



به سوی مدرسه کار آفرین

واکاوی تأثیر تربیت اقتصادی بر رشد سرمایه انسانی

حبیب یوسفزاده



اشاره

محمدعلی نادی، دارای دکترای مدیریت آموزشی و استاد تمام این رشته است که بیست سال سابقه فعالیت علمی در دانشگاه و مدرسه را در کارنامه خود دارد. تجربه‌های ارزشمندشان در حوزه آموزش کارآفرینی در مدرسه و آموزش و بهسازی منابع انسانی صنعت موجب شد با ایشان به گفت‌وگو بنشینیم و دیدگاهشان را در خصوص تربیت اقتصادی دانش‌آموزان جویا شویم. ایشان در حال حاضر معاون علمی و مهارتی دانشگاه آزاد اسلامی است.

این است که ایجاد مهارت منتهی به سرمایه انسانی، در سه سطح بینش، منش و کنش، در بزرگسالی دشوار و گاهی ناممکن است و یادگیری آن‌ها با شرایط سنی قرابت زیادی دارد. برای کسب بهترین نتیجه باید تربیت اقتصادی و آموزش‌های مربوط به تولید ثروت را از دوره پیش‌دبستان شروع کرد. خلاصه اینکه، تربیت اقتصادی یعنی ایجاد قابلیت تولید ثروت در مخاطب و تبدیل او به مولد اقتصادی.

■ تربیت اقتصادی و سواد مالی از چه سنی باید آموزش داده شود؟

اگر فردی بتواند دارایی‌هایش را به‌خوبی اداره و مدیریت کند و تصمیم‌های مالی مؤثر بگیرد، از سواد و هوش مالی مناسبی برخوردار است. کودک از زمانی که بتواند مسائل مالی را درک کند، باید آموزش داده شود. البته نه با رویکردهای سنتی، بلکه با روش‌های نوین آموزشی. مثلاً از طریق بازی‌وارسازی می‌توان مسائل مالی را خیلی خوب به بچه‌ها آموخت. می‌توانیم آن‌ها را در موقعیت‌هایی قرار دهیم تا مدیریت و تصمیم‌های مالی را تجربه کنند. سواد مالی یکی از الزامات زندگی امروز است و می‌تواند به حل مشکلات مالی فرد و جامعه کمک کند و به سرمایه‌گذارهای پرسود یا پس‌اندازهای منطقی برای شهروندان منجر شود. هدف کلیدی سواد مالی این است که ما به امنیت مالی برسیم. نتیجه امنیت مالی هم آسایش و رفاه است.

■ در سند تحول بنیادین آموزش و پرورش در خصوص تربیت اقتصادی چه رویکردی وجود دارد؟

■ اجازه دهید صحبت را با تعریف مفهوم «تربیت اقتصادی» از نگاه شما آغاز کنیم.

برای توضیح این مفهوم ابتدا لازم است چند عبارت را معنی کنیم که عبارت‌اند از «دارایی، سرمایه و ثروت». گاهی این واژه‌ها را به جای همدیگر استفاده می‌کنند، اما تفاوت عمده‌ای با یکدیگر دارند. دارایی یعنی هر آن چیزی که تحت تملک فرد است، اما برای او ارزش خاصی ایجاد نمی‌کند. به‌طور مثال، وقتی شما خانه‌ای کلنگی دارید، حتی اگر از آن استفاده هم نکنید، دارایی به حساب می‌آید. اما ثروت یعنی استفاده کردن از دارایی. مثلاً اینکه بتوانید آن خانه کلنگی را بازسازی کنید و بفروشید. حال اگر بتوانید از طریق ثروت ارزش‌افزوده ایجاد کنید، به آن سرمایه گفته می‌شود. یعنی اگر همان خانه کلنگی را اجاره دهید یا به مغازه تبدیل کنیم تا درآمد داشته باشیم، آن را به سرمایه و عاملی برای ایجاد ارزش تبدیل کرده‌ایم.

از طرف دیگر، در دنیای امروز، انسان‌ها را از منظر اقتصادی به سه دسته تقسیم می‌کنند: نیروهای انسانی، منابع انسانی و سرمایه‌های انسانی. اگر شما افرادی در اختیار داشته باشید که به‌صورت بالقوه توانایی کسب مهارت یا دانشی را داشته باشند، به آن‌ها «نیروهای انسانی» گفته می‌شود. اگر بتوانید مجموعه‌ای از مهارت‌ها و دانش را به این نیروها آموزش دهید، به «منابع انسانی» تبدیل خواهند شد. حال اگر این منابع قادر باشند در سطح خانواده، سازمان یا کشور ارزش‌افزوده ایجاد کنند، به «سرمایه‌های انسانی» تبدیل خواهند شد. نکته مهم

یکی از راه‌های تربیت اقتصادی این است که بچه‌ها در معرض موقعیت‌های مالی قرار بگیرند

همان‌طور که می‌دانیم، در این سند به شش ساحت تربیتی توجه و تأکید شده است. خیلی از مدرسه‌ها هم روی بعضی از این ساحت‌ها کار می‌کنند. طبق این سند، آموزش و پرورش مسئول تربیت اقتصادی دانش‌آموزان است. از طرف دیگر، واقعیت موجود در مدرسه نشان‌دهنده این است که نظام تعلیم و تربیت ما هنوز نتوانسته است در این زمینه نقش مطلوبی ایفا کند و دانش‌آموزانی تربیت کند که مسائل مالی را در چارچوب معیارهای اسلامی به‌خوبی درک کنند یا مقوله‌هایی مانند اخلاق کسب‌وکار و رعایت عدالت و وجدان را در عمل به کار ببندند. گاهی حتی در پایان تحصیلات متوسطه در مسائل مالی دانش و مهارت کافی ندارند. این در حالی است که حتی یک کودک پیش‌دبستانی به درک این مفهوم نیاز دارد که کار کردن با ارزش، لذت‌بخش و مقدس است. باید یاد بگیرد برای کسب درآمد لازم است کار کند. کار فیزیکی یا فکری، فرقی نمی‌کند. باید متناسب با سن بچه‌ها به آن‌ها موضوعاتی همچون چيستی تولید، مفهوم کار، اینکه شغل مولد چه فرقی با شغل کاذب دارد، مصرف چيست و پول در اقتصاد چه نقشی بازی می‌کند. باید به آن‌ها یاد داد، وقتی با پول و محصول و کار سر و کار دارند، بهترین عملکرد را داشته باشند.

■ پیشنهاد عملی شما برای این کار چیست؟

یکی از راه‌های تربیت اقتصادی این است که بچه‌ها در معرض این موقعیت‌های مالی قرار بگیرند. مثلاً در برنامه آموزشی مدرسه بازدیدهای میدانی پیش‌بینی شود تا هر هفته با دو یا سه شغل آشنا شوند و انواع محیط‌های کار را از نزدیک ببینند و تجربه کنند. کودک زمانی مفهوم و ارزش دارایی را به‌خوبی درک می‌کند که فرایند ایجاد آن را خوب بفهمد. بدون چنین فهمی، به‌راحتی ممکن است قربانی کلاهبرداری و سایر سوءاستفاده‌های مالی شود. به هر حال، تربیت اقتصادی در چارچوب نظام تعلیم و تربیت به تأمل و کار بیشتری نیاز دارد تا افراد در آینده کمتر با بحران‌های مالی روبه‌رو شوند. بسیاری از محتوای برنامه درسی روح وابستگی را در کالبد بچه‌ها می‌دمند. هنوز دیدگاه «بابا آب داد» یا «بابا نان داد» در محتوای درسی وجود دارد و آموزه‌های مروج استقلال و اعتماد به‌نفس در آن‌ها کم‌رنگ است. بازنگری باید با تأمل در همین مطالب به‌ظاهر ساده شروع شود.

■ در مدرسه چگونه می‌توان سواد مالی را با بچه‌ها تمرین کرد؟

همان‌طور که گفته شد، بهترین کار، قراردادن آن‌ها در موقعیت‌های کسب‌وکار عملی است. مدرسه می‌تواند بازدیدها و اردوهای کوتاه‌مدتی در بیرون از مدرسه ترتیب دهد. معلمان برای این کار طرح درس آماده کنند و با نوع سؤال‌هایی که پیش از بازدید مطرح می‌کنند، بچه‌ها را با موضوع درگیر کنند؛ سؤال‌هایی را که در موقعیت برای بچه‌ها ایجاد می‌شود، پاسخ دهند و در جلساتی، پس از بازدید، با دانش‌آموزان بحث و تبادل نظر کنند. حتی می‌توان با استفاده از امکانات فناورانه بازدیدهایی مجازی نیز ترتیب داد.

از آنجا که شناخت بچه‌ها از موقعیت‌های شغلی محدود است، بیشتر به شغل‌هایی مثل پزشکی و مهندسی و خلبانی فکر می‌کنند. افراد بدون اینکه از استعداد و علاقه‌های خود ارزیابی دقیقی داشته باشند، با خیال کسب درآمد بیشتر یا کسب جایگاه ممتاز اجتماعی در مسیرهایی می‌افتند که بعدها متوجه می‌شوند با شخصیت آن‌ها انطباق ندارد. پس، ضعف در هدایت تحصیلی و شغلی بچه‌ها از حلقه‌های مفقوده تربیت اقتصادی است. خیلی از مدرسه‌ها بیشتر به دنبال نمانام (برند) سازی برای خودشان هستند تا هدایت تحصیلی و شغلی بچه‌ها. با مشوق‌های کاذب بچه‌ها را به طرف چیزهایی که





لازم است برنامه تربیت اقتصادی را از دوره پیش دبستان دنبال کنیم

مدنظر خودشان است، سوق می دهند و سعی می کنند به دانش آموز القا کنند مثلاً با ورود به دنیای پزشکی، به بلندترین قله زندگی اش صعود کرده اند!

■ در حال حاضر کیفیت تربیت اقتصادی را چگونه می بینید؟

نکته آزاردهنده این است که در شرایط اقتصادی نامطلوب کنونی و غلبه فرهنگ «بابا نان داد»، تربیت اقتصادی به حاشیه رفته است. خیلی از معلمان ما برای تربیت اقتصادی مهارت کافی ندارند، چون ساختار ذهنی آن ها با این حوزه متناسب نیست. ایضا بسیاری از مدیران مدرسه ما نیز همین وضعیت را دارند؛ چون خود آن ها در خصوص تربیت اقتصادی بضاعت قابل قبول ندارند و آموزش های لازم را ندیده اند. وقتی مدرسه را نهادی صرفاً فرهنگی تلقی کنیم، خودبه خود نسبت به موضوع اقتصاد بی اعتنا می شود. باید بپذیریم که مدرسه یک مؤسسه فرهنگی اقتصادی است که باید وظایف خود را به نحو احسن انجام دهد و به همان نسبت نیازهای اقتصادی دست اندرکاران آن به خوبی تأمین شود. اگر بخواهیم در آینده نسلی پرپروریم که فقط بر محفوظات خود متکی نباشند و فهیم و عمل گرا بار بیاید، لازم است برنامه تربیت اقتصادی را از دوره پیش دبستان دنبال کنیم. اگر چه در سند تحول بر تربیت اقتصادی تأکید شده، اما با معلمانی که احاطه کافی به موضوع ندارند، نمی توان کار چندانی انجام داد. الان در هر مدرسه، به فراخور ذوق و حوصله اولیای آن، فعالیت هایی در حد ایجاد بازارچه یا تولید و فروش محصولات دانش آموزی انجام می شوند، اما تربیت اقتصادی موضوعی پیچیده و فراتر از این هاست. ایجاد فضای نشاط و خودباوری و پویایی و امید که زمینه ساز تربیت اقتصادی است، از وظایف اصلی مدرسه است که باید به بهترین نحو تحقق یابد.

■ کلید تربیت اقتصادی از نظر شما چیست؟

کلید تربیت اقتصادی و ایجاد سرمایه انسانی، توسعه فردی است. توسعه فردی نوعی سرمایه گذاری است که با کاهش خطاهای افراد در تصمیم گیری ها و اقدامات، بر ثروت می افزاید. یکی از بهترین رویکردها برای توسعه فردی، آموختن «حل مسئله» است. بهترین راه رسیدن دانش آموز به خودباوری این است که بتواند مسائل را به خوبی حل کند. گاهی وقتی حرف نشاط به میان می آید، ذهن ها می رود به سمت تفریح و تفنن در فضای مدرسه. در حالی که منظور از نشاط، احساس شکوفایی و ابتهاج درونی است که در نهایت

به رفتار هوشمندانه در زندگی منجر شود. در خصوص رفتار هوشمندانه، اجازه دهید روایتی را مثال بزنم:

فردی به یکی از بانک های آمریکا مراجعه می کند و وامی هزار دلاری طلب می کند. رئیس بانک می گوید مانعی ندارد، ولی باید وثیقه ای برای دریافت این وام ارائه دهد. طرف اشاره می کند به اتومبیل صد هزار دلاری خود که جلوی بانک پارک کرده است. در نهایت، وام تصویب و قرار می شود بعد از یک ماه به مبلغ هزار و پنجاه دلار بازپرداخت شود. طرف وام را می گیرد و می رود. ماشین را هم در توقفگاه (پارکینگ) بانک نگه می دارند. صاحب ماشین بعد از یک ماه هزار و پنجاه دلار را برمی گرداند. رئیس بانک تحقیق می کند و متوجه می شود او فرد ثروتمندی است و به وام هزار دلاری نیازی نداشته است. موقع خداحافظی، رئیس بانک علت تقاضای وام را از او سؤال می کند. وی با لبخند توضیح می دهد، در کل این ایالت توقف گاهی نیافتیم که در ازای یک ماه نگهداری از ماشینم، فقط پنجاه دلار بگیرد!

این نوعی هوش تجاری است و نشان می دهد، آن فرد تحلیل دقیقی از مسائل و رویدادهای اقتصادی پیرامون خود داشته است. با مرور چنین روایت هایی، یا سپردن برخی مسئولیت ها و ترغیب بچه ها به ساخت و تولید وسیله هایی در حد توانشان، می توانیم زمینه رشد شم اقتصادی را در آن ها فراهم کنیم. البته ترغیب بچه ها به ساخت با هدف درآمدزایی، باید از دوره دوم ابتدایی شروع شود.

■ لطفاً به دلایل رفتارهای مالی نادرست و ریشه خطاهای سرمایه گذاری هم اشاره کنید.

اغلب موارد سوء رفتار مالی و خطاهای سرمایه گذاری از خطاهای شناختی ناشی می شوند. مصون سازی افراد در برابر خطاهای شناختی هم چیزی است که در همان چارچوب تربیت اقتصادی باید به بچه ها آموزش داده شود. خیلی از افرادی که در مؤسسه های دانش بنیان فعالیت می کنند، افراد نخبه ای هستند. اما به دلیل تربیت اقتصادی ناکافی، گاهی وارد سرمایه گذاری های ناموفق می شوند و شکست می خورند. با آموزش سواد مالی می توان این نوع خطاها را به حداقل رساند. یکی از خطاهای عمده در سرمایه گذاری، «تعصب» به روش خاصی از کار و فعالیت اقتصادی است. یعنی فرد سعی کند دانسته های محدود خودش را در حوزه های گوناگون تعمیم دهد. اگر ما از پیش با این خطاهای رایج آشنا باشیم، خیلی وقت ها می توانیم از وقوع آن ها پیشگیری کنیم.

■ منظورتان از خطاهای شناختی در حوزه کسب و کار چیست؟

معمولاً سوء رفتارهای مالی از سه خطا یا سوگیری ناشی می‌شوند که عبارت‌اند از:

۱. سوگیری بر خورداری و دل بستن به داشته‌های موجود. این خطا کمی عجیب است و اغلب آدم‌ها به آن دچار می‌شوند. به‌طور مثال، به آزمایشی اشاره می‌کنم که طی آن، قبل از شروع کلاس‌ها، به هر دانش‌آموز یک فنجان قهوه یا مقداری شکلات داده بودند. بعد از بچه‌ها خواسته بودند اگر شکلات دارند، با قهوه عوض کنند و برعکس. نتیجه آزمایش این بود که اکثر بچه‌ها به تعویض قهوه یا شکلات خود حاضر نبودند. یعنی خیلی وقت‌ها با اینکه می‌دانیم کنار گذاشتن یک انتخاب به نفع ماست، باز هم از انجام آن اجتناب می‌کنیم. بهترین راه‌حل برای این معضل، رسیدن به خودآگاهی است که از مهم‌ترین مهارت‌های زندگی است. با رشد خودآگاهی، فرد می‌تواند خود را برای درک بهتر گزینه‌ها آماده کند.

۲. سوگیری زبان گریزانه. یا همان غریزه اجتناب از زبان است که گاهی وقت‌ها نتیجه عکس می‌دهد. مثلاً فردی متوجه زبان‌دهی سهام به‌بازار خود می‌شود، اما در پایین‌ترین حد از زبان، حاضر به فروش سهام خود نمی‌شود و به امید اینکه بالاخره اوضاع به وضعیت سابق برگردد، روزبه‌روز زبان بیشتری متحمل می‌شود و نمی‌تواند به‌موقع تصمیم بگیرد. آن قدر صبر می‌کند تا ورشکسته شود! در اینجا باید به مخاطب یاد داد کجا و چه موقع باید از ایستادگی بیهوده دست بردارد.

۳. سوگیری ناشی از ابهام. ما در بازار به‌بازار معمولاً فقط با شرکت‌هایی مرادده داریم که آن‌ها را می‌شناسیم. در حالی که ممکن است شرکت‌های مشابه زیادی باشند که ما نمی‌شناسیم، ولی معامله با آن‌ها بازدهی اقتصادی بیشتری دارد. با مثال‌های ساده می‌توان به بچه‌ها یاد داد نگاه خود را به چند مورد خاص محدود نکنند. مثلاً می‌توان به آن‌ها یاد داد اگر به جایی دعوت شده‌اند، سر میز شکم خود را با اولین غذایی که می‌بینند، پر نکنند. بلکه در خصوص مزایا و معایب خوراکی‌ها تأمل و بهترین‌ها را انتخاب کنند. یا ممکن است دانش‌آموزی به دلیل آشنایی با تعداد محدودی تولیدکننده نوشت‌افزار، همیشه از محصولات آن شرکت‌ها استفاده کند. در حالی که لازم است مدام در بازار چشم بگرداند و جایگزین‌های احتمالی را در نظر بگیرد. گاهی هم افراد دچار ترکیبی از این خطاها می‌شوند.

■ تأثیر هوش مصنوعی را در عرصه تربیت اقتصادی چطور ارزیابی می‌کنید؟

دنیاى آینده بسیار تحت تأثیر هوش مصنوعی خواهد بود. به همین دلیل، اغلب کشورها تلاش می‌کنند اسناد

و دستورالعمل‌هایی در خصوص بهره‌گیری مناسب از آن فراهم کنند. بعضی از فناوری‌ها مسیر خود را به‌سرعت باز می‌کنند و منتظر اجازه نمی‌شوند. مثلاً همین گوشی‌های هوشمند، ما را از مراجعه به بانک یا حضور فیزیکی در برخی کلاس‌های آموزشی بی‌نیاز کرده‌اند. یکی از عرصه‌های نفوذ هوش مصنوعی و یادگیری ماشینی، حوزه کسب و کار، تجارت و آموزش است. بهره‌گیری حساب‌شده از این پدیده می‌تواند مزیت رقابتی زیادی برای صنایع و سازمان‌ها ایجاد کند. مثلاً یکی از کارکردهای هوش مصنوعی در حوزه بازاریابی است.

هوش مصنوعی می‌تواند مشتریان را بر اساس معیارهای خاصی دسته‌بندی کند و تبلیغات ویژه‌ای برای اثرگذاری بر آن‌ها پیشنهاد دهد. شاید توجه کرده باشید که امروزه برای هر کدام از ما پیامک‌هایی تبلیغاتی، متناسب با شرایط خودمان، ارسال می‌شوند. مثلاً برای مردانی که در سن بالای میان‌سالی قرار دارند، بیشتر تبلیغات کاشت مو ارسال می‌شود! می‌توانیم دانش‌آموزان را با قابلیت‌های این فناوری آشنا کنیم و کاربرد آن را در کسب و کار و فروش آموزش دهیم.

هوش مصنوعی بهبود دیدگاه و عملکرد ایجاد می‌کند. همچنین، در زمینه تحقیق و توسعه و نوآوری بر اساس ذائقه و نیاز مشتریان، می‌توان از هوش مصنوعی به‌خوبی استفاده کرد.

در زمینه فناوری اطلاعات یا مدیریت منابع انسانی هم، هوش مصنوعی می‌تواند تأثیر شگرفی داشته باشد. مثلاً در واگذاری مسئولیت‌ها، می‌تواند به مدیران کمک کند آن مسئولیت را به مناسب‌ترین فرد واگذار کند تا بیشترین بازدهی را برای سازمان داشته باشد. البته برای استفاده بهینه از هوش مصنوعی باید داده‌های دقیق در اختیار آن گذاشته شود. در مدرسه کارآفرین می‌توان روی این نکته تمرکز کرد که دانش‌آموزان چطور می‌توانند بهترین بهره‌گیری را از هوش مصنوعی داشته باشند. جریان غالب آینده جریان فناوری است. مدرسه باید بچه‌ها را برای مواجهه با این جریان تجهیز کند و اندیشیدن مبتنی بر فناوری را به آن‌ها یاد بدهد تا با فرصت‌ها و چالش‌های آن آشنا شوند. چون اگر نتوانیم تربیت اقتصادی و امکانات و الزامات فناوری آن را به بچه‌ها آموزش دهیم، ممکن است آن‌ها در بزرگسالی آسیب ببینند. البته همواره باید تأکید کرد که هوش مصنوعی قرار نیست جای انسان را بگیرد.

■ **ممنون از فرصتی که در اختیار مخاطبان مجله رشد مدرسه فردا گذاشتید.**



اگر نتوانیم تربیت اقتصادی و الزامات فناوری آن را به بچه‌ها آموزش دهیم، ممکن است آن‌ها در بزرگسالی آسیب ببینند