پرداختچی و شفیع زاده، ۱۳۹۵).

در سال ۱۸۴۸ «جان استوارت میل» واژه کار آفرینی را وارد زبان انگلیسی کرد و عمل کار آفرین را شامل هدایت، نظارت و کنترل و مخاطره پذیری می دانست. در اواخر دهه ی ۱۸۷۰ «فرانسیس واکر» وجه تمایز سرمایه دار و کار آفرین را مورد تاکید قرار داد و کار آفرینان را مهندسان پیشرفت صنعتی و عوامل اصلی تولید خواند (احمد پور داریانی، ۱۳۹۷: ۷). پیتر دراگر (۱۹۸۵) معتقد است کارآفرین کسی است که فعالیت جدید اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع می نماید (احمد پور داریانی، ۱۳۹۷).

۲-۲-۱- تعاریف کار آفرینی

الف) کارآفرینی از دیدگاه اقتصاد دانان

کارآفرین و کارآفرینی برای اولین بار مورد توجه اقتصاد دانان قرار گرفت و تمامی مکاتب اقتصادی از قرن شانزدهم میلادی تا کنون به نحوی کارآفرینی را در نظریه های خود تشریح نموده اند. اما با گذشت چند قرن از دوره اقتصاد دانان کلاسیک تا مدرن دیدگاه اقتصاد دانان به افراد کارآفرین و کارآفرینی دستخوش تحولات زیادی شده است. برخی از مهمترین تعاریف در زیر بیان شده است:

«روبرت رونشانت»، معتقد است که کارآفرینی فرایند ایجاد ثروت بیشتر است. این ثروت را، افرادی ایجاد می‌کنند که مخاطره بزرگ را بر حسب سرمایه، زمان و تعهد شغلی در قبال تعیین ارزش کالا یا خدمات می‌پذیرند کالا و خدمات به خودی خود ممکن است جدید یا بی نظیر باشد یا نباشد. اما کارآفرین با تأمین کردن و تخصیص دادن منابع ضروری باید به طریقی این ارزش را در کالا یا خدمات ایجاد کند (احمدپور، ۱۳۹۴: ۱۳؛ به نقل از سلیمانی آقچای، ۱۳۹۰).

«آرتور کل» کارآفرینی را فعالیتی هدفمند می‌داند که برای ایجاد، حفظ و توسعه واحد تولید، توزیع کالا و خدمات به نحوی کارآمد باید نوآوری کند.

«کِرچهوف» کارآفرینان را کسانی می‌داند که شرکت جدید را که سبب ایجاد و رونق مشاغل جدید می‌شوند، شکل می‌دهند.

«کرزنر» مشکل اقتصاد جوامع را عدم درک فرصتها می‌داند و کارآفرین را کسی می‌داند که از فرصتهای سودآور کشف نشده آگاهی می‌یابد (حسن مرادی، ۱۳۹۵).

«دیوید مک کران» و «اریک فلانیگان (۱۹۹۶) کارآفرینان را افرادی نوآور، با فکری متمرکز و به دنبال کسب توفیق و استفاده از میانبرها می‌دانند که کمتر مطابق کتاب کار می‌کنند و در نظام اقتصادی، شرکت‌هایی نوآور، سود آور و با رشدی سریع را ایجاد می‌کنند (احمد پور داریانی، ۱۳۹۷).

«رابرت هیسریچ» کارآفرینی را چنین تعریف می‌کند: کار آفرینی فرایند خلق چیزی متفاوت و با ارزش از طریق اختصاص زمان و تلاش لازم برای آن است، با فرض همراه بودن ریسک‌های مالی، روانی، اجتماعی و نیز دریافت پاداش‌های اقتصادی و رضایت فردی (پرداختچی و شفیع زاده، ۱۳۹۵).

«ویلکن» در سال ۱۹۹۲ کارآفرینی را یک متغیر واسطه‌ای می‌داند و از روش تسریع‌کنندگی برای تشریح کارآفرینی در توسعه اقتصادی استفاده می‌کند وی معتقد است که کارآفرینی به عنوان یک تسریع‌کننده، جرقه رشد و توسعه اقتصادی را فراهم می‌آورد. او چهار دسته از عوامل را برای ظهور کارآفرینی مهم می‌شمارد: عوامل اقتصادی: مزیت‌های بازار و فراهم بودن سرمایه.

عوامل غیراقتصادی: مقبولیت کارآفرینی (فرهنگی) تحرکات اجتماعی، امنیت و عواملی همچون طبقه اجتماعی، قدرت کنترل و...

عوامل روان‌شناختی: نیاز به توفیق، انگیزه‌ها و مخاطره‌پذیری.

ترکیب عوامل تولید به منظور ایجاد تغییر در تولید محصولات و خدمات (مارتین و سام، ۱۹۹۲، به نقل از سلیمانی آقچای، ۱۳۹۰). در فرایند تبیین مفهوم کارآفرینی با نسبت دادن ویژگی‌ها، کارکردها و فعالیت‌های

متنوعی به فرد کارآفرین مواجه می‌شویم. «هربرت و لینک عوامل اساسی که تا سال ۱۹۸۲ در تئوری‌های ایستای اقتصادی به کارآفرینان نسبت می‌دادند را جمع‌بندی نمودند. «بارتو» آن‌ها را در مطالعات خود تحت عنوان بررسی نقش کارآفرینی در تئوری‌های اقتصادی مورد توجه قرار داد. در این تئوری‌ها شش عامل مشترک کارکردی را می‌توان یافت که به کارآفرینان نسبت داده شده است.

به طور کلی تمام اقتصاددانان علاوه بر نقش‌هایی که از لحاظ کارکردی به کارآفرینان نسبت می‌دادند آن‌ها را سرمایه‌دار نیز می‌دانستند و در میان آن‌ها «کرایزرن» کارآفرین را به عنوان واسطه معرفی نمود (کرایزرن، ۲۰۰۳).

ب) کارآفرینی از دیدگاه دانشمندان مدیریت

دهه‌های پایانی قرن بیستم و سرعت پیشرفت علم و تکنولوژی تحولات گسترده و عمیقی را در کلیه ارکان زندگی اجتماعی بر جای گذاشت. سازمان‌ها نیز به این نتیجه دست یافتند که حتی با ایجاد تغییرات گسترده در ساختار و تکنولوژی و روش، نمی‌توانند بقا و تداوم حیات خود را تضمین نمایند. تحول در ذهنیت و اندیشه کارکنان و مدیران، نسبت به مفاهیم سازمان است که می‌تواند تضمین‌کننده‌ی بقای سازمان شود و سازمان‌ها، تنها با داشتن کارکنان خلاق و مبتکر می‌توانند همواره خود را با محیط و نیازها خواسته‌های مشتری تطبیق دهند، فرصتها را شناسایی نموده، از نقاط قوت و خوبیهای خود به درستی بهره ببرند و با توانایی و ابتکار، تهدیدها را به فرصت تبدیل نمایند. از این‌رو مدیران سازمانها بر جذب و به‌کارگیری افرادی که با ایده‌های جدید خود دست به خلاقیت بزنند و سازمان را در مسیر رقابتهای ملی و بین‌المللی هدایت کنند به طور روز افزونی مورد تأکید قرار گرفت و از دهه‌های ۷۰-۱۹۶۰، کارآفرینان به سازمان‌های بزرگ و پیشرو راه یافتند، و سازمان‌ها و شرکت‌ها، با وجود ساختار اداری و دیوانسالارانه‌ی خود، به فرایند اختراع و نوآوری محصولات و خدمات جدید پرداختند (حسن مرادی، ۱۳۹۵).

برخی از تعاریف ارائه شده توسط دانشمندان مدیریت عبارت است از:

«پیترسون» معتقد است که کارآفرینی یک فرایند است و به تنهایی نمی‌تواند در شخصی متجلی شود بلکه تجلی آن باید با فرصتها نیز همراه باشد.

«گامپرت» معتقد است که کارآفرینی فرایند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع، به منظور بهره‌گیری از فرصتها می‌باشد.

«جفری تیمونز»، معتقد است که کارآفرینی خلق و ایجاد بینشی ارزشمند از هیچ است. کارآفرینی فرایند ایجاد و دستیابی به فرصتها و دنبال نمودن آنها بدون توجه به منابعی است که در حال حاضر موجود است (سلیمانی آقچای، ۱۳۹۰).

ج) کارآفرینی از دیدگاه محققین روانشناسی و جامعه‌شناسی

از اواسط قرن بیستم روانشناسان، جامعه‌شناسان و دانشمندان علوم رفتاری با درک نقش کارآفرینان در اقتصاد و به منظور شناسایی ویژگی‌ها و الگوهای رفتاری کارآفرینان، به بررسی و تحقیق در مورد کارآفرینان پرداختند (احمد پور داریانی، ۱۳۸۴: ۱۴). تحقیقات این گروه را، به عنوان رویکرد ویژگی‌های شخصیتی نام می‌بردند که از اواسط قرن ۲۰ آغاز شد و قصد داشت صفات ذاتی و اکتسابی آنان را شناسایی نماید تا ضمن شناسایی افرادی که دارای خصوصیات ذاتی کارآفرینی هستند و شناخت ویژگی‌های اکتسابی کارآفرینان، اقداماتی در جهت آموزش این گروه از افراد و افزایش تعداد کارآفرینان انجام دهند. صاحب‌نظران این دوره کارآفرینان را عامل دگرگونی می‌دانستند که در برابر فرصت‌ها هوشیارند و از مهارت‌های پیش‌بینی و بردباری و غیره برخوردارند.

تلاش محققان روانشناسی در زمینه شناخت ویژگی‌های کارآفرینان فهرستی از صفات رفتاری متعدد را ارائه می‌دهد. این فهرست چند عامل زیر را برای کارآفرینان ذکر کرده است. اعتقاد به نفس، استقلال رای، خوش‌بینی، نیاز به موفقیت، سخت‌کوش، پیشگام، ریسک‌پذیر، استقلال برای انجام کارهای بزرگ، رفتارهای هدایت‌گرایانه، دارای ابتکار و نوآوری و غیره. مهم‌ترین تعریف محققان علوم رفتاری از کارآفرینی عبارت است از:

«هاری» فعالیت کارآفرینی را به دو دسته تقسیم می‌کند وظیفه اول، وظیفه اجرایی است یعنی مدیریت امور و رفع نیازهای افراد. وظیفه دوم وی، رابط بودن است یعنی انتقال احساسات به دیگران. کارآفرین باید سعی نماید تا حامل پیام دوستی، اعتماد، صداقت به مشتریان بوده و موجب تداوم روابط و همچنین موفقیت می‌شود.

از دید «پنروز» جنبه اصلی کارآفرینی شناسایی و بهره‌برداری فکرهای فرصت‌طلبانه برای گسترش شرکت‌های کوچک است.

«رابرت لمب» معتقد است که کارآفرینی یک نوع تصمیم‌گیری اجتماعی است که توسط نوآوران اقتصادی انجام می‌شود و نقش عمده کارآفرین را اجرای فرایند گسترده ایجاد جوامع محلی، ملی و بین‌المللی و یا دگرگون ساختن نهادهای اجتماعی و اقتصادی می‌دانست. (احمد پور، ۱۳۹۷).

«هوسلیتر» معتقد است که نیاز به توفیق، افراد را برمی‌انگیزد تا موقعیت‌های کارآفرینانه را انتخاب کند. یک کارآفرین دارای نیاز به توفیق بالا و مخاطره‌پذیری است.

«تایکن و هوردنای» کارآفرینی را مترادف با صفاتی مانند جسور، مخاطره‌پذیر و مجری می‌داند و واژه‌هایی مانند سازگاری، محافظه‌کاری و روزمرگی را متضاد با کارآفرینی می‌داند (حسن مرادی، ۱۳۹۵).

باتوجه به بیانات فوق مشخص می‌شود که تعاریف مختلفی از این واژه شده است اما وجه مشترک تمام آن‌ها ویژگی‌های افراد کارآفرین را چنین بیان می‌کند: مخاطره‌پذیری و ریسک‌پذیری، خلاقیت و نوآوری،

جایگزینی روش های نو و جدید به جای روش های کهن و ناکارآمد، فرصت شناسی و توانمندی در بهره گیری از دانش و اطلاعات.

در خصوص کلمه کارآفرین هم هنوز یک تعریف جامع که مورد توافق کلیه یا اکثریت صاحب نظران باشد، وجود ندارد، اما می توان کارآفرین مستقل را به صورتهای زیر تعریف نمود:

فردی که مسئولیت اولیه جمع آوری منابع لازم برای شروع کسب و کار است یا کسی که منابع لازم برای شروع و یا رشد کسب و کاری را بسیج می نماید و تمرکز او بر نوآوری و توسعه فرایند، محصول و یا خدمات جدید می باشد (احمد پور داریانی، ۱۳۹۷).

کسی که فرصت را کشف می کند و تقاضا را پیش بینی می کند و خطرات ناشی از نوسانات آن را به عهده می گیرد. در فرایند تولید، عامل سازماندهی و مسئول تصمیماتی از قبیل: «چه تولید شود؟ چقدر تولید شود؟ و یا به چه روشی تولید شود؟» می باشد (صمد آقایی، ۱۳۹۵).

کسی که با معرفی محصولات و خدمات جدید، ایجاد شرکتهای جدید یا بهره برداری مواد اولیه جدید، وضع اقتصاد موجود را به هم میریزد و سبب رشد و توسعه اقتصادی می شود (تعریف در معنای تخریب) (صمد آقایی، ۱۳۸۵).

۲-۲-۲- اهمیت و ضرورت کارآفرینی

بی شک روند توسعه اقتصادی در کشورهای توسعه یافته بیانگر این واقعیت است که اقتصاد تحت تأثیر کارآفرینی است. به گونه ای که کارآفرینان در توسعه اقتصادی کشورهای توسعه یافته نقش محوری داشته اند و کشورهای توسعه نیافته اهمیت آنرا در توسعه اقتصادی نادیده گرفته اند. شواهدی وجود دارد که نشان می دهد علت توسعه کشورهایمانند آمریکا، ژاپن و آلمان که از نظر صنعتی توسعه یافته اند، کارآفرینی است. کارآفرینی هم اکنون به عنوان یک حرفه ظهور کرده و همانند دیگر حرفه ها باید توسعه یابد و از طریق برنامه های آموزشی و دانشگاهی پرورش یابد. امروزه صاحب نظران بر نقش کارآفرینی در توسعه اقتصادی و اجتماعی اتفاق نظر دارند. مهمترین این نقشها عبارتند از:

کارآفرینی موجب گردآوری پس اندازهای عمومی بی هدف و سرگردان می شود و تشکیل سرمایه را بهبود می بخشد.

کارآفرینی منجر به ایجاد اشتغال در مقیاس وسیع می شود، بنابراین کارآفرینی مشکلات بیکاری را که ریشه بسیاری از مشکلات اقتصادی_ اجتماعی است کاهش می دهد.

کارآفرینی به توسعه متوازن منطقه ای منجر می شود.

_کارآفرینی منجر به توزیع مجدد ثروت، درآمد و حتی قدرت سیاسی به طور عادلانه می شود.

کارآفرینی موجب افزایش سود اجتماعی از طریق دولت می شود. با درآمدهایی که از طریق مالیات، حقوق گمرکی و واگذاری پروانه کارآفرینان به دست می آورد می تواند در پروژه های مختلفی همچون احداث جاده ها و پل ها و سرویسها و تسهیلات آموزشی و پزشکی و حفظ صلح سرمایه گذاری کند (احمدپور داریانی، ۱۳۹۷).

۲-۳- انواع کارآفرینی

به طور کلی کارآفرینی را می توان به چند دسته تقسیم کرد که هر کدام دارای زیر گروه هایی است. برای مثال سعیدی کیا (۱۳۸۵: ۲۵-۲۴) آن را به دو دسته تقسیم کرده است:

الف) فردی؛

1- کارآفرینی مستقل: فرایندی که کارآفرین از ایده اولیه تا ارائه محصول خود به جامعه، کلیه فعالیت های اقتصادی کارآفرینی را به طور مستقل طی می کند. انگیزه های افراد کارآفرین مستقل عبارتند از: استقلال طلبی، نیاز به پیشرفت، رضایتمندی شغلی.

2- کارآفرینی سازمانی: فرایندی که کارآفرین تحت حمایت یک سازمان، فعالیت های کارآفرینانه خود را به انجام می رساند.

ب) گروهی؛

1- کارآفرینی شرکتی: که در آن همه ی افراد آن به کارآفرینی تشویق می شوند و تمام فعالیت های کارآفرینانه فردی و گروهی به طور مستمر، سریع و راحت در شرکت انجام می پذیرد و در این فرآیند هر یک از کارکنان در نقش کارآفرین انجام وظیفه می کند.

2- کارآفرینی اجتماعی: شامل سازمان های غیرانتفاعی است که برای ایجاد نقدینگی برای برنامه هایشان، ارزش اقتصادی ایجاد می کنند، از منابع در دسترس به گونه ای خلاقانه برای موضوعات اجتماعی استفاده می کنند و شامل توسعه برنامه های نوآورانه برای کمک به بهبود معیشت کسانی است که فاقد کسب و کار و قدرت اقتصادی اند، یا در استفاده از فرصت های اجتماعی با محدودیت مواجه اند (احمد پور داریانی، ۱۳۸۷: ۱۳۶).

چنانچه گفته شد با توجه به گستردگی فعالیتهای کارآفرینانه در کلیه فعالیتهای اجتماعی و فرایند تحقیق فعالیت کارآفرینانه، می توان کارآفرینی را به ابعاد مختلف طبقه بندی کرد. در ادبیات کارآفرینی تقسیم بندیهای متعددی در این زمینه انجام شده است. اما دراکر بر این عقیده است که طبقه بندیها باید مبتنی بر اقدامات و رفتار کارآفرینان صورت گیرد و توجه به ویژگیهای آنان بی فایده است. از میان دسته بندیهای مختلفی که در

خصوص کارآفرینی به عمل آمده است تقسیم بندی کورنوال و پرلمن کاربرد بیشتری در حوزه مدیریت دارد. بر اساس این تقسیم بندی کارآفرینی در سه شکل عمده ظاهر می شود:

- کارآفرینی فردی(مستقل)
- کارآفرینی درون سازمانی
- کارآفرینی سازمانی

کارآفرینی فردی(مستقل): رونشئات، معتقد است که کارآفرینی فرایند ایجاد ثروت است و کارآفرینی مستقل فرایندی است که یک شخص به طور مستقل و آزاد فعالیت کارآفرینانه را به ثمر رسانده و برای شروع کسب و کار منابع لازم را بسیج می کند و با تأکید بر توسعه و نوآوری فرایند تولید(کالا و خدمات) با برنامه ریزی در راستای ایده خلاقانه خود به پیشرفت دست می یابد و برای تأسیس، رشد و توسعه شرکت کوچک و نوپای خود نیاز شدیدی به حمایت اقتصادی سرمایه گذاران و نقشه جامع کاری دارد (حسن مرادی، ۱۳۸۵).

کارآفرینی درون سازمانی: از اوایل دهه ۱۹۸۰ هجوم شرکتها بر نوآوری بقا و رقابت با رقیبانی که بیش از پیش در صحنه ظاهر می شدند موجب هدایت فعالیتهای کارآفرینانه به داخل سازمان شد و کارآفرینی به طور فزاینده ای مورد توجه مدیران قرار گرفت تا آنها نیز بتوانند به اختراع و نوآوری و تجاری نمودن محصولات و خدمات خود بپردازند. علاقه فزاینده به کارآفرین نمودن سازمان موجب شد تا استراتژیهای گوناگون جهت ایجاد کارآفرینی در سازمان طراحی گردد. دو نوع استراتژی را در این زمینه می توان نام برد:

– استراتژی ایجاد سازمان کارآفرین

– استراتژی وجود فرد کارآفرین در سازمان یا کارآفرینی درون سازمانی

که در کارآفرینی درون سازمانی تأکید بر کارآفرینی فردی و گروهی است که نهایتاً منجر به تکمیل و اجرای یک تفکر خلاق در درون سازمان می شود. لذا کارآفرینان می توانند در استخدام شرکتها درآیند و به تبع محدوده اختیارات سازمانی شان با یک کارآفرین مستقل تفاوت دارد. زیرا فرد کارآفرین درون سازمان نمی تواند مانند یک کارآفرین مستقل از ابتدا تا انتهای فرایند نوآوری را دنبال نماید (حسن مرادی، ۱۳۸۵).

کارآفرینی سازمانی: از سال ۱۹۹۰ پارادایم تازه ای در کارآفرینی شکل گرفت. اهمیت کارآفرینی سازمانی به حدی است که یکی از دوره هایی که برای آموزش کارآفرینی در جهان برگزار می شود دوره آموزش کارآفرینی سازمانی است که برای سازمانهای بزرگ و متوسط طراحی شده است. تا کنون از کارآفرینی سازمان تعاریف زیادی ارائه نشده است. اما هر چه پارادایم کارآفرینی گسترده تر می شود بر این امر بیشتر تأکید می شود که سازمان می تواند رفتار کارآفرینانه داشته باشد(بهبهانی، ۱۳۹۵).

کارآفرینی در سازمان ابتدا توسط پینکات در سال ۱۹۸۵ مطرح شد (پینکات، ۲۰۰۵ نقل از ادهمی، ۱۳۹۳: ۷۹). دامان پورکارفرینی سازمانی را ایجاد، توسعه و اجرای ایده‌ها و رفتارهای جدید تلقی می‌کند (ادهمی، ۱۳۹۳: ۷۶). جان تامپسون معتقد است که رفتار کارآفرینانه نیازی فراگیر و ضروری برای تمامی سازمان‌ها (دولتی، خصوصی، داوطلبانه و غیره) با هر اندازه (بزرگ، متوسط و کوچک) می‌باشد.

کاث و گینزبرگ اظهار داشتند که سازمان در کارآفرینی سازمانی با دو پدیده روبرو می‌شود؛ یکی ایجاد فعالیت های مخاطره آمیز و دیگری تحول سازمان از طریق نوسازی استراتژیک (کاث و گینزبرگ، نقل از ادهمی، ۱۳۹۳).

دیوید جانسون، کارآفرینی سازمانی را به سه قسمت تقسیم کرده است: ۱- کارآفرینی در سازمان: ایجاد فعالیت های جدید کارآفرینانه در درون و پیرامون سازمان. ۲- کارآفرینی گسترده: ایجاد ساختار و فرهنگی در سازمان که از نوآوری و کارآفرینی حمایت کند. ۳- فعالیت مخاطره آمیز سازمانی: این فعالیت ها در سازمان هایی که نیازمند شایستگی است و در صورت عدم اقدام، امکان پیش افتادن رقبا وجود داشته باشد ضروری خواهد بود (جانسون، ۲۰۱۰).

برخی از تعاریف و توضیحات درباره کارآفرینی سازمانی در زیر آورده شده است؛

«بورگلمن»، تعریف کارآفرینی سازمانی را به عنوان توسعه حدود سازمان از لحاظ صلاحیت و تطابق فرصت برای تولیدات داخلی از ترکیبات منابع جدید می‌داند.

بر طبق نظر «زهرا» کارآفرینی سازمانی به فرایند ایجاد تجارت جدید اشاره می‌کند که توسط سازمانهای که سود، وضعیت رقابتی و استراتژی تجارت فعلی را بهبود می‌بخشند، تولید می‌شود. (زند، ۱۳۹۳).

«جونز و باتلر» کارآفرینی سازمانی را فرایندی می‌دانند که از طریق آن سازمانها متوجه فرصتها می‌شوند و عوامل تولید را به شیوه خلاقانه ای جهت ایجاد ارزش اضافه سروسامان می‌دهند.

«استونسون و جاریلو» کارآفرینی سازمانی را به عنوان فرایندی که افراد داخل سازمان به دنبال جسجوی فرصتها هستند بدون اینکه به منابعی که در حال حاضر در اختیار دارند توجه داشته باشند تعریف کرده اند.

«آنتونسیک و هیسریچ» کارآفرینی را در یک حوزه وسیعی تعریف کرده اند که عبارت است از: کارآفرینی در درون یک سازمان در حال فعالیت (آنتونسیک و هیسریچ، ۲۰۱۳).

۲-۲-۴- مفاهیم کلیدی در کارآفرینی

در تعریف و تعیین مفهوم کارآفرینی و دیگر مفاهیم وابسته، همواره از دو عنصر خلاقیت و فرصت شناسی کارآفرینان یاد می‌شود، به همین دلیل قبل از ورود به مبحث ویژگیهای کارآفرینی به بررسی این دو مفهوم کلیدی پرداخته می‌شود.

خلاقیت؛ بنیاد کارآفرینی

امروزه خلاقیت و نوآوری لازمه بقا و حفظ و ارتقای موقعیت سازمان‌ها می‌باشد. در این مقطع حساس جدالی برای احراز برتری‌های صنعتی، علمی و فنی شروع شده است و سازمان‌ها و مؤسسات آینده‌نگر به رویارویی با این تحولات گسترده و فراگیر به جستجوی روش‌های نوین پرداخته‌اند. سرعت تغییرات و تحولات از حد تصور فراتر رفته است به گونه‌ای که خلاقیت و نوآوری به عنوان اصلی اساسی از عوامل مهم بقای سازمان‌ها است و نوآوری مهمترین منبع رقابتی محسوب می‌شود. در چنین شرایطی، سازمان‌ها در صورتی می‌توانند موفق باشند که از نیروی انسانی خلاق و نوآور و مهمتر از آن، از مدیرانی که بتوانند فضای خلاق و نوآور را در سازمان‌ها ایجاد کنند، برخوردار باشند (شاه حسینی، ۱۳۹۳).

صمدآقایی (۱۳۹۵) ضرورت خلاقیت را از دو بعد مادی و معنوی مهم می‌داند. عوامل ضرورت خلاقیت در بعد مادی عبارتند از:

- کاهش منابع طبیعی.

- رقابت فشرده و بی‌رحم.

- جهانی شدن اقتصاد و صنعت.

- تنوع طلبی مصرف‌کنندگان و کاهش زمان مطلوبیت کالاها.

در بعد معنوی نیز ضرورت خلاقیت ناشی از مقام و جایگاه والای انسان به عنوان خلیفه الهی است، چون خداوند خالق انسان است و انسان نیز باید بالفطره خلاق باشد و کمال او در گرو نوبینی و نوگرایی است و انسان به کمک قوه خلاقیت از قالب‌های ذهنی پوچ و غلط نجات می‌یابد.

میرمیران (۱۳۹۵) معتقد است تنها مزیت رقابتی انسان در عصر رایانه، خلاقیت و نوآوری است، زیرا هنوز رایانه‌ای که دارای قوه تخیل و تصور باشد، ابداع نگریده است.

پیامدهای مثبت و سازنده فرآیندهای خلاقیت و نوآوری موجب انعطاف‌پذیری، ارتقاء سطح توانایی‌ها و قابلیت‌های یادگیری سازمانی می‌شود. بنابراین سازمان‌ها نه تنها برای بهتر شدن یا افزایش کیفیت و ارتقاء، بلکه برای سازگار شدن و ادامه حیات و بقای خود همواره به خلاقیت و نوآوری نیازمند هستند (هادیزاده و فیل

آبادی، ۱۳۹۴: ۶۱). به طور کلی می توان گفت که خلاقیت و نوآوری رمز بقای سازمان های امروزی است و سازمانی که فاقد این عناصر باشد دوام چندانی ندارد.

«آمابلی» رئیس مرکز پژوهش های دانشکده بازرگانی دانشگاه هاروارد سه عنصر خلاقیت را عبارت می داند از:

- مهارت های مربوط به موضوع شامل؛ دانش و شناخت ما نسبت به حقایق، اصول، نظریات آن موضوع، که از طریق استعداد، تجربه و آموزش در آن حوزه بدست می آید.

- مهارت های مربوط به خلاقیت شامل؛ شکستن عادت، کنار گذاشتن شیوه های فکری و عملی پیشین و استفاده از روش های جدید، به تعویق انداختن قضاوت و ارزیابی ایده ها برای جلوگیری از ضایع شدن ایده ای که در ابتدا مکن است جالب و مفید به نظر نیاید، متفاوت دیدن مسائل و مشاهده امور به شیوه تازه.

- انگیزه؛ توانایی یادگیری موضوعات جدید، به وضعیت ذهنی انسان بستگی دارد، نه به یک استعداد ذاتی و خدادادی. و این توانایی یادگیری، هنگامی به اوج می رسد که فرد نسبت به آن چه انجام می دهد، علاقه ای کامل و بی قید و شرط داشته باشد. این انگیزه شامل انگیزه درونی و بیرونی می شود (سعیدی کیا، ۱۳۹۵).

۲-۵- ویژگیهای کارآفرینی

در مطالعات کارآفرینی می توان در فاکتورهایی که رفتار کارآفرینانه را تحت تأثیر قرار می دهد تمایز قائل شد. این فاکتورها فردی، محیطی و اجتماعی می باشند. مدل فاکتورهای اجتماعی پیش زمینه شخصی، پیش زمینه قومی، سطح شغلی، تجربیات ابتدای زندگی و محیط رشد فرد را می آزماید (گیب). در حالی که مدل فاکتورهای محیطی به فاکتورهای زمینه ای مثل ارزش دارایی، کاهش مالیات، سود غیرمستقیم، استفاده به موقع از فرصت ها در مسیر شغلی، تأثیر شرایط بازار، تحولات اجتماعی، فرهنگ اقتصادی توجه می کند (گرین و دیگران ۲۰۰۶). از طرف دیگر فاکتورهای فردی که به مدل ویژگی ها معروف می باشد بر روی ویژگی های شخصیتی کارآفرینان تمرکز دارد (کوه). این مدل بر این فرض استوار است که کارآفرینان ویژگی های یکتای مشخص، طرز تلقی ها و ارزش هایی دارند که انگیزه ای در ان ها ایجاد می کند و آن ها را از افراد عادی جدا می کند (توماس و مولر، ۲۰۱۰). در مطالعاتی که ویژگی های مدل را به کار برده است این سوالات مطرح می شود که کارآفرینان چه کسانی هستند، چرا کارآفرین شدند و ویژگی های کارآفرین موفق و ناموفق چیست (لیتونن، ۲۰۰۰). مدل ویژگی ها عنصر مهمی در تحقیقات کارآفرینی است. مطالعات تحقیقاتی گوناگونی به آنالیز ویژگی های شخصیتی کارآفرینان می پردازد .

برای مثال در مطالعات انجام شده توسط انتریالگو و همکارانش (۲۰۱۰) مرکز کنترل، توفیق طلبی و تحمل ابهام تعیین کننده زمینه های کارآفرینی هستند. در مطالعات انجام شده توسط استوارت و همکاران) از طرف دیگر، توفیق طلبی، تمایل به ریسک پذیری و نوآوری به عنوان عوامل تعیین کننده در تشخیص کارآفرینان از

مدیران شرکتی و صاحبان کسب و کارهای کوچک به حساب می آیند. از جمله تحقیقات دیگری که درباره ویژگی های کارآفرینان انجام شده است، مطالعات لیتونن (۲۰۱۰) است. فرض اصلی تحقیق ایشان این است که کارآفرین بودن اتفاقی نیست و کارآفرین بودن افراد با توجه به موفقیت های مختلف و نحوه قرار گرفتن در گروه های اجتماعی متفاوت خواهد بود. او دو متغیر انگیزه توفیق طلبی و تأکید بر کنترل را مورد آزمون قرار داد و به اعتقاد او این دو متغیر روانشناسی توضیح دهنده موفقیت کارآفرین است و همچنین جداکننده کارآفرین از غیرکارآفرین. از نظر لیتونن توانایی ریسک پذیری، نوآوری دانش در زمینه فنون کار، بازار و بازاریابی، مهارت مدیریت کسب و کار، توانایی برای همکاری، برداشت خوب نسبت به کسب و کار و توانایی برای شکار فرصت، از جمله مشخصات یک کارآفرین است (لیتونن، ۲۰۱۰). زربیناتی (اذعان می دارد که از یک کارآفرین رفتارهای زیر انتظار می رود:

-جهت گیری راهبردی؛

-دست یابی به موقعیت و فرصت؛

-دسترسی به منابع؛

-کنترل منابع؛

-اصلاح ساختارهای مدیریتی؛

-انگیزش برای تشویق (زربیناتی، ۲۰۱۵).

به صورت کلی پس از پررنگ تر شدن نقش کارآفرینان در توسعه اقتصادی، روانشناسان با هدف ارائه نظریه هایی مبتنی بر ویژگی های شخصیتی و تفاوت قائل شدن بین کارآفرینان با مدیران غیر کارآفرین، به بررسی ویژگی های روانشناختی کارآفرینان پرداختند. مهم ترین ویژگی هایی که به کارآفرینان نسبت داده اند و در مورد آنها توافق داشته اند در جدول ذیل ملاحظه می کنید.

یکی دیگر از موضوعاتی که در چارچوب رویکرد ویژگی ها به آن پرداخته شد، تفاوت های کارآفرینان با غیر کارآفرینان بود و همچنین تفاوت مدیران با کارآفرینان و اشاره به انواع کارآفرینان.

اساساً ادبیات کارآفرینی بیانگر آن است که تا به حال برای تعریف کارآفرینی از روش استقرایی استفاده شده است (نمودار مقابل)، به این معنی که سعی شده فقط بر اساس خصوصیات عمده ای از افراد موفق در امور کسب و کار، تعریفی برای کارآفرینی ارائه دهند. اما از آنجا که حوزه فعالیت های کارآفرینانه محدود به امور

کسب و کار نبوده و به مرور این قلمرو بیشتر آشکار می‌شود، مفاهیم و تعاریف کنونی کارآفرینی و جامعیت و مانعیت خود را از دست می‌دهد.

۲-۲-۴- برخی از ویژگی‌های کارآفرینانه

کوارتکو و هاجتس دو تن از صاحب‌نظران عرصه کارآفرینی با ترکیب نظرات ارائه شده در خصوص ویژگی‌های کارآفرینان توسط سایر محققان این حوزه نظیر جان کائو، گامپر و استیونسون و هورنادی، ویژگی‌های ذیل را برای آن‌ها برشمردند (کوارتکو، ۲۰۱۱).

- 1) تعهد، اراده و ثابت قدمی در حصول.
- 2) میل به پیروزی (موفقیت) و رشد.
- 3) هدف‌گرایی و فرصت‌طلبی.
- 4) پیشگامی و پذیرش مسئولیت.
- 5) سماجت در حل مسأله.
- 6) واقع‌گرایی و روحیه خوش‌مشربی داشتن.
- 7) جستجوگری برای دریافت بازخورد.
- 8) داشتن مرکز کنترل داخلی.
- 9) ریسک‌پذیری حساب شده و توانایی محاسبه ریسک.
- 10) احساس نیاز کم به قدرت و مقام.
- 11) امین و مورد اطمینان بودن.
- 12) واجد آرمان و قدرت تخیل قوی و تمایل به داشتن هدف شفاف.
- 13) انعطاف‌پذیری.
- 14) اعتماد به نفس.
- 15) داشتن انرژی وافر و پشتکار جدی.
- 16) کاردانی و ابتکار.
- 17) پویایی و رهبری.

- 18) خوش بینی و دارای تفکر مثبت و دوراندیشی.
- 19) چند منظوره بودن.
- 20) خلاقیت.
- 21) توانایی نفوذ در دیگران.
- 22) توانایی کار با دیگران و هم‌چنین توانایی کار به تنهایی.
- 23) پاسخ مثبت به چالش‌ها و به استقبال آن‌ها رفتن، تحمل ابهام و شرایط عدم اطمینان، توانایی تصمیم‌گیری سریع و مدیریت بحران.
- 24) گرایش به «رئیس خود بودن» و استقلال کاری.
- 25) علاقمند به دریافت پیشنهادها و انتقادات و نیز توانایی یادگیری از اشتباهات.
- 26) سودگرایی.
- 27) خودپسندی و خودستایی.
- 28) بلوغ و تعادل فکری.
- 29) صداقت و امانت.
- 30) توانایی اعتماد کردن به کارکنان.
- 31) پرتکاپو، داشتن روحیه تهاجمی.

ویژگی‌های کارآفرینانه ای که اهمیت بیشتری از نظر صاحب‌نظران دارند.

از میان ویژگی‌هایی که برای کارآفرینان شمرده شد، برخی از اهمیت بیشتری در تحقیقات صاحب‌نظران برخوردار بوده اند که در ذیل به اجمال به تشریح آن‌ها می‌پردازیم:

1- نیاز به توفیق

انگیزه موفقیت به عنوان تمایل فرد به کسب هدف بر اساس مجموعه ای از استانداردها است. توفیق طلبی، بیانگر گرایش همه جانبه به ارزیابی عملکرد خود با عالی ترین معیارها، تلاش برای موفقیت در عملکرد و برخورداری از لذتی که با موفقیت در عملکرد همراه است (ماسن، ۱۳۷۰: ۷۸-۷۲). تئوری توفیق طلبی «دیوید مک کلند» یکی از تئورهای کاربردی در کارآفرینی می باشد. بر اساس تعریف قدیمی، نیاز به موفقیت انگیزه ای است که افراد را مجبور می کند برای موفقیت و تکامل خود تلاش کنند (ساجی و الیزر، ۱۹۹۹، به نقل از امیری،

۱۳۹۰). افرادی که میل به موفقیت در آن‌ها زیاد است افرادی هستند که خودشان به دنبال حل مشکلات هستند، اهداف خویش را مشخص می‌کنند و برای رسیدن به آن حداکثر تلاش خود را می‌کنند و عملکرد بهتری را با به چالش طلبیدن وظایف خود ایجاد می‌کنند و از لحاظ اینکه به دنبال بهتر انجام دادن و بهبود فعالیت‌های خود می‌باشند افرادی نوآور به حساب می‌آیند (لیتونن، ۲۰۰۰). «موری» میل به توفیق طلبی را به عنوان یک نیاز پایه ای برای تحت تأثیر قرار دادن رفتار کارآفرین تشخیص داد. «مک کله لند»، برای اولین بار این ساختار را در ادبیات کارآفرینی به کار برد و فرض کرد میل به موفقیت زمینه را مساعد می‌سازد که فرد جوانی یک موقعیت کارآفرینانه را جستجو کند که بتواند به موفقیت و رضایت بیشتری نسبت به دیگر موقعیت‌ها دست یابد (استوارت و همکاران ۲۰۰۳).

تیمونز (۱۹۷۱) در مورد نیاز به توفیق بیان می‌کند: «آموزش نیاز به توفیق بدون نیاز به آموزش به مهارت‌های بازرگانی مفید نخواهد بود» در این رابطه تیمونز در سال ۱۹۷۵ با صاحبان مشاغل کوچک در دو شهر مصاحبه ای ترتیب داد این افراد چهار سال قبل آموزش دیده بودند تا سطح انگیزش توفیق طلبی خود را بالا ببرند وی همچنین با صاحبان مشاغلی که دوره آموزش مزبور را ندیده بودند نیز مصاحبه کرد. ۳۱ نفری که در واشنگتن آموزش دیده بودند در مجموع ۱۱ کسب و کار سودآور ایجاد کرده بودند در حالی که به همین تعداد افرادی که در شهر دیگر آموزش ندیده بودند تنها یک کسب و کار جدید زیان ده ایجاد کرده بودند (تیمونز، ۱۹۷۱ به نقل از نیکو، ۱۳۸۸).

هر چند به طور عمومی از این اصطلاح زیاد استفاده می‌شود ولی اغلب این مفهوم برای همگان به طور یکسان قابل فهم نیست. مهم ترین تعریفی که از نیاز توفیق طلبی شده است عبارت است از انگیزه ای که شخص را به فعالیت و انجام دادن کامل یک کار وادار می‌کند و او بدین وسیله می‌خواهد در دیگران اثر بگذارد (شعاری نژاد، ۱۳۶۴: ۱۲۰-۱۱۹). همان طور که در تعاریف انگیزش پیشرفت مشاهده می‌شود، تعریف عملیاتی قابل توافق برای این مفهوم دشوار است و دلیل آن هم نیز ناشی از ماهیت انگیزش پیشرفت است. نخستین خصیصه انگیزه پیشرفت این است که معمولاً استاندارد جالبی برای این موقعیت به کار می‌رود و آن ارزیابی عمل بر حسب کیفیت است. خصیصه دیگر موقعیت پیشرفت این است که نتیجه اغلب مبهم است و آنچه که بیشتر بیان می‌شود این است که با حد مشخصی از تلاش در گذشته چه چیزی انجام می‌شد یا به صورت عادت انجام می‌شود. سرانجام انگیزه پیشرفت اشاره می‌کند که یک شخص به واسطه تلاش خودش چه می‌تواند انجام دهد. به طور کلی وقتی انگیزش پیشرفت به کار می‌رود تمرکز بر این است که چطور شخص به چنین موقعیتی پاسخ می‌دهد. در مجموع برای انگیزش پیشرفت عناصری را در نظر گرفته اند که در ارزیابی‌ها به همین عناصر امتیاز داده می‌شود (امیری، ۱۳۹۰).

مک کله لند معتقد است که در انسان سه نیاز وجود دارد: (۱) نیاز به توفیق یا توفیق طلبی. (۲) نیاز به قدرت. (۳) نیاز عاطفی یا احساس تعلق .

وی برای آزمون تجربی فرضیه های خود، ۵۲ بازرگان را در سال ۱۹۶۴ در حیدرآباد هندوستان انتخاب کرد و به این نتیجه رسید که نیاز به توفیق در افرادی که فعالیت های اقتصادی خود را آغاز می کنند، بالاتر است. به طور خلاصه وی استدلال می کند که افرادی که نیاز به توفیق زیادی دارند دارای ویژگی های زیر هستند:

1- برای تصمیم گیری مسئولیت شخصی را ترجیح می دهند. زیرا به توانایی خود برای تحت کنترل درآوردن نتایج تلاش هایشان اعتقاد دارند.

2- مخاطره پذیری آن ها متوسط است.

3- به دریافت بازخورد از نتایج تصمیمات خود علاقه مند هستند (وکیل، ۱۳۹۵).

در تئوری مک کلند توجه عمده بر روی نیاز موفقیت است. نیاز موفقیت تمرکزش بر برتری جویی، رقابت، اهداف چالشی، پافشاری برای انجام کار و فائق آمدن بر مشکلات است. شخصی که نیاز موفقیت در او بالاست، شخصی است که در جستجوی عملکرد بالاتر است، از مشکلات و اهداف چالشی لذت می برد و دارای پشتکار و روحیه رقابتی در فعالیت های کاری است (مقیمی، ۱۳۹۰). برای اینکه کارآفرین موفق باشد، باید موفق بودن به عنوان یک انگیزه در مسائل ماورای پولی درک شود. یک کارآفرین حتی بدون موفقیت در دستیابی به سطوح بالای سود مالی می تواند موفق به حساب آید [چرا که] تعریف وی از موفقیت چیزی غیر از معیارهای پولی است که به آن ها اشاره گردید (فتحی، ۱۳۸۹).

2- مرکز کنترل داخلی

به عقیده «هورنادی و آبود»، «کارآفرینان موفق به خود ایمان دارند و موقعیت یا شکست را به سرنوشت، اقبال و نیروهای مشابه، نسبت نمی دهند. به عقیده آن ها شکست ها و پیشرفت ها تحت کنترل و نفوذ آن ها بوده و خود را در نتایج عملکردهایشان مؤثر می دانند.» (احمد پور، ۱۳۹۷ : ۸۲) این گونه افراد بنا بر همین رویکرد و دیدگاه، در پی هر پیروزی یا شکست، به دنبال عوامل موفقیت یا عدم موفقیت هستند و دائماً خود را بهبود می بخشند.

اعتقاد به اینکه شانس یا سرنوشت، زندگی شخص را کنترل نمی کند، از خصوصیات ویژه کارآفرینان است. عقیده فرد نسبت به این که وی تحت کنترل وقایع خارجی یا داخلی باشد را، کانون کنترل می نامند. بیشتر کارآفرینان را دارای کانون کنترل درونی توصیف کرده اند. افراد دارای کانون کنترل درونی معتقدند، وقایع خارجی در کنترل آنها هستند و سرنوشت آنها در دست خودشان است. به عبارت دیگر کارآفرینان موفق به

خود ایمان دارند و موفقیت یا شکست را به سرنوشت، اقبال، و یا نیروهای مشابه نسبت نمیدهند (احمد پور داریانی، ۱۳۷۸؛ به نقل از صباغیان، احمدپور داریانی، و عزیزی، ۱۳۹۴).

3-ریسک‌پذیری

ریسک‌پذیری به حالتی گفته می‌شود که فرد برای انجام کاری یا پذیرش مسئولیتی که احتمال شکست در آن وجود دارد اعلام آمادگی می‌کند. خطرکردن ممکن است به آگاهی فرد از موضوع بستگی نداشته باشد و حتی فرد از نتایج و پیامدهای احتیاط‌های آن نیز بی‌اطلاع باشد (برنز ۲۰۱۰؛ به نقل از نیکو، ۱۳۹۸).

ریسک‌پذیری اشاره به تمایل فرد به نشان دادن ریسک یا جلوگیری از خطرکردن دارد وقتی در معرض موقعیت خطرناکی قرار می‌گیرد. کارآفرینی از لحاظ تاریخی با ریسک‌پذیری در ارتباط بوده است. برای مثال کانتیلون (۱۷۵۵) در آثار خود بیان می‌کند که مهم‌ترین عاملی که کارآفرین را از یک کارمند معمولی جدا می‌کند این است که تمایل به ریسک‌پذیری در افراد کارآفرین زیادتر است (توماس و مولر ۲۰۰۰)، خصوصاً یکی از ویژگی‌های اساسی که کارآفرینان را از مدیران حرفه‌ای کسب و کارها از هم جدا می‌کند این است که شخص کارآفرین خطر سود و زیان را می‌پذیرد. همچنین در شرایط و محیط نامطمئن بودن کارآفرین را در شرایط پرخطر قرار می‌دهد برای مثال ریسک‌های مربوط به: سلامت مالی، فرصت‌های شغلی، ارتباطات خانوادگی، حالات هیجانی، سلامت فکری و روانی (لیتونن، ۲۰۰۰). بنابراین تفکر غالب بیان‌کننده این است که کارآفرینان نباید مخالف ریسک‌پذیری باشند. به گفته کرومی (۲۰۰۰) در ادبیات کارآفرینی کارآفرینان این‌طور توصیف می‌شوند که تمایل به ریسک‌پذیری در آن‌ها از دیگر گروه‌ها بیشتر است (گورل ۲۰۱۶).

خطرکردن به شخصیت فرد و به نتایج کارهایی که فرد در گذشته یا حال بدست آورده است، بستگی دارد. کارآفرینان اعتدال در خطرپذیری را ترجیح می‌دهند یعنی موقعیتی را که در آن نه موفقیت حتمی وجود دارد و نه شکست حتمی. در واقع هنگامی که از ریسک بحث می‌شود، باید به تفاوت‌های بین ریسک مطلق و ریسک متناسب و معتدل توجه کرد. در ریسک مطلق، بر خلاف ریسک معتدل، فرد خطرپذیر هیچ احتیاط‌های اقتصادی برای موفقیت ندارد اما ریسک معتدل شامل فعالیت‌هایی هستند که مهارت و کوشش شخص در آن نقش اصلی را ایفا می‌کند. ممکن است در آن فعالیت‌ها شانس و اقبال هم نقش داشته باشند اما تأثیر شانس به واسطه مهارت و تلاش فرد به حداقل می‌رسد و نتیجه کار جزء مسئولیت‌های شخص محسوب می‌شود. به عبارت دیگر کارآفرینان از خطر استقبال می‌کنند، در صورتی که آن خطر حساب شده باشد. خطرپذیری ویژگی ذاتی صرف نیست بلکه محیط در پرورش آن نقش اساسی دارد. خطرپذیری از یک طرف به ویژگی‌های شخصیتی افراد از قبیل کانون کنترل درونی، عزت نفس، ابراز وجود و ... و از طرف دیگر به امکاناتی که محیط در اختیار افراد می‌گذارد از قبیل تشویق و ترغیب والدین (شیوه فرزندپروری)، مربیان و مسؤلان و حمایت دولت و ... بستگی دارد (وکیل، ۱۳۹۵). یکی از امکاناتی که محیط می‌تواند در افزایش ریسک‌پذیری به

خصوص در محیط های کاری مؤثر باشد آموزش کارکنان است که سالانه بخشی از فرصت های کاری صاحبان صنایع مختلف (دولتی و خصوصی)، همایش ها و سمینارهای مختلفی را در این زمینه به خود اختصاص داده است که این امر دلیلی بر اهمیت نقش و جایگاه ریسک پذیری در افزایش بازده کاری کارکنان است.

«ورتربرگر» در کتاب خود تحت عنوان «خطرپذیری و تصمیم گیری»، ریسک پذیری را از دیدگاه شناختی - اجتماعی مورد بحث و بررسی قرار داده است. وی در این زمینه عوامل زمینه ای شناختی، انگیزشی و شخصیتی که بر تصمیم گیری فرد تأثیر می گذارد را مورد بررسی قرار داده است. برای مثال نقش هنجارها و ارزش های فرهنگی - اجتماعی در تشویق یا عدم تشویق فرد در خطرپذیری مؤثر شناخته شده اند. موس (۱۹۹۸) در فصلی از کتاب «جوانان و جامعه» تحت عنوان «افزایش ریسک پذیری در جوانان»، ریسک پذیری را یک متغیر شخصیتی معرفی می کند و سن را به عنوان یک عامل مؤثر در ریسک پذیری معرفی می کند. هورسویل (۱۹۹۹) در مطالعه خود تحت عنوان «اثر کنترل ادراک شده روی خطرپذیری» بیان می کند که کنترل ادراک شده افراد از خطر در خطرپذیری آن ها مؤثر است. یعنی وقتی افراد، کنترل کارهای مخاطره آمیز را بر عهده داشته باشند، بیشتر اقدام به خطرپذیری می کنند (کردنائیج و همکاران، ۱۳۹۶).

اغلب مردم بر این باورند که کارآفرینان افرادی ماجراجو و دارای ریسک پذیری فوق العاده ای هستند. آنان گمان می کنند که کارآفرین ها بمانند قماربازان در پی «همه» یا «هیچ» هستند، در حالی که نتایج تحقیقات بر روی کارآفرینان نشان داده شده است که «آن ها از خطر استقبال می کنند در صورتی که خطر محاسبه شده باشد» (هیأت نویسندگان، ۱۳۸۰: ۱۸، به نقل از سلیمانی آقچای). «لانگنکر، موروپتی» معتقدند: کارآفرینان لزوماً در پی فعالیتی نیستند که مخاطره آن زیاد باشد، بلکه مایلند مقدار متوسطی از مخاطره را که برای شروع فعالیت اقتصادی، معمولی تلقی می شود، بپذیرند و در این حد حاضر می شوند تا پول، امنیت، شهرت و موقعیت خود را به مخاطره اندازند. (احمد پور، ۱۳۹۷).

کارآفرینان به طور کلی چهارنوع ریسک را می پذیرند: (احمد پور، ۱۳۹۷).

1- ریسک مالی: اغلب کارآفرینان سرمایه خود را از محل پس اندازها و اموال شخصی تأمین می کنند و در صورت شکست آن را از دست می دهند. کارآفرینان خطر چنین ورشکستگی را می پذیرد و بسیاری از مردم از آنجا که نمی خواهند و نمی توانند پس انداز، خانه، اموال و حقوق خود را در خطر بیاندازند، لذا در تأسیس یک کسب و کار و پذیرش مخاطرات آن موفق نیستند.

2- ریسک شغلی: این پرسش همیشگی مطرح است که اگر کارآفرین در فعالیت اقتصادی خویش شکست بخورد، آیا خواهد توانست شغلی برای خود دست و پا کند و یا به شغل پیشین بازگردد. چنین پدیده ای بیشتر نگرانی بزرگ مدیرانی است که می خواهند یک شغل سازمانی مطمئن با حقوق بالا و مزایای عالی داشته باشند.

3- ریسک خانوادگی و اجتماعی: آغاز کسب و کار کارآفرینانه، زمان و انرژی وافر می‌طلبد. در نتیجه تعهدات، کارآفرین ممکن است بواسطه تلاش عاشقانه خود، لطامات خانوادگی و اجتماعی نظیر کمبودها و مشکلات ناشی از عدم حضور خود و تأثیرات آن بر روی نزدیکان و عزیزانش را متحمل شود.

4- ریسک روانی: بزرگترین ریسکی که شاید یک کارآفرین متحمل می‌شود، ریسک سلامت و روان کارآفرین است. ریسک پول، خانه، همسر، فرزند و دوستان را به نوعی می‌توان تعدیل نمود ولی تنش‌های روحی و استرس‌ها و اضطرابها و سایر عوامل روانی که در نتیجه شروع و تداوم فعالیت کارآفرینانه بر کارآفرین عارض می‌شود، دارای تأثیرات جبران‌ناپذیری است.

کارآفرینان اشخاصی میانه‌رو هستند که حساب‌شده ریسک می‌کنند. آنان لزوماً در پی فعالیتی نیستند که مخاطره‌ی آن زیاد باشد، بلکه مایل‌اند مقدار متوسط از مخاطره را که برای شروع یک کسب‌وکار معمولی تلقی می‌شود، بپذیرند. هرگز چنین نیست که آن‌ها ریسک‌های غیرمنطقی و خطرناک کنند. بلکه در اقدام به مخاطره بسیار حساب‌شده و با دقت عمل می‌کنند و تمام تلاش خود را به کار می‌بندند تا احتمالات را به نفع خود تغییر دهند. مخاطره‌هایی که، کارآفرینان در تأسیس و راه اندازی کسب‌وکارهای خود می‌پذیرند، متفاوت است (احمدپور، ۱۳۹۷).

4- استقلال

هیسریچ اعتقاد دارد که عموماً کارآفرینان کسانی هستند که می‌خواهند کار را به شیوه خودشان انجام دهند و کارکردن برای دیگران برایشان سخت است. مک‌گران و فلائیگان نیاز به استقلال را «کنترل داشتن بر سرنوشت خود، کاری را برای خود انجام دادن و آقای خود بودن» (احمد پور، ۱۳۹۷ : ۸۷) تعریف نموده‌اند. در واقع داشتن روحیه استقلال، عاملی تحریک کننده است که کارآفرین از همان ابتدا، با اتکاء به روش‌ها، منابع، توانایی‌ها، استعداد و مهارت‌های خود اقدام به تأسیس یک کسب و کار بنماید و شروع، فرآیند و اتمام پروژه‌های خود را، خودش تعیین کند، او در این صورت است که مسئولیت تمامی فعالیت‌های خود را بر عهده می‌گیرد و از آن احساس رضایت می‌کند.

نیاز به استقلال از ویژگی‌هایی است که به عنوان نیروی بسیار بر انگیزنده مورد تاکید قرار گرفته است. در واقع، نیاز به استقلال را می‌توان به صورت عباراتی نظیر «کنترل داشتن بر سرنوشت خویش»، «کاری را برای خود انجام دادن»، و «ریس خود بودن» تعریف کرد. نیاز به استقلال عاملی است که سبب می‌شود، کارآفرینان به اهداف و رویاهای خود دست یابند. احساس خشم آنها از نظام خشک دیوان سالاری، همراه با تعهد خالصانه در قبال ایجاد تغییر، به شخصیت استقلال طلب آنها که میخواهند همه چیز را به شیوه خود انجام دهند، اضافه میشود. البته داشتن استقلال زندگی راحتی را تضمین نمیکند. بیشتر کارآفرینان ساعات زیادی را در روز کار می‌کنند، اما رضایت از آنجا حاصل میشود که به رغم محدودیتهای اقتصادی و محیطی، خود تصمیم می‌گیرند،

کارها را به شیوه خود انجام می دهند، طبق برنامه خود عمل مینمایند و سودی را که خود به وجود آورده اند، برداشت می کنند (احمدپور داریانی، ۱۳۹۴).

گرایش به نوآوری: در طول یک دهه گذشته شاهد توجه بسیار زیاد، چه در نوشته های غیرآکادمیک (یانگ، ۱۹۹۴) و چه در نوشته های آکادمیک (کانتر، ۱۹۸۵) به نوآوری به عنوان عامل کلیدی برای ایجاد مزیت رقابتی پایدار، شده است. نوآوری از اجزای اساسی و بنیادی کارآفرینی و عوامل اساسی موفقیت کسب و کار است (ناناکو و تاکوچی ۱۹۹۵). نوآوری از اعمال کلیدی در فرایند کارآفرینی به شمار می رود. نوآوری تعریفی جامع را در بر می گیرد که شامل ایجاد محصولات جدید یا با کیفیت جدید، ایجاد روش جدید تولید برای ورود به بازار جدید، ایجاد منابع جدید یا سازمان جدید و یا ساختار جدید در کسب و کار. نوآوری حاصل به کارگیری اراده و عملی کردن آن است (هانزمارک ۱۹۹۸). نوآوری به عنوان رفتاری است که کارآفرینی و جهت گیری کارآفرینانه را توصیف می کند. با توجه به تعریف کارآفرینان به دنبال جذب فرصت های جدید هستند (زاکاراکیس، ۱۹۹۷؛ نقل از امیری، ۱۳۹۰). دراکر برای مثال ادعا می کند که نوآوری ابزار مهمی برای کارآفرینی است. او به کارآفرینی به عنوان جستجوی سیستماتیک برای تغییرات، به عنوان فرصت ها برای بازارها، محصولات و ایده های جدید می نگرد (کرومی، ۲۰۱۰). همانند بسیاری از نویسندگان در ادبیات، استوارت و همکارانش (۲۰۱۳) معتقدند که نوآوری در کارآفرینی امری ذاتی است و می تواند تفاوت بین مدیر و کارآفرین را مشخص کند.

کارآفرین می تواند از طریق بهبود (ارتقاء) مستمر روش بهره برداری از فرصت و پیشرفته تر نگه داشتن آن نسبت به دیگران، مانعی را برای رقابت ایجاد کند. فرایند نوآوری به کارآفرین اجازه می دهد تا در منحنی یادگیری از رقبای خود یک مرحله بالاتر قرار بگیرد. مادامی که دانش مربوط به چگونگی فراهم آوردن یک خدمت یا محصول برای مشتریان توسعه یافت و امکان مخفی کردن آن از رقبای فراهم شد، کسب و کارهای جدید می توانند از ورود تقلیدکنندگان به عرصه فعالیتشان جلوگیری کنند (شین، ۲۰۱۳).

خلاقیت و ابتکار؛ خلاقیت توانایی شخص در ایجاد ایده ها، نظریه ها، بینش ها یا اشیای جدید و بازسازی مجدد در علوم و سایر زمینه هاست که به وسیله متخصصان به عنوان پدیده ای ابتکاری و از لحاظ علمی، فن آوری و اجتماعی با ارزش قلمداد می گردد (حسینی، ۱۳۹۱).

ورتهایم خلاقیت را توانایی نگاه جدید و متفاوت به یک موضوع و به عبارتی فرایند شکستن و دوباره ساختن دانش خود درباره یک موضوع و بدست آوردن بینش جدید نسبت به ماهیت آن تعریف می کند (گلستانی، ۱۳۹۲).

استیز موارد زیر را از ویژگی های افراد خلاق می داند:

-سلاست، روانی و ادراک (توانایی ایجاد ایده ها به طور صریح).

-انعطاف پذیری ادراک.

-ابتکار و پیشنهاد راه های جدیدی و ابداعی.

-استقلال رأی و داوری (نیلی آرام، ۱۳۸۷).

خلاقیت و ابتکار کارکنان در سازمان، گستره و میزانی است که کارمند در برآوردن انتظارات کاری، خود-هدایت گر، مبتکر و خلاق است و اینکه چگونه تفکر خود را در تعیین، تغییر و توسعه عقاید و روش های جدید در موقعیت های در حال تغییر بکار می گیرد (ارزشیابی عملکرد کارکنان، ۲۰۰۳). خلاقیت و ابتکار کارکنان از عوامل مهم بقای سازمان ها به شمار می رود (زارعی متین، ۱۳۸۷).

عامل خلاقیت و نوآوری بقدری در تبیین و تشریح فعالیت های کارآفرینانه از اهمیت بالا برخوردار است که پیتر دراکر معتقد است: «وجود نوآوری در کارآفرینی بقدری ضروری است که می توان ادعا نمود کارآفرینی بدون آن وجود ندارد و خلاقیت نیز بدون کارآفرینی نتیجه ای را حاصل نمی نماید». (احمد پور، ۱۳۸۷ ص ۸۸) به طور کلی می توان گفت:

الف- افراد خلاق در عرصه ذهن و عمل انعطاف پذیرند، «انعطاف پذیری در کارآفرینی بیشتر در بعد تطبیق ایده با شرایط متحول محیطی مطرح است با توجه به تحولات و تغییرات عمیق محیطی حاکم بر عملکرد کارآفرین، اهداف و استراتژی های فردی وی برای دستیابی به ایده مورد نظر، باید متناسب با محیط حاکم، انعطاف لازم را داشته باشد. حتی گاهی لازم می شود که کارآفرین، ایده یا رویای اولیه خویش را نیز از موضع خود خارج کند». (فتحی، ۱۳۸۹).

ب- به عقیده افراد خلاق؛ اولاً: مسائل پیچیده بر مسائل ساده و راه حل های ساده بر راه حل های پیچیده ارجحیت دارند. ثانیاً: از دیدگاه این دو دسته از افراد چیزی بنام مسئله، مشکل و یا مفصل وجود ندارد بلکه آن چه که وجود دارد نادانی، کم دانی و یا عدم دقت ما در بررسی مسائل است. آنان بر این باورند: هیچ قفلی نیست که برای آن کلیدی نتوان ساخت، فقط باید اندکی تلاش کرد تا آن را ساخت.

ج- «افراد خلاق، به اندکی خارج از استاندارد و قاعده و قانون عمل کردن تمایل ذاتی دارند»

آنان بیشتر گرایش به عمل کردن به شیوه خود دارند. ایساک آدیزس می گوید:

«یک کارآفرین باید مطلقاً فردی غیرمنطقی باشد». (فتحی، ۱۳۸۹).

6-حل مسئله

میر کاقصادی مسئله را موانعی می داند که بر سر راه یک فرد ظاهر شده و او را از رسیدن به هدف و تأمین نیازش باز می دارند (میرکمالی، ۱۳۸۰). از طرف دیگر مجموعه وسیعی از فعالیت هایی که لازمه یافتن راه حل یا شیوه عمل و اجرای آن برای اصلاح موقعیت نامساعد است حل مسأله خوانده می شود (علاقه بند، ۱۳۹۰).

در ذیل به برخی از رفتارهایی که شاخص های مهارت حل مسئله می باشند اشاره شده است:

- تشخیص نیازهای همکاران.

- جمع آوری اطلاعات مرتبط برای تصمیم گیری های مؤثر.

- مشخص کردن شقوق حل مسئله.

- پیشنهاد عقاید، روش ها و راه حل های مؤثر برای حل مسئله.

- فراهم کردن فرصت هایی برای توسعه مهارت های جدید در ارتباط با تغییر فرایندها و کاربرد فنون و تکنولوژی نوین به هنگام ضرورت (ارزشیابی عملکرد کارکنان آزمایشی ۲۰۱۳ به نقل از باشکوه، ۱۳۹۵).

چنانچه گفته شد پژوهشگران و صاحب نظران ویژگیهای رفتاری و شخصیتی متعددی را برای کارآفرینان مطرح کرده اند که مهمترین و عمومی ترین آنها در مدل جامع کارآفرینی مشاهده می شود. مطابق مدل مزبور که توسط مؤسسه توسعه کارآفرینی هند ارائه شده، کارآفرینان دارای ۵ ویژگی هستند: توفیق طلبی، استقلال طلبی، ریسک پذیری، خلاقیت و مرکز کنترل درونی.

ویژگی های ریسک پذیری، استقلال طلبی، توفیق طلبی، خلاقیت و اسناد درونی مولفه هایی هستند که از دیدگاه اکثر کارشناسان به عنوان ویژگیهای کارآفرینی در نظر گرفته میشوند. بر همین اساس، این پژوهش نیز قابلیت های کارآفرینی را بر مبنای این ویژگیها می سنجد.

۲-۲-۵- مهارت کارآفرینی

مهارت های کارآفرینی شامل موارد زیر است:

مهارتهای شخصی عبارتند از:

۱- کنترل و نظم درونی - عقیده فرد نسبت به این که وی تحت کنترل وقایع خارجی یا داخلی هست یا خیر را مرکز کنترل می نامند. بیشتر کارآفرینان را دارای مرکز کنترل درونی توصیف نموده اند. افراد با مرکز کنترل بیرونی معتقدند وقایع ی که خارج از کنترل آن ها هستند، سرنوشتشان را تعیین می کند. کارآفرینان موفق به

خود ایمان دارند و موفقیت یا شکست را به سرنوشت، اقبال یا نیروهای مشابه نسبت نمی دهند(احمد پورداریانی، ۱۳۹۲).

آن ها همچنین این ویژگی را دارند که وقایع پیش آمده را برای خود قابل کنترل می دانند(صمدآقایی، ۱۳۹۸).

۲-ریسک پذیری _ ریسک پذیری به معنای پذیرش و استقبال از خطرات حساب شده در کسب و کار می باشد. این ویژگی از ویژگی هایی است که در اکثر کارآفرینان وجود دارد.(صمدآقایی، ۱۳۹۸).

۳-نوآوری - نوآوری فرایند خلق چیزی جدید است که ارزش قابل توجهی برای فرد، گروه، سازمان، صنعت یا جامعه دارد. یکی از ویژگی های شرکت و فرد کارآفرین نوآر بودن است. حل مسائل و پیگیری فرصت ها به راه حل هایی نیاز دارد که بسیاری از آنها ممکن است مختص یک وضعیت خاص باشند. بنابراین خلاقیت و نوآوری حاصل از آن، برای بقاء و موفقیت شرکت امری حیاتی است(هیگینز، ۲۰۱۴).

۴- توانایی اداره تغییر - ما در زمانی زندگی میکنیم که روند دگرگونی در فناوری ها، با شتاب فراوان افزایش می یابد و موج هایی می آفریند که همه صنایع را دربر می گیرد. نمی توان جلوی دگرگونی ها و تغییرات را گرفت یا خود را از آن ها پنهان کرد. باید نگاه ها را بر آنها دوخته و برای رویایی با آن ها آماده شد. برای مقابله با تغییرات عصر حاضر برنامه ریزی ها کاری از پیش نمی برند و توان پیش بینی این گونه دگرگونی ها را ندارند. البته این بدان معنا نیست که باید از برنامه ریزی دست برداشت، بلکه باید همانند سازمان ها و واحدهای آتش نشانی صورت گیرد، آنها نمی توانند محل آتش سوزی را در آینده پیش بینی کنند ولی گروهی آنچنان توانمند و کارآمد آماده می سازند که می توانند همانند رخدادهای عادی به هر پیشامد دشوار و پیش بینی نشده ای پاسخ مناسب دهند. بنابراین، کارآفرین نیز باید به همین صورت توانایی اداره تغییر را داشته باشد و بتواند تغییر جهت باد را تشخیص داده، مسیر مناسب را برگزیند. این توانای ی برای ادامه آینده کار کارآفرین بسیار مهم و حساس است(احمدپور داریانی، ۱۳۹۲).

۵-تغییرمحوری - دانشمندان و نظریه پردازان مدیریت و علوم رفتاری بر این عقیده اند که شرایط بیرونی و درونی سازمان همواره در حال دگرگونی است. این دگرگونی ها با سرعت انجام می پذیرد و تمامی سازمان را دربرمی گیرد. دربیرون سازمان شرایط محیطی معمولاً غیرثابت و در نوسان است. شرایط اقتصادی، هزینه و دسترسی به مواد و سرمایه لازم، تکنولوژی تازه و قوانین و مقررات همگی به سرعت در حال تغییرند. در درون سازمان کارکنان تغییر می کنند و با خود اندیشه ها و دانش های تازه م ی آورند(علوی، ۱۳۹۴). در چنین شرایطی کارآفرین یا مدیر به عنوان عامل تغییر همیشه با مسأله تغییر سر و کار دارد، زیرا تغییر امری اجتناب ناپذیر است. او باید در مقابل تغییر نگرشی مثبت داشته باشد و آماده اعمال تغییر در مواقع لزوم باشد.

۶- پافشاری، مقاومت و پشتکار_ افراد موفق به نیروی پشتکار ایمان دارند. این یک باور است که پافشاری و مقاومت برای انجام یک کار همیشه با موفقیت همراه است. هیچ توفیق بزرگی بدون پشتکار و جدیت بی وقفه مقدور نمی شود. اگر به افرادی که در هر زمینه موفق شده اند بنگریم، می بینیم که آن ها لزوماً بهتر، با هوش تر، سریعتر و قویتر از دیگران نبوده اند، بلکه پشتکار و مقاومت بیشتری داشته اند. یک کارآفرین نیز برای موفقیت در کار خود باید پشتکار و مقاومت لازم را داشته باشد(نظری، ۱۳۹۲).

۷- رهبری دوراندیشی _ دوراندیشی، قدرت دیدن همه چیز پیش از به وقوع پیوستن آن ها است پیتدرراکر در مهارتی را شرح می دهد که یک مدیر و رهبر خوب به آن نیازمند است، « کنترل آشوب و هرج و مرج» کتاب خود این مهارت که برای کنترل دوران آشوب ضروری است همان دوراندیشی است(برکر، ۱۳۹۰).

مهارت های مدیریتی کارآفرینی عبارتند از:

۱- برنامه ریزی و تعیین اهداف _ برنامه ریزی بدین معنی است که مدیر از قبل درباره هدف ها و اقدامات مورد نظری اندیشد و کارها و اقدامات وی بر اساس یک روش ، برنامه یا منطق قرار دارد. برنامه باعث می شود که سازمان دارای هدف های بلندمدت شود و مدیر برای دستیابی به این هدف ها بهترین رویه ها را اتخاذ نماید.

۲- تصمیم گیری _ تصمیم گیری فراگرد گزینش شیوه عمل خاصی برای حل یک مسأله یا یک مشکل ویژه است. تصمیم گیری دو نوع است: تصمیم گیری معمول و با برنامه که مطابق با عادات، قواعد و یا رویه های مشخص اتخاذ می شود و تصمیم گیری غیرمعمول و بی برنامه که تصمیم گیری با مسائل و مشکلات غیرعادی سر و کار دارد. تصمیم گیری، برای یک مدیر یا کارآفرین فعالیتی حساس و پر اهمیت است(هرسی و بلانچارد، ۲۰۱۴).

۳- روابط انسانی - بر پایه پژوهش های قابل ملاحظه در قرن حاضر، این نتیجه گیری حاصل شد که محیط ها ی کار در واقع زمینه های اجتماعی پیچیده ای هستند که درک و فهم رفتار در آن ها از طریق توجه به نگرش های کارکنان، روابط اجتماع ی، ارتباطات غیررسمی و متغیرهای دیگر امکانپذیر است. ماری پارکتر فالت معتقد بود در هر کارجمعی، مسأله مهم ایجاد و حفظ روابط انسانی پویا و هماهنگ است(علاقه بند، ۱۳۹۵).

توجه به روابط انسانی در محیط کار برای کارآفرینان و اداره یک کسب و کار موفق، لازم و ضروری بوده و باید در آموزش کارآفرینان مورد توجه قرار گیرد.

۴- بازاریابی - در فرهنگ واژگان بنت بازاریابی، فرآیند برنامه ریزی، طراحی، قیمت گذاری، ترفیع و توزیع ایده ها و کالاها و خدمات به منظور خلق مبادله است که اهداف فردی و سازمانی را برآورده می سازد(اسلام، ۱۳۹۲)

۵- راه اندازی کسب و کار _ عوامل متعددی مانند دولت، منابع اقتصادی که فرد در اختیار دارد، الگوه ای نقش و... در راه اندازی کسب و کار جدید تأثیر دارند. همچنین کارآفرین همچنین برای راه اندازی کسب و کار باید زمینه لازم را داشته باشد. تحصیلات رسمی و تجربه قبلی نیز در فعالیت های اقتصادی باعث می شود مهارت های لازم برای راه اندازی کسب و کار برای کارآفرین مهیا گردد. اگر چه نظام های آموزشی از اهمیت ویژه ای در این زمینه برخوردارند، ولی افراد در راه اندازی کسب و کار در زمینه هایی که قبلاً کار کرده و تجربه دارند موفقیت بیشتری کسب می کنند. به طور کلی نباید فراموش کرد که خصلت های کارآفرینان ذاتی نیست، بلکه آنها تربیت می شوند و این مهارت را می توان در آن ها بوجود آورد (هیسریچ، ۲۰۱۳).

۶- مهارت های اقتصادی و حسابداری _ حسابداری عبارت است از فن ثبت، طبقه بندی و تلخیص فعالیت های اقتصادی یک مؤسسه در قالب اعداد قابل سنجش به پول و تفسیر نتایج حاصل از بررسی این اعداد (نبوی، ۱۳۹۳). حسابداری را زبان تجارت نامیده اند. کارآفرینان هر چقدر که این زبان را بهتر یاد بگیرند، بهتر می توانند بر زندگی و کسب و کار خود تسلط داشته باشند (احمد پورداریانی و عزیزی، ۱۳۹۳).

۷- مدیریت _ فرآیند مدیریت مربوط به وظیفه ای است مبنی بر کسب اطمینان از این که فعالیت هایی به نحوی در حال اجر بوده و به دستیابی به هدفی معین منجر می گردند (پیرنیا، ۱۳۹۲).

۸- کنترل - کنترل عبارت است از توجه به نتایج کار و پیگیری آن برای مقایسه فعالیت های انجام شده با برنامه ها و اعمال اصلاحات مقتضی در مواردی که انحرافی در انتظارات، صورت گرفته است (علاقه بند، ۱۳۹۴).

۹- مذاکره - مذاکره یک فرآیند ارتباطی بسیار پیچیده و مهارتی مهم برای موفقیت کارآفرینان است. در تجارت، مثل بخشی از زندگی، مذاکره بر اساس این واقعیت شروع می شود که مردم یا اشخاص به یکدیگر نیاز دارند: خریداران به فروشندگان، مدیران به کارکنان و کارآفرینان به سرمایه گذاران نیاز دارند. یک رابطه کاری در چهارچوب یکسری موافقت ها تعریف می شود و هر توافقی حاصل یک فرآیند مذاکره است (هگی، ۱۳۹۲).

۱۰- مدیریت توسعه - در گذشته مدیران در دنیایی نسبتاً تغییرناپذیر و قابل پیش بینی برای دستیابی به موفقیت تلاش می کردند اما امروزه با تحولات شتابنده ای مواجهند. آنان با نوآوری های مستمر در رایانه و فن آوری اطلاعات روبرو هستند و دنیای پرآشوب، بازارهای متغیر و شیوه های زندگی غیرثابت مصرف کنندگان در برابرشان قرار دارد. برای مقابله با چنین نیروهای متغیری، مدیران امروزی باید توانایی دگرگون کردن و نوکردن را داشته باشند. مدیریت توسعه روش هایی را فراهم می آورد که به طور منظم سبب تغییر سازمان و بهبود آن می شود. هدف از توسعه و بهبود سازمان اثربخش تر کردن آن و افزایش فرصت ها برای افراد است تا بتوانند نیروهای بالقوه خود را به فعل درآورند (هاروی و براون، ۱۳۹۷).

مهارت های فنی کارآفرینی عبارتند از:

۱- مهارت های نوشتاری _ مهارت نوشتاری، فعالیت یا هنر تنظیم کلمات و حروف بر روی کاغذ، چوب و یا هر چیز دیگر با هدف ثبت افکار و به منظور برقراری ارتباط با دیگران است. این نوع ارتباط با علائم مشهود و نمایان نوشته و یا چاپ شده صورت میگیرد (بریانی، ۲۰۱۵).

۲- ارتباطات شفاهی یا ارتباطات کلامی _ ارتباط عبارت است از فرآیند انتقال و تبادل اندیشه ها، احساسات و عقاید دو نفر یا بیشتر با استفاده از علائم و نمادهای مناسب به منظور تأثیر، کنترل و هدایت دیگران. وقتی در جریان ارتباط، پیام ها به صورت رمزهای کلامی و یا شفاهی انتقال یابند، آن ارتباط را ارتباط شفاهی گویند، مانند بحث و گفتگوی فرد با فرد یا فرد با گروهی دیگر (شعبانی، ۱۳۹۷).

۵- تکنولوژی _ تکنولوژی مجموعه ای از سخت افزار و نرم افزار است که باید به شکل مناسبی ترکیب شود تا تولید کالا و خدمات امکان پذیر گردد. اجزای تکنولوژی عبارت است از:

-تجهیزات، ماشین آلات و ابزار

-مهارت و تجربه انسانی

-داده ها و دانش، فنون، روش ها و فرآیندها

-سازمان و مدیریت

در عمل، ترکیبات متفاوتی از اجزای مذکور تکنولوژی، یک کسب و کار را شکل می دهد.

۲-۳- برنامه درسی اقتصاد محور

۲-۳-۱- تاریخچه برنامه درسی در حوزه اقتصاد

برنامه درسی اقتصادی از دیر باز مورد توجه بشر بوده است. فرهنگها، ایدئولوژیها، و تمامی تمدن ها و ادیان بشری و الهی به انحای مختلف، تلویحاً و تصریحاً، و در قالب آموزه های مختلف اخلاقی، فلسفی، عرفانی، فقهی، حقوقی و علمی، تعالیم اقتصادی خود را به پیروان و وابستگان خود آموزش داده و رفتارهای اقتصادی آنها را مدیریت کرده اند. در تمدن پرشکوه اسلامی گذشته، علاوه بر کتاب های اخلاقی و فقهی که به نحوی مستوفاً گستره های از موضوعات و رفتارهای اقتصادی را در گفتمان اخلاقی یا شرعی - تکلیفی مورد توجه خود قرار می دادند، کتب تاریخی و ادبی نثر و نظم نیز، مانند بوستان و گلستان سعدی، درهالتاج و قابوسنامه و... نیز در قالب داستان و امثال و حکم، نقش یک برنامه درسی پنهان در حوزه شناختی و گرایشی و رفتاری را به خوبی ایفا کرده اند.

در تاریخ اروپای پس از رنسانس نیز معروف است که خانواده‌های اصیل فرانسوی و انگلیسی برای فرزندان خردسال خود دایه‌هایی جهت تربیت اقتصادی استخدام میکردند. یکی از معاصرین اقتصاددان معروف ریکاردو (قرن هیجده) در نامه‌های خود چنین اظهار میکند که افراد متخصص پیش از آنکه برای فرزندان خود پرستار استخدام کنند از آنان در مورد اینکه آیا میتوانند علم اقتصاد را به کودکان تدریس کنند میپرسیدند. کتاب‌هایی چون «گفتگو درباره دانش اقتصاد» تألیف خانم مارست در سال ۱۸۱۶ و «تصاویر دانش اقتصاد» در ۹ جلد، مشتمل بر ۳۰ داستان، تألیف دوشیزه مارتینو در سال‌های ۱۸۳۳-۱۸۳۴ نمونه‌هایی هستند که از یک جریان عمیق فرهنگسازی اقتصادی در متن جامعه اروپای آن روز حکایت میکنند (سنجابی، ۱۳۹۰).

در اواخر قرن هیجدهم، اسقف جیمز مدیسون، رئیس کالج «ویلیام و ماری» اقتصاد سیاسی را در برنامه مطالعات اجتماعی کالج خودش وارد کرد و کتاب شهیر «ثروت ملل» اثر آدام اسمیت را به‌عنوان متن درسی مورد استفاده قرار داد. شاید بدین طریق بتوان اسقف مدیسون را اولین مدرس و طراح برنامه آموزش اقتصادی و کسی نام برد که دانش اقتصاد را به‌عنوان عنصری مهم و بنیادین در طراحی برنامه‌های درسی در نظام تعلیم و تربیت رسمی و عمومی معرفی کرده است (لیمر، ۱۹۹۸).

یک قرن بعد از اسقف مدیسون، یعنی در سال ۱۸۸۵ میلادی، انجمن اقتصاد آمریکا (AEA) به عنوان اولین نهاد رسمی، که مؤسسان کشیش آن به تعلیم و تربیت اقتصادی علاقه خاصی نشان می‌دادند، آموزش و تربیت اذهان عمومی نسبت به ادبیات و سؤالات مبتلا به اقتصادی را یکی از وظایف اصلی خود عنوان کرد.

در سال ۱۸۹۰ سیمون پاتن، ریاست آتی انجمن، مقاله «جایگاه آموزشی اقتصاد سیاسی» را به رشته تحریر درآورد که به نوبه خود، تا امروز، اثری مفید و جریان ساز در تاریخ الگوها و برنامه‌های آموزشی اقتصاد محسوب می‌شود. پاتن بالغ بر یکصد و بیست سال پیش، در مقاله خود بر این نکته تأکید و استدلال می‌کند که آموزش اقتصاد می‌باید نقش درس‌های ریاضیات و فیزیک را در تربیت توانایی و تفکر نقاد و استدلالی ایفا کند. (پاتن، ۱۹۸۵). هرچند این پیشنهاد پاتن مطلق نیست و نمی‌تواند هم باشد، اما گویای اثربخشی خاصی است که در اوان قرن بیستم از برنامه درسی اقتصاد انتظار می‌رفته است.

در دهه‌های اخیر جایگاه امر آموزش در رشته اقتصاد و خود مسئله آموزش اقتصاد بین اقتصاددانان ارتقای روز افزونی داشته است (بکر، ۲۰۰۷). فعالیت‌های انجمن اقتصاد آمریکا در سال‌های اخیر در زمینه آموزش اقتصاد قبل از دانشگاه، افزایش قابل ملاحظه‌ای یافته است، به طوری که کمیته آموزش اقتصاد انجمن مذکور به همراه انجمن‌هایی که به مسئله آموزش اقتصاد می‌پردازند، از سال‌های دهه ۱۹۵۰ تاکنون به طور مشترک اقدام به انجام فعالیت‌های متعددی برای ارتقای وضع آموزش علم اقتصاد در تمامی سطوح، خصوصاً سطوح ۱۲ گانه نموده‌اند. به عنوان مثال در نشست ASSA در سال ۱۹۹۹ در نیویورک، ۱۲ جلسه سخنرانی به موارد مطرح در زمینه آموزش علم اقتصاد اختصاص داشت. همچنین در آن سال، در نشست‌های انجمن علوم

اجتماعی ۱۴ سخنرانی به امر آموزش در علم اقتصاد اختصاص یافته بود که از سخنرانان آن رونالد کوز ۹ برندهٔ جایزهٔ نوبل در اقتصاد، بود. این امر در حالی اتفاق افتاد که در نشست های پیشین در سال های ۱۹۹۶ و ۱۹۹۴ تن ها ۴ مورد سخنرانی به این موضوع اختصاص یافته بود. در سال ۱۹۹۹ همچنین کمیته اجرایی انجمن اقتصاد آمریکا بودجه مناسبی را برای اجرای کنفرانس علمی با موضوع آموزش علم اقتصاد، جهت ارتقای وضع آموزشی این علم، اختصاص داد. علاوه بر این برای اولین بار این انجمن گروهی جدید را به اعضای خود با عنوان مدرسین اقتصاد در سطح کالج اضافه کرد (بکر، ۲۰۰۷).

نمونه دیگری که بیانگر افزایش توجه اقتصاددانان به امر آموزش علم اقتصاد می باشد، رشد قابل ملاحظهٔ تعداد مراجعات به وب سایت مجلهٔ آموزش اقتصاد (JEE) است. تعداد مراجعات به این وب سایت از ۵۵۳ بار در سال ۱۹۹۵ به بیش از ۳۴۰۰۰ بار در ماه، در سال ۱۹۹۹ افزایش یافت. همچنین تعداد روزافزون مقالات ارائه شده توسط اقتصاددانان شناخته شده ای چون دیوید کولندر ۱۱، جان بایشاپ ۱۲، ویلیام گرین ۱۳، آلن کروگر ۱۴ و .. در این مجله حاکی از جایگاه ویژه ای است که این مسئله در روزگار ما و در حوزه های آکادمیک یافته است.

۲-۳-۲- چستی برنامه درسی اقتصادی

در سال ۱۹۵۵ شخصی به نام رادولف فلچ، کتابی نوشت با این عنوان که «چرا جانی کوچولو نمیتواند بخواند؟ تو چه کاری برایش می توانی بکنی؟» آن زمان دوران جنگ سرد بود و این کتاب - که در آن زمان از پرتعدادترین کتاب ها بود و به انعکاس اهمیت ها و اولویت های آموزش عمومی دههٔ ۵۰ آمریکا میپرداخت - با این عنوان طعن هامیز به مشکلات سواد آموزی در آمریکا اشاره می کرد. اما در سال ۱۹۹۸، دیوید دال، سخنگوی بانک مرکزی ایالت مینیاپولیس، مقاله های با این عنوان نوشت که «چرا جانی کوچولو نمی تواند انتخاب کند؟»، که در واقع نوعی کنایه به اثر پیشین رادولف فلچ بود. آقای دال در مقاله خود اثبات کرده بود که بیشترین بی سوادی در این دوره (۱۹۹۸) بی سوادی اقتصادی است و ادبیات اقتصادی یا فهم زبان و مفاهیم مالیهٔ فردی و تئوری های اقتصادی، به طور نگران کننده ای در ایالات متحده پایین است. در همین راستا تحقیقی که در فوریهٔ سال ۲۰۰۵ انجام شد نشان داد که از ۳۵۰۰ فرد بزرگ سال و ۲۲۰۰ دانش آموز دبیرستانی که تحت بررسی قرار گرفتند، فقط ۱۲ درصد موفق به گرفتن نمرهٔ A و B در امتحان مرتبط با اصول کلی اقتصاد شدند. مشکل آنجا حاد می شود که بدانیم طبق نظریه های اقتصادی و پژوهش های تجربی بهعمل آمده، تا زمانی که سواد افراد در مورد اقتصاد و مسائل مربوط به مالیهٔ شخصی تغییر نکند، فقر هم چنان وجود خواهد داشت. در همان سال ۱۹۹۸، گزارش توسعهٔ سازمان ملل متحد، نشان داد که دهک بالای (ثروتمند ترین) افراد آمریکا، ۷۱ درصد کل ثروت آمریکا را در دست دارند، و میانگین ثروت خالص آن ها ۶۲۳.۵۰۰ دلار است. این در حالی بود که میانگین ثروت خالص برای پائینترین دهک که شامل ۴۰ درصد افراد آمریکا می شد تقریباً

در حدود ۱۱۰۰ دلار بود. نکته اینجاست که رابطه مستقیمی بین این توزیع درآمدی و میزان سواد اقتصادی دهک های مختلف درآمدی مشاهده می شد. (آشن فلتر. و راوس، ۱۹۹۸). این نتایج و دغدغه ها، که در کشورهای پیشرفته دیگر نیز مطرح بود، و همچنین عنوانی که آقای دال انتخاب کرده بود (یعنی مسئله انتخاب)، تداعیگر نکاتی بود که مقاله سیمون پاتن بدان ها عنایت داشت. این مقاله، نقطه عطفی در چیستی و ماهیت آموزش اقتصاد و کارکردهای مورد انتظار از آن بود. در واقع، دال، برخلاف تصور عامه که آموزش اقتصاد را آموزش مسائل مرتبط با پول و مالیات و بانک و... می دانند گفتمان و روش علم اقتصاد را به یک الگوریتم فکر و استدلال و به عبارت بهتر، یک منطق عملی ارتقا می داد. جان مینارد کینز، اقتصاددان معروف هم، اقتصاد را نه به عنوان یک دکترین، بلکه روشی برای زندگی، ابزاری برای ذهن و تکنیکی برای تفکر و چارچوبی برای رفتار معرفی میکند که واجدان خود را برای دستیابی به نتایج و تصمیمات صحیح کمک می کند. در واقع از نظر کینز، و برخلاف تصور عامه، دانش اقتصادیتن ها در مجموعه ای از مفاهیم انتزاعی خلاصه نمی شود، بلکه یک منطق عملی و شیوه ای برای تفکر عقلایی و چارچوبی برای رفتارهای انسانی در دنیایی از تحولات و ارزش های گوناگون است (باکلز و واتس، ۲۰۰۷).

بدین ترتیب امروزه اغلب متخصصان تعلیم و تربیت اقتصادی، کارکردهای مورد انتظار از تعلیم و تربیت اقتصادی و قابلیت های مهم آن در تحقق مهارت های زندگی را فراتر از موضوعات و ابعاد صرفاً اقتصادی زندگی بشر می دانند و آن را به روش ها و رویکردهای حاصله از این دانش نیز تسری و بسط می دهند. این مهارت ها، در چهار مهارت و قابلیت مهم زیر فهرست می شود:

- مهارت تفکر و عمل نقاد
- مهارت حل مسئله
- مهارت تصمیم گیری
- مهارت تفکر و استدلال تحلیلی

در این چارچوب، جایگاه بی بدیل دانش اقتصاد در مجموعه فرهنگ عمومی و برنامه های درسی ملی به نوعی تعریف میشود که طبق گفته پاتن سایر علوم نمی توانند در تحقق مهارت های چهارگانه فوق با آن رقابت کنند. این شمولیت از آنجا ناشی می شود که مسئله انتخاب و تأمین خواسته ها از منابع موجود، که معمولاً کمیاب نیز هستند، مسئله ای فرا زمانی و فرامکانی برای انسان محسوب می شود. انسان از سنین خردسالی شروع به تصمیم گیری هایی می کند که اگر چه نه در ظاهر، ولی طبق تعریف برنامه های درسی موجود در دنیا، اقتصادی هستند. قدرت تفکر و استدلال اقتصادی چارچوبی برای این تصمیم گیری هاست و تفکر انتقادی حاصل از آن فرد را به نحوی تربیت می کند که در فرایند تصمیم گیری غیر از توجه به اثرات

کوتاه مدت تصمیم خود، اثرات بلندمدت و نتایج احتمالی غیرقابل پیش بینی و ناخواسته را نیز در نظر بگیرد. در صفحه اول یکی از سایت های مربوط به آموزش اقتصاد در مدارس آمده است: «تنها دو آموزه مهم و پایه ای از اقتصاد می تواند فرد را متحول کند، اول این که بداند هیچ چیز در این دنیا ارزان و بی هزینه نیست؛ و دوم این که مهمترین منبع ثروت ذهن و فکر انسان است.»

۲-۳-۳- تجارب موجود در دنیا در باب برنامه درسی اقتصادی

کشورهای پیشرفته نسبت به هرگونه ضعف در فهم مفاهیم و مهارت های مربوط به تصمیم گیری و تحلیل اقتصادی حساس اند و ضمن مطالعه مداوم سطح سواد اقتصادی برنامه هایی را جهت مقابله با آن تدارک می کنند (سایر و والستاد، ۱۹۸۷). البته منظور از ضعف، در بین کشورهای مختلف، نسبی و متفاوت است. مثلاً در کشوری مثل آمریکا، پاسخ صحیح از سوی ۳۵٪ دانش آموزان دبیرستانی، ۳۹٪ عامه مردم و ۵۱٪ دانشجویان، به یک رشته از سؤالات در باب موضوعات جاری اقتصاد و مالیه شخصی، به ضعف گسترده مردم در درک مفاهیم اولیه اقتصادی و فقدان همراهی و همگامی آنان در درک مشترک از مسائل مهم اقتصادی مثل اصلاحات اجتماعی- رفاهی، کسری بودجه و... تعبیر می شود. لذا، در این کشور، برنامه های جامع و گسترده ای را جهت آموزش مفاهیم و اصول اساسی مربوط به زندگی اقتصادی، و رفتار سازی در این زمینه از سطح کودکان تا دانشگاه و از طریق برنامه های رسمی (آشکار) و غیر رسمی (پنهان) تدارک می بینند. کشورهایی چون آمریکا و انگلستان جداول هدف- محتوای ویژه خود را دارند که با عنوان هایی چون «استانداردهای مدل محتوایی» و «استانداردهای معرفتی» چون «ان سی ای ای»، «ای سی ای دی»، «نبراسکا» و... شناخته می شوند (بلاکز و واتس، ۱۹۹۷). تقریباً تمامی کشورهای اروپای شرقی و کشورهای تازه استقلال یافته آسیای مرکزی تحت اشراف و راهنمایی بخش بین الملل شورای ملی تعلیم و تربیت اقتصادی آمریکا به تدوین استانداردهای خود دست زده اند و همه ساله دوره های آموزشی متعددی برای معلمان و برنامه ریزان این کشورها از سوی این نهاد برگزار می شود (EDC . 1996 . 1997)

آنگونه که در بررسی اجمالی از مستندات این قبیل برنامه ها و اهداف و محتوای آنها به دست می آید، هدف از این آموزش ها، فهم خوب و کافی از دانش اقتصاد برای جوانان عنوان می شود به نحوی که بتوانند در عرصه مسائل اقتصادی شخصی و مسائل پیچیده تر از قبیل سیاست های اقتصادی کشور، ادراک، قضاوت و رفتارهای مستدل و عقلایی از خود نشان دهند. در یک نگاه گذرا می توان رسالت برنامه های تعلیم و تربیت اقتصادی را در تربیت افرادی خلاصه کرد که می باید به:

- تصمیم گیری شایسته و عاقل در زندگی فردی و جمعی خود؛
- شهروندانی مسئولیت پذیر؛

- افرادی مولد، کارآفرین و بهره‌ور به عنوان نیروی کار؛
 - مشارکت‌کنندگانی موثر در اقتصاد داخلی و بین‌المللی؛
 - مصرف‌کنندگانی مطلع، پس‌اندازکنندگان و سرمایه‌گذارانی آینده‌نگر و حسابگر، و مشوقان و حامیانی برای ایدئولوژی و فرهنگ اقتصادی حاکم و مطلوب جامعه، تبدیل شوند (سالمی و زیگفرید، ۱۹۹۹).
- در این راستا نهادهای آموزش عمومی به‌طور جدی عهده‌دار تحقق این اهداف می‌شوند. به‌طورمثال در ایالات متحده آمریکا «شورای ملی تعلیم و تربیت اقتصادی» عهده‌دار سیاستگذاری کلان آموزشی و فرهنگسازی اقتصادی در تمامی ایالت‌هاست و تحقیقات، تصمیمات و تولیدات آن مورد استفاده تمامی مراکز آموزشی و فرهنگی کشور است. این شورای ملی در طول بیش از نیم قرن فعالیت، با ایجاد شبکه‌ای فراگیر، از طریق قریب ۵۰ شورای ایالتی به همراه بیش از صدها مرکز آموزشی - فرهنگی غیرانتفاعی به مدیریت اهداف و برنامه‌های مزبور می‌پردازد. تولید کتب و منابع آموزشی، کمک آموزشی و انواع فناوری‌های آموزشی مربوطه، کتب و مجلات حاوی فعالیت‌ها و مسائل دانش‌آموز برای مدارس، لوح‌های فشرده آموزشی، فعالیت‌ها و بازی‌های جمعی، طراحی وب‌سایت، بازی‌های مختلف کامپیوتری، نوارهای ویدئویی آموزشی، اشعار و بازی‌های کودکانی، تولید برنامه‌های صوتی - تصویری و ...، و تربیت و آموزش معلمان از طریق برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های مختلف آموزشی از دیگر فعالیت‌های این شوراهاست.

انجمن اقتصاددانان آمریکا (AEA) نیز در سال ۱۹۶۰ کمیته‌ای با نام «گروه ملی ضربت در تعلیم و تربیت اقتصادی» ۳۷ راه‌اندازی کرد که هدف خود را تعریف و تبیین سطح اقل دانش و فرهنگ اقتصادی لازم برای یک شهروند خوب معرفی می‌کرد. گزارش این گروه ضربت، با عنوان «تعلیم و تربیت اقتصادی در مدارس» به زنجیره‌های از محتوای اقتصادی، که باید به دانش‌آموزان، از پایه ابتدایی تا دبیرستان آموزش داده شود پرداخته بود (باچ، ۱۹۶۱). این زنجیره محتوایی در سال ۱۹۸۶ نیز مورد بازنگری قرار گرفت. همچنین این گروه در سال‌های ۶۳-۱۹۶۱ در تولید مجموعه‌های تلویزیونی آموزشی با نام «اقتصاد آمریکا» که در سراسر ایالات متحده و از طریق ۲۴۱ ایستگاه تلویزیونی پخش شد، دخیل بود. گفتنی است این مجموعه تلویزیونی که از یکصد و شصت برنامه نیم‌ساعته تشکیل یافته بود مخاطبانی میلیونی را به خود جلب کرد (باچ و ساندرز، ۱۹۶۵).

در واقع امروزه حوزه تعلیم و تربیت اقتصادی به یکی از حوزه‌های تخصصی رشته اقتصاد مبدل شده است. به‌طور مثال ارگان انجمن اقتصاددانان آمریکا با عنوان

The American Journal of Economic Literature ، تعلیم و تربیت اقتصادی را در گستره هشتصد شاخه ای خود از ادبیات دانش اقتصادی (JEL) معتبر شناخته و در هر شماره به معرفی ادبیات تولید شده در این زمینه می پردازد.

۲-۳-۴- مروری بر گستره مسائل و ادبیات اقتصادی در محتوای آموزشی مرسوم

در نتیجه این اقدامات امروزه برنامه‌های نسبتاً مشابهی از سوی برنامه ریزان آموزشی کشورهای مختلف مورد استفاده واقع شده است. در برنامه هایی که استاندارد «ان سی ای ای» را رعایت میکنند برنامه درسی اقتصاد از کودکان تا پایان کالج به عنوان یک برنامه مستقل به اجرا درمی آید. اما در سایر استانداردهای آموزشی، این برنامه چه بسا با برنامه آموزش مطالعات اجتماعی تلفیق شده یا صرفاً به سطوح راهنمایی و دبیرستان محدود شود.

به منظور تصریح بیشتر مطلب و ملموس شدن آنچه در حال حاضر در برنامه های آموزش رسمی و عمومی کشورهای غربی می گذرد، در ادامه این قسمت با جست و جو در فهرست مندرجات بیش از یکصد کتاب درسی و منبع که در سایت انتشارات شورای ملی «ان سی ای ای» منتشر شده و مروری اجمالی بر چکیده ها و خلاصه‌های آنها، گستره موضوعات و ابعاد مختلف آموزش اقتصاد در مقاطع سه گانه تحصیلی استخراج شده است. پر واضح است که برای دستیابی گسترده به مسائل و ادبیات اقتصادی مندرج در کتب درسی مذکور، بایستی سیری در جداول هدف-محتوای آنها داشته باشیم؛ اما به دلیل عدم دسترسی به کتاب ها و با توجه به این که در این نوشته صرفاً در پی معرفی اولیه این گستره هستیم، به همین مقدار، در ادامه، بسنده میکنیم.

مقطع سنی شش تا یازده سال

- ارتباط نوآموزان با دنیای واقعی و مفاهیم اقتصادی، گستره موضوعات و ابعاد مختلف آموزش اقتصاد در این دوره عبارت است: از نیاز به انتخاب و تأثیر آن در شرایط زندگی آتی افراد، شیوه پاسخ فرد به خواسته ها و نیازهای خود، تخصیصی شدن امور، نقش پول و مبادله در زندگی، مالیات ها، رقابت و کارآفرینی؛
- ارتقای توانایی نوآموز در تصمیم گیری هایی که حال و آینده او را تحت تأثیر قرار میدهد، با استفاده از ادبیات سنین کودکی، اشعار، ترانه‌ها و انواع هنرها و بازی‌ها، و نیز از راه های:

- نشان دادن نقش افراد بزرگی که در تاریخ انتخاب‌های مهم و سرنوشت ساز داشته اند؛

- آشنایی با مشاغل مختلف؛

- معرفی فرایندها و عوامل مؤثر در تولید یک محصول جدید یا بهبود آن؛

- آوردن مثال‌های ساده، کاربردی و عملی از فرایند تصمیم‌گیری؛
- تحلیل سرمایه‌های انسانی که دانش آموزان دارند و چگونگی بهبود و ارتقای آن؛
- آموزش مهارت‌هایی که برای موفقیت کودک در زندگی و مدرسه و بعدها در دنیای امروزی ضروری اند؛

- استفاده از بازی‌های مختلف کودکانه برای تشویق کودک و سوق دادن او به درک مفاهیم اقتصادی از قبیل کالا و خدمات، تولید، فواید پس‌انداز، سرمایه‌گذاری، کمیابی، هزینه فرصت، تجارت و قیمت‌های بازار؛
- کاربرد دانش اقتصادی بچه‌ها در زمینه‌هایی چون کسب درآمد، خرج کردن آن، آشنایی با انواع اعتبارات مالی و نحوه استفاده از آن‌ها، مدیریت پول ارزش اقتصادی - اجتماعی تحصیلات، نقش مؤثر تبلیغات در هزینه کردن و مصرف، آشنایی با بودجه بندی در زندگی فردی؛

- آموزش چرایی تفاوت درآمد افراد، براساس برنامه‌های مبتنی بر یادگیری و آموزش فعال، از جمله از طریق داستان‌های عامیانه و کودکانه، نقد تبلیغات تجاری تلویزیونی، برپایی یک بنگاه اقتصادی فرضی و تولیدی، بازاریابی و فروش در آن و نهایتاً ارزیابی نتایج اقتصادی، اجرای نمایشنامه‌های ساده با موضوع خرید و فروش و انواع روش‌های پرداخت، و نهایتاً تلفیق بین مالیه شخصی ۴۰، مفاهیم اقتصادی، ادبیات و ریاضیات

مقطع سنی دوازده تا پانزده سال [راهنمایی]

- استفاده از اصول و مبانی علم اقتصاد برای کمک به کشف این نکته که نوجوانان توانایی، هوش و استعداد اتخاذ تصمیم‌های خوب را دارند. دانش آموز یاد می‌گیرد که کمیابی یک مسئله اقتصادی است که مردم را به انجام یک رشته انتخاب‌ها و دستیابی به مجموعه‌ای از مهارت‌های تصمیم‌گیری وادار می‌دارد. تحلیل هزینه - فایده، نحوه پاسخگویی مردم به عوامل برانگیزاننده، جایگاه فرد در اقتصاد ملی، طراحی و مدیریت یک بودجه فردی، رابطه تحصیل با درآمد و سطح زندگی و ارتقای بهره‌وری از جمله مواردی است که مورد بحث قرار می‌گیرد.

تمرین مهارت‌های تصمیم‌گیری مربوط به مدرسه، زندگی و دنیای آتی از طریق بررسی این سؤال‌ها:

- چگونه می‌توانم مهارت‌ها و دانشی را که می‌خواهم ولی ندارم، به دست آورم؟
- چرا هر چیزی را که می‌خواهم، نمی‌توانم داشته باشم؟ چگونه می‌توانم به اکثر خواسته‌های خودم برسم؟
- چگونه باید خواسته‌های خودم را انتخاب و تعدیل کنم؟ مزیت و فایده همکاری با دیگران چیست؟

• چرا برخی از مردم بیش از سایر مردم درآمد دارند؟

آموزش کاربرد مفاهیم اقتصادی و رویکردهای اقتصادی استدلالی به وضعیت‌های دنیای واقعی در قشر‌های مختلف اجتماعی مثل تصمیم‌گیران، مصرف‌کنندگان، کارگران، شهروندان، پس اندازکنندگان و مشارکت‌کنندگان در عرصه جهانی.

• انتقال مفاهیمی چون نظام‌های اقتصادی، بهره‌وری و بازارها، سود و زیان، نقش دولت، نقش خانواده و جامعه، کلید افزایش ثروت ملت‌ها، بهره‌وری و منابع مولد، مسئله تجارت، تولید ملی و اندازه‌گیری آن، تورم و تأثیر آن بر تصمیمات مربوط به مخارج و . . . از طریق داستان، نمایش نامه، شبیه‌سازی‌ها، رسم نمودارها، الگوها، عکس‌ها و نقاشی‌های جالب و تلفیق آن‌ها با مطالب جغرافیایی و تاریخی استفاده از مفاهیم و روش‌های ریاضی برای ارتباط دادن فضای کلاس با فضای واقعی زندگی و اوضاع جهانی، در مواردی چون:

• هدف‌گذاری‌های مالی در زندگی؛

• استفاده از نرخ‌های ارز برای مقایسه قیمت‌های یک کالا در کشورهای مختلف؛

• استفاده از نرخ‌ها و درصد‌های مربوط به هزینه‌های تلفن برای ارزیابی اقتصادی مکالمات تلفنی؛

• استفاده از نمودار **PIE** برای درک چگونگی طراحی یک بودجه؛

• استفاده از کسرها و درصد‌ها برای محاسبه نرخ‌های تورم، سود بانکی، نرخ‌های بهره ساده و مرکب؛

• تحلیل هزینه - فایده خرید اعتباری؛

• تحلیل بازار بورس، سرمایه‌گذاری شخصی، تأثیر مالیات‌ها بر مصرف‌کنندگان و

مقطع سنی شانزده تا هیجده سال [متوسطه]

در این دوره غیر از تکرار و تعمیق موارد پیشین که از ذکر مجدد آن‌ها خودداری می‌شود، به نحو تلفیقی مسائل و موضوعات ذیل بررسی می‌شود:

• جغرافیای مکانی و اکولوژیکی یا محیط‌شناختی، ارائه ادراکی از الگوها، مک‌انیم‌ها و تعاملات عوامل حیاتی و غیرحیاتی به فرد؛

• تلفیق اقتصاد و تاریخ جهانی، که در آن فرد یاد می‌گیرد که چگونه توسعه و رشد هر ملتی نتیجه تصمیم‌گیرهای مهم و استفاده بهینه آن ملت از منابع خودشان بوده است. چگونه مردم نیازها و خواسته‌های خود را در طول تاریخ برآورده ساخته‌اند و چه نیروهایی موجب رشد یک ملت و چه نیروهایی موجب افول

ملتی دیگر می شود. در واقع هدف از تاریخ در اینجا نه آشنایی صرف با وقایع تاریخی بلکه عبرت گیری و پندآموزی از تاریخ است. برخی از موضوعاتی که در اینحیطه مورد توجه کتب درسی آمریکا بوده اند عبارت اند از:

دلیل وقوع انقلاب صنعتی در انگلستان و نه در کشورهای دیگر یا در نقطه‌های دیگر از جهان؛ رابطه بین حمل و نقل و تجارت جهانی از نظرگاه تاریخی؛ جوامع شکار و کشاورزی؛

احیای ژاپن پس از جنگ جهانی دوم؛ افول کمونیسیم.

• دولت و جامعه مدنی از نظرگاه اقتصادی:

چگونه قانون اساسی یک کشور نظام اقتصادی آن را تشکیل می دهد؟ چرا آزادی اقتصادی لازمه آزادی سیاسی است؟ اثرات مسائل اقتصادی بر انتخابات های ریاست جمهوری؛ هزینه و فایده رأی دادن؛ تغییر در هزینه‌های دولت؛

چرا راه حل های اقتصادی در مورد آلودگی محیط زیست با راه حل های مربوط به دنیای سیاست متفاوت است؛

چرا درآمدها آنگونه که باید به طور مساوی تقسیم نمیشوند؛ چرا دولت‌ها مبادلات تجاری را محدود می کنند؟

• تاریخ کشور از نظرگاه اقتصادی: استفاده از استدلال های اقتصادی به عنوان یک ابزار تحلیلی برای بررسی تاریخ کشور و زندگی مردم. به طور مثال در تاریخ آمریکا موارد ذیل مورد تجزیه و تحلیل اقتصادی قرار میگیرند:

آزادسازی بردگان؛ ممنوعیت های مدنی؛

مهاجرت ها، مالیات ها و قراردادهای عهدنامه ها و سایر وقایع تاریخی - اقتصادی کشور.

• اقتصاد و محیط زیست: آموزش مفاهیم و اصول حوزه های اقتصاد محیط زیست، اقتصاد منابع طبیعی و اقتصاد اکولوژیک با عناوینی چون:

رابطه منابع مادی و رفاه اقتصادی؛

استفاده بهینه از منابع طبیعی و تجدید شونده؛

ریشه های اقتصادی مشکلات محیط زیستی و مدیریت منابع طبیعی.

در یک نگاه اجاققتصادی به این گستره محتوایی که ملاحظه کردید و مقایسه اجمالی آن با ادبیات اقتصادی طرح شده در کتب درسی کشورمان میتوانیم به فاصله و تفاوت محتوایی بسیار زیادی که در زنجیره مفاهیم، بازه زمانی ارائه محتوا و روش های انتقال مفهوم بین ما و جهان خارج وجود دارد پی ببریم که بررسی تفصیلی آن را به نوشته ای دیگر وا می گذاریم.

۲-۳-۵- ضرورت فرهنگ سازی اقتصاد در جامعه ما

در جامعه ما فارغ التحصیلان نظام آموزش و پرورش کشور که وارد زندگی خانوادگی - اجتماعی شده و عهده دار مسئولیت های مختلف می شوند، واجد اطلاعاتی منظم در مورد مفاهیم و اصول اولیه اقتصادی نیستند؛ به طوری که نه در زندگی فردی، در مواجهه با موقعیت ها و شرایطی که صبغه اقتصادی دارند، آنگونه که باید و شاید حضور دارند و نه خود را در شناخت و تحلیل جریانات و تحولات و وقایع اقتصادی کشور، توانا می بینند. آموخته های قبلی آن ها چه رسمی و از طریق برنامه های آموزش و پرورش و چه غیر رسمی از طریق خانواده، نهادهای فرهنگی - آموزشی و رسانه های مختلف، به طور معمول فارغ از عرصه امور اجتماعی و تدبیر زندگی است و ارتباط مستقیم و مؤثری با مسائل و مفاهیم اقتصادی و چهار مهارت و قابلیت که از برنامه های اقتصادی انتظار می رود، ندارد.

این فقدان درک صحیح مسائل اقتصادی آنجا جلوه می کند که فرد به ناچار در زندگی اجتماعی در یک موقعیت با ویژگی های اقتصادی قرار می گیرد و نیاز به بروز رفتاری عقلایی و تصمیمگیری عقلانی مبتنی بر فرهنگ و ارزش های بومی و مقتضیات ملی خویش دارد. در این مقام نه یک دانش سازمان یافته و نهادینه شده از مفاهیم، نه چارچوبی برای تحلیل اوضاع اطراف خود و نه یک فرهنگ حاکم اقتصادی مبتنی بر ارزش های جامعه و مصالح فردی - اجتماعی، هیچ کدام وی را همراهی نمی کنند. نتیجه چنین ضعف و فقدان بر رشد اقتصادی و توسعه همه جانبه کشور پیشاپیش معلوم است. چرا که فرد لاجرم در مقام یک عضو خانواده، نیروی کار، شهروند مسئول در عرصه اجتماعی، مصرف کننده، تولیدکننده کالا و خدمات، پس اندازکننده و سرمایه گذار و در بستری از انواع شاکله های جمعی و فردی مانند فرهنگ کار، فرهنگ مصرف، فرهنگ اتخاذ تصمیم های بهینه، فرهنگ هزینه - فایده، فرهنگ استفاده بهینه و کارا از منابع، فرهنگ بهره وری، فرهنگ تعامل با محیط انسانی و فیزیکی اطراف از جمله محیط زیست و ده ها بستر فرهنگی دیگر قرار می گیرد و برآیند رفتارهای جمعی در چنین فضایی است که موجبات رشد یا انحطاط ملتی را فراهم می آورد.

از نگاهی دیگر و از نظرگاه مدیریت کلان اقتصادی، و بر اساس تئوری های جدید علمیکه به اهمیت نقش انتظارات در بروز رفتارهای اجتماعی و اقتصادی و تأثیر آن در موفقیت یا عدم موفقیت سیاست های دولت می پردازند، تنها آن دسته از سیاست های اقتصادی مؤثر و کارا هستند که بتوانند انتظارات مردم را مدیریت کنند. در غیر این صورت سیاست های مقابله با تورم یا بیکاری به نتایج عکس خود منجر می شوند. شکل

گیری انتظارات و عکس‌العمل عقلایی در برابر سیاست‌های اقتصادی از سوی مردم، خود مستلزم برخورداری ذهن جمعی عامه از چارچوبی واحد و عقلایی است که این مهم جز از طریق تعلیم و تربیت جامع و فراگیر ممکن نیست. بدیهی است در بستری آشوبناک ۴۱ که به بروز واکنش‌هایی که فاقد هر گونه نظم منطقی و معناداری عقلانی هستند منجر می‌شود مدیریت کلان اقتصادی به اصطلاح از هر گونه علامت دهی سیاستی عاجز و درمانده است.

و بالاخره در کنار جمیع موارد فوق، برای ما که براساس ارزش‌های اسلامی و در پی کسب توفیق و خوبی‌ها در هر دو جهانیم و امور، فی حد نفسه، به درست و نادرست و حسن و قبح تقسیم می‌شوند، مسئله ابعاد دیگری نیز پیدا می‌کند. از سویی این دنیا بستری برای کسب مقامات عالی در دنیای دیگر است، بنابراین به عنوان یک معبر و وسیله، و به تعبیر حوزوی از باب طریقت و نه از باب موضوعیت، اهمیت بسزایی می‌یابد و از سویی دیگر معیارهای کارآیی و بهینگی در رفتارها با معیارهایی دیگر از جمله مطابقت با نظام تشریح الهی همگام شده و عقلانیتی بومی متناسب با ارزش‌های اسلامی جامعه را می‌طلبد.

حاصل سخن عبارت است از اهمیت بسزا و غیرقابل اجتناب تعلیم و تربیت اقتصادی و طراحی برنامه درسی اقتصاد مبتنی بر تجارب عقلایی و عقلانی بشر، و هماهنگ و سازگار با فرهنگ و ارزش‌های دینی و بومی.

۲-۴- سواد اقتصادی

۲-۴-۱- تعریف سواد

سواد برخلاف تعریف ساده آن، تنها به معنای توانایی خواندن و نوشتن نیست، بلکه مفهومی فراتر و هدف‌هایی والاتر از آن دارد. مهارتی اساسی برای توانمندسازی انسان در رشد عقل، منطق، تفکر نظام مند و پژوهش. در واقع سواد پیش نیاز اصلی برای رشد فکری و توانایی انجام پژوهش است. بدون داشتن سواد نمی‌توان به منابع دانش بشری دست یافت و از آنها برای تولید دانش نو بهره گرفت. پیشرفت تمدن بشری را وابسته به سواد و توسعه آن در توده‌های سطوح پایین جامعه می‌داند. هر فعالیت پژوهشی که متکی بر تفکر نظام مند و مبتنی بر روش علمی است نیازمند داشتن سواد به مفهوم بسیط آن است (فتاحی، ۱۳۸۳، ۱۳۷).

۲-۴-۲- انواع سواد

سوادآموزی تابعی: یونسکو در سال ۱۹۷۸، باسواد تابعی را اینطور تعریف می‌کند: باسواد تابعی شخصی است که پس از کسب مهارت‌ها و معلومات اساسی بتواند در کلیه فعالیت‌های اجتماعی که مستلزم سواد است به نحو موثری شرکت جوید و با استفاده از توانایی‌های خواندن و نوشتن و حساب کردن برای رشد خود و توسعه جامعه اش گام بردارد. به عبارت دقیق‌تر سوادآموزی (تابعی) خود تابعی از تغییرات محیطی و زمینه ای (فکری) هر جامعه در زمان‌های مختلف است (ابراهیم زاده، ۱۳۷۵، ۱۵۳).

سواد رسانه ای: این مورد طوری مفهوم سواد را گسترش می دهد که شامل رسانه هایی که پس از چاپ ظهور کرده و چشم انداز اطلاعاتی ما را تحت استیلای خود قرار داده اند، بشود؛ هم چنین این سواد به مردم جهت درک، تولید و انتقال معانی در فرهنگی متشکل از تصاویر، کلمات و صدای نیرومند کمک نماید. باسواد رسانه ای (که هر کسی می تواند بشود) قادر است رسانه های چاپی و الکترونیکی را رمز گشایی، ارزیابی، تجزیه و تحلیل و تولید کند (صیامیان و شهرابی، ۱۳۸۳).

سواد اطلاعاتی: تاکنون تعریف های گوناگونی از سواد اطلاعاتی ارائه شده است، اما فصل مشترک تمام آنها توانایی شناسایی درست منابع اطلاعاتی، توانایی دسترسی به آنها، و توانایی استفاده هدفمند از آنها می باشد (پریخ، نادری و زاهدی، ۱۳۸۹). در تعریف های ارائه شده از سواد اطلاعاتی برخی به عناصر رفتاری و برخی دیگر به عناصر شناختی یا مجموعه ای از این عناصر پرداخته اند. در ذیل به برخی از این تعاریف پرداخته می شود:

در فرهنگ کتابداران سواد اطلاعاتی اینگونه تعریف شده است :

آگاهی از قابلیت های محاسباتی و توانایی تشخیص و بیان روشن مسائلی که به کمک فن آوری رایانه ای قابل حل هستند. این آگاهی شامل برنامه ریزی برای رایانه نمی شود و سواد اطلاع رسانی نیز به نظامی گفته می شود که برای سازماندهی ، ذخیره سازی ، بازیابی و اشاعه اطلاعات طراحی شده است.

سواد اطلاعاتی از دیدگاه وبر و جانسون :

سواد اطلاعاتی به معنای توانایی در اتخاذ رفتار اطلاع یابی مناسب به منظور شناسایی اطلاعات مورد نیاز برای تامین نیازهای اطلاعاتی است، به طوری که دسترسی به اطلاعات موردنظر به استفاده صحیح، اخلاقی و موثر از اطلاعات در جامعه منجر شود. اطلاعات موردنظر ممکن است از طریق هر کانال یا رسانه ای که میسر باشد بدست آید.

سازمان ملل در دهه دوم قرن ۲۱، بازم در مفهوم سواد تغییر ایجاد کرد. در این تعریف سوم کلاً ماهیت سواد تغییر یافت. مهارت های اعلام شد که داشتن این توانایی ها و مهارت ها مصداق باسواد بودن قرار گرفت. بدین ترتیب شخصی که در یک رشته دانشگاهی موفق به دریافت مدرک دکترا می شود، حدود ۵ درصد باسواد است. این مهارت ها عبارت اند از:

سواد عاطفی: توانایی برقراری روابط عاطفی با خانواده و دوستان

سواد ارتباطی: توانایی برقراری ارتباط مناسب با دیگران و دانستن آداب اجتماعی

سواد مالی: توانایی مدیریت اقتصادی خانواده، دانستن روش های پس انداز و توازن دخل و خرج

سواد رسانه‌ای: این که فرد بداند کدام رسانه معتبر و کدام نامعتبر است.

سواد تربیتی: توانایی تربیت فرزندان به نحو شایسته

سواد رایانه‌ای: دانستن مهارت‌های راهبری رایانه

سواد سلامتی: دانستن اطلاعات مهم درباره تغذیه سالم و کنترل بیماری‌ها

سواد نژادی و قومی: شناخت نژادها و قومیت‌ها بر اساس احترام و تبعیض نگذاشتن.

سواد بوم‌شناختی: دانستن راه‌های حفاظت از محیط زیست

سواد تحلیلی: توانایی شناخت، ارزیابی و تحلیل نظریه‌های مختلف و ایجاد استدلال‌های منطقی بدون تعصب و پیش‌فرض

سواد انرژی: توانایی مدیریت مصرف انرژی

سواد علمی: علاوه بر سواد دانشگاهی، توانایی بحث یا حل و فصل مسائل با راهکارهای علمی و عقلانی مناسب

از آنجاکه باسواد بودن به یادگیری این مهارت‌ها وابسته شد، قاعدتاً سیستم آموزشی کشورها هم باید متناسب با این مهارت‌ها تغییر رویه می‌داد که متأسفانه فعلاً سیستم آموزشی کشور ما، هنوز هیچ تغییری در زمینه آموزش مهارت‌های ذکر شده نکرده است.

۲-۴-۳- جدیدترین تعریف سواد از دید یونسکو

با این حال و به تازگی «یونسکو» یک بار دیگر در تعریف سواد تغییر ایجاد کرد. در این تعریف جدید، توانایی ایجاد تغییر، ملاک باسواد بودن قرار گرفته است یعنی شخصی باسواد تلقی می‌شود که بتواند با استفاده از خواننده‌ها و آموخته‌های خود، تغییری در زندگی خود ایجاد کند. در واقع این تعریف مکمل تعریف قبلی است زیرا صرفاً دانستن یک موضوع به معنای عمل به آن نیست. در صورتی که مهارت‌ها و دانش آموخته شده باعث ایجاد تغییر معنادار در زندگی شود، آنگاه می‌توان گفت این فرد انسانی باسواد است.

۲-۴-۴- تعریف و مفهوم سواد اقتصادی

داشتن اطلاعات پایه در مورد اقتصاد. هر فرد باید آن چه باعث بهتر یا بدتر شدن وضعیت اقتصادی خودش و سازمان اش می‌شود را تشخیص دهد و برای آن برنامه ریزی کند. به عنوان یک مثال ساده، همه باید بدانند که پس انداز شان را در چه زمینه ای صرف کنند.

سواد اقتصادی میان نابرابری و امور اقتصادی ارتباط برقرار می‌کند و اطلاعاتی در زمینه‌ی توان مشارکت در بازارهای مالی‌ای را ارائه می‌کند که شاخص‌های عمومی، آن را نشان نمی‌دهند. نتایج نشان می‌دهند که در کشورهای سواد اقتصادی مردم بالاست میزان افزایش نابرابری کم است، و نیز نتایج نشان می‌دهند که پیشرفت اقتصادی تنها در صورتی با نابرابری درآمدی ارتباط منفی خواهد داشت که سواد اقتصادی، آن را خنثی کند.

پژوهش‌های جدید در حوزه‌ی امور اقتصادی مصرف‌کنندگان بر شناخت نقش سوگیری در تصمیم‌گیری‌ها و رفتار مصرف‌کننده در تبیین مشارکت و عملکرد در بازارهای اقتصادی متمرکز شده‌اند.

شواهدی وجود دارند که نشان می‌دهند مصرف‌کنندگان برای مصرف کالاهای اعتباری‌ای که شامل «نرخ‌های سخت» هستند بدهی بیشتری قبل می‌کنند، الگویی در سازگاری رفتاری با انتخاب‌های نابهنگام. و نیز مقاله‌ی جدید مایر و اسپینگر^۱ (۲۰۱۰) نشان می‌دهد میان میزان بالای ناشکیبایی و استفاده از کارت اعتباری رابطه‌ی مثبت وجود دارد. لوساردی و توفانو^۲ (۲۰۰۹) نشان می‌دهند که سطح پایین سواد اقتصادی در مصرف‌کنندگان کارت اعتباری با استفاده از کارت هزینه‌ی بالا ارتباط دارد. برخلاف مطالعات قبلی، ما بر بدهی مفرط تمرکز کرده‌ایم و بر مفاهیم سواد اقتصادی و خودکنترلی توجه کرده‌ایم. مشخصه‌ی اعتبار مشتری، آمادگی، هزینه‌ی بالای سایر گزینه‌های بدهکاری و ایجاد وجوه بالقوه‌ی معوقه است. هزینه‌های مشارکت در بازار بهینه‌ی جنبی، بالقوه بسیار بالا هستند، مانند ورشکستگی و خروج از بازار اعتباری. مشارکت عقلانی در بازارهای اعتبار مشتری مستلزم شناخت مشتری از مفاهیم مالی، مانند نرخ درصد سالانه، بهره‌ی مرکب، و تعهدات پرداختی قراردادی است. استفاده‌ی محتاطانه از اعتبار مصرف‌کننده - که به این دلیل این عنوان را دارد که با خرید کالاهای مصرفی مرتبط است - مستلزم خودکنترلی و ساختار اقتصادی است. پیامد طبیعی فقدان هر یک از این‌ها، امکان بیشتر برای مواجهه با مشکلات بدهکاری است. محققین از داده‌های پژوهش خانوار استفاده کردند که از داده‌های تفصیلی نمونه‌ی معرف مصرف‌کنندگان بریتانیایی در مورد مشارکت در بازار اعتبار مشتری، مشکلات پورتفولیو و پرداخت حاصل آمده‌اند. آنها با توجه به این داده‌ها، سئوالات پژوهش را که سواد اقتصادی و خودکنترلی را اندازه‌گیری می‌کنند بررسی می‌کنند. بریتانیا برای پژوهش آنها محیط بسیار مناسبی است. بریتانیا پس از آمریکا، بزرگ‌ترین میزان بدهی غیروامی خانواری (که آن را «بدهی مصرف‌کننده» نامیدند) در جهان را دارد که در پایان سال ۲۰۱۰ بالغ بر ۲۰۰ میلیارد دلار بود. علاوه بر این، بدهی معوق مصرف‌کنندگان به عنوان بخشی از درآمد خانوار از اواسط دهه‌ی ۱۹۹۰ همواره رشد داشته است. بازار اعتبار مشتری بریتانیا، یکی از بازارهای جهان است که کمترین قاعده‌مندی را دارد و اشکال جدید اعتبار درجه دو، مانند کارت اعتباری فروشگاهی، قرض روز پرداخت حقوق، اعتبار خانگی، و «اعتبار قسط دسترسی فوری» را به خود دیده

^۱ - Meyer and Aspynger

^۲ - Iusardi and Toofano

است. ما به نتایج جدید رسیدیم. نخست، دریافتیم که بدهی مفرط که هم بر اساس تعویق در بازپرداخت اندازی‌گیری شد و هم بر اساس مضیقه‌ی اقتصادی که خود فرد گزارش می‌کند، به صورت نامتناسبی میان افرادی که مشکلات خودکنترلی را گزارش کرده‌اند رخ می‌دهد، تقریباً ۱۰ درصد از نمونه‌ی ما. و نیز دریافتیم که میان سواد اقتصادی و بدهی مفرط ارتباط مثبت وجود دارد. برآوردهای چندمتغیره نشان دادند که مشکلات خودکنترلی نقش بیشتری دارند. دوم، ما نشان دادیم که افراد در کنترل خود مشکل دارند استفاده‌ی نامتناسبی از محصولات اعتباری دسترسی سریع که خرید ناگهانی را تسهیل می‌کنند دارند. با داشتن داده‌های تفصیلی در مورد پورتفولیوی اعتبار مشتری، می‌توان تاثیر سواد اقتصادی و خودکنترلی را بر استفاده از انواع مختلف محصولات اعتباری را بررسی کرد. نشان داده شده که مشکلات خودکنترلی با استفاده‌ی بیشتر از کارت‌های اعتباری فروشگاه‌ی، ارسال کاتالوگ‌های سفارش، اعتبار خانگی، و قرض روز پرداخت حقوق مرتبط است. این آشکال اعتبار امکان دسترسی سریع به وجه خرید یا رسیدن به نقطه‌ی خرید را میسر می‌کند و از این طریق می‌تواند خرید ناگهانی را تسهیل کنند. معنای این خط‌مشی این است که کسانی که این مشکلات را دارند ممکن است از محدودیت در دسترسی به برخی از محصولات منتفع شوند. سوم، ما مدل خود رادر شوک‌های اقتصادی اخیر خانوارها سنجیدیم. ما در سطح خانوارهای افرادی در حین تغییرات اقتصادی نامنتظره‌ی اخیر، مانند بیکار شدن و کاهش درآمد، قطع اعتبار، و هزینه‌های پیش‌بینی نشده به گردآوری داده پرداختیم. وقتی این رویدادها را کنترل کردیم دریافتیم که دامنه و معنی‌داری آماری ضرایب متغیرهای خودکنترلی و سواد اقتصادی کاهش یافتند (لوساردی و توفانو، ۲۰۰۹، ۱۳).

این امر نشان می‌دهد که افرادی که در خودکنترلی با مشکل روبرو هستند و سواد اقتصادی کمی دارند احتمال بیشتری دارد که از شوک‌های اقتصادی نامطلوب آسیب ببینند، و نشان می‌دهد که مشکلات خودکنترلی ممکن است بر دیگر ابعاد انتخاب اقتصادی مرتبط با بدهی مفرط تاثیر بگذارند، قطع نظر از تصمیمات مصرف/پس‌انداز/بدهی. نتایج ما با نشان دادن این که ویژگی‌های رفتاری مصرف‌کنندگان، آثار غیرقابل‌انکاری بر استفاده مناسب و نامناسب از اعتبار مشتری و انتخاب محصولات اعتباری دارند، و نیز با نشان دادن ارتباط آن با شوک‌های درآمدی/هزینه‌ای، بر غنای ادبیات تحقیق افزود. این نتایج به شناخت رفتار مصرف‌کننده در بازارهای اعتبار مصرف‌کننده کمک می‌کنند.

۲-۴-۵- ضرورت سواد اقتصادی

اقتصاد بر هر کاری که انجام می‌دهید، تاثیر می‌گذارد. همه در خانه یا در محل کارشان یک اقتصاددان آماتور هستند. کمبود حقیقتی از زندگی است و اقتصاد راجع به درک و فهم انتخاب‌ها و توازن میان منابع کمیاب بحث می‌کند (دال^۳، ۱۹۸۸). زندگی واقعی در مورد اقتصاد است. «اقتصاد راجع به این موارد بحث

می کند: پیدا کردن شغل، احیای رکود اقتصادی، مبارزه با تورم، پس انداز برای دوران بازنشستگی سرمایه گذاری در شرکت ها و بازی در بازار سهام» (باخ هولز^۴، ۱۹۹۸). فارل^۵ (۱۹۹۹) استدلال می کند که «سواد اقتصادی باید به حدی باشد که به مردم کمک کند تا در این جهان به بهترین مسیر هدایت گردند. اقتصاد اشاره به بینش هایی دارد که بر ما کارگران، مصرف کنندگان، پس انداز کنندگان، سرمایه گذاران و رأی دهندگان تاثیر می گذارد. مثلا اقتصاددانان راجع به موضوعات ذیل حرفی برای گفتن دارد: عوامل پشت پرده تورم و رکود، جهت نرخ بهره و قیمت سهام و مزایا و هزینه های تجارت بین المللی». گری استرن، رئیس بانک مرکزی مینیا پولیس، چنین بیان می کند که سواد اقتصادی مسئله بسار مهمی است، چون مقیاسی است برای اندازه گیری اینکه مردم می توانند عوامل پشت پرده ای را که بطور قابل توجهی بر کیفیت زندگیشان تاثیر می گذارد درک کنند. یا نه» (فارل، ۱۹۹۹). کاپلان^۶ (۲۰۰۱ و ۲۰۰۲) نیز نشان می دهد که در دموکراسی اگر بخش زیادی از رأی دهندگان دچار بی سوادی اقتصادی باشند بعید است که سیاست های هوشمند ظهور کند. به همان نسبت که فعالیت اصلی دولت های مدرن، تعیین سیاست های اقتصادی است یعنی: اینکه دولت خودش چه خدماتی را فراهم می کند و چه خدماتی را به بازارهای خصوصی می سپارد؛ و اینکه در تجارت خارجی، اقتصاد تا چه میزان آزاد است و چه مقرراتی را باید تحمیل کند (کاپلان، ۲۰۰۱، ۵۴).

۲-۴-۶- تاریخچه سواد اقتصادی

سواد اقتصادی توسط بنیاد اقتصادی تحقیق در آموزش انگلستان به شرح زیر تعریف شده است: توانایی قضاوت آگاهانه و تصمیم گیری موثر در استفاده از منابع پولی و مدیریت آن. پس از طرح این موضوع، مبحث سواد اقتصادی، مبدل به یک موضوع بسیار مهم تحقیقاتی شد، بطوری که ابتدا در کشورهای انگلستان و آمریکا و متعاقب آن در سایر کشورها از جمله استرالیا، هلند، ایتالیا، مالزی و مورد توجه پژوهشگران قرار گرفت در تایید این مدعا به تعداد زیادی از مطالعات در این حوزه و اجرای برنامه های آموزشی متعدد در راستای ارتقاء سواد اقتصادی در کشورهای مختلف به ویژه آمریکا می توان اشاره داشت. به نحوی که تقریبا اغلب ایالت های این کشور سرفصل مصوب سواد اقتصادی داشته و علاوه بر آن مجمعی به نام جامپ استارت در آمریکا وظیفه توسعه و بهبود سواد اقتصادی را به عهده گرفته و هر ۲ سال یکبار نسبت به آزمون ادواری سواد اقتصادی و گزارش نتایج آن اقدام می نماید. در انگلستان نیز مفاهیم مالیه شخصی (سواد اقتصادی) به عنوان بخشی از برنامه های آموزش ملی دیده شده است (صفرپور، ۱۳۸۹، ۲۳).

^۴ -Bachholes

^۵ -Farel

^۶ - Kaplan

سواد اقتصادی در سال های اخیر از طریق علایق گروه های مختلف از جمله دولت ها، بانکداران، کارفرمایان، گروه های ذینفع جامعه، بازارهای اقتصادی، و سازمان های دیگر، به ویژه در کشورهای توسعه یافته به دست آمده است .

اهمیت بهبود سواد اقتصادی با توجه به عوامل از جمله توسعه جدید محصولات اقتصادی ، پیچیدگی بازارهای اقتصادی و تغییرات در زمینه های سیاسی، عوامل جمعیتی و اقتصادی افزایش یافته است.

از زمانی که کسب و کار آمریکایی برای تولید خروجی بیشتری با ورودی کمتر به عنوان جهانی شدن تولید در یک محیط اقتصادی رقابتی تر به چالش کشیده شد ، یک جنبش به بازسازی نظام آموزشی وجود دارد.

۲-۴-۷- رویکرد های ارتقا سواد اقتصادی

استدلال آلتمن^۷ این است که نوع نگاه به سواد اقتصادی ، مغایر با عقل اقتصادی استاندارد است، و فرض می کند افراد از توانایی های فیزیولوژیک و روان شناختی برخوردارند و در محیطی اطلاعاتی، حاکمیتی، و اجتماعی قرار دارند که امکان اتخاذ تصمیمات بهینه را به آنها می دهد. اگر فردی این شرایط را داشته باشد آموزش اقتصادی ، تاثیر کمی بر بهبود انتخاب هایش خواهد گذاشت. در واقع، می توان گفت رویکرد مرسوم، یا فرض می کند که افراد، سواد اقتصادی دارند یا انتخاب شان با سواد اقتصادی انطباق دارد. سواد اقتصادی را تنها در صورتی می توان ارتقا داد که افراد پیوسته تصمیمات نامعقول بگیرند تا بتوان با مداخله در فرایند تصمیم گیری یا محیط تصمیم گیری، آنها را اصلاح کرد. اما عقل سنتی، این امر محتمل را بعید می داند. پژوهش های اقتصاد رفتاری نشان می دهند که مفروضات رفتاری و نهادی کاملاً متفاوت از یکدیگر هستند. دو دیدگاه مهم در اقتصاد رفتاری وجود دارد که تفاوت در نگاه آنها، پیامدهای مستقیمی برای سواد اقتصادی و آموزش اقتصادی دارد (آلتمن، ۲۰۰۸). هر دو، این فرض اقتصاد سنتی را نفی می کنند که افراد نوعاً رفتار عقلانی دارند. اقتصاد رفتاری در این فرض سنتی تردید وارد می کند که محیطی که تصمیمات اقتصادی در آن اتخاذ می شوند لزوماً آرمانی است (آلتمن، ۲۰۱۲، ۴۵).

این مقاله، پیامدها و استلزامات این دو رویکرد اقتصاد رفتاری را برای ارتقای سواد اقتصادی ، و در نتیجه، برای تصمیم گیری اقتصادی بررسی می کند. چیزی که آن را رویکرد کانمان-تورسکی می نامند قائل به این است که افراد در حین تصمیم گیری غالباً خطاها و سوگیری های سیستماتیک مرتکب می شوند و این اشتباهات نیز عمدتاً ریشه در ساختار پیچیده مغز دارند. خطاها و سوگیری ها زمانی رخ می دهند که افراد از قواعد تصمیم گیری سنتی (غیرکلاسیک) منحرف می شوند. آموزش در مورد این نوع رفتار، تاثیر کمی داشته باشد. این رویکرد، مورد حمایت بیشتر خط مشی های دولتی است و مصرف کنندگان را به اتخاذ تصمیماتی ترغیب می کند که چه

^۷ -ALTMAN

بسیار برخی بگویند بیشترین سود را برای مصرف‌کنندگان دارند. فرض بر این است که کارشناسان، بهتر از تصمیم‌گیران فردی می‌دانند چه چیزی بیشترین سود را برایشان دارد.

چیزی که آلتمن رویکرد سیمون-مارچ می‌نامد می‌گوید افراد، از لحاظ روانی، ناتوان از رفتار بر اساس تجویز و پیش‌بینی عقل اقتصاد سنتی هستند. در نتیجه، با اکتشاف یا بر اساس تجربه، تصمیم‌گیری می‌کنند تا انتخاب‌های عقلانی داشته باشند، ولو در غالب موارد، با هنجارهای سنتی رفتار ناسازگار باشند. و نیز برخی گفته‌اند که مشخصه‌های محیط انتخاب عبارتند از اطلاعات غیرسیستماتیک، اطلاعات ناقص، و حتی اطلاعات غلط، و ضعف آموزشی. هر دو محدودیت روانی و محیطی ممکن است -نه لزوماً- به خطا در تصمیم‌گیری، مانند تصمیم به سرمایه‌گذاری نسبتاً کم بینجامند. اما محیط‌های تصمیم‌گیری را می‌توان تغییر داد، در نتیجه، این رویکرد دلیل بسیار قوی‌تری برای ارتقای کیفیت تصمیمات اقتصادی از طریق بهبود آموزش اقتصادی و محیط اتخاذ تصمیم در اختیار می‌گذارد. بهبود دسترسی به اطلاعات کیفی و متناسب، اصول و قواعد تصمیم‌گیری مناسب، و آموزش اقتصادی مناسب در زمره‌ی راه‌های ارتقای کیفیت تصمیمات اقتصادی هستند. به طور کلی، توجه زیادی به ترجیحات فردی که بنا بر فرض، چندوجهی هستند می‌شود، و توجه خاصی به ترغیب افراد به اتخاذ تصمیم نمی‌شود مگر در زمانی که بتوان ثابت کرد که انتخاب‌های فردی ممکن است به آسیبی اجتماعی منتهی شوند (برون‌گرایان منفی). این دیدگاه در پژوهش شیل، پژوهشگر اقتصادی رفتاری پیشرو به خوبی بازتاب یافته است.

مبانی نظری‌ای که دمیرگوچ-کنت و لوین^۸ (۲۰۰۹) و کلاسنس و پروتی^۹ (۲۰۰۷) بررسی کرده‌اند نشان می‌دهد که پیشرفت اقتصادی در توزیع درآمد و در فقر موثر است. در کشورهایی که بازارهای اقتصادی، توسعه‌ی خوبی دارند نابابری در درآمد پایین است و به آرامی رشد می‌کند، و سهم درآمد فقیرترین افراد، رشد بیشتری دارد (حسینی، ۱۳۸۸، ۱۴).

این یافته‌ها نشان می‌دهند که پیشرفت اقتصادی نه تنها به نفع افرادی است که در حال حاضر در بازارهای اقتصادی حضور دارند، بلکه این امکان را برای سرمایه‌گذاران دیگر فراهم می‌کند که از فرصت‌های سرمایه‌گذاری جدید بهره‌برند و از بهبود در ابزارهای اقتصادی منتفع شوند.

^۸ - [Kent and Levine&Demirgoch](#)

^۹ - [Klasns and Peroti](#)

۲-۵-مروری بر پیشینه تحقیق

۲-۵-۱-مروری بر تحقیقات داخلی

دری و توکلی (۱۴۰۰) تحقیقی با عنوان « بررسی و ارزیابی سواد اقتصادی کارآفرینان روستایی شهرستان سمیرم استان اصفهان » انجام داده اند. این پژوهش با هدف اثربخشی آموزش مهارت‌های اقتصادی بر سواد اقتصادی (دانش، رفتار و نگرش) کارآفرینان شهرستان سمیرم اجرا شد. نمونه پژوهش را ۳۲ نفر به صورت در دسترس و به روش گلوله برفی انتخاب و به صورت تصادفی در دو گروه الف (گروه آموزش دیده) و ب (آموزش ندیده) گمارده شدند. ابزار پژوهش، پرسشنامه محقق ساخته با آلفا کرونباخ ۰/۷۸ بود. نتایج تحلیل نشان داد آموزش بر ابعاد مختلف سواد اقتصادی موثر واقع می‌شود و میانگین‌های نمرات کارآفرینان گروه الف نسبت به کارآفرینان گروه ب به طور معناداری بیشتر بود .

فلاحی و کاویانی (۱۳۹۹) تحقیقی با عنوان « بررسی سواد اقتصادی دانشجویان و ارتباط آن با انگیزه تحصیلی و تمایل به کارآفرینی در دانشجویان » انجام داده اند. هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه سواد اقتصادی با انگیزه تحصیلی و تمایل به کارآفرینی در دانشجویان است. روش پژوهش حاضر به صورت توصیفی از نوع پیمایشی و از نظر روش اجرا به صورت میدانی می باشد . یافته های پژوهش نشان می دهد، که میانگین سواد اقتصادی از میانگین درجه های مورد وصف در پرسشنامه یعنی نقطه میانگین کمتر است در نتیجه سواد اقتصادی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمانشاه در حد مطلوبی قرار ندارد و فرضیه پژوهش حاضر رد می گردد. با توجه به آزمون ضریب همبستگی پیرسون به عمل آمده، مشاهده می شود که بین سواد اقتصادی با انگیزه تحصیلی و بونسواد اقتصادی با تمایل به کارآفرینی از نظر آماری رابطه مستقیم و معنی داری وجود دارد.

قادری و خندان (۱۳۹۹) تحقیقی با عنوان « ارائه چارچوبی برای استقرار و توسعه نظام پیوسته سواد اقتصادی از طریق سنجش سواد اقتصادی در مدارس متوسطه تهران » انجام داده اند. شیوه مطالعه در این تحقیق، روش پیمایشی- توصیفی می باشد. پس از استخراج و تأیید پرسش نامه مناسب، پرسش نامه بین دانش آموزان توزیع گردید. جامعه آماری این بخش از تحقیق دانش آموزان سال سوم، دوره دوم متوسطه مدارس شهر تهران بود. یافته ها حاکی از آن است که ابعاد سه گانه سواد اقتصادی (دانش اقتصادی ، رفتار اقتصادی ، نگرش اقتصادی) دانش آموزان، بر رشته تحصیلی آنان (۰/۲۳۶) و بر شغل والدین آنان (۰/۲۰۵) تاثیر دارد. نتایج نشان می دهد که با ابعاد سه گانه سواد اقتصادی دانش آموزان، میزان رشته تحصیلی آنان به نسبت قوی، پایین خواهد بود و با بالا بودن ابعاد سه گانه سواد اقتصادی دانش آموزان، میزان شغل والدین آنان به نسبت قوی، پایین خواهد بود.

ممثلی (۱۳۹۲) تحقیقی با عنوان « نیازسنجی برنامه درسی سواد اقتصادی در آموزش و پرورش دوره ابتدایی به قصد طراحی برنامه درسی از دیدگاه اساتید برنامه درسی و کارشناسان اقتصادی » انجام داده است. نتایج تحقیق نشان داده است سه موضوع مالیه شخصی، خدمات و تولیدات اقتصادی ، مسئولیت ها و حقوق مصرف

کننده و اهداف مربوط به هر موضوع از نظر صاحب نظران به عنوان نیاز آموزشی برای دوره ابتدایی پذیرفته شده است .

۲-۵-۲- مروری بر تحقیقات خارجی

دلانو (۲۰۱۹) پژوهشی با عنوان "آموزش سواد اقتصادی در یک مدل رایگان"، به بررسی تأثیر سواد اقتصادی بر عملکرد افراد در محیط اقتصادی به روش آزمایشی در بازه زمانی ۲۰۰۹-۲۰۱۰ در جمهوری اسلواکی پرداخته اند. آنها نمونه انتخابی خود را | به دو گروه تقسیم کرده و فقط به یک گروه آموزش سواد اقتصادی ارائه کردند. نتایج نشان داد که فقدان آموزش لازم در زمینه سواد اقتصادی در گروه دیگر، باعث افزایش میزان بدهی افراد و گرایش آنها به وام خواهد شد.

شوگ (۲۰۱۸) تحقیقی را با عنوان «رشد تفکر اقتصادی در کودکان و توصیه هایی برای آموزش» در آمریکا انجام داد. او دریافت که کودکان مفاهیم اقتصادی را بر اساس مراحل رشد یاد می گیرند و بچه های کوچک تر مفاهیم آشنا و عینی را بهتر و زودتر یاد می گیرند .

رادجرز، هاثورن و ویلر (۲۰۱۸) تحقیقی با عنوان آموزش اقتصاد از طریق ادبیات کودکان در دوره ابتدایی در آمریکا انجام دادند. به طور کلی مشخص شد که بخش بزرگ مطالب کتاب های قرائت آسان، تصاویر کتاب های داستان و تصاویر کتاب های مصور، دامنه وسیعی از مطالب و مفاهیم اقتصادی را به شیوه جالب و واضحی در خود جای داده اند و بیشتر این کتاب ها مفاهیمی را در بر گرفته بودند که با استانداردهای آموزش ملی مطابقت داشتند. اما تعداد کمی از کتاب ها یک سری مفاهیم اقتصادی را در بر داشتند که کاملاً گمراه کننده و فراتر از محتوای برنامه های درسی ایالتی بودند.

شرارد و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی تحت عنوان "توانایی اقتصادی در کودکان" به بررسی آموزش های اقتصادی و صرفه جویی در برنامه ابتکاری، به نام "من می توانم پس انداز کنم" پرداخت. نتایج نشان داد که توانایی اقتصادی کودکان زمانی افزایش می یابد که آن ها به آموزش اقتصادی دسترسی داشته باشند همچنین آنها می توانند مفاهیم اقتصادی را در سنین پایین درک کنند

چنگ (۲۰۱۷) در پژوهشی تحت عنوان نقش معلم در رابطه با فعالیتهای تربیتی - اقتصادی دانش آموزان نشان داد که معلم نقش مهم تری نسبت به سایر عوامل در تربیت اقتصادی دارد لذا معلم می تواند با تقویت روحیه کسب و کار و قدرت تفکر در فراگیران به انتخاب شیوه های درست و تربیت اقتصادی کمک کند

سبری (۲۰۱۷) پژوهشی تحت عنوان تجربه مصرف کننده در دوران کودکی و سواد اقتصادی دانشجویان در مالزی با استفاده از پرسشنامه به بررسی تأثیر سابقه شخصی و خانوادگی، توانایی آکادمیکی و تجارب مصرف کننده در زمان کودکی در خصوص سواد اقتصادی دانشجویان دانشگاهها یا کالج های مالزی پرداخته که نمونه

این مطالعه متشکل از ۲۵۱۹ دانشجو از ۱۱ کالج عمومی و خصوصی می باشد. سواد اقتصادی نیز با استفاده از یک آزمون متشکل از ۲۵- قلم اطلاعاتی مربوطه به دانش اقتصادی مورد سنجش قرار گرفت. بطور میانگین، دانشجویان به کمتر از نیمی از سوالات بصورت صحیح پاسخ دادند. تجربه کودکی مصرف کننده در مبحث مسائل اقتصادی خانوادگی با والدین دارای رابطه معنی دار مثبت قابل توجهی با سواد اقتصادی می باشد. دانشجویان قومیت چینی، که در کمپ های دانشجویی اقامت داشته و جزء دانشجویان کالج های خصوصی می باشند از سواد اقتصادی کمتری برخوردار می باشند .

یاروسلاو(۲۰۱۷) پژوهشی با عنوان سواد اقتصادی دانش آموزان مدرسه متوسطه ، مطالعه موردی از جمهوری چک و اسلواکی انجام دادند که نتایج این پژوهش حاکی از آنست که دانش آموزان دانش نظری خوبی در این زمینه دارند اما در مدیریت پول خود به خوبی عمل نمی کنند . یکی از نتایج مهم این پژوهش این است که دانش آموزان رویکرد نادرستی را در قبال پول نقد خود دارند. با توجه به نتایج به دست آمده پیشنهادهای کاربردی برای بهبود سواد اقتصادی دانش آموزان در این زمینه ارائه شده است از جمله توجه به روش های نوین تدریس و انجام طرح های پژوهشی جامع و هدفمند در زمینه سواد اقتصادی.

فصل سوم

روش شناسی پژوهش

۳-۱- مقدمه

پس از بررسی دیدگاه‌ها و تئوری‌های مرتبط با مسئله مورد بررسی و انتخاب چارچوبی مناسب برای پژوهش حاضر باید این تئوری‌ها به صورت تجربی مورد آزمون و ارزیابی واقع شود. این مهم ایجاب می‌کند که به روش تحقیق به صورت جداگانه و مفصل پرداخته شود چرا که یکی از مهم‌ترین قسمت‌های انجام هر پژوهش، انتخاب روشی است که به بهترین نحو اهداف آن تحقیق را پوشش دهد. در این فصل بر اساس ملزومات انجام پژوهش به روش‌شناسی تحقیق پرداخته شده است. ابتدا به روش تحقیق مورد نظر، جامعه آماری، روش نمونه‌گیری، روش گردآوری داده‌ها و ابزار گردآوری داده‌ها پرداخته شده و تعیین اعتبار و پایایی و شیوه‌های آماری برای تجزیه و تحلیل داده‌ها پرداخته شده است.

۳-۲- روش پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از نظر روش انجام از دسته تحقیقات توصیفی از نوع همبستگی می‌باشد. در مطالعات همبستگی، پژوهشگر هیچ‌یک از متغیرهای مستقل را دستکاری نمی‌کند، بلکه تنها دو یا چند متغیر را اندازه‌گیری نموده، سپس مشخص می‌سازد که آیا بین آن‌ها رابطه همبستگی وجود دارد یا خیر، در راستای همین ویژگی عدم دستکاری و تغییر متغیرها، در مطالعات همبستگی، آزمودنیها نیز به صورت تصادفی به گروه‌های مختلفی که بر اساس متغیر وابسته تشکیل می‌شوند، واگذار نمی‌گردند.

۳-۳- جامعه آماری

جامعه آماری عبارت است از مجموعه کامل اندازه‌های ممکن یا اطلاعات ثبت شده از یک صفت کیفی که می‌خواهیم استنباط‌هایی راجع به آن انجام دهیم. منظور از عمل گردآوردن داده‌ها، استخراج نتایج درباره جامعه می‌باشد. یا به بیان ساده‌تر، در هر بررسی آماری، مجموعه عناصر مورد نظر را جامعه می‌نامیم. در نتیجه جامعه، مجموعه تمام مشاهدات ممکن است که می‌توانند با تکرار یک آزمایش حاصل شوند (سرمد، ۱۳۹۵).

جامعه آماری در این مطالعه شامل کلیه معلمان دوره متوسطه دوم ناحیه ۲ شهر شیراز در سال تحصیلی ۱۴۰۰-۱۴۰۱ به تعداد ۱۵۰۰ نفر بود.^{۱۰}

۳-۴- نمونه آماری و روش نمونه گیری

از آنجا که تحقیق پیرامون تمامی اعضای جامعه زمان بر بوده و مقرون به صرفه نیست، محقق ناچار است نمونه گیری نماید (سرمد، ۱۳۹۰).

نمونه عبارت است از تعدادی از افراد جامعه که صفات آنها با صفات جامعه مشابهت داشته و معرف جامعه بوده، از تجانس و همگنی برخوردار باشند. از این رو نمونه گیری عبارت است از مجموعه اقداماتی که برای انتخاب تعدادی از افراد جامعه به نحوی که معرف آن باشند، انجام می پذیرد (حافظ نیا، ۱۳۸۹).

در تحقیق حاضر برای تعیین حجم نمونه آماری از جدول مورگان استفاده شد. بر این اساس حجم نمونه آماری ۳۰۶ نفر تخمین زده شد. همچنین روش نمونه گیری در تحقیق حاضر به روش تصادفی ساده بود.

۳-۵- روش جمع آوری داده ها

گردآوری اطلاعات موردنیاز پژوهش یکی از مراحل اساسی آن است. اطلاعات موردنیاز برای انجام پژوهش را به طرق مختلف می توان جمع آوری نمود. ابزارهای گوناگونی مانند مشاهده، مصاحبه، پرسشنامه و اسناد و مدارک و غیره برای به دست آوردن داده ها وجود دارد. هر یک از ابزارها معایب و مزایای خاص خود را دارند که هنگام استفاده از آنها باید مورد توجه قرار گیرند تا اعتبار پژوهش دچار خدشه نشود و از طرفی نقاط قوت ابزار تقویت گردد (صادقی و حیدری ثانی، ۱۳۹۵).

طبق امار دایره کارگزینی اداره آموزش و پرورش ناحیه ۲ شهر شیراز^{۱۰}

در این تحقیق برای بدست آوردن مبانی نظری پژوهش و دستیابی به مطالعات انجام شده پیرامون موضوع پژوهش از منابع کتابخانه ای چون کتب و مقالات داخلی و خارجی، بانک های اطلاعاتی، گزارش های آماری و پایان نامه های مرتبط استفاده می شود.

همچنین برای دستیابی به داده های کمی بر اساس متغیرهای پژوهش از پرسشنامه استفاده شد. این پرسشنامه ها به صورت حضوری در اختیار آزمودنی ها قرار گرفت.

۳-۶- ابزار گردآوری اطلاعات

در این تحقیق برای بدست آوردن مبانی نظری پژوهش و دستیابی به مطالعات انجام شده پیرامون موضوع پژوهش از منابع کتابخانه ای چون کتب و مقالات داخلی و خارجی، بانک های اطلاعاتی، گزارش های آماری و پایان نامه های مرتبط استفاده می شود.

همچنین برای دستیابی به داده های کمی بر اساس متغیرهای پژوهش از پرسشنامه استفاده خواهد شد

ابزار گردآوری اطلاعات

پرسشنامه محقق ساخته سواد اقتصادی

این پرسشنامه توسط محقق و با مطالعه مقالات و پایان نامه های مرتبط با سواد اقتصادی معلمان طراحی شد. این پرسشنامه دارای ۲۶ سوال بود که بر اساس طیف لیکرت ۵ درجه ای نمره گذاری شد. بر این اساس بالاترین نمره در این پرسشنامه ۱۳۰ و کمترین نمره ۲۶ بود. این پرسشنامه دارای سه بعد دانش اقتصادی، رفتار اقتصادی و نگرش اقتصادی بود. سوالات ۱-۷ مربوط به بعد دانش اقتصادی، سوالات ۸-۲۰ مربوط به بعد رفتار اقتصادی و سوالات ۲۱-۲۶ مربوط به بعد نگرش اقتصادی بود.

پرسشنامه محقق ساخته برنامه درسی اقتصاد محور

این پرسشنامه توسط محقق و با مطالعه مقالات و پایان نامه های مرتبط با برنامه درسی اقتصاد محور طراحی شد. این پرسشنامه دارای ۲۹ سوال بود که بر اساس طیف لیکرت ۵ درجه ای نمره گذاری شد. بر این اساس بالاترین نمره در این پرسشنامه ۱۴۵ و کمترین نمره ۲۹ بود. این پرسشنامه دارای ۸ بعد حفظ و توسعه ثروت (سوالات ۱-۴)، اقتصاد و معیشت (سوالات ۵-۱۰)، قوانین کسب و کار (سوال ۱۱)، پرهیز از بطلالت (سوالات ۱۲-۱۵)، توجه به کارآفرینی (سوالات ۱۶-۱۹)، پرهیز از اسراف (سوالات ۲۰-۲۴)، درآمد کسب حالالا (سوالات ۲۶-۲۹) بود.

پرسشنامه استاندارد مهارت کارآفرینی مقیمی و همکاران (۱۳۹۰)

این پرسشنامه توسط مقیمی و همکاران (۱۳۹۰) ساخته شده و دارای ۱۲ سوال با درجه بندی طیف لیکرت ۵ درجه ای می باشد. ابعاد این پرسشنامه به صورت زیر است:

تغییر در رفتار کارکنان: موارد ۲ تا ۶؛

بینش استراتژیک: موارد ۷ و ۸؛

ایجاد یک محیط کاری پرنرژی: موارد ۹ و ۱۰؛

محیط حمایتی: موارد ۱۱ تا ۱۲.

در تحقیق مقیمی میزان پایایی ابعاد پرسشنامه در حد قابل قبول و بالاتر از ۰/۷ گزارش شده است و همچنین میزان روایی آن نیز به روش روایی سازه در حد مطلوب گزارش شده است.

۳-۲-۷-روایی و پایایی پژوهش

۳-۲-۱-روایی ابزار اندازه گیری

جهت روایی پرسشنامه‌های مورد استفاده در تحقیق حاضر از روایی صوری و محتوایی استفاده شد. بدین منظور پرسشنامه‌های مورد استفاده به تایید اساتید راهنما و مشاور رسید.

۳-۲-۲-پایایی ابزار اندازه گیری

در پژوهش حاضر نیز، با بهره گیری از روش آلفای کرونباخ، پایایی به معنای همسانی درونی محاسبه شد که ضرایب بدست آمده در جدول زیر ارائه شده است.

جدول (۲-۳) پایایی ابزار سنجش

مقیاس	آلفای کرونباخ
سواد اقتصادی	۰/۷۳
برنامه درسی اقتصاد محور	۰/۷۰
کارآفرینی	۰/۷۲

بر اساس ضرایب آلفای بدست آمده می تواند نتیجه گیری کرد که ابزار مورد استفاده در پژوهش حاضر از پایایی قابل قبولی برخوردار می باشند.

۳-۸- ملاحظات اخلاقی

در تحقیق حاضر محقق باید نسبت به اطلاعاتی که آزمودنی ها در اختیارش قرار می دهند رازدار باشد.

همچنین محقق باید در نظر داشته باشد که نباید در فرآیند انجام تحقیق در اجرای مداخله دخالت داشته باشد.

همچنین محقق باید به آزمودنی ها این اطمینان را بدهد که اطلاعات آنان در نزد وی به صورت محرمانه باقی

خواهد ماند

۳-۹- روش تجزیه و تحلیل داده ها

جهت تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی و استنباطی استفاده خواهد شد و در این راستا از نرم افزار 22SPSS استفاده خواهد شد. در بخش آمار توصیفی به بررسی فراوانی متغیرهای توصیفی پرداخته می شود. و در بخش استنباطی با استفاده از آزمون همبستگی و رگرسیون همزمان فرضیات تحقیق آزموده می شود.

فصل چهارم

یافته های تحقیق

۴-۱- مقدمه

اساس و مبنای تصمیم‌گیری مدیران و سازمان‌ها در سطح خرد و کلان، اطلاعاتی است که غالباً با استفاده از علم آمار تحلیل داده‌ها در اختیار تصمیم‌گیران قرار می‌گیرد. به‌طور کلی داده‌ها نمایانگری از واقعیت‌ها و مفاهیم هستند. چنانچه داده‌ها به‌صورت واژه (و نه به‌صورت) ارقام به توصیف واقعیت‌ها می‌پردازد آن را داده‌های کیفی می‌نامند، این گونه داده‌ها از طریق مشاهده، مصاحبه، استخراج از اسناد و مدارک و امثال آن گردآوری می‌شوند. تحلیل اطلاعات شامل عملیات متعددی است، ابتدا شرح و آماده‌سازی داده‌های لازم برای آزمون فرضیه‌ها و سپس تحلیل روابط میان متغیرها و بالاخره مقایسه نتایج مشاهده شده. در این پژوهش داده‌های گروه نمونه با استفاده از علم آمار و نرم‌افزارهای آماری دسته‌بندی و یکپارچه گردیده، سپس تجزیه و تحلیل شده و مورد تفسیر قرار گرفته‌اند.

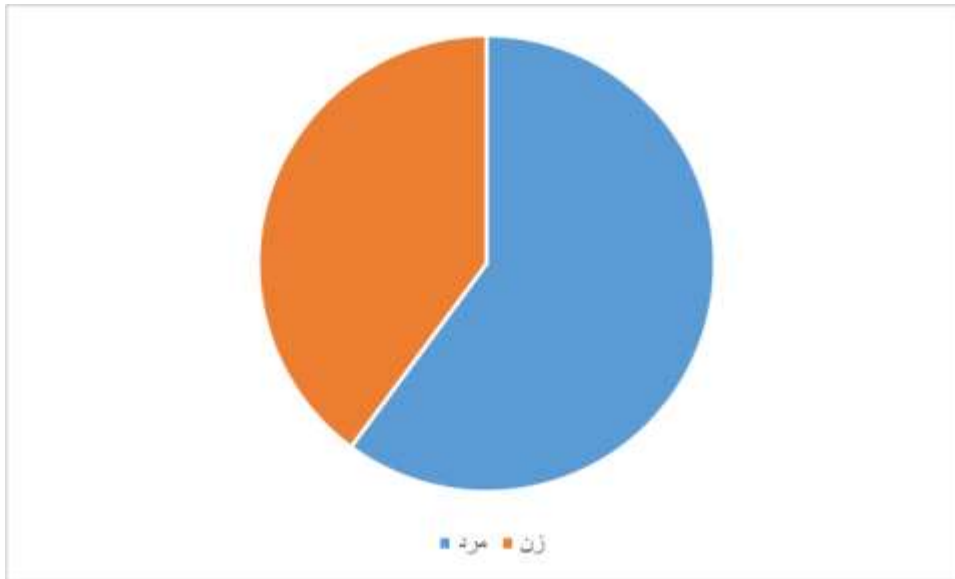
۴-۲- آمار توصیفی

۴-۲-۱- توصیفی ویژگی‌های جمعیت شناختی

جدول (۴-۱) فراوانی جنسیت افراد

فراوانی	درصد	درصد تجمعی	
۱۸۴	۶۰/۰	۶۰/۰	مرد
۱۲۲	۴۰/۰	۱۰۰	زن
306	100		کل

با توجه به جدول فوق ملاحظه می‌شود ۱۲۲ نفر مرد و ۱۸۴ نفر زن مورد مطالعه می‌باشند. همچنین این نتایج در نمودار ستونی زیر نیز قابل مشاهده است.



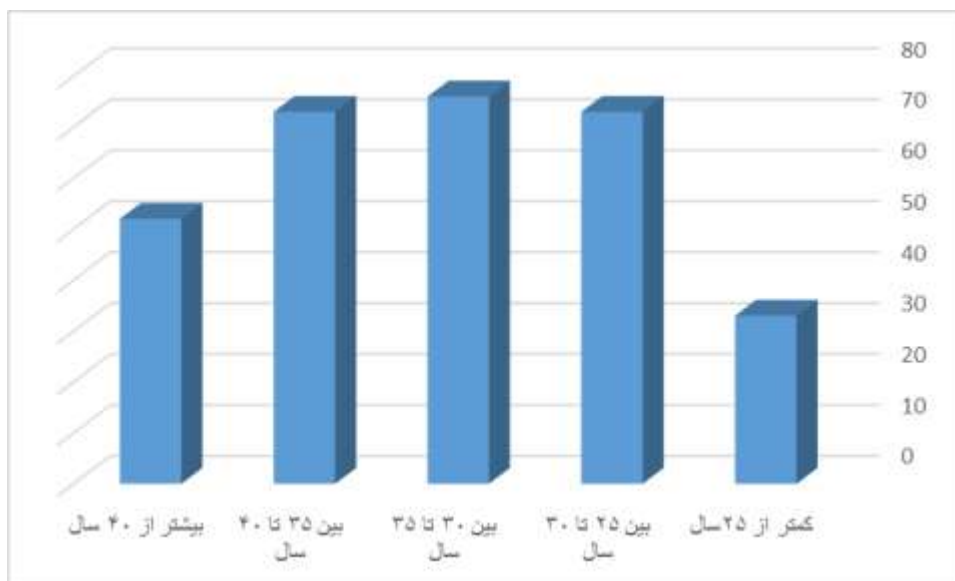
نمودار (۱-۴) فراوانی جنسیت افراد

توزیع نمونه آماری بر حسب سن

جدول (۲-۴) فراوانی سن افراد

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	
۸۱۰/	۱۰/۸	۳۳	کمتر از ۲۵ سال
۳۴/۶	۲۳/۸	۷۳	بین ۲۵ تا ۳۰ سال
۵۹/۴	۲۴/۸	۷۶	بین ۳۰ تا ۳۵ سال
۸۲/۲	۲۳/۸	۷۳	بین ۳۵ تا ۴۰ سال
۱۰۰	۱۶/۸	۵۲	بیشتر از ۴۰ سال
	۱۰۰	۳۰۶	کل

با توجه به جدول فوق ملاحظه می شود ۳۳ نفر کمتر از ۲۵ سال، ۷۳ نفر بین ۲۵ تا ۳۰ سال، ۷۶ نفر در ۳۰ تا ۳۵ سال، ۷۳ نفر بین ۳۵ تا ۴۰ سال و ۵۲ نفر بالای ۴۰ سال می باشند. همچنین این نتایج در نمودار ستونی زیر نیز قابل مشاهده است.



نمودار (۲-۴) فراوانی سن افراد

در این تحقیق از آمار استنباطی و توصیفی استفاده می شود. آمار توصیفی خلاصه برخی اندازه گیری ها در خصوص نمونه را ارائه می دهد و آمار استنباطی به ما اجازه می دهد که درباره کل جمعیت آماری بر اساس نتایج حاصل از نمونه قضاوت کرده و به یک نتیجه کلی برسیم. در جدول ۳-۴ میانگین، کمترین و بیشترین نمره در هر متغیر و همچنین انحراف استاندارد متغیرهای پژوهش مشخص شده است.

جدول (۳-۴) میانگین و انحراف معیار متغیرهای تحقیق

متغیرها	میانگین	انحراف استاندارد
برنامه درسی اقتصاد محور	۴۰/۶۱	۳/۸۲
سواد اقتصادی	۵۳/۱۷	۳/۷۸
کارآفرینی	۴۲/۰۱	۳/۷۳

۳-۴- آمار استنباطی

جهت بررسی فرضیه های تحقیق حاضر ابتدا لازم است نرمال بودن داده ها بررسی شود که بدین منظور از آزمون کلموگروف اسمیرنوف استفاده شده است که نتایج آن در جدول () آمده است.

جدول (۴-۴) آزمون کلوموگراف اسمیرنف برای بیان نرمال یا عدم نرمال بودن داده‌های مربوط به متغیرها

متغیرها	فراوانی	آماره آزمون	سطح معنی داری	وضعیت نرمال بودن
سواد اقتصادی	۳۰۶	۱/۷۴	۰/۸۲	نرمال
دانش اقتصادی	۳۰۶	۱/۵۶	۰/۴۲	نرمال
رفتار اقتصادی	۳۰۶	۱/۴۷	۰/۷۷	نرمال
نگرش اقتصادی	۳۰۶	۱/۳۲	۰/۵۲	نرمال
مهارت کارآفرینی	۳۰۶	۱/۸۹	۰/۱۲	نرمال
تغییر در رفتار	۳۰۶	۱/۲۲	۰/۵۶	نرمال
بینش استراتژیک	۳۰۶	۱/۵۶	۰/۶۶	نرمال
ایجاد محیط کاری پرانرژی	۳۰۶	۱/۳۶	۰/۸۶	نرمال
محیط حمایتی	۳۰۶	۱/۷۵	۰/۵۴	نرمال
برنامه درسی اقتصاد محور	۳۰۶	۱/۱۲	۰/۳۳	نرمال
حفظ ثروت	۳۰۶	۱/۴۵	۰/۵۱	نرمال
اقتصاد و معیشت	۳۰۶	۱/۰۸	۰/۳۲	نرمال
قوانین کسب و کار	۳۰۶	۲/۸۶	۰/۶۷	نرمال
پرهیز از بطالت	۳۰۶	۱/۵۲	۰/۸۱	نرمال
توجه به کارآفرینی	۳۰۶	۱/۹۶	۰/۵۰	نرمال
پرهیز از اسراف	۳۰۶	۱/۴۵	۰/۶۳	نرمال
درآمد حلال	۳۰۶	۱/۶۳	۰/۲۹	نرمال

با توجه به آزمون کلوموگراف اسمیرنف و با کمک جدول ۴-۵ مشاهده می شود که در سطح خطای کمتر از ۵ درصد، سطح معناداری این آزمون برای تمامی متغیرهای بیشتر از ۵ درصد است که این خود نشان از نرمال بودن داده‌های مربوط به تمامی متغیرها است. از این رو برای تحلیل استنباطی داده‌های نرمال از آزمون‌های پارامتریک استفاده شده است.

فرضیه اصلی تحقیق: سواد اقتصادی و کارآفرینی معلمان با برنامه درسی اقتصاد محور رابطه دارد.

جهت آزمون فرضیه اصلی تحقیق حاضر و با توجه به نرمال بودن توزیع داده های تحقیق از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است که نتایج آن در جدول ۴-۵ آمده است.

جدول (۴-۵) همبستگی بین متغیرهای تحقیق

برنامه درسی اقتصاد محور	کارآفرینی	سواد اقتصادی
		سواد اقتصادی
	۱	مهارت کارآفرینی
	۰/۷۵۳**	برنامه درسی اقتصاد محور
۱	۰/۶۹۸**	۰/۷۷۸**

بر اساس داده های بدست آمده در جدول ۴-۵ مشاهده می شود رابطه معنی داری در سطح ۰/۰۱ بینسواد اقتصادی و کارآفرینی با برنامه درسی اقتصاد محور معلمان برقرار است. بر اساس اطلاعات گردآوری شده در جدول (۴-۵) رابطه مستقیم و خوب (بالتر از ۰/۷) بین سواد اقتصادی و مهارت کارآفرینی برقرار است. همچنین مشاهده می شود که رابطه مستقیم و خوب (بالتر از ۰/۷) بین سواد اقتصادی و برنامه درسی اقتصاد محور برقرار است. همچنین مشاهده می شود رابطه مستقیم و خوب (بالتر از ۰/۷) بین کارآفرینی و برنامه درسی اقتصاد محور برقرار است.

در ادامه ارتباط ابعاد متغیرهای تحقیق حاضر باهم آورده شده است. در این راستا با توجه به نرمال بودن توزیع داده های تحقیق از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد.

جدول (۴-۶) همبستگی پیرسون بین متغیرهای تحقیق

۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴
	۱												
۱-دانش اقتصادی													
۲-رفتار اقتصادی	۰/۶۵۴**	۱											
۳-نگرش اقتصادی	۰/۵۲۴**	۰/۷۴۱**	۱										

										۱	۰	۰	۰	۴-تغییر در رفتار
										۱	۰	۰	۰	۵-بینش استراتژیک
										۱	۰	۰	۰	۶-ایجاد محیط کاری پرانرژی
										۱	۰	۰	۰	۷-محیط حمایتی
										۱	۰	۰	۰	۸-حفظ ثروت
										۱	۰	۰	۰	۹-اقتصاد و معیشت
										۱	۰	۰	۰	۱۰-قوانین کسب و کار
										۱	۰	۰	۰	۱۱-پرهیز از بطلت
										۱	۰	۰	۰	۱۲-توجه به کارآفرینی
										۱	۰	۰	۰	۱۳-پرهیز از اسراف
										۱	۰	۰	۰	۱۴-درآمد حلال

بر اساس اطلاعات گردآوری شده در جدول (۴-۶) رابطه مستقیم معنی دار بین دانش اقتصادی با رفتار اقتصادی (I=۰/۶۵۴)، نگرش اقتصادی (I=۰/۵۲۴)، تغییر در رفتار (I=۰/۴۱۲)، بینش استراتژیک (I=۰/۵۲۱)، ایجاد محیط کاری پر انرژی (I=۰/۵۷۸)، محیط حمایتی (I=۰/۴۵۱)، حفظ ثروت (I=۰/۳۰۸)، اقتصاد و معیشت (I=۰/۶۱۴)، قوانین کسب و کار (I=۰/۵۸۲)، پرهیز از بطلت (I=۰/۵۳۸)، توجه به کارآفرینی (I=۰/۶۷۱)، پرهیز از اسراف (I=۰/۶۹۸) و درآمد حلال (I=۰/۵۳۸) برقرار است. همچنین رابطه مستقیم معنی دار بین رفتار اقتصادی با نگرش اقتصادی (I=۰/۷۴۱)، تغییر در رفتار (I=۰/۷۰۵)، بینش استراتژیک (I=۰/۳۵۰)، ایجاد محیط کاری پر انرژی (I=۰/۴۸۹)، محیط حمایتی (I=۰/۴۶۵)، حفظ ثروت (I=۰/۵۰۱)، اقتصاد و معیشت (I=۰/۵۳۸)، قوانین کسب و کار (I=۰/۷۴۲)، پرهیز از بطلت (I=۰/۷۴۶)، توجه به کارآفرینی (I=۰/۶۸۳)، پرهیز از اسراف (I=۰/۶۹۳) و درآمد حلال (I=۰/۴۸۳) برقرار است. همچنین رابطه مستقیم معنی دار بین نگرش اقتصادی با تغییر در رفتار (I=۰/۶۵۲)، بینش استراتژیک (I=۰/۴۸۹)، ایجاد محیط کاری پر انرژی (I=۰/۴۰۶)، محیط حمایتی (I=۰/۳۸۹)، حفظ ثروت (I=۰/۲۸۷)، اقتصاد و معیشت (I=۰/۳۹۹)، قوانین کسب و کار (I=۰/۴۷۱)، پرهیز از بطلت (I=۰/۶۱۸)، توجه به کارآفرینی (I=۰/۶۰۹)، پرهیز از اسراف (I=۰/۶۲۵) و درآمد حلال (I=۰/۶۰۳) برقرار است. همچنین رابطه مستقیم معنی دار بین تغییر در رفتار با بینش استراتژیک (I=۰/۷۴۱)، ایجاد محیط کاری پر

انرژی (I=0/542)، محیط حمایتی (I=0/612)، حفظ ثروت (I=0/382)، اقتصاد و معیشت (I=0/450)، قوانین کسب و کار (I=0/682)، پرهیز از بطالت (I=0/410)، توجه به کارآفرینی (I=0/517)، پرهیز از اسراف (I=0/562) و درآمد حلال (I=0/316) برقرار است. همچنین رابطه مستقیم معنی دار بین بینش استراتژیک با ایجاد محیط کاری پر انرژی (I=0/645)، محیط حمایتی (I=0/678)، حفظ ثروت (I=0/258)، اقتصاد و معیشت (I=0/432)، قوانین کسب و کار (I=0/524)، پرهیز از بطالت (I=0/538)، توجه به کارآفرینی (I=0/638)، پرهیز از اسراف (I=0/784) و درآمد حلال (I=0/238) برقرار است. همچنین رابطه مستقیم معنی دار بین ایجاد محیط کاری پر انرژی با محیط حمایتی (I=0/352)، حفظ ثروت (I=0/743)، اقتصاد و معیشت (I=0/703)، قوانین کسب و کار (I=0/621)، پرهیز از بطالت (I=0/382)، توجه به کارآفرینی (I=0/385)، پرهیز از اسراف (I=0/128) و درآمد حلال (I=0/384) برقرار است. همچنین رابطه مستقیم معنی دار بین محیط حمایتی با حفظ ثروت (I=0/608)، اقتصاد و معیشت (I=0/512)، قوانین کسب و کار (I=0/642)، پرهیز از بطالت (I=0/635)، توجه به کارآفرینی (I=0/521)، پرهیز از اسراف (I=0/421) و درآمد حلال (I=0/408) برقرار است. همچنین رابطه مستقیم معنی دار بین حفظ ثروت با اقتصاد و معیشت (I=0/542)، قوانین کسب و کار (I=0/635)، پرهیز از بطالت (I=0/521)، توجه به کارآفرینی (I=0/421)، پرهیز از اسراف (I=0/408) و درآمد حلال (I=0/678) برقرار است. همچنین رابطه مستقیم معنی دار بین قوانین کسب و کار با پرهیز از بطالت (I=0/527)، توجه به کارآفرینی (I=0/732)، پرهیز از اسراف (I=0/761) و درآمد حلال (I=0/682) برقرار است. همچنین رابطه مستقیم معنی دار بین توجه به کارآفرینی با پرهیز از اسراف (I=0/368) و درآمد حلال (I=0/320) برقرار است. همچنین رابطه مستقیم معنی دار بین پرهیز از اسراف با درآمد حلال (I=0/652) برقرار است.

بررسی فرضیات فرعی تحقیق

در ادامه پژوهش حاضر ابتدا مفروضه های رگرسیون بررسی می شود.

بررسی مفروضه های رگرسیون

کجی و چولگی داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS محاسبه و نتایج نشان داد که داده ها از توزیع نراقتصادی برخوردار هستند. استقلال داده ها برای متغیرهای تحقیق با آماره دوربین واتسون بررسی و تایید شد (DW=1/951). هم چنین استقلال داده ها برای متغیرهای تحقیق نیز تایید شد (DW=1/910). بعلاوه آماره تلرانس و تورم واریانس (VIF) به منظور بررسی هم خطی چندگانه محاسبه گردید که بر اساس دو شاخص ذکر شده وجود هم خطی در داده ها مشاهده نشده است. پس از بررسی مفروضه ها و حصول اطمینان از برقراری آن ها، برای بررسی فرضیات از رگرسیون همزمان استفاده شده است.

فرضیه فرعی اول: سواد اقتصادی معلمان با برنامه درسی اقتصاد محور رابطه دارد.

بر اساس اولین فرضیه از تحقیق حاضر بدست می آید که برنامه درسی اقتصاد محور به عنوان متغیر وابسته و مولفه های سواد اقتصادی به عنوان متغیر مستقل و پیش بینی کننده برنامه درسی اقتصاد محور وارد معادله رگرسیون شده اند.

جدول (۴-۷) خلاصه مدل رگرسیونی

خلاصه مدل				
مدل	R	مجذور ضریب همبستگی	ضریب تعدیل شده	خطای انحراف استاندارد تخمین
1	۰/۷۹۵	۰/۶۳۲	۰/۶۳۰	۰/۳۸۴

بر اساس یافته های گردآوری شده در جدول (۴-۷) و با توجه به مقدار ضریب همبستگی چندگانه ($R=0.795$) یک همبستگی میان متغیر مستقل و وابسته وجود دارد. این همبستگی بین متغیر وابسته و مستقل به صورت مثبت و خوب برآورد می شود. با توجه به مقدار مجذور ضریب همبستگی (۰/۶۳۲)، متغیر مستقل نقشی در تبیین واریانس متغیر وابسته ایفا می کند. به عبارتی مدل مورد نظر می تواند داده ها را برازش کند. در جدول بالا ضریب تعدیل شده برابر ۰/۶۳۰ است که نشان می دهد مولفه های سواد اقتصادی، دانش اقتصادی، رفتار اقتصادی و نگرش اقتصادی ۶۳/۰ درصد از تغییرات متغیر وابسته برنامه درسی اقتصاد محور را تبیین می کند. از این رو برای بیان معناداری و عدم معناداری همبستگی میان متغیر های مستقل و وابسته از سطح معناداری آزمون تحلیل واریانس استفاده شده است.

آزمون تحلیل واریانس

جدول (۴-۸) آزمون تحلیل واریانس برای مدل رگرسیونی

تحلیل واریانس				
مدل	مجموع مجذورات	میانگین مجذورات	F	سطح معناداری
1 رگرسیون	۱۵/۷۴۵	۴/۷۴۱	۱۱/۱۲۴	۰/۰۰۱
	۷۲/۱۰۸	۰/۶۸۹		
	۸۰/۲۳۵			

مقدار F نشان‌دهنده آن است که آیا مدل رگرسیونی تحقیق مدل مناسبی است یا خیر. با توجه به مقدار F در جدول (۴-۸) که برابر ۱۱/۱۲۴ شده است، در سطح خطای کمتر از ۵ درصد، معنادار شده است. یعنی مولفه های سواد اقتصادی از قدرت تبیین برخوردار بوده و قادر است. میزان تغییرات واریانس متغیر وابسته برنامه درسی اقتصاد مجور را توضیح دهد. پس با توجه نتایج آزمون رگرسیون و تحلیل واریانس معناداری رابطه بین مولفه های سواد اقتصادی، دانش اقتصادی، رفتار اقتصادی و نگرش اقتصادی با برنامه درسی اقتصادمحور پذیرفته می‌شود.

معادله خط رگرسیون

جدول (۴-۹) ضرایب مدل رگرسیونی

ضرایب						
سطح معناداری	t	ضرایب استاندارد شده	ضرایب استاندارد نشده			مدل
			انحراف	خطای استاندارد	B	
۰/۰۰۰	۲/۸۴۲			۰/۱۷۸	۱/۶۸۷	1 مقدار ثابت
۰/۰۰۱	۱/۵۶۸	۰/۶۸۹		۰/۰۸۶	۰/۵۰۸	دانش اقتصادی
۰/۰۰۱	۱/۴۱۲	۰/۶۳۸		۰/۰۹۱	۰/۵۴۱	رفتار اقتصادی
۰/۰۰۰	۱/۲۳۶	۰/۵۹۸		۰/۰۷۴	۰/۶۳۲	نگرش اقتصادی

با توجه به جدول فوق در سطح خطای کمتر از ۵ درصد، فقط متغیرهایی در معادله خط آورده می‌شوند که دارای سطح معناداری کمتر از ۵ درصد باشند. با توجه به جدول بالا، عرض از مبدأ ۱/۶۸۷ است. بر اساس جدول (۴-۹) مشاهده می‌شود که رابطه دانش اقتصادی (ضریب بتا=۰/۶۸۹ و سطح معنی داری=۰/۰۰۱)، رفتار اقتصادی (ضریب بتا=۰/۶۳۸ . سطح معنی داری=۰/۰۰۱) و نگرش اقتصادی (ضریب بتا=۰/۵۹۸ و سطح معنی داری=۰/۰۰۰) با برنامه درسی اقتصادمحور معلمان معنی دار است. در زیر معادله مدل رگرسیونی یا معادله خط تغییرات متغیر برنامه درسی اقتصادمحور معلمان بر اساس مولفه های سواد اقتصادی آورده شده است.

نگرش (۰/۵۹۸) + (رفتار اقتصادی) (۰/۶۳۸) + (دانش اقتصادی) (۰/۶۸۹) + ۱/۶۸۷ = برنامه درسی اقتصاد محور (اقتصادی).

فرضیه فرعی دوم: مهارت کارآفرینی معلمان با برنامه درسی اقتصاد محور رابطه دارد.

بر اساس فرضیه دوم از تحقیق حاضر بدست می آید که برنامه درسی اقتصاد محور به عنوان متغیر وابسته و مولفه های مهارت کارآفرینی شامل تغییر در رفتار، بینش استراتژیک، ایجاد محیط کاری پرانرژی و محیط حمایتی به عنوان متغیر مستقل و پیش بینی کننده برنامه درسی اقتصاد محور وارد معادله رگرسیون شده اند.

جدول (۴-۱۰) خلاصه مدل رگرسیونی

خلاصه مدل				
مدل	R	مجذور ضریب همبستگی	ضریب تعدیل شده	خطای انحراف استاندارد تخمین
1	۰/۷۴۲	۰/۵۵۰	۰/۵۵۰	۰/۲۴۵

با توجه به مقدار ضریب همبستگی چندگانه ($R=0/742$) یک همبستگی میان دو متغیر مستقل و وابسته وجود دارد. با توجه به مقدار مجذور ضریب همبستگی ($0/550$)، متغیر مستقل نقشی در تبیین واریانس متغیر وابسته ایفا می کند. به عبارتی مدل مورد نظر می تواند داده ها را برازش کند. در جدول (۴-۱۰) ضریب تعدیل شده برابر $0/550$ است که نشان می دهد مولفه های تغییر در رفتار، بینش استراتژیک، ایجاد محیط کاری پرانرژی و محیط حمایتی $50/0$ درصد از تغییرات متغیر وابسته برنامه درسی اقتصاد محور را تبیین می کند.

معادله خط رگرسیون

جدول (۴-۱۱) ضرایب مدل رگرسیونی

ضرایب					
مدل	ضرایب استاندارد نشده		ضریب بتا	t	سطح معناداری
	B	خطای انحراف استاندارد			

۰/۰۰۰	۲/۴۱۲		۰/۳۵۲	۱/۷۵۲	مقدار ثابت	1
۰/۰۰۲	۲/۱۰۳	۰/۶۵۴	۰/۲۳۱	۰/۳۶۲	تغییر در رفتار	
۰/۰۰۱	۱/۴۰۶	۰/۵۳۲	۱/۳۰۲	۰/۴۵۲	بینش استراتژیک	
۰/۰۰۰	۱/۴۳۲	۰/۵۰۳	۱/۴۵۲	۰/۲۱۴	ایجاد محیط کاری پرانرژی	
۰/۰۰۱	۲/۶۳۲	۰/۵۴۲	۰/۱۲۰	۰/۶۶۵	محیط حمایتی	

با توجه به جدول فوق در سطح خطای کمتر از ۵ درصد، فقط متغیرهایی در معادله خط آورده می‌شوند که دارای سطح معناداری کمتر از ۵ درصد باشند. با توجه به جدول (۴-۱۱)، عرض از مبدأ برابر ۱/۷۵۲ است. بر اساس جدول فوق مشاهده می‌شود که رابطه تغییر در رفتار(ضریب بتا=۰/۶۵۴ و سطح معنی داری=۰/۰۰۲)، بینش استراتژیک(ضریب بتا=۰/۵۳۲ و سطح معنی داری= ۰/۰۰۱)، ایجاد محیط کاری پرانرژی (ضریب بتا=۰/۵۰۳ و سطح معنی داری=۰/۰۰۰) و محیط حمایتی(ضریب بتا= ۰/۵۴۲ و سطح معنی داری= ۰/۰۰۱) با برنامه درسی اقتصادمحور رابطه معنی دار است. در زیر معادله مدل رگرسیونی یا معادله خط تغییرات متغیر برنامه درسی اقتصادمحور آورده شده است.

ایجاد (۰/۵۰۳) + (بینش استراتژیک)۰/۵۳۲ + (تغییر در رفتار) * ۰/۶۵۴ + ۱/۷۵۲ = برنامه درسی اقتصادمحور
. (محیط حمایتی) ۰/۵۴۲ + (محیط کاری پرانرژی

فصل پنجم

بحث و نتیجه گیری

۵-۱- مقدمه

پژوهش حاضر با هدف تعیین سواد اقتصادی و مهارت کارآفرینی معلمان مقطع متوسطه بعنوان پیش بینی کننده برنامه درسی اقتصاد محور انجام گرفته است که در این فصل به نتایج حاصل از آن پرداخته می شود. مطالب گردآوری شده در این فصل در سه قسمت تدوین شده است: بخش اول خلاصه پژوهش و بحث پیرامون یافته ها، بخش دوم محدودیت های پژوهش و بخش سوم پیشنهادات.

۵-۲- خلاصه تحقیق

پژوهش حاضر با هدف تعیین سواد اقتصادی و مهارت کارآفرینی معلمان مقطع متوسطه بعنوان پیش بینی کننده برنامه درسی اقتصاد محور انجام گرفته است. تحقیق حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ روش توصیفی از نوع همبستگی بود. جامعه آماری در این مطالعه شامل کلیه معلمان دوره متوسطه دوم ناحیه ۲ شهر شیراز در سال تحصیلی ۱۴۰۰-۱۴۰۱ به تعداد ۱۵۰۰ نفر بود. در تحقیق حاضر برای تعیین حجم نمونه آماری از جدول مورگان استفاده شد. بر این اساس حجم نمونه آماری ۳۰۶ نفر تخمین زده شد. همچنین روش نمونه گیری در تحقیق حاضر به روش طبقه ای بود. در این تحقیق برای بدست آوردن مبانی نظری پژوهش و دستیابی به مطالعات انجام شده پیرامون موضوع پژوهش از منابع کتابخانه ای چون کتب و مقالات داخلی و خارجی، بانک های اطلاعاتی، گزارش های آماری و پایان نامه های مرتبط استفاده می شود. همچنین برای دستیابی به داده های کمی بر اساس متغیرهای پژوهش از پرسشنامه استفاده شد. این پرسشنامه ها به صورت حضوری در اختیار آزمودنی ها قرار گرفت. این پرسشنامه ها شامل پرسشنامه محقق ساخته سواد اقتصادی، پرسشنامه محقق ساخته برنامه درسی اقتصاد محور و پرسشنامه استاندارد مهارت کارآفرینی مقیمی و همکاران (۱۳۹۰) بود. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد و در این راستا از نرم افزار SPSS ۱۹ با استفاده از آزمون همبستگی و رگرسیون همزمان فرضیات تحقیق آزموده شد. بر اساس تفکیک نمونه آماری بر حسب جنسیت بدست آمد که ۱۲۲ نفر مرد و ۱۸۴ نفر زن بودند. همچنین بر اساس تفکیک نمونه آماری بر حسب سن بدست آمد ۳۳ نفر کمتر از ۲۵ سال، ۷۳ نفر بین ۲۵ تا ۳۰ سال، ۷۶ نفر در ۳۰ تا ۳۵ سال، ۷۳ نفر بین ۳۵ تا ۴۰ سال و ۵۲ نفر بالای ۴۰ سال بودند. بر اساس داده های بدست آمده در جدول ۴-۵ مشاهده می شود رابطه معنی داری در سطح ۰/۰۱ بین سواد اقتصادی و کارآفرینی با برنامه درسی اقتصاد محور معلمان برقرار است. بر اساس اطلاعات گردآوری شده در جدول (۴-۵) رابطه مستقیم و خوب (بالتر از ۰/۷) بین سواد اقتصادی و مهارت کارآفرینی برقرار است. همچنین مشاهده می شود که رابطه مستقیم و خوب (بالتر از ۰/۷) بین سواد اقتصادی و برنامه درسی اقتصاد محور برقرار است. همچنین مشاهده می شود رابطه مستقیم و خوب (بالتر از ۰/۷) بین کارآفرینی و برنامه درسی اقتصاد محور برقرار است. در آزمون فرضیه اول تحقیق حاضر مبنی بر نقش برنامه درسی اقتصاد محور بر سواد اقتصادی معلمان بدست آمد در جدول (۴-۷) ضریب

تعدیل شده برابر $0/630$ است که نشان می‌دهد مولفه های سواد اقتصادی، دانش اقتصادی، رفتار اقتصادی و نگرش اقتصادی $63/0$ درصد از تغییرات متغیر وابسته برنامه درسی اقتصادمحور را تبیین می‌کند. با توجه به جدول (۹-۴)، عرض از مبدأ $1/687$ است. بر اساس جدول (۹-۴) مشاهده می‌شود که رابطه دانش اقتصادی (ضریب بتا= $0/689$ و سطح معنی داری= $0/001$)، رفتار اقتصادی (ضریب بتا= $0/638$. سطح معنی داری= $0/001$) و نگرش اقتصادی (ضریب بتا= $0/598$ و سطح معنی داری= $0/000$) با برنامه درسی اقتصادمحور معلمان معنی دار است. همچنین در آزمون فرضیه دوم تحقیق حاضر مبنی بر نقش مهارت کارآفرینی معلمان در برنامه درسی اقتصاد محور بدست آمد در جدول (۱۰-۴) ضریب تعدیل شده برابر $0/550$ است که نشان می‌دهد مولفه های تغییر در رفتار، بینش استراتژیک، ایجاد محیط کاری پرانرژی و محیط حمایتی $50/0$ درصد از تغییرات متغیر وابسته برنامه درسی اقتصاد محور را تبیین می‌کند. همچنین با توجه به جدول (۱۱-۴)، عرض از مبدأ برابر $1/752$ است. بر اساس جدول (۱۱-۴) مشاهده می‌شود که رابطه تغییر در رفتار (ضریب بتا= $0/654$ و سطح معنی داری= $0/002$)، بینش استراتژیک (ضریب بتا= $0/532$ و سطح معنی داری= $0/001$)، ایجاد محیط کاری پرانرژی (ضریب بتا= $0/503$ و سطح معنی داری= $0/000$) و محیط حمایتی (ضریب بتا= $0/542$ و سطح معنی داری= $0/001$) با برنامه درسی اقتصادمحور رابطه معنی دار است.

۵-۳- بحث و نتیجه گیری

فرضیه فرعی اول: سواد اقتصادی معلمان با برنامه درسی اقتصاد محور رابطه دارد.

در مورد این فرضیه از تحقیق حاضر می‌توان گفت رابطه دانش اقتصادی، رفتار اقتصادی و نگرش اقتصادی از مولفه های سواد اقتصادی با برنامه درسی اقتصادمحور معلمان معنی دار است. بر این اساس می‌توان گفت فرضیه اول تحقیق حاضر تایید شد. ممشلی (۱۳۹۲) نشان داده است سه موضوع مالیه شخصی، خدمات و تولیدات اقتصادی، مسئولیت ها و حقوق مصرف کننده و اهداف مربوط به هر موضوع از نظر صاحب نظران به عنوان نیاز آموزشی برای دوره ابتدایی پذیرفته شده است.

روند تحولات در دنیای امروز، اصلاحات آموزشی و اهتمام ویژه به ایجاد عادت‌ها و مهارت‌های صحیح شهروندی از جمله پرورش انسان‌های مولد، مسئول، اندیشه‌ورز، خلاق و مؤثر را در عرصه‌های فناوری، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی اجتناب‌ناپذیر کرده است. مدیریت و تصمیم‌گیری‌های پیگیرانه مبتنی بر شناسایی تهدیدها و آسیب‌های مبتلا به نسل معاصر که آینده‌ساز میهن اسلامی هستند و در کنار آن فرصت‌هایی از جمله اشتیاق نهادها و مؤسسات‌های اقتصادی که آموزش سواد مالی را از سن کودکی ضروری می‌دانند و همچنین، تأکید رهبر انقلاب اسلامی بر تولید و اشتغال و اقتصاد مقاومتی، ضرورت تحقق ساحت اقتصادی سند تحول بنیادین آموزش و پرورش را به منظور ارتقای کیفیت تعلیم و تربیت فرزندانمان صد چندان کرده است. سواد

اقتصادی میان نابرابری و امور اقتصادی ارتباط برقرار می‌کند و اطلاعاتی در زمینه‌ی توان مشارکت در بازارهای مالی ای را ارائه می‌کند که شاخص‌های عمومی، آن را نشان نمی‌دهند. نتایج نشان می‌دهند که در کشورهای که سواد اقتصادی مردم بالاست میزان افزایش نابرابری کم است، و نیز نتایج نشان می‌دهند که پیشرفت اقتصادی تنها در صورتی با نابرابری درآمدی ارتباط منفی خواهد داشت که سواد اقتصادی، آن را خنثی کند.

پژوهش‌های جدید در حوزه‌ی امور اقتصادی مصرف‌کنندگان بر شناخت نقش سوگیری در تصمیم‌گیری‌ها و رفتار مصرف‌کننده در تبیین مشارکت و عملکرد در بازارهای اقتصادی متمرکز شده‌اند.

شواهدی وجود دارند که نشان می‌دهند مصرف‌کنندگان برای مصرف کالاهای اعتباری‌ای که شامل «نرخ‌های سخت» هستند بدهی بیشتری تقبل می‌کنند، الگویی در سازگاری رفتاری با انتخاب‌های نابهنگام. و نیز مقاله‌ی جدید مایر و اسپینگر^{۱۱} (۲۰۱۰) نشان می‌دهد میان میزان بالای ناشکیبایی و استفاده از کارت اعتباری رابطه‌ی مثبت وجود دارد. لوساردی و توفانو^{۱۲} (۲۰۰۹) نشان می‌دهند که سطح پایین سواد اقتصادی در مصرف‌کنندگان کارت اعتباری با استفاده از کارت هزینه‌ی بالا ارتباط دارد.

فرضیه فرعی دوم: مهارت کارآفرینی معلمان با برنامه درسی اقتصاد محور رابطه دارد.

در مورد این رابطه از تحقیق حاضر می‌توان گفت تغییر در رفتار، بینش استراتژیک، ایجاد محیط کاری پرنرژگی و محیط حمایتی با برنامه درسی اقتصاد محور رابطه معنی دار است.

کارآفرینی نیازمند فراهم بودن بسترها و زمینه‌هایی مناسب و مورد نیاز کارآفرینی است. به عبارت دیگر، توسعه کارآفرینی مشروط به وجود ظرفیت‌های کارآفرینانه در فضاهای جغرافیایی و همچنین بین نیروهای انسانی فعال مستقر در آن است (رکنالدین افتخاری و همکاران، ۱۳۸۹). از این رو، شناخت عوامل و فرایندهای موثر بر کارآفرینی اجتناب ناپذیر است. در واقع کارآفرینی پدیده‌های چندبعدی و چند سطحی است کارلسون و موبرگه، (۲۰۱۳) و عوامل محیطی (پسترویی، هوانگ و ولش ۲۰۰۱)، روان‌شناختی (آشیو، ۲۰۱۰ و ساندری ۲۰۱۳) و مدیریتی (هیسریچ و همکاران، ۱۹۸۵) بر آن موثرند. ویژگی‌های مدیریتی در حوزه کارآفرینی طیف گسترده‌ای را شامل می‌شود و با رویکرد رفتاری همپوشانی دارد، رویکرد رفتاری بر فعالیت‌های افراد کارآفرین اشاره دارد، رفتارهایی از قبیل تصمیم‌سازی، بهره‌وری از فرصت‌های جذب‌کننده سرمایه و افزایش دهنده‌ی آن، برنامه‌ریزی و تولید سود از کسب و کار اشاره دارد (سعیدی کیا، ۱۳۸۶). این رفتارها یا مهارتها، تواناییهایی هستند که افراد از طریق یادگیری و آموزش به دست می‌آورند، مهارتها در واقع ابعاد مختلف توانایی برای اثر بخش بودن در شرایط عملی هستند. یک فرد کارآفرین برای مواجه شدن با چالش‌های محیط کسب و کار در تغییرات سریع امروزی، نیازمند مهارت‌های مدیریتی می‌باشد که یکی از مهارت‌های اساسی

^{۱۱} - Meyer and Aspynger

^{۱۲} - Iusardi and Toofano

یک کارآفرین به شمار می آید. مهارت هایی مانند برنامه ریزی و تعیین اهداف، تصمیم گیری، برنامه ریزی، روابط انسانی، بازاریابی، راه اندازی کسب و کار، مهارت های مالی و حسابداری، مدیریت ریسک و مذاکره (ضیاء و وقار موسوی، ۱۳۹۵، عبدالهیان، ۱۳۹۰). در بین ویژگی های مدیریتی یک کارآفرین، مهارت های مالی یا سواد مالی یکی از مهمترین مهارت ها است، چرا که یکی از تواناییهای است که می تواند میزان موفقیت یک کارآفرین را تعیین کند، هر چقدر که کارآفرینان این مهارت را بهتر یاد بگیرند و آنها را به کار بگیرد، بهتر می توانند بر زندگی و کسب و کار خود تسلط داشته باشند.

۵-۴- محدودیت های تحقیق

- ۱- نمونه این پژوهش محدود به معلمان دوره متوسطه دوم ناحیه ۲ شهر شیراز بود که لازم است از تعمیم نتایج به سایر مقاطع تحصیلی اجتناب گردد..
- ۲- گردآوری داده های پژوهش به صورت خود گزارشی بود، از این رو شایسته است که تفسیر نتایج با احتیاط انجام گیرد.
- ۳- از تعمیم نتایج به سایر شهرها باید با احتیاط انجام شود زیرا ویژگی های دموگرافیک این معلمان با سایر مناطق همخوانی ندارد.

۵-۵- پیشنهادها

۵-۵-۱- پیشنهاد های کاربردی

- ۱- با توجه به نتیجه بدست آمده در زمینه تاثیر معنی دار سواد اقتصادی معلمان بر برنامه درسی اقتصاد محور پیشنهاد می گردد سواد اقتصادی و مولفه های آن طی دوره های ضمن خدمت به معلمان آموزش داده شود.
- ۲- پیشنهاد می گردد جلسات هم اندیشی و پرسش و پاسخ در زمینه بهبود سواد اقتصادی و مهارت کارآفرینی معلمان توسط اداره آموزش و پرورش تدارک دیده شود.

۳-در راستای نتیجه بدست آمده در زمینه اثر معنی دار مهارت کار،رینی معلمان بر برنامه درسی اقتصاد محور پیشنهاد می گردد اطلاعات مربوط به مهارت های کارآفرینی مورد نیاز معلمان در قالب کتابچه و بروشور در اختیار معلمان قرار گیرد.

۵-۵-۲-پیشنادهای پژوهشی

- ۱-انجام تحقیق حاضر در جامعه آماری دیگر برای مثال مدیران مدارس
- ۲-بررسی تاثیر مدیریت کوانتومی بر متغیرهای دیگر سازمانی نظیر سرزندگی سازمانی.
- ۳-بررسی تاثیر متغیرهای دیگر موثر بر متغیرهای وابسته تحقیق حاضر.
- ۴-انجام تحقیق حاضر در منطقه جغرافیایی دیگر

منابع

- ابوحیدری، مریم (۱۳۹۳). رابطه سواداقتصادی و عملکرد شغلی و رضایت شغلی معلمان، نشریه علمی ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی؛ ۸(۳) ۷۵-۹۴
- احمدپورداریانی، محمود(۱۳۸۷). کارآفرینی، تعاریف، نظریات، الگوها. چاپ هشتم، تهران: جاجرمی.
- پرداختچی، محمدحسن و حمید شفیعی زاده(۱۳۸۵). درآمدی بر کارآفرینی سازمانی. چاپ اول، تهران: ارسباران.
- حسن مرادی، نرگس، (۱۳۸۲)، کارآفرینی چالش جدید مدیریت آموزشی، فصلنامه مدیریت در آموزش و پرورش، شماره ۳۴-۳۳.
- سعیدی کیا، مهرزاد(۱۳۸۸). فرهنگ مشوق نوآوری در سازمان. ماهنامه تدبیر. شماره ۲۰۹.
- سلیمانی آقچای، سمیه (۱۳۹۰). بررسی تأثیر ساختار سازمان بر کارآفرینی سازمانی با توجه به ویژگی شخصیتی تمایل به موفقیت کارکنان در کسب و کارهای کوچک و متوسط. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده کارآفرینی.
- شاه حسینی، علی(۱۳۸۳). کارآفرینی. چاپ اول، نشر آبیژ.
- شاه حسینی، علی(۱۳۸۳). کارآفرینی. چاپ اول، نشر آبیژ.

صمد آقایی، جلیل (۱۳۸۵). *خلاقیت جوهره‌ی کارآفرینی*. انتشارات مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران، چاپ دوم.

عبداللهی، عباس؛ (۱۳۹۷) رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی با عملکرد کارآفرینی و وظیفه‌ای معلم. *مقطع دبیرستان، فصلنامه روانشناسی کاربردی*؛ ۲(۳و۲) ۵۷۹-۵۶۴

فرحزاد، ملیحه (۱۴۰۰) پیش‌بینی عملکرد کارآفرینی معلمان مقطع متوسطه بر اساس متغیرهای فردی: خودکارآمدی، رضایت شغلی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور واحد اردبیل

قادری، محید، خندان، صابر (۱۳۹۹). ارائه چارچوبی برای استقرار و توسعه نظام پیوسته سواد مالی از طریق سنجش سواد مالی در مدارس متوسطه تهران. *فصلنامه کارافن*، ۳(۱۷)، ۲۵۵-۲۷۱.

قلتاش، معصومه (۱۳۹۰) ارتباط مهارت کارآفرینی و نگرش‌های دینی و سبک زندگی اسلامی با عملکرد شغلی معلمان مقطع ابتدای، دو فصلنامه علمی پژوهشی علوم تربیتی از دیدگاه اسلام، ۶(۱۱)، ۹۳-۱۱۰.

گویا، زهرا، فیروزیان اطهر، غلام، آزاد، سهیلا (۱۳۹۸). ارتقای سواد مالی و تصمیم‌گیری مالی از طریق برنامه درسی ریاضی مدرسه‌ای. *مطالعات برنامه درسی*، پاییز ۱۳۹۸، دوره ۱۴، شماره ۵۴، صص ۱-۳۶.

ممشلی، عبدالمالک (۱۳۹۸) بررسی تأثیر سواد اقتصادی معلمان بر عملکرد شغلی آنان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بندر جاسک، دانشکده علوم انسانی

موزنی، الهام، دایی کریم زاده، سعید، ابراهیم زاده، رضا (۱۳۹۴). بررسی سطح سواد مالی (مطالعه موردی دانشجویان کارشناسی ارشد رشته‌های مالی دانشگاه‌های شهر اصفهان). *کنفرانس بین‌المللی مدیریت و اقتصاد در قرن ۲۱*، دوره ۱.

موسایی، میثم، ۱۳۸۲، بررسی مه‌ترین ویژگی رفتارهای اقتصادی جامعه با توجه به فرهنگ مطلوب اسلام (مطالعه موردی: شهر تهران) / با پشتیبانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات. - قم: صبح صادق،

هادیزاده مقدم، اکرم و فرج‌ا.. رحیمی فیل آبادی (۱۳۸۴). *کارآفرینی سازمانی*. چاپ اول، نشر جانان.

هرستانی، حسن(۱۳۹۷) بررسی رابط بین سواد اقتصادی و اطلاعاتی و مصرف رسانه ای با رضایت شغلی معلمان مدارس ، پایان نامه کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی باختر ایلام

Allgood, S., and W. B. Walstad. (1999). The longitudinal effects of economic education on teachers and their students. *Journal of Economic Education* 30 (2): 99-111.

Amagir, A.; Groot, W.; van den Brink, H. M.; Wilschut, A. (2018). A review of financial-literacy Education Programs for Children and Adolescents. *Citizenship, Social and Economics Education*; 2018, Vol. 17(1) 56– 80. Sage Publishing

Ashenfelter, O., & Rouse, C. (1998). Schooling, intelligence, and income in America. In K. Arrow, S. Bowles, & S. Dur-lauf (Eds.), *Meritocracy and economic inequality*. Princeton: Princeton University Press.

Bach, G. L., and P. Saunders(1965). Economic education: Aspirations and achievements. *American Economic Review* 55 (June): 329-56.

Bach, G. L., et al. National Task Force on Economic Education. 1961. *Economic education in the schools*. New York: Committee for Economic Development.

Becker, W. E., W. Greene, and S. Rosen(1990). Research on high school economic education. *Journal of Economic Education* 21 (3): 231-45.

Bosshardt, W., and M. Watts. (1990). Instructor effects and their determinants in precollege economic education. *Journal of Economic Education* 21 (3): 265-76.

Buckles, S., & Watts, M. (1997). National standards in economics, history, social studies,

civics, and geography: complementarities, competition, or peaceful coexistence?. *American Economic Review*, 87(1), 254–259.

DeLaune, L., Rakow, J. and Rakow, K.C., 2019, “Teaching financial literacy in a co-curricular service-learning model”, *Journal of Accounting Education*, No. 28, Issue 2, pp. 103-113.

Education Development Center, Inc. (EDC). 1996. *International economic education exchange program: Program report*. New York: EDC, International Programs.

Etinson & Mesi.(2010).*Strategic planning and organizational performance*.

In *An international perspective on economic education*, e d. W. B. Walstad. 109–36. Boston: Kluwer Academic.

Klapper L, Lusardi A, Panos GA. 2013. Financial literacy and its consequences: Evidence from Russia during the financial crisis. *J. Banking Finance* 37 (10),pp: 3904–3923.

Leamer, L. E.(1950). A brief history of economics in general education. In *The teaching of*

Losardi & Valas , G.R.,(2013). In our best interest: women, financial literacy, and credit card behavior. *Numeracy* 6 (Chel , S., 201. Financial literacy and retirement planning in Japan. *J. Pension Econ. Financ.* 10, 637–656. Shen, Aizner., Hsiao, Y.J., 2015. Self-control, financial literacy and harmful consumer credit behavior in Taiwan market.

Patten, S.(1891). The educational value of political economy. *Publications of the American Economic Association* 6: 465-502.

Sabri,M,F. MacDonald,M. K.Hari,Tahira. Masud , jariah. (2017) *Family & Consumer Sciences Research Journal*, Vol. 38, No. 4, June, 455–467

Salemi, M. K., & Siegfried, J. J. (1999). The state of economics education. *American Economic Review* , 89(2), 355–361.

Siegfried, J. J., & Meszaros, B. T. (1998). Voluntary economics content standards for America’s schools: rationale and development. *Journal of Economic Education*, 29(1), 139–149.

Sole, M. A. (2014). Financial literacy: An essential component of mathematics literacy and numeracy. *Journal of Mathematics Education*; 5(2), 55-62. Teachers’ College.

Soper, J. C., and W. B. Walstad. (1987). *Test of Economic Literacy: Examiner’s manual*. 2nd ed. NewYork: Joint Council on Economic Education.

undergraduate economics, ed. H. Taylor, supplement to the *American Economic Review* 40(December): 18-33.

Walstad, W. B, (1992). Economics instruction in high schools. *Journal of Economic Literature*30: 2019-51.

Walstad, W. B. (1994). An assessment of economics instruction in American high schools.

پیوست

	کاملا موافقم	کاملا مخالفم	نظری ندارم	متوسط	کم	خیلی کم
۱	کاملا موافقم	کاملا مخالفم	نظری ندارم	متوسط	کم	خیلی کم
۲	کاملا موافقم	کاملا مخالفم	نظری ندارم	متوسط	کم	خیلی کم
۳	کاملا موافقم	کاملا مخالفم	نظری ندارم	متوسط	کم	خیلی کم
۴	کاملا موافقم	کاملا مخالفم	نظری ندارم	متوسط	کم	خیلی کم
۵	کاملا موافقم	کاملا مخالفم	نظری ندارم	متوسط	کم	خیلی کم
۶	کاملا موافقم	کاملا مخالفم	نظری ندارم	متوسط	کم	خیلی کم
۷	کاملا موافقم	کاملا مخالفم	نظری ندارم	متوسط	کم	خیلی کم
۸	کاملا موافقم	کاملا مخالفم	نظری ندارم	متوسط	کم	خیلی کم
۹	کاملا موافقم	کاملا مخالفم	نظری ندارم	متوسط	کم	خیلی کم
۱۰	کاملا موافقم	کاملا مخالفم	نظری ندارم	متوسط	کم	خیلی کم

					۱۱	تا چه میزان تدریس معلم در کلاس مطابق با حوزه مالکیت فردی و جمعی بوده است؟
					۱۲	تا چه میزان تدریس معلم در کلاس توانسته مطابق با استفاده از کالای تولید داخلی باشد؟
					۱۳	تا چه میزان تدریس معلم در کلاس موجب افزایش فرصت‌های شغلی کاذب در ذهن شما می‌شود؟
					۱۴	تا چه میزان تدریس معلم در کلاس توانسته منطبق با راه‌های کسب استقلال اقتصادی باشد؟
					۱۵	تا چه میزان تدریس معلم در کلاس توانسته منطبق با شناخت منابع اقتصادی در منطقه و جهان باشد؟
					۱۶	تا چه میزان تدریس معلم در کلاس منطبق با احکام اقتصادی- اسلامی می‌باشد؟
					۱۷	تا چه میزان تدریس معلم در کلاس توانسته منطبق بر مشاغل مشروع باشد؟
					۱۸	تا چه میزان تدریس معلم در کلاس مطابق با مشارکت در فعالیتهای اقتصادی به عنوان یک وظیفه الهی و انسانی مورد لحاظ می‌باشد؟
					۱۹	تا چه میزان تدریس معلم در کلاس توانسته منطبق بر درآمد و- کسب حلال باشد؟
					۲۰	تا چه میزان تدریس معلم در کلاس توانسته شما را از تجمل- گرایی و مصرف زدگی دور کند؟

					تا چه میزان تدریس معلم در کلاس توانسته منطبق با نگهداری صحیح از وسایل و امکانات باشد؟	۲۱
					تا چه میزان تدریس معلم در کلاس توانسته منطبق با پرهیز از اسراف باشد؟	۲۲
					تا چه میزان ر تدریس معلم در کلاس توانسته شما را به خرید کالاهای تولید داخلی تشویق کند؟	۲۳
					تا چه میزان تدریس معلم در کلاس توانسته شما را آماده اشتغال در بازار کار کند؟	۲۴
					تا چه میزان تدریس معلم در کلاس توانسته منطبق با مهارت حل مسئله اقتصادی باشد؟	۲۵
					تا چه میزان تدریس معلم در کلاس توانسته منطبق با کارآفرینی باشد؟	۲۶
					تا چه میزان تدریس معلم در کلاس توانسته منطبق با همکاری و مشارکت اقتصادی باشد؟	۲۷ ۲۸
					تا چه میزان تدریس معلم در کلاس توانسته مهارت تصمیم گیری در بحث اقتصاد را رشد دهد؟	

پرسشنامه سواد اقتصادی

کاملاً مخالفم	مخالفم	نظری ندارم	موافقم	کاملاً موافقم	
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	۱ با در نظر گرفتن ریسک و بازده تشخیص خواهم داد که در سهام یا در مواردی به جز

					سهام (اوراق مشارکت، صندوق های مشترک و) ... سرمایه گذاری کنم.
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	۲ در بدست آوردن جریانات نقدی حاصل از سرمایه گذاری بر اساس نرخ بهره ارزش زمانی پول را مالک قرار داده و تصمیمگیری میکنم.
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	۳ سطح دانش مالی ذهنی خود را در مورد بازار رهن چگونه ارزیابی میکنید؟
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	۴ سطح دانش مالی ذهنی خود را در مورد ارتباط میان قیمت اوراق مختلف و نرخ بهره چگونه ارزیابی میکنید؟
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	۵ سطح دانش مالی ذهنی خود را در مورد ریسک و بازده چگونه ارزیابی میکنی؟ سطح دانش مالی ذهنی خود را در مورد نرخ بهره و ارزش زمانی پول چگونه ارزیابی میکنید؟
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	۶ در تعیین قیمت اوراق مختلف، نرخ بهره را به عنوان مهمترین عامل در نظر خواهم گرفت.
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	۷ با مقایسه نرخ سود سرمایه گذاری خود با نرخ تورم مقصد نهایی سرمایه گذاری را تعیین خواهم کرد (بازار سرمایه، بازار پول و یا سایر بازارها)
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	۸ سعی میکنم تا حد ممکن وجوه مازاد خود را در حسابهای جاری و پس انداز نگهداری کنم.

خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	همیشه از کارتهای اعتباری با حداکثر مبلغ استفاده میکنم.	۱۰
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	تا پایان کار ارزش کل حساب های بازنشستگی خود را حفظ خواهم کرد.	۱۱
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	پاداش پایان کار (زمانی که بخواهید بازنشست بشوید) در بازار سهام، اوراق مشارکت و صندوق های مشترک سرمایه گذاری، سرمایه گذاری می کنم.	۱۲
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	در طرح های بازنشستگی مانند خرید بخشی از سهام سازمان یا سرمایه گذاری در پروژه های اجرایی توسط سازمان خود در حال حاضر که شاغل هستم، مشارکت می کنم.	۱۳
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	بعد از دوران بازنشستگی باز هم در طرح های بازنشستگی و سرمایه گذاری متناسب با شغل خود مشارکت میکنم.	۱۴
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	در کنار سرمایه گذاری در سهام، به نسبت کمتر در صندوق های سرمایه گذاری مشترک و اوراق مشارکت هم سرمایه گذاری میکنم.	۱۵
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	حداکثر وجوه مازاد خود را در بازار سهام سرمایه گذاری میکنم.	۱۶
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	فرصت زیادی برای من وجود ندارد که برای خودم تصمیم بگیرم که چگونه کارها را در زندگی ام انجام دهم.	۲۰
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	سوابق اقتصادی خود را حفظ می کنم.	۲۱

خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	امور اقتصادی برای من یک "دردسر" است.	۲۲
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	من در مورد مدیریت پول فکر میکنم و علاقه مندم که بیشتر بدانم.	۲۳
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	احساس می کنم توانایی دیریت آینده اقتصادی کسب و کار خود را دارم.	۲۴
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	اطلاعات اقتصادی یا دانش اقتصادی برای موفقیت در زندگی و کار مهم است.	۲۵
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	برنامه ریزی و اجرای یک برنامه منظم پس انداز / سرمایه گذاری را دارم.	۲۶
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	هزینه ها کمتر از درآمد من است.	۲۷
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	پوشش بیمه ای خود را حفظ میکنم.	۲۸

کاملاً مخالفم	مخالفم	نه موافقم نه مخالفم	موافقم	کاملاً موافقم	
					۱. من به شیوه ای کارآمد، از طریق کاغذبازی بروکراتیک، اقدامات پیشنهادی را دریافت می کنم.
					۲. من علاقمند به کسب مهارت های جدید هستم.
					۳. هنگامی که نتایج مورد نظر به دست نیاید، به سرعت اقداماتم را کاهش می دهم.
					۴. من همکارانم را به بیان ایده ها و نظرات خود جهت بهبود خدمات سازمان تشویق می کنم.
					۵. من الهام بخش همکارانم جهت تفکر درباره کارهایشان به شیوه ای جدید هستم.
					۶. من زمان خود را به همکارانم تخصیص می دهم تا جهت یافتن روش هایی برای بهبود خدمات سازمان به آنها کمک کنم.
					۷. هنگامی که همکارانم به شیوه ای محتاطانه رفتار می کنند، من با استفاده از رویکردهای جدید، می توانم به سمت آینده حرکت کنم.
					۸. من شرح می دهم که امور مربوط به واحد سازمانیم در آینده چگونه خواهند بود و چه چیزهایی در آنجا

					مورد نیاز می باشد.
					۹. برای اینکه بتوانیم از عهده چالش ها بر آییم، یک جو کارگروهی مبتنی بر همکاری در واحد سازمانی ایجاد می کنیم.
					۱۰. من محیطی را ایجاد می کنم که در آن، افراد به ایجاد بهبود علاقمند شوند.
					۱۱. در محیطی که در آن کار می کنم، از ابتکارات کارکنان حمایت می شود.
					۱۲. در محیطی که در آن کار می کنم، امکان دستیابی به اطلاعات مدیریتی وجود دارد.

Abstract

The present study was conducted with the aim of determining the economic literacy and entrepreneurship skills of middle school teachers as a predictor of economics-oriented curriculum. The statistical population in this study included all 1500 secondary school teachers in district 2 of Shiraz city in the academic year of 2011-2014. In this research, Morgan's table was used to determine the statistical sample size. Based on this, the statistical sample size was estimated to be 306 people. Also, the sampling method in this research is stratified. In this research, a questionnaire was used to obtain quantitative data based on research variables. These questionnaires included a researcher-made questionnaire of economic literacy, a researcher-made questionnaire of economics-oriented curriculum, and a standard questionnaire of entrepreneurial skills by Moghimi et al. (1390). In order to analyze the data, SPSS 19 software and correlation and regression tests were used. The results of the research showed that the role of economic curriculum on the economic literacy of teachers was significant. Based on table (9-4), it can be seen that the relationship between economic knowledge (Beta coefficient = 0.689 and significance level = 0.001), economic behavior (Beta coefficient = 0.638. Significance level = 0.001) And economic attitude (Beta coefficient = 0.598 and significance level = 0.000) is significant with teachers' economics-based curriculum. It was also found that the role of teachers' entrepreneurship skills in economics-oriented curriculum was significant. The relationship between change in behavior (beta coefficient = 0.654 and significance level = 0.002), strategic insight (beta coefficient = 0.532 and significance level = 0.001), creating an energetic work environment (beta coefficient = 0.503) 0 and significance level = 0.000) and supportive environment (Beta coefficient = 0.542 and significance level = 0.001) has a significant relationship with economics-oriented curriculum.

Key words: economy-oriented curriculum, economic literacy, entrepreneurial skills



Payam Noor university
Isfahan

Department of
Thesis Submitted in Partial Fulfillment
of the requirement for the Degree of M.A/M.Sc
In Educational sciences

Title:

**Predicting economics-based curriculum based on
economic literacy and entrepreneurial skills of high
school teachers**

Supervisor:

Ph.D Nafise Rafiei

Advisor:

Ph.D Fahime Nasiri

By :

Elham Mansoori

August 2022